О. В. Бакина

Учебно-методический центр повышения квалификации работников культуры и искусства

ИНТЕНЦИЯ АВТОРА КАК ТИПООБРАЗУЮЩИЙ ПРИЗНАК

Исследование современных периодических изданий, маркирующих себя как православные, показывает трансформацию сложившейся к концу ХХ века типологической модели: изменение существенных свойств не столько по внешним признакам, сколько по содержанию, что, в частности, свидетельствует о стремлении журналистского корпуса вопреки глобальной тенденции обезличенности информационных потоков создавать публицистическую картину мира. Весьма характерно в данном контексте авторского осмысления действительности санкт-петербургское ежемесячное издание – газета «Вечный зов», выходящее пятитысячным тиражом под девизом: «Россия. Церковь. Общество». Главный редактор С. А. Романов цель издания видит в ориентации «не только на воцерковленного читателя, но на всех, кто ищет Бога». В интервью интернет-порталу «Благовест» он подчеркивает: «Подача материалов должна учитывать особенности нашей аудитории, должна быть живая, неформальная интонация. К сожалению, еще существуют ложные стереотипы, что церковная жизнь – это что-то серое, унылое, скучное, и нам надо помочь человеку все эти штампы, ложные стереотипы отринуть. Мы хотим пробудить у светских читателей интерес к Церкви». Логично предположить, что именно с целью пробуждения интереса читателей редакция сознательно идет на «пестроту» содержания: от публикаций текстов русского религиозного философа И. А. Ильина, афонских старцев, митрополита Антония Сурожского до анекдотов и полезных советов. Думается, это свидетельствует о наметившемся в сфере печатных православных изданий явлении, когда интенция управляет процессом порождения сообщения, организуя его внешнюю форму, что, в свою очередь, позволяет говорить не о жанрах, а о типах текстов, объединенных определенной интенцией. Тогда и автор, как носитель публицистичности, приобретает критериальное значение при типологической классификации изданий.