УДК 0.70(075.8)

Оксана Косюк

ПУБЛІЦИСТИКА Й ПУБЛІЦИСТИЧНІСТЬ ЯК ДИСКУРС ТА ІНТЕРКУРС У ЦАРИНАХ КУЛЬТУРИ І МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

У статті розмежовуються публіцистика та публіцистичність як вагомі дискурси у контексті явищ комунікації та культури. Специфічним чинником, який об'єднує ці дискурси та надає їм особливої гостроти, постає цензура. Спільним виявляється також предмет вивчення. Розмежовується публіцистика та публіцистичність – об'єкт дослідження.

***Ключові слова**: публіцистика, публіцистичність, цензура, предмет, об'єкт, дискурс, культура, комунікація.*

О. Косюк. Публицистика и публицистичность как дискурс и интеркурс в сфере культуры и массовой коммуникации

В статье разграничиваются публицистика и публицистичность как весомые дискурсы в контексте явлений коммуникации и культуры. Специфический фактор, который объединяет эти дискурсы и придает им особой остроты, – цензура. Общим оказывается также предмет изучения. Разграничивает публицистику и публицистичность – объект исследования.

***Ключевые слова:** публицистика, публицистичность, цензура, предмет, объект, дискурс, культура, коммуникация.*

O. Kosiuk. Publicistic as discourse and intercourse in sphere of culture and mass-media

The article and delineated journalism publicistic as important discourses in the context of the phenomena of communication and culture. A specific factor that unites these discourses and provides them with special severity, there is censorship. The common is also the subject of study. Separates journalism and publicistic – the object of study.

***Key words:** journalism, publicistic, censorship, subject, object, discourse, culture and communication.*

© Оксана Косюк, 2012

У царині масової комунікації не варто ідентифікувати спільнокореневі поняття “публіцистика” та “публіцистичність”. Якщо звернутися до найдавнішої (латинської) традиції, то побачимо, що тоді слово “publicus” означало суспільний, або народний. Першими речниками публіцистичного дискурсу вважаються сатири та міми, згодом їх замінили оратори та проповідники, далі – вістовники, квестори, глашатаї, кедді, новелісти і нарешті – журналісти. Система масової комунікації постійно ускладнювалася. Першою сферою її втілення стало усне мовлення (фольклорні тексти, публічні промови), згодом – твори художньої літератури, насамкінець – власне журналістські або ж – публіцистичні тексти.

Отже, публіцистичність і професія публіциста набагато давніші, аніж власне публіцистика (в розумінні – журналістика). У словнику В. Даля подається таке визначення публіциста: “письменник більш газетний, який займається проблемами народного права” [1]. В Америці спершу публіцистами також називали не журналістів, а юристів. Отже, публіцистичність – це, вочевидь, ширше поняття, аніж публіцистика. Спробуємо дати визначення цим термінам. Публіцистичність, у нашій інтерпретації, – це наскрізний інтеркурс, який наділяє інші дискурси і тексти аспектом суспільної важливості та актуальності. Публіцистика ж – то синонім журналістики, що означає власне медіатекст (журналістський твір). У зазначеному потрактуванні публіцистичними є вистави Фрініха, історія Геродота та Флавія, філософія Аристотеля, Платона, Макіавеллі, романи М. Хвильового та уся художня література радянського часу, а також наукові праці А. Ейнштейна, В. Вернадського, Д. Сахарова тощо. Можна зазначити, що будь-який твір/дискурс/текст може бути публіцистичним, якщо він стає більш критичним, аніж естетичним (у сфері художньої творчості), пекучо теперішнім, тобто – оперативним та насущним, або ж – наповнюється певними політичними поглядами та симпатіями, стаючи заідеологізованим. У такому розумінні публіцистичними можна вважати тенденційну художню літературу, популяризовані наукові тексти та ін. І. Михайлин у підручнику з “Історії української журналістики” подає такі ознаки публіцистичності [2, с. 4-28] (доповнимо їх власними поясненнями):

Оперативне інформування (коли театральна вистава (подібно до драматургії Фрініха) перетворюється у новини про чи репортаж);

Тлумачення подій і фактів (як у художній літературі на кшталт "Війни і миру" Л. Толстого);

Вираження і формування громадської думки (для прикладу, можемо навести "Вчення про сфери" В. Вернадського, яке сформувало метод дослідження для усіх наук XXI століття);

Фактичність (коли, приміром, особи у художньому творі не видумані й події реальні);

Практична цілеспрямованість (примус "шукати істину", як у нашумілому романі Д. Брауна "Код да Вінчі");

Ораторський стиль (у кіноповістях О. Довженка, поезії М. Рильського періоду Великої Вітчизняної війни (наприклад, його вірші "Слово про рідну матір": "Благословен той день і час,/ Коли прославалась килимами/ Земля, яку сходив Тарас/ Малими босими ногами,/ Земля, яку скропив Тарас/ Дрібними росами-сльозами" тощо).

Публіцистичним вважається твір, у якому присутня хоча б одна з перерахованих ознак. Чим більше таких ознак, тим менше твір є "собою": оповіданням, картиною, театральною виставою тощо і більше нарисом, плакатом, репортажем. Підґрунтям таких змодифікованих текстів стає об'єктивна дійсність, а матеріалом для їх написання – інформація, зібрана за допомогою трьох універсальних "журналістських" методів: спостереження, вивчення документів і джерел, інтерв'ю. Аби написати свою славетну "історію", Геродот розпитував очевидців та подорожніх, ретельно вивчав зібрання пророцтв у храмах і праці Фалеса й Анаксагора, зрештою – сам стежив за окремими дійствами. Тому його твір можна вважати витоковим підручником не лише для істориків, а й для журналістів. У передмові до "Історії" автор власне й зазначив: "Геродот з Гелікарнасу зібрав і записав ці повідомлення, щоб минулі події з течією часу не прийшли до забуття і великі й гідні подиву діяння не лишились у невідомості" [2, с. 13-14].

Специфічним чинником, який об'єднує різні дискурси та надає їм публіцистичної гостроти, є цензура (контроль над змістом і поширенням інформації). Публіцистичний дискурс в усі часи найбільше потерпав від заборон. У первісних суспільствах це було табу – обмеження різних дій учасників спільноти, порушення яких повинно було спричинити жорстокі санкції. Табу накладалися жерцями та вождями на слова, імена, тіло людини, сексуальні й шлюбні стосунки, різноманітні форми поведінки, відвідування тих

чи інших місць. Тобто – на все, що ми зараз називаємо комунікацією? Відповідно до традиційних забобонів, порушення заборон передбачало кару спільноти (найчастіше – вбивство) й надприродних сил (нещастя, хвороби, смерті тощо). Після трансформації ритуального дискурсу в інші системи комунікації цензура почала існувати в двох модифікаціях: власне як цензура (заборона і знищення продуктів людської діяльності) та як інквізиція (вбивство, тобто – знищення людини як тексту). Яким чином це впливало на процес комунікації та історичну пам’ять? Сказати однозначно, що негативно, – не можна. Чому? Давайте спробуємо розібратися, відштовхуючись від фактів. Відомо, що час від часу в історії цензурування досягало свого апогею, як-от у Єгипті в 1375 р. д. н. е., коли проводилася релігійна реформа і, як вислід, – було стерто імена цілого пантеону попередніх богів та знищено всіх священників; у Китаї, в 213 р. д. н. е., (тоді в результаті зміни ідеологічної системи було спалено усі книги та їх власників і читачів); в Александрії – у 391 році, коли всесвітньовідому бібліотеку спалили християни, і в 642, коли її спопелили мусульмани. Чи перестало існувати те і ті, що/кого знищили? Звісно – ні! Воно почало відтворюватися в різних інтерпретаціях та “обростати легендами” і, як результат, – міцніше закарбувалося й закріпилося в часі (подібно до імені Герострата). Рукописи, як відомо, не горять, палаючи, вони лишень підігрівають до себе цікавість і розпалюють у відповідь вогнища нових дискурсів. Не відомо, чи залишив би по собі такий ментальний (власноруч не зафіксований) слід Сократ, якби його не стратили, звинувативши у нешанобливому ставленні до богів та популяризації псевдонауки, і чи продовжувала б існувати українська мова, якби не заборонялася чотири рази поспіль протягом одного лиш XIX століття... Звісно, усі наші роздуми – не істина в останній інстанції, а швидше – запрошення до дискусії. Зримим і незаперечним є лиш те, що заборона чогось – то маркер його некомфортності для панівної системи мислення та ідеологічного панування. А отже – усе заборонене табуюється тому, що стає публіцистичним (виразником і творцем нової громадської позиції).

Аби остаточно “поставити крапку” у розмежуванні публіцистичності та публіцистики, сформулюємо об’єкт та предмет їхніх досліджень. Об’єкт публіцистичного – мистецтво, наука, релігія тощо, тобто – усі наявні дискурси/сфери культури. Об’єкт пу-

бліцистики – виключно так звані “медіадискурси”: газети, радіо, телебачення, Інтернет. А от предмет дослідження у публіцистичності та публіцистики один – аспект оперативного, соціального та фактичного. Можна сказати, що публіцистичними стають явища, у які якимось чином потрапляє журналістика із властивими їй критичними функціями та образні мистецькі факти робить дійсними, а “голі наукові” – морально та етично обрамленими. Насамкінець варто зазначити, що на рівні філософського узагальнення публіцистичність – це дискурс (інтеркурс), а публіцистика – текст.

У розуміння публіцистики традиційно “вкладаються” друковані газетні видання/періодика та аудіовізуальні тексти. Однак їх еквівалентами можна вважати і рукописи/літописи Сократа, Лісія, Ісократа, Демосфена тощо. Нічим не відрізняються від сучасної публіцистики й найдавніші ораторські та судові промови і проповіді Цицерона, Августина Блаженного, Іоана Златоуста, Кирила та Мефодія тощо. У пантеоні язичницьких божеств стародавнього світу навіть була патронеса масової комунікації – Молва, яка мала 100 вух та очей і ніколи не спала, оскільки змушена була постійно розголошувати (що цікаво, як зазначають стародавні джерела, – правду й неправду).

Прототипом сучасних газет вважаються “Acta diurnal senates as populi” (“Щоденні протоколи сенату і римського народу”), у яких на глиняних дошках діурналісти (звідси назва – журналісти) публікували міські новини: світську хроніку, передбачення, прогнози погоди (як теперішні “бульварні” видання) і виступи у Сенаті (своєрідні репортажі “з перших рук”). Чинником масової комунікації для письменних вчені вважають також численні бібліотеки, що існували при монастирях, а для “homo idioticus” (неграмотних) – стіни соборів, за якими можна було “відчитати” події та настанови християнського життя. Така комунікація була великою мірою однобічною й розрахованою на пропагандистське сприймання у штучно створеній ситуації абсолютної довіри, а не на мислення та певні дискусійні моменти.

Світовий розквіт газетного дискурсу – XIX століття. Тоді на їх шпальти змістився центр політичного та суспільного життя усіх європейських держав. У XX столітті періодика продовжувала успішно розвиватися, але поступово видозмінювалася, оскільки з’являлися нові електронні ЗМІ (радіо, телебачення, Інтернет). Не

будучи здатною конкурувати з найновішими мас-медіа в оперативності передачі інформації та емоційності, преса зробила ставку на коментарі, докладний аналіз подій, висвітлення місцевих новин, рекламу та оголошення. А на початку XXI століття Інтернет “відібрав” у неї останню пальму першості – імідж найефективнішого поширювача реклами.

Останнім часом преса переживає справжню кризу. Деякі видання трансформуються в таблоїдний формат, що дозволяє економити папір та залучати більше молодих реципієнтів (“людей ока”, як назвав їх Маршал МакЛюен), які ніколи не були палкими прихильниками звичайних паперових газет. Однак перехід в електронний формат не є для друкованих ЗМІ панацеєю і не завжди приносить очікуваний економічний ефект. Зрештою… можна навіть посперечатися, чи то є газети, чи вже якісь інші мас-медіа. Адже вони, по-перше, “не беруться в руки”, по-друге, проходять не лише через візуальний канал (усі частіше містять відеосюжети та рекламу), по-третє, на думку читачів, не заслуговують на таку міру довіри (адже інтернет-матеріали не контрольовані законодавством, можуть легко “стиратися” та коригуватися тощо). Можна ще перераховувати відмінності. Але на загал справді складається враження, що то якась інша естетико-комунікативна система.

З приводу того, чи є давні та сучасні видання газетами, чи – ні, можна довго сперечатися. Однак існують критерії, які об’єднують цю медіа-категорію в одну більш-менш однорідну дискурсивну комунікативну систему. Ця система в інформаційному форматі вибудовується за моделлю трансмісії, в аналітичному – рецепції, а, якщо видання бульварне, – за моделлю привернення уваги. Інформація у пресі в будь-яких випадках проходить через зоровий канал, частково задіюючи тактильний та нюховий (якщо газета паперова). Цей дискурс є порушенням законів звичної комунікації, оскільки передає повідомлення на відстані. На рівні стратегій подачі фактів та аналітики у пресову комунікацію вмонтовано механізм довіри, адже друковане слово передбачає велику міру відповідальності (хоча інколи, за аналогією до розважальних ЗМІ, воно також лише сенсаційно вводить в оману). На рівні стратегій сприймання інформації усе розголошене в пресі здебільшого сприймається та осмислюється аудиторією (тобто – розраховане на реакцію у відповідь) і дуже рідко лише фіксується як подраз-

нення (наприклад, у розважальних виданнях). Комунікатор тут, як правило, – автор. Однак у газетах наявне також і фатичне спілкування "ні про що", а отже: мовець може бути й контактером (хоча в сенсі символізації інформації газета значно поступається іншим ЗМК). На жаль, інколи автор статей – символізатор (як правило – це підкуплений журналіст). Публіцистичний дискурс має основний і поствияв. Посткомунікація – свідчення популярності та аналітизму видання (адже "пост-" – це те надзвичайно актуальне, що потрапляє в ситуацію повторного обговорення).

Порівнюючи з іншими ЗМІ, І. Михайлин називає такі атрибутивні особливості преси:

– Інформація фіксується в друкованому тексті, отже, слово здатне не тільки передавати відомості про факти, але й бути носієм думок, фантазій та художніх образів.

– Преса сприймається без додаткових технічних засобів. Це означає, що де і в яких умовах ми б не були – газета завжди доступна.

– Періодика дає читачеві можливість оглядовості й вибірковості в ознайомлені зі своїми матеріалами, які існують одночасно, хронологічно та паралельно (а в електронних ЗМІ – послідовно).

– Газета забезпечує можливість різних ступенів сприймання матеріалу (можна лише переглянути назви та ліди, ознайомитись з окремими публікаціями або ж прочитати все уважно та детально).

– Преса дозволяє відкладати читання "на потім", що поки що важко зробити на рівні електронних ЗМІ (хоча окремі програми вже зараз допустимо переглянути в Інтернеті).

– Друковані видання психологічно зручні й комфортні.

– Газети загальнодоступні (для попередників, сучасників та наступних поколінь), адже десятиліттями/століттями лежать в бібліотеках [3, с. 80-83].

Однак преса не бездоганна. Серед її основних вад – неоперативність. Порівняно з іншими ЗМК, газети не встигають швидко подавати новини. Окрім того, періодика розрахована виключно на освічених людей. Тобто – вона доволі елітарний медіум (хоча не настільки, як мистецтво чи література).

Отже, ознайомившись з історією виникнення та розвитку публіцистичного дискурсу та власне публіцистики, пропонуємо погляд на публіцистичність як на явище, необмежене простором і часом,

таке, що стосується усіх культурних сфер, а на публіцистику, як на один із виявів журналістики.

Література:

1. Даль В. Толковый словарь живаго великорускаго языка [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу : http://slovardalja.net/dal.php

2. Михайлин І. Л. Історія української журналістики: підручник для вищої школи. – Вид. 3-тє, доповнене і поліпшене / І. Л. Михайлин. – Харків, 2005. – 320 с.

3. Михайлин І. Л. Основи журналістики: підручник. – Вид. 5-е доп. і поліпшене / І. Л. Михайлин. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 496 с.