

Василик Л. Є.,  
д-р наук із соц. комунік.

УДК 007: 304: 070-82-92 (09)(477) «312»

## Концептуальність як метод інтелектуального аналізу публіцистичних текстів

*У статті обґрунтовано методологію аналізу публіцистичного тексту, яка полягає в його концептуальному прочитанні. Пропонується інтерпретація публіцистичної комунікації через концепти як смислові структурні одиниці тексту. Таке прочитання дає змогу розглянути публіцистику як творчість концептуальну, світоглядну, ґрунтовніше окреслити комунікаційну настановчість її дискурсу.*

*Ключові слова:* субстаційність, світоглядна публіцистика, семіотика, концепт.

У сучасних медіастудіях використовуються різні підходи до аналізу журналістських текстів, проте публіцистичний контент ЗМК, на нашу думку, потребує оновлення методологічних принципів його інтерпретації. Така необхідність актуальна з огляду на інтелектуальний масово-комунікаційний дискурс, який формує публіцистика, на модельовану нею масову комунікацію, що стосується визначальних питань буття індивіда та соціуму – центрових проблем «великого тривання». Це дасть змогу у новому пошуковому ракурсі інтерпретувати публіцистику з позицій уже відомих журналістикознавчих шкіл публіцистики, адже саме оновлення теорії та її інноваційний розвиток є актуальними через необхідність пошуку наукової істини, встановлення релевантних ознак публіцистики як мас-медійного явища. Нагадаємо, що на сьогодні сформовано цілу низку інтерпретаційних моделей публіцистичних текстів, запропонованих у дослідженнях М. Шлемкевича, В. Здоровеги, Д. Прилюка, Ю. Лазебника, А. Москаленка, Є. Прохорова, В. Різуна, В. Учонової, О. Мукомели, Н. Сидоренко, В. Буряка, С. Костя, В. Лизанчука, Й. Лося, Т. Лильо, Н. Габора, І. Полянського, Т. Хоменко, О. Іванової, Н. Желіховської, Н. Клушиної та інших вчених. Зокрема, чи не вперше саме В. Буряк наголосив на еволюції термінологічного інструментарію сучасної теорії публіцистики, на потребі системного концептуального її прочитання, виокремив сучасний термінологічний дискурс теорії публіцистики як інтелектуальний чинник [1].

Тож *об'єктом* нашого дослідження є явище мас-медійної світоглядної публіцистики, *предметом* – можливості її інтерпретації за допомогою концептів як ключових слів публіцистичного інтелектуального дискурсу. *Мета і завдання* розвідки – обґрунтування методології концептуального прочитання публіцистичного контенту, що дасть можливість доповнити традиційну наукову парадигму теорії публіцистики та розшири-

ти систему вже усталених технологій у медіадослідженнях. Реалізація мети передбачає систематизацію розроблених в теорії журналістики теоретико-методологічних положень, що стосуються феномена публіцистики, а особливо публіцистики світоглядної (концептуальної, універсальної, органічної, націєтворчої), та обґрунтування інтелектуального методу аналізу публіцистики через концепти як її смислові структури. Такий методологічний підхід здатен доповнити традиційний аналіз публіцистичних текстів, адже акцентує увагу на тому, що світоглядна творчість ґрунтується на певних концептах – ідейно-смислових домінантах, навколо яких концентруються найважливіші масовокомунікаційні дискусії. Центрова роль концептів у формуванні дискурсу, їх смислова актуалізація дають можливість зробити істотні зауваги щодо інтелектуальної ролі концептів у моделюванні публіцистичного контенту. Під поняттям публіцистичної світоглядності розуміємо творчість, яка пропонує екзистенційну основу індивідові та соціуму, допомагає самовизначенню особистості, соціалізує, ідеологізує суспільне життя в руслі націєтворчих прогностичних тенденцій; це той тип журналістської діяльності, який вербалізує найважливіші особистісні та національні світоорієнтири. На думку М. Шлемкевича, світоглядна публіцистика у філософській, політичній, науковій, духовній та культурній площинах відображає процес «дозрівання громадської думки», який «завершується світоглядом суспільства, передовсім його провідної верстви, і філософії її інтелектуальних верхів» [2, с. 6]. Як зазначає Й. Лось: «Світоглядна публіцистика не може орієнтуватися на сезонне зацікавлення на основі матеріалізму фактів. Масштабний підхід передбачає врахування метаісторії, тобто постійно діючих факторів, аргументів з поєднанням тла події: історія + футурологія + філософічність + сенсовність. Певна річ, не оминаючи поточно-

го моменту, але забезпечуючи епічне бачення світу» [3, с. 8]. Тож вважаємо, що світогляд на публіцистика – це журналістський макротекст, котрий, апелюючи до масової свідомості, моделює комунікаційний процес, що стосується визначальних світоглядних понять, переконань, універсалій, виконує роль їх медіатора, а також містить соціально-філософський аналіз проблем суспільної моралі, духовності, національного буття. Не випадково, на думку дослідників, парадигма світоглядної публіцистики «оперує макротекстами, субстанційним матеріалом, принципами, ідеями; апелює до глибинних пластів свідомості людини, до ядра особистості; формує її світоглядні орієнтири; повертає до автентичних джерел; під'єднує до національного егрегора (націєтворчий чинник); сприяє оздоровленню суспільства й покращенню медіаекології, нарешті, живить Ноосферу» [4], адже це публіцистика, яка обстоює позачасові цінності, тобто цінності субстанційні, не лише поточне коментує, а й окреслює надчасове. Така публіцистика здатна проводити дослідження особистості, суспільних пріоритетів, ментальних структур, формувати громадську думку, коригувати стан масової свідомості. Вона формує і формулює парадигму поведінки людини та суспільства, володіючи арсеналом аргументаційних засобів, здійснює глибокий аналіз. Це текст покликаний до соціальної місії, адже він дає людині й соціуму філософську основу буття, утверджує ґрунт їхньої екзистенції, ідеологію розвитку. Інтелектуальний аналіз цієї публіцистики допоможе простежити, як вона закріплює на риторично-дискурсивному рівні найважливіші концепти, організовує суспільну комунікацію з опорних питань людського буття, привносить у комунікаційний процес субстанційну інформацію, формує сприйняття суспільно значущих проблем, дискурсивну парадигму суспільно-визначальних цінностей. Тож така публіцистика, що породжує дискурс на перетині політичного, правового, естетичного, філософського освоєння дійсності, що позначена індивідуально-авторським баченням тієї чи тієї проблеми та характеризується виразним ідейним модусом, безумовно, потребує відповідного інтелектуального прочитання.

Звернемо увагу на те, що будь-який дискурс нерозривно пов'язаний із формотворчо-ключовими фігурами, основними поняттями, універсальними знаками, константами, символами, кодами, які визначають його структуру, адже процес осмислення дійсності має у своїй основі певним чином продуману концептуальну систему. Однією із таких складових конструкцій публіцистичного дискурсу є його «внутрішня форма» – концепт,

виокремлення та аналіз якого відкривають нові аспекти якісного осмислення публіцистичного тексту, дають змогу простежити його структурну та концептуальну спрямованість. У запропонованій теоретичній моделі відштовхуємося від того, що світоглядна публіцистика оперує концептами як культурними кодами епохи, яка, за Р. Бартом, постає як система таких кодів, знаків, символів. Кожна епоха репрезентує себе в текстах, зокрема й у пресовому дискурсі, вершиною якого є публіцистика. Концепти як універсальні коди таких текстів стають способами інтерпретації епохи, вираженням масової свідомості того чи того періоду, фіксують основні світоглядні коди у суспільній комунікації часу. Отже, таким чином вони стають найважливішими свідомісними знаками тексту.

Феномен концепту впливає з семіотичних досліджень, в основі яких лежить знак (праці Р. Барта, У. Еко, Ю. Лотмана). Зважаючи на розуміння концепту як семіотичного знаку, що реалізує себе не в останню чергу і в мас-медійному публіцистичному дискурсі, вважаємо за доцільне прочитувати за його допомогою світоглядну публіцистику – виокремити найважливіші концепти та простежити розгортання їхньої дискурсивності в контексті формування масової комунікації, надання їй інтелектуальної спрямованості та світоглядної значущості. Такий методологічний підхід доповнює вже відомі практики аналізу публіцистичних текстів. Він полягає в заснуванні метатеоретичної методології аналізу світоглядної публіцистики шляхом виокремлення та концептуалізації найважливіших для суспільної комунікації свідомісних кодів.

Оскільки, як ми вже підкреслили, концепт має знаково-комунікативну природу публіцистичного мислення, вибудовує модель дійсності як інтелектуальну структуру, то він по суті і є тим «базовим пунктом», на якому ґрунтується концептуальна публіцистика, його текстотвірною і текстоформувальною структурою. Аналіз публіцистичних текстів за допомогою концептів дасть змогу висвітлити численні питання, пов'язані із феноменом світоглядної публіцистики як видом творчості концептуального характеру, дослідити вплив концептів на медіаефективність, зрозуміти суть комунікаційних інструментів (концепти як механізм донесення світоглядних субстанційних понять до масової свідомості) та роль концептів у контексті медіакартини світу. Таке прочитання публіцистики з використанням семіотичного підходу забезпечує надання предмету публіцистики нових додаткових інтерпретаційних можливостей. Концепт як складник публіцистичного тексту та авторської картини світу має широкі контекстуальні асоціації, характеризується багатством значень, актуалізується публіцистом в руслі його індивідуаль-

но-авторської концепції та загалом визначається масовокомунікаційною картиною суспільної свідомості, як, до речі, може й детермінуватися нею, отримувати свої інтелектуальні схеми текстової актуалізації. Звичайно, не всі поняття можуть ставати концептами, нести глибинні асоціації, змістово-образні нашарування, особливо у публіцистиці концептуальній, світоглядній. Вона оперує лише тими концептами, які мають сталі ментальні характеристики й є усталеними категоріями масової свідомості. Тільки тоді вони здатні стати вершиною авторського задуму (концепції) і деталізувати її ідейно-сміслові наповнення. Це такі поняття, як *душа, слово, віра, совість, істина, Бог* тощо, які зумовлюють і структурують інтелектуальний публіцистичний дискурс, моделюють його світоглядно-ціннісну настановчість. Загалом концепт як знак публіцистичної комунікації привертає увагу до центрального, концептуального, світоглядного для інтелектуальної самоідентифікації особи та соціуму.

Слушною в контексті нашого обґрунтування є й позиція І. Михайлина, який у статті «Семіотика журналістики» зазначає: «Журналістика, для якої мова – інструментарій створення й транспортування повідомлень, підлягає загальним законам семіотики. На жаль, під кутом зору проблематики семіотики журналістика в Україні практично не вивчалася й не вивчається» [5, с. 74]. Дослідники зауважують, що «не всі ділянки сучасного медіадискурсу однаково досліджені як взагалі, так і крізь призму семіотики, а деякі з них, безперечно, потребують першочергової уваги» [6, с. 69]. Вважаємо, що з огляду на важливість базових операційних одиниць мислення в гуманітарному знанні та поняття знакових систем, зокрема концепту як знаку комунікації, деякі аспекти семіотики доцільно залучити й до аналізу публіцистики. Наголошуючи на сутності найважливіших концептів у публіцистиці, акцентуємо й на думці, висловленій Я. Приходою: «Особливо актуальним є концептуальний аналіз, спрямований на соціально-політичні, ідеологічні концепти, які є ціннісними категоріями суспільної свідомості. Такий аналіз встановлює кореляції між історичними змінами у значенні цих концептів та еволюцією суспільних ідеологій» [7].

Концепти можна знайти у текстах відомих публіцистів минулого та сучасників (від І. Франка, М. Міхновського, Д. Донцова, С. Петлюри до І. Дзюби, Є. Сверстюка, О. Глушка, А. Погрібного, М. Мариновича, О. Романчука, К. Гудзик, О. Пахльовської, С. Кримського, С. Грабовського та ін.). Переважно вони визначають фундаментальні онтологічні поняття (*Україна, свобода, Бог, душа, пам'ять, істина, гідність, особи-*

*стість*), що складають загальнолюдську шкалу вартостей, є семантично багатовимірними, мають виразні авторські координати, утворюють у публіцистичній комунікації багаті асоціативно-сміслові поля. Це точка перетину між світом культури і світом індивідуальних смислів, що завдяки контекстуально-семантичній рухливості здатна наповнюватися, змінюватися і відображати людський досвід. Й. Лось переконаний, що вже зараз «можемо вести мову про український національний текст як феноменологічне явище, репрезентований Є. Сверстюком, Л. Костенко, О. Пахльовською, Дмитром Степовиком, І. Дзюбою, С. Кримським, А. Погрібним, П. Мовчаном, С. Плачиндою, Ю. Пригорницьким, десятками публіцистів з діаспори» [8, с. 282]. Вони продукують інтелектуальний публіцистичний текст, що характеризується багатограними дискурсивними площинами перетину самопошуків особистості та соціуму, ведуть діалог щодо проблем національної пам'яті, етнічної та громадянської концепції сучасного суспільства, ціннісної орієнтації України в сучасних геополітичних координатах тощо. Тож на часі інтелектуальне прочитання цього тексту, зокрема, й за допомогою концептів.

Враховуючи дослідницькі напрацювання щодо проблеми інтелектуального аналізу публіцистичних текстів, вважаємо за потрібне сформулювати такий висновок: концепт та його смислове концептуальне поле об'єднують зв'язки на рівні ідей, на рівні найважливіших світоглядних концепцій, за допомогою ключових концептів складається концепція тексту – розгорнута система поглядів. На тлі системи виразально-зображальних засобів публіцистики концепт виконує важливу ідейно-підсилювальну роль, вибудовує проблемно-аналітичний публіцистичний простір, а концептуальне поле створює інтелектуальний поліфонізм, коли концепт набуває поліфонічних контекстуально-сміслових варіантів, різних змістових рівнів (*Україна – батьківщина, дім, коліска, міт, Ойкумена, Еллада* тощо). Звідси концепт постає як свідомісна одиниця публіцистичного мислення, за допомогою якої можна інтерпретувати різні факти інформаційного потоку, надавати їм цілісно-структурної та ідейно-художньої послідовності й широти осмислення, фокусувати багатий спектр різноманітних значень і формувати дискурсивність найважливіших світоглядних проблем. Концепти як «рухомі» семантичні поняття можуть втілювати логічний та емоційно-асоціативний зміст, залежно від контексту набувати первинної та вторинної (метафоризованої) номінації, створювати систему бінарних смислових опозицій (*Україна – Європа, свобода – рабство* тощо). У контексті кожної національно-культурної сві-

домості вони набувають конкретніших історіософських аспектів – відображають через закріплення у публіцистичній картині світу філософське й морально-духовне освоєння історії та суспільної практики. У публіцистичній комунікації концепт наповнюється особистим «я» публіциста, стає засобом глибшого відтворення інформаційної картини світу. Його аналіз разом з іншими методологічними підходами допомагає прочитати інформацію, яку подає публіцистика, інтерпретувати її.

Отже, підкреслимо такі основні положення. Насамперед, світоглядна публіцистика – це тип мас-медійного тексту, що формується на перетині політичного, правового, естетичного, філософського освоєння дійсності та вносить у масовокомунікаційний дискурс світоглядні субстанційні ідеї, формує їх дискурсивність. З цього погляду, на відміну від публіцистики поточного масовоінформаційного характеру вона заслуговує на ґрунтовніше концептуальне прочитання. Пропонуючи трактувати публіцистичний дискурс певної епохи як текст з притаманними йому семіотичними кодами – концептами, отримуємо можливість ідентифікувати найважливіші центропункти масовокомунікаційних дискусій, визначити домінуючий зміст комунікації та простежити через смислове розгортання концепту окреслення основних світоглядних дискусій. Концепти як сконцентровані у семіотичних кодах ідеї прочитуються в публіцистиці, даючи змогу зрозуміти світоглядні дискурси, що постають в епіцентрі тієї чи тієї суспільної комунікації. Їх експлікація у публіцистичному мас-медійному дискурсі дає можливість актуалізувати сенсотворчі світоглядні настанови та впливати на ідентифікаційний рівень особистості, визначати та розвивати масову комунікацію, що стосується найважливіших світоглядних проблем.

1. *Буряк В.* Генеза концептуальності сучасного публіцистичного мислення у контексті свідомісної парадигми ХХ століття // Вісник Львів. у-ту. Серія : Журналістика. — 2001. — № 21. — С. 154–163; *Буряк В.* Еволюція публіцистичного мислення української інформаційно-художньої свідомості як виду інформаційного відображення // Збірник праць НДЦП. — Львів, 2001. — Вип. 9. — С. 249–275; *Буряк В.* Еволюція термінологічного інструментарію сучасної теорії публіцистики: інтелектуальна модель інформаційного відображення // Наукові записки Інституту журналістики. — К., 2001. — Т. 3. — С. 50–57; *Буряк В.* Системна та концептуальна структура сучасного публіцистичного мислення // Вісник Львів. у-ту. Сер. : Журналістика. — Львів, 2002. — Вип. 22. — Ч. 1. — С. 19–30; *Буряк В.* Сучасний термінологічний дискурс теорії публіцистики як інтелектуальний фактор // Вісник ЛНПУ. — 2008. — № 3. — С. 5–13.

2. *Шлемкевич М.* Новочасна потуга // Верхи життя і творчості : промови-доповіді. — Нью-Йорк : Торонто, 1958. — С. 109–146.

3. *Лось Й.* Цілісна шляхетна свідомість: аристократизм думки // Вісник Львів. у-ту. Сер. : Журналістика. — Львів, 2009. — Вип. 32. — С. 5–17.

4. *Титаренко М.* Світоглядна публіцистика в журналістському дискурсі: ab ovo [Електронний ресурс] / М. Титаренко. — URL. : [http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/ZPNDZP/2008/Tytarenko\\_M.htm](http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/ZPNDZP/2008/Tytarenko_M.htm).

5. *Михайлин І. Л.* Журналістика як всесвіт: вибрані медіа-дослідження / І. Л. Михайлин. — Х. : Прапор, 2008. — 512 с.

6. *Чабаненко М.* Роль семіотичних досліджень інтернетного медіа-дискурсу в справі розвитку медіаграмотності // Українська журналістика: умови формування та перспективи розвитку : зб. наук. пр. — Черкаси, 2007. — С. 69–72.

7. *Прихода Я.* Європа як концепт [Електронний ресурс] // Електронна бібліотека Інституту журналістики. — URL.: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=268>.

8. *Лось Й.* Публіцистика й тенденції розвитку світу : навч. посіб. для вищ. навч. закл. III-IV рівнів акредитації : у 2-х ч. / Й. Д. Лось. — Львів : ВЦ ЛНУ імені Івана Франка, 2007. — Ч. 1. — 376 с.

Подано до редакції 25. 10. 2013 р.

#### Vasylyk Lyubov. The conception as a predictive analysis of journalistic texts

The article deals with the methodology of analyzing journalistic text, which lies in its conceptual reading. An interpretation of journalistic communication is proposed through concepts as semantic structural units of text. This interpretation allows considering journalism as a conceptual, world view creativity, thoroughly describes the communication didacticism of its discourse.

**Keywords:** substantiation, worldview journalism, semiotics, concept.

#### Василик Л. Е. Концептуальность как метод интеллектуального анализа публицистических текстов

В статье обоснована методология анализа публицистического текста, которая состоит в его концептуальном прочтении. Предлагается интерпретация публицистической коммуникации при помощи концептов как смысловых структурных единиц текста. Такое прочтение позволяет рассматривать публицистику как творчество концептуальное, мировоззренческое, основательнее очертить коммуникационную настановочность ее дискурса.

**Ключевые слова:** субстанциионность, мировоззренческая публицистика, семиотика, концепт.