

УДК 070-051М.Рябчук:801.631.5

ОБРАЗНІСТЬ ТА АРГУМЕНТАЦІЯ В ПУБЛІЦИСТИЦІ М. РЯБЧУКА ЯК ЗАСОБИ ВПЛИВУ НА РЕЦИПІЄНТІВ

Марина Свалова

*Полтавський національний педагогічний університет імені В. Г. Короленка
вул. Остроградського, 2, Полтава, 36000, Україна
e-mail: kaf_zhurnalist@ukr.net*

У статті розглядаються образні ресурси публіцистики М. Рябчука. Досліджується аргументаційна система, виокремлюються конкретні види аргументів як способи впливу на реципієнтів. Творчий доробок публіциста аналізується в контексті синтезу раціонального та образного складників у структурі публіцистичного тексту.

Ключові слова: публіцистика, образ, аргументація, вплив, переконання.

Публіцистичний текст як синтетичне образно-понятійне утворення є важливим складником соціокультурної комунікації, способом і результатом входження людини в єдиний (національний, мовний, світоглядний) буттєвий простір, потужним засобом впливу. Публіцистика М. Рябчука в такому контексті набуває особливої значущості, оскільки характеризується різноманітністю засобів комунікації на різних рівнях текстової структури. На жаль, доробок автора ще не був ґрунтовно досліджений теоретиками публіцистики, це й зумовлює актуальність нашої розвідки. *Метою* статті є дослідження образних ресурсів та аргументаційної системи публікацій М. Рябчука з точки зору їхнього впливу на реципієнтів. Визначено основні *завдання* розвідки: виокремити ключові публіцистичні образи; окреслити функції образного складника публікацій у контексті впливу (переконання, привернення уваги, актуалізація порушених проблем); проаналізувати систему аргументів, до яких удається автор.

Не викликає сумніву думка, що саме публіцистичний образ є потужним засобом впливу. На значущості публіцистичного образу слушно наголошує В. Здоровега: «Найпростіше його завдання звернути увагу, по можливості дохідливо, наочно сказати про те чи інше явище, факт, зримо висвітлити складне абстрактне поняття. Наявність у публіцистичному тексті елементів образності, точних і вдаливих характеристик вже само по собі корисне, оскільки збуджує увагу слухача, читача» [1]. Звісно, образ у публіцистиці покликаний виконувати й складніші завдання. Тому можемо говорити про значущість саме художнього складника у структурі публіцистичного образу.

Аналізуючи та синтезуючи дискурси навколо українського питання, М. Рябчук подає цілісний образ постколоніального українського світу, який водночас розщеплюється на окремі складники, тому ніяк не обмежується функцією привернення та утримання уваги чи збудження уваги. Ці складники – результати розробки публіцистом конкретних проблем у контексті загального тематичного спрямування. Наприклад, осмислюючи російсько-українські стосунки, автор актуалізує метафору «Робінзон Крузо – П'ятниця», надаючи їй нових смислових відтінків, аби читачі зрозуміли опозиційність, протистояння двох культурних

площин: «Із постколоніального погляду, російсько-українські стосунки можна порівняти до взаємин Робінзона Крузо із П'ятницею: кожен Робінзон «любить» свого П'ятницю – але лише доти, доки П'ятниця приймає накинута йому правила гри й визнає колоніальну субординацію та загальну зверхність Робінзона й Робінзонової культури» [3, с. 9].

Образ українського світу – це масштабний публіцистичний конструкт, до структури якого входять інші публіцистичні моделі: образи України, політикуму й конкретних політиків, митців, інтелектуалів, друзів, знайомих, колег автора, навіть випадкових перехожих. Кожен образ моделюється на основі певних конфліктів, протиріч (як соціального, так і «приватного», суб'єктивного характеру). Наприклад, своєрідне розщеплення відбувається на рівні самого образу України, автор відстежує зіткнення (чи взаємодоповнення) класичних «мистецьких» стереотипів у нашій культурі, які є не менш стійкими та шкідливими, ніж політичні усталені й майстерно протрансльовані образи. Апелюючи до добре знайомого способу стереотипізації, що його вплив більшість українців відчуває (хоч і не завжди усвідомлює), М. Рябчук, розвінчує стереотип, робить його водночас потужним засобом впливу: «Треба визнати, що й сьогодні ставлення росіян (а почасти й інших чужинців) до України формується великою мірою на основі саме таких культурно-історичних стереотипів. З одного боку – це ідилічний гоголівський стереотип «поющей и пляшущей Малороссии» (Україна, яку всі росіяни начебто щиро «люблять»), а з іншого – демонічний булгаковський стереотип України, знавці від націоналізму («утілення хаосу, насильства і зла» – такий собі вірнопідданий П'ятниця, що раптово збожеволів, себто уявив себе рівним Робінзону – під впливом розтлінної «мазепинщини», «петлюрівщини» та «бандерівщини»)» [3, с. 48].

Обравши метафору за ключовий прийом впливу на реципієнтів (почасти залучаючи іронію, почасти вдаючись до інтелектуальної гри, почасти просто аргументуючи), М. Рябчук актуалізує публіцистичний конфлікт, увиразнюючи його такими яскравими (і впізнаваними для широкої аудиторії) образами, як «український Маркес», «холодна громадянська війна», «література обложеної фортеці», «молодший брат» тощо.

Досліджуючи старі й нові «комплекси» українців через призму літератури як засобу (і результату) національного «виживання», автор уводить цікавий образ «культурного уламка імперії», актуалізує проблему внутрішньої та зовнішньої маргіальності: «Для більшості українців, а відтак і чужинців Україна залишається культурним уламком імперії, провінцією, що виробляє культурну продукцію переважно для «хатнього» вжитку, а на імперський ринок постачає лише культурну сировину («малоросійську екзотику», «южнорусській колорит»), споживаючи натомість готовий культурний та інформаційний продукт, вироблений у «Центрі», і не шукаючи жодних інших, самостійних контактів із зовнішнім світом» [3, с. 101]. Поняття «імперськості», активно розроблене М. Рябчуком, утілюється передовсім у вже традиційних для України колізіях, класичних образах і відомих протистояннях: «своє-чуже», «справжнє-фіктивне», «центральне-маргіальне» та ін. Апелюючи до культурної пам'яті сучасників, публіцист сміливо актуалізує найнебезпечніший із національних «комплексів» – «комплекс подібності до» і (як наслідок) «комплекс власної невизначеності».

Майстерно виписаний М. Рябчуком і образ «совка» як своєрідного часопростору, у якому перебуває пострадянська Україна. Удаючись до психологізму, тонкої іронії, деталізації, публіцист залучає читачів до критичного осмислення минулого й сьогодення нашої держави, засобами комічного підводячи їх до сво-

ерідного «катарсису» як першого кроку до усвідомлення проблеми національно-культурної ідентичності. Історії, що трапилися з автором, почасти випадкові, несподівані чи незначущі, виступають комунікативними вузлами, точками перетину досвіду автора й досвіду реципієнтів: «А тому, коли на вашу укрмову працівниці якого-небудь «Гуго Босса» незворушно розповідатимуть щось по-русські, бо їм так удобнеє, – утікайте звідтіль, бо ніякий то не «Гуго Босс», а звичайна совкова «Берьозка», замаскована євроремонтом, наче фальшивий коньяк – яскравою етикеткою» [4, с. 72]. Один із основних прийомів актуалізації публіцистом значущої проблеми – це синтез «комічного» і «трагічного», коментарів звичайної життєвої ситуації та глибокого аналізу. Наприклад, таблички з написом угорською (а не українською) мовою на закарпатських садибах, які попереджають про лютого пса у дворі, наштотували М. Рябчука на такі міркування: «Фактично ніде в Україні питомо-національний «лютий пес» не потрапить конкурувати з (екс)імперськими «злими собаками», «злими псами» та «гаміш-кутями». Достоту так само українська лайка не потрапить конкурувати з російською, угорською чи навіть польською. Йй, як і незліченним українським сіркам, бракує правдивої лютої. Бракує, по-вченому кажучи, інституціалізованої традиції та приналежності до домінантного дискурсу» [4, с. 107].

Потужним засобом впливу на реципієнтів у публіцистиці є аргументація, оскільки публіцистичний текст – це текст «для дії», тобто він спонукає аудиторію якщо не до конкретних вчинків, до зміни поглядів, то є стимулом замислитися над проблемою, порушеною автором, прийняти для себе її актуальність. Не можна не погодитися з думкою М. Скуленка, що публіцистика спрямована не на відображення, а на актуалізацію та обговорення гострих соціальних питань [5]. Публіцистичний доробок М. Рябчука зорієнтований на переконання читачів не просто у правильності авторської позиції, її важливості, обґрунтованості, а в актуальності самого питання, його значущості для кожного реципієнта. Тому автор не подає конкретних шляхів вирішення проблеми, залишаючи переважно «відкриту розв'язку».

Публіцистика М. Рябчука є яскравим прикладом синтезу наукового та образно-емоційного начал. Відповідно, не можна оминати увагою ті кілька рівнів науковості (за М. Скуленком, поняття науковості в публіцистиці можна розуміти в широкому та вузькому значеннях [5]), які демонструє кожна його публікація. Загалом, тексти М. Рябчука зумовлені самою дійсністю, відповідно, містять аналіз цієї дійсності. У вузькому значенні науковість його публікацій (навіть якщо йдеться про коротку жанрову форму – так званий анекдот) виражається на таких рівнях. По-перше, це глибина публіцистичних узагальнень, якої неможливо досягнути без серйозної попередньої розробки теми, відбору фактів, засобів утілення думки в образно-публіцистичній формі. По-друге, логічність, чіткість викладу матеріалу, образне увиразнення суджень, причинно-наслідкова єдність усіх компонентів тексту – ще одна ознака науковості публіцистичного письма М. Рябчука. По-третє, М. Рябчук намагається досягнути максимального рівня переконливості своїх виступів, використовуючи прийоми впливу, що базуються на знанні особливостей масової комунікації, а також соціальних і психологічних особливостей потенційних реципієнтів. Так, публіцист, поєднуючи раціональний та емоційний аспекти, створює специфічну «мікромодель» дійсності як засіб переконання, деталізуючи, конкретизуючи певну проблему, водночас зберігаючи її «глобальну» актуальність.

Досліджуючи проблему аргументації в публіцистиці, М. Скуленко аналізує класифікацію аргументів, запропоновану М. Черепуховим. Так, М. Черепухов

хов подає аргументацію у вигляді трьох основних груп: теоретична аргументація; аргументація даними (фактами, цифрами), яка ділиться на аргументацію на основі аналізу окремих ситуацій і фактів, аргументацію на основі узагальнених даних, аргументацію на основі конкретних даних, отриманих під час безпосереднього вивчення явища чи взятих із певних джерел; психологічна характеристика, що виступає як аргумент (до цієї групи дослідник зараховує загальнотеоретичну та локальну психологічні характеристики) [5]. Уточнюючи й доповнюючи попередню класифікацію, М. Скуленко подає власну диференціацію аргументів у публіцистиці. Відкидаючи певні ідеологічні аспекти, уважаємо класифікацію науковця доцільною в контексті аналізу публіцистичного доробку М. Рябчука.

Перша група аргументів, виділена дослідником, – *теоретична*. Вона ділиться на базисні теоретичні положення, аксіоми й дані з тих галузей знань, що мають предметно-прикладний характер (психологія, біологія, хімія, соціологія тощо) [5]. Публіцистика М. Рябчука, звісно, оперує аргументацією такого рівня (дані гуманітарних досліджень, а також власні наукові спостереження).

Друга група – *фактографічна* аргументація, яка представлена подієвою інформацією (опрацьовані публіцистом події та явища повсякденної дійсності, одиничний факт чи група фактів, об'єднані на основі однорідності); підсумковими даними (охоплюють не тільки поточну інформацію, а й аналіз даних за певний проміжок часу, належать самому автору чи взяті з інших джерел); аргументацією-свідченням (підтвердження авторського тезису іншими публікаціями, документами тощо) [5]. Аналізуючи фактографічну аргументацію в публіцистиці М. Рябчука, можна виокремити його посилання на публікації інших авторів, розгортання навколо фактів, тез із цих публікацій полеміки, висловлення власних думок тощо. Наприклад: «Незадовго до саміту Україна-ЄС, що відбувся 19 грудня в Києві, Ендрю Вілсон, експерт Європейської ради міжнародних відносин (ECFR), опублікував аналітичну записку «Україна після вироку для Тимошенко», де оглянув коротко особливості української внутрішньої та зовнішньої політики за часів Януковича та окреслив найоптимальнішу, на його погляд, лінію поведінки Євросоюзу щодо України» [2, с. 152]. Часто М. Рябчук удається й до аргументації-свідчення: «В цьому контексті не так уже й дивно, що книжка канадського професора з Вінніпега Мирослава Шкандрія під назвою «Росія та Україна: література і дискурс імперії від наполеонівських до постколоніальних часів» (Монреаль, 2001) загалом улягає описаній тенденції» [3, с. 15–16].

Третя група – *емпірична* аргументація, джерелом якої є емпіричне знання (суспільна практика, повсякденна діяльність людей, особистий досвід автора чи персонажів) [5]. М. Рябчук удається й до такої аргументації, наближаючи обґрунтування до досвіду реципієнтів: «Українці, як правило, не зазирають до словників, але знають, що прагматизм – це все хороше. А прагматичні політики – це кльові мужики, які не розводитимуться про «мову», «національну ідею», пам'ятники Сталіну та Бандері, НАТО-не-НАТО, «інтеграцію до Європи», а дадуть натомість роботу, зарплату, гарячу воду, заасфальтують дороги, вріжуть по лапах загребущим чиновникам, забезпечать нарешті, як обіцяв один із прагматиків, «бандитам тюрми», а трудящим – невпинне підвищення соціальних стандартів та інших благ. Ось уже двадцять років на виборах українці віддають перевагу прагматикам, котрі на практиці, однак, виявляються або націонал-романтиками, або, ще гірше (і набагато частіше), звичайнісінькими шахраями» [2, с. 18–19]. Наведений приклад ілюструє ще одну групу – *оціночну* аргументацію, яка може базуватися на оцінці автора чи інших осіб [5]. Уривок яскраво

демонструє оцінку публіциста, відповідно, іронія є тим засобом, який спонукає або погодитися, або полемізувати з ним.

Аргументаційна система публіцистики М. Рябчука, природно, не буде повною й дієвою *без ціннісно-нормативної* аргументації. М. Скуленко виділяє у цій групі такі види: ідейно-політичні цінності, моральні принципи, етичні правила, професійні та правові норми [5]. Публікації М. Рябчука загалом позбавлена прямих ціннісно-нормативних аргументів, але вся система переконання спрямована на актуалізацію таких цінностей, як національна ідентичність, патріотизм, критичне ставлення до власних національних «комплексів» тощо.

Отже, публіцистика М. Рябчука представляє масштабний образ українського світу у сукупності культурних, політичних, економічних та ін. складників, що втілюються в образних одиницях нижчого рівня (образ України, ряд конкретних образів-персонажів). Система аргументів представлена теоретичною, фактографічною, емпіричною, оціночною та ціннісно-нормативною аргументацією відповідно до мети автора: актуалізації гострих соціальних проблем, утримання уваги реципієнтів, залучення їх до спільного аналізу та переконання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Здоровега В. Природа і специфіка образу в журналістиці / Володимир Здоровега [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.franko.lviv.ua/faculty/jur/publications/visnyk26/Statti_Zdorovega.htm
2. Рябчук М. Від «хаосу» до «стабільності»: хроніка авторитарної консолідації / Микола Рябчук. – К. : «К. І. С.», 2012. – 288 с.
3. Рябчук М. Постколоніальний синдром. Спостереження / Микола Рябчук. – К. : «К. І. С.», 2011. – 240 с.
4. Рябчук М. Сто анекдотів / Микола Рябчук. – Львів : ЛА «Піраміда», 2014. – 205 с.
5. Скуленко М. И. Убеждающее воздействие публицистики (Основы теории) / М. И. Скуленко [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://constitutions.ru/?p=2012>
6. Стюфляева М. И. Образные ресурсы публицистики / М. И. Стюфляева. — М. : Мысль, 1982. – 176 с.

THE IMAGERY AND ARGUMENTS OF M. RIABCHUK'S JOURNALISM AS MEANS OF INFLUENCE ON THE RECIPIENTS

Maryna Svalova

*Poltava Korolenko National Pedagogical University
Ostrohradskoho Str., 2, Poltava, 36000, Ukraine
e-mail: kaf_zhurnalist@ukr.net*

The current article examines imaginative resources of M. Riabchuk's journalism. Author investigates system of argumentation, distinguishes specific types of arguments as means of influence on the recipients. Creative achievements of journalist are analyzed in the context of the synthesis of the rational and imaginative components in structure of journalistic text.

Keywords: journalism, image, argument, influence, persuasion.

ОБРАЗНОСТЬ И АРГУМЕНТАЦИЯ В ПУБЛИЦИСТИКЕ Н. РЯБЧУКА КАК СПОСОБЫ ВЛИЯНИЯ НА РЕЦИПИЕНТОВ

Марина Свалова

*Полтавский национальный педагогический университет имени В.Г. Короленко
ул. Остроградского, 2, Полтава, 36000, Украина
e-mail: kaf_zhurnalist@ukr.net*

В статье рассматриваются образные ресурсы публицистики Н. Рябчука. Исследуется аргументационная система, выделяются конкретные виды аргументов как способы влияния на реципиентов. Творческие наработки публициста анализируются в контексте синтеза рациональной и образной составляющих в структуре публицистического текста.

Ключевые слова: публицистика, образ, аргументация, влияние, убеждение.