УДК 002.2:655(075.8)

ПУБЛІЦИСТИКА ЯК ОБ'ЄКТ ВИДАВНИЧОЇ ПРАКТИКИ: КВАЛІЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ

Ткаченко І.А.
Кіровоградський державний педагогічний університет імені Володимира Винниченка

У статті публіцистика розглядається у контексті видавничої практики (з'ясовано особливості видавничої інтерпретації публіцистичних текстів) з урахуванням квалілогічних параметрів. Узагальнено типологію видань публіцистичних текстів. Окреслено тенденції сучасного публіцистичного книговидання (український досвід).
Ключові слова: публіцистика, типологія видання, видавнича практика, видавнича інтерпретація, якість видання.

Постановка проблеми. Цінність українського публіцистичного дискурсу для державотворчих і націєтворчих процесів беззаперечна. «[...] на відміну від тих європейських держав, де національний світогляд формувався на університетських кафедрах, в Україні він формувався переважно публіцистами», – наголошував М. Шлемкевич [14, с. 130]. Актуальність порушеної теми полягає в потребі актуалізовувати публіцистичну спадщину (класику і сучасні твори), створювати контексти перепрочитання і переосмислення публіцистичних текстів. Єдино можливим, ефективним форматом такої конструктивної комунікації видаються нам видавничі інтерпретації публіцистичних текстів у книжкові видання. Той факт, що активність публіцистичного книговидання зростає (це зумовлено тими суспільно-історичними процесами, які відбуваються у нашій країні), провокує пожвавлювати і системні книгознавчі дослідження такого важливого видавничого сегменту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Якістю видань публіцистичних текстів цікавляться книгознавці, проте ми не знайдемо великої кількості ґрунтовних досліджень цього аспекту функціонування публіцистики. Так, Л. Василик у монографії «Світоглядна публіцистика сучасних літературно-художніх видань» досліджує концептосферу національної ідентичності в конкретному сегменті [1], В. Галич з'ясовує еволюція творчої майстерності Олеся Гончара як журналіста, публіциста, редактора [2], Й. Лось у навчальному виданні «Публіцистика й тенденції розвитку світу» зосереджує увагу на світоглядному, філософському характері публіцистики та особливостях її функціонування (зазначені проблеми досліджуються через призму аналізу концептуальних публіцистичних виступів елітарних періодичних видань світу та України) [7].

Для книгознавчої науки видавничі інтерпретації публіцистичних текстів залишаються малодослідженим науковим сюжетом. Тенденція до розширення публіцистичного репертуару українських видавництв є рушієм до системного осмислення видань публіцистичних творів. У контексті видавничої практики публіцистика розглядалася спорадично. Традиційно журналістикознавці цікавляться концептосферою публіцистики [12], її мовностилістичними особливостями, поетикою публіцистичного слова та публіцистичним ідіостилем окремих авторів, про що свідчить моніторинг захищених дисертацій та виданих монографій. «Ще тривалий час будь-які праці з історії української журналістики починатимуться твердженнями про їх безсумнівну наукову актуальність, оскільки цей об'єкт вивчення наділений безмежною розмаїтістю й складністю, а працівників на полі його освоєння все ще до суму мало. Українська публіцистика як галузь історико-журналістських досліджень навіть не напрацювала сталих уявлень про корпус класики», – наголошує І. Михайлин [9], і цією тезою ми увиразнимо актуальність статті.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Той факт, що «публіцистика функціонувала і продовжує функціонувати і поза ЗМІ» (В. Здоровега), активізує нові дослідницькі сюжети, пов'язані із видавничими парадигмами існування публіцистичних текстів, залучаючи нові інструментарії, серед яких – квалілогічний аналіз видання як особливої інформаційно-комунікаційної системи. Публіцистичні тексти зазнають нині всебічного вивчення: з погляду продукування і сприймання, побудови і трансформації тощо [3, с. 35], проте системного вивчення публіцистичного книговидання не здійснювалося. Новизна дослідження зумовлена використанням квалілогічних параметрів оцінки видання (квалілогія видання – наука про якість друкованої продукції як комплексне явище, розгляд якості видання з погляду філософських, естетичних, соціально-психологічних, технологічних, економічних, товарознавчих, інформаційних аспектів тощо) [13, с. 7].

Мета статті – окреслити видавничу специфіку та дискурсивний характер видань публіцистичних текстів.

Об'єкт дослідження – сучасний корпус публіцистичних текстів у видавничому контексті з урахуванням дискурсивних особливостей функціонування (у контексті квалілогічних параметрів).

Предмет дослідження – типологічні особливості книжкових видань публіцистики у контексті квалілогії.

Завдання зумовлені проблематикою та метою статті і полягають в тому, щоб: з'ясувати типологічні особливості видань публіцистики; окреслити основні тенденції публіцистичного книговидання; розкрити особливості дискурсивного характеру сучасних публіцистичних видань з урахуванням квалілогічних показників.

Методи дослідження обрано з урахуванням специфіки його предмета, а саме: контент-аналіз (використовувався для оцінки кількісно-якісних, формо-змістових показників сучасних видань публіцистичних текстів) та квалілогічний аналіз (квалілогічний інструментарій дозволив подати системний аналіз якості видавничої продукції).

Виклад основного матеріалу. Публіцистика – інтегральне явище, складний соціокультурний феномен, що одночасно виявляється у сферах журналістики, літератури, філософії, релігії, політики, науки та актуалізується на різних рівнях (стиль, метод, жанр, метатекст, професія, наука, світогляд, явище). Сучасний дослідник Й. Лось дає визначення публіцистики як «словесно-візуальної сфери моделювання свідомості, вияву динамізму людського духу, політичного й морально-філософського

освоєння історії та актуальної суспільної практики, всеохопного засобу формування особистості, площини зазначення вартостей та інтересів людей, соціальних груп і націй, втілення їхньої культурної ідентичності» [7, с. 24]. Його ми використовуємо як авторитетне та найповніше.

Окреслимо типологічні особливості видань публіцистичних текстів. Враховуючи високий рівень контексточутливості і контекстозалежності книговидавничої практики, складним є шлях публіцистичного тексту до читача. Газетна публіцистика типологічно відрізнятиметься від книжкової, сучасні можливості інтернету стають для автора швидким і дискурсивним каналом доступу до читацької аудиторії через соціальні мережі та блогосферу. У сегменті книжкових форматів існування публіцистики окреслюються тенденції до здорожчання видавничої продукції (наприклад, «Бронебійна публіцистика» коштує 350 грн. за комплект) через оригінальні формати та дорожчу поліграфію, популярним є створення серійних та проектних видань («Автографи часу» у видавництві «Академвидав»), що є закономірним явищем, адже якісна книга не може коштувати дешево.

Публіцистика як сукупність текстів з особливою комунікаційною та наративною стратегією, поетикою, жанровою палітрою знаходить впливові видавничі форми існування, самодостатні з огляду на їх видавничу інтерпретацію. Видання публіцистичних текстів є феноменом як художньої літератури, документалістики та журналістики (особливий формат літератури non-fiction), так і видавничої справи. Таку якість публіцистичних текстів, як парадигмальність та здатність модифікуватися з газетно-журнальних форматів у книжкові, можна продемонструвати на прикладі книги-збірки есеїв Юрія Макарова «R2U»: колумністика відомого журналіста перейшла з журналу «Український тиждень» у формат привабливої книги з простою навігацією, тексти розміщені за хронологічним принципом розташування матеріалів [8]. Доповнює книгу аналітична передовиця Юрія Макарова, «інтелектуальна автобіографія з фокусом на самоідентифікації та її формуванні» (І. Славінська), яка чітко пояснює, у тій же публіцистичній манері, ідею створення та місію книги.

Цікавим є визначений видавцями різновид видання – книга-есей. Колективну книгу-есей «Авторська колонка» («Нора-друк», 2007 р.) було створено на основі колумністики «Газети по-українськи»: видання вирізняється поліфонією ідіостилю публіцистів, але тексти єднає уніфікований обсяг в одну сторінку, що створює ефект швидкого читання (читання-квест), читання з будь-якої сторінки, бо немає ризику «загубити» потрібний абзац. Видавці знайшли цікавий, зручний і комфортний привід ще раз перечитати авторські колонки (по які, погодьтеся, ніхто не піде до бібліотеки, аби знайти потрібну газету і ще раз прочитати текст). Так журналісти, які маневрують із журналістики в публіцистику і навпаки, стають письменниками. Це один із засобів брендингу автора, редакції, який поліпшує імідж і кристалізує громадянську позицію колективу.

Результатом видавничої інтерпретації публіцистичних текстів часто є оригінальні, метажанрові за своєю природою, види видань, як-от: книга-блог («Письмо з околиці», Анатолія Дністрового), книга-фотоальбом («Сонячний годинник» Володимира Панченка), книга у стилі facebook («Моя грішна журналістика» Тетяни Вергелес), мемуари тощо. Модифікуються не тільки видавничі жанри, а й журналістські, документальні та літературно-художні.

Стратегічне значення функціонування публіцистичних текстів у самодостатніх, системних видавничих форматах визначається декількома факторами, зокрема: першорядним завданням публіцистики – виражати і формувати громадську думку (публіцистиці властива специфічна мова і спосіб впливу на аудиторію, імперативність); історичною роллю публіцистики в духовному, державотворчому та націєтворчому вимірах України; потребою популяризувати публіцистичне слово, яке в сучасному історичному контексті може стати одним із основних просвітницьких, гносеологічних та аксіологічних інструментів творення проукраїнської людини, утвердження національної ідеї.

Характер і типологічні особливості публіцистичних текстів визначають видавничі параметри публіцистики: від режисури видання, визначення його формату та структури до художньо-технічного оформлення. Аналіз рецептивних стратегій видань публіцистики свідчить про важливу роль читацької аудиторії, яка теж є визначальною у редакційно-видавничому процесі створення книги, в основі якої – публіцистичний текст. Контент-моніторинг репертуарних стратегій видавництв, які включають до свого видавничого портфеля публіцистику, дає підстави стверджувати, що українська публіцистика видавничо втілюється у різноманітні книжкові формати. Сучасні виклики українській книзі впливають і на цей сегмент публіцистичного книговидання, проте ініціатори таких проектів (редактори, автори) знаходять шляхи доступу до читача (через тури-презентації, організовані видавництвом чи з ініціативи самого автора).

Наголосимо, що для системного вивчення публіцистики як об'єкта видавничої практики необхідним було окреслити видо-типологічну парадигму видань публіцистичних текстів. Розроблена нами в межах дослідження класифікація не претендує на вичерпність, оскільки видавничі трансформації відбуваються досить активно, публіцистичні жанри теж модифікуються, сучасні публіцисти презентують окремішні світоглядні системи, ідіостиль, що певною мірою унеможливлює каталогізувати всі видавничі формати.

Типологічна парадигма публіцистичних видань:

За характером інформації: моновидання (тексти одного автора, впорядковані за певним принципом); антології (представленість текстів різних авторів за спільною проблематикою), хрестоматії (упорядковані за певним принципом тексти різних авторів).

За тематично-проблемним напрямом: суспільно-політичні, наукові, освітні, релігійні, для особистісного розвитку.

За приналежністю до автора: анонімне, одноосібне, колективне (у співавторстві або якщо це зібрання текстів).

За мовною приналежністю: одномовне, двомовне, багатомовне, перекладне.

За приналежністю до часу появи: прижиттєве, післясмертне, ювілейне, меморіальне.

За цільовим призначенням: навчальне, загальноосвітнє, розвивальне, літературно-художнє, науково-популярне, документальне, офіційне, наукове.

За періодичністю і повторюваністю випуску: перше видання, перше окреме видання, перевидання (факсимільне, стереотипне, оригінальне, повторюване, перероблене, доповнене, виправлене, розширене, повторне, передрук), серійне, ювілейні, академічне.

За способом організації матеріалу: вибрані твори (однотомне, багатотомне), зібрання творів (однотомне, багатотомне), багатотомне видання, однотомне видання, окреме видання (містить один твір,

знаковий або програмний, який раніше не друкувався або друкувався із змінами), серійне видання (неперіодична, періодична, з продовженням; бібліотечна, закрита, відкрита; підсерія).

За форматом і об'ємом видання: книжкові (книги, брошури), журнальні (альманахи), газетні, інтернет-видання; малоформатні, середньо форматні, великоформатні,

За характером оформлення і способом поліграфічного виконання: пейпербек (кишенькове видання), поліпшене видання, кіпсек (розкішно оформлене видання), факсимільне (максимально наближене до оригіналу за форматом, папером, палітуркою, стилізоване під оригінал), репринтне (в основі видання – репродукції оригіналу).

За цільовою аудиторією: для широкого загалу (масове, популярне), для підготовленого читача (спеціалізоване), елітарне, подарункове видання, ексклюзивні видання.

Дискурсивний характер видання, яке презентує публіцистичні тексти, полягає в інтегративній якості вираження змісту та інтерпретації кодів для його розуміння. Виникає явище метатексту – стираються межі конкретного тексту, відбувається перехід у змістово-символьну матрицю інших текстів, інших авторів; зростає «інформаційна щільність, густота письма». Це феномен світоглядної публіцистики, коли текст одного автора викликає не тільки асоціації і відчуття впізнаваності (образу, символу, проблеми, факту), а й взаємодоповнюється на системно-внутрішньому рівні. З'являється особливий системотворчий фактор – форма видання як сукупність елементів, якими визначаються матеріально зримі параметри видання. Дизайн, формат, характеристики поліграфічного відтворення, художньо-технічне оформлення доповнюють і пояснюють рецептивні стратегії автора-публіциста (показовим є видавничий досвід публіцистики Оксани Забужко, зокрема книга «З мапи книг та людей»).

Видання як результат співпраці автора, редактора, видавця презентує цілісний організм, аксіологічно запрограмований. Природа публіцистики визначається дискурсивним характером. Цим зумовлена її взаємопроникність, наслідування, інтертекстуальність, стимулювання до пошуку. Моніторинг видань сучасної публіцистики українських видавництв довів, що існують знакові для цього виду видань типологічні особливості: спрямованість на масового читача, на широкий загал (доступність викладу матеріалу, своєрідна свобода змістового форматування тощо); зручність формату, часто мініатюрний, практичний у використанні або ж навпаки – нестандартний формат видання, яке позиціонується як ексклюзивне чи подарункове; індивідуальна яскравість художньо-технічного оформлення, рубрикації, допоміжного апарату видання, акцентуація на особистості автора; метафоричність назви видання та внутрішніх назв видання (провокує і сигналізує про наявність підтекстів); індивідуалізація автора, його персоніфікація, оскільки для публіцистики важливим є авторська думка як вияв громадської думки або як засіб її формування.

Наявність книжкового видання творів публіциста є доказом його активної творчої, письменницької діяльності. Поодинокі статті не демонструють глибини осмислення проблеми. Системність публіцистичної творчості зримо постає в книзі, оприявлює стиль автора, створює його бренд, окреслює конкретну концептосферу. Публіцистика С. Кримського, О. Забужко, А. Дністрового, Ю. Андруховича, Ю. Макарова у форматі окремих видань, кваліологічний аналіз яких підтверджує високі якісні показники змісту і форми, формує окремий корпус видавничих проектів, цінність яких полягає у їх націоохоронній функції та людиноцентричній спрямованості, яким властива системність і дискурсивність. Часто публіцистика автора, представлена раніше в газетах та журналах, блогах, переходить в інший вимір існування – системно книжковий, проектний. А це є шансом для тексту бути ще раз прочитаним, переосмисленим, поставленим у сучасний контекст.

Непересічні видавничі проекти, в основі яких публіцистичні тексти, презентує газета «День». «Бронебійна публіцистика» та «Підривна література» – видавничі іміджеві проекти, які покликані узагальнити публіцистичний спадок українців, увиразнити спільні траєкторії публіцистичної думки, що може стати ключем до розуміння державотворчих та націєтворчих процесів в сучасній Україні.

Довільність жанру (свобода вибору жанру) теж відіграє формоутворюючу роль для видання. Структурних канонів видання публіцистики не існує (маємо на увазі тільки моновидання, не навчальні хрестоматії), що й приваблює читача і є можливістю для автора виявити часом в неординарній видавничій формі свою позицію. Це не масова література в класичному розумінні. Такі видання розраховані на інтелектуальну людину, яка вміє мислити, яка має достатньо розвинену критичність поглядів, відкритість до суспільних процесів та має потребу їх осмислювати. Діалогічність публіцистики провокуватиме читача до обговорення, дискусії, а відтак – він буде транслювати прочитане в своє середовище.

Цільова аудиторія видань публіцистики непередбачувана: через тематику та універсальність текстів, гнучкість авторської манери, суспільних поштовхів і викликів. Потенційні читачі публіцистичних текстів як особлива читацька категорія може стати окремою темою для вивчення. Наголосимо, що від читача залежить, чи буде видання/текст дискурсивним (чи матиме резонанс, цитованість тощо), але важливим є його видавнича інтерпретація, якість якої допоможе в ринковому позиціонуванню книги.

Узагальнимо критерії якості публіцистичного видання (оцінка якості відбувається з урахуванням системного бачення видання як соціо-технічної та інформаційної моделі.

Перше: відповідність змісту видання обраному формату та графічній концепції (художньо-технічне оформлення, режисурні особливості, допоміжний апарат видання, шрифтове оформлення та система виділень).

Друге: баланс ціни-якості видання (є випадки у видавничій практиці, коли здешевленість поліграфічного виконання максимально компенсується якістю контенту, наприклад, текст лекції Ліни Костенко «Гуманітарна аура нації, або Дефект головного дзеркала» було видано у форматі спрощеної малоформатної брошури, який, проте, не применшує цінності видання).

Третє: функціональна й естетична якість змісту (вичерпність, достовірність, науковість, аргументованість, доступність цільовій аудиторії, коефіцієнт відповідності до вимог сучасного наукового, художнього, медіадискурсу, відповідність фізіологічним та психологічним особливостям потенційних читачів, виразність сформульованих концепцій, викладу, стилю, художня довершеність, актуальність, відповідність загальнолюдським нормам моралі та етики, аксіологічна система змісту, відсутність шовіністичних настроїв, загальна цінність видання (національний та світовий контексти), логічність викла-

ду думок, грамотність мовного оформлення) тощо. Цю якість пояснимо визначенням публіцистики як «вищої ліги журналістики, високої проби», адже вона – «фарватер-орієнтир, який утримує масив журналістського продукту від знецінення, руйнації, примітивізації. Це те, що було і повинно бути доброю традицією української журналістики» [4, с. 211].

Висновки і пропозиції. Книгознавчі дослідження видавничої інтерпретації публіцистики триватимуть, адже в межах статті неможливо окреслити всі аспекти функціонування цього сегменту видавничого ринку.

Підсумуємо. Сучасне публіцистичне книговидання є індикатором національної свідомості, показником соціальних та професійних позицій автора та видавництва. Чи є такі видання респектабельними та ліквідними? Це залежить від багатьох факторів, а найголовніший – читацький попит. Чисельні тиражі, неодноразовість перевидання проектів деяких авторів, зацікавлення видавництв у текстах такого змісту і стилістики, жанрове різноманіття та багатство тематики доводять, що сучасний українець читає публіцистику (у топ бестселерів на щорічному Форумі видавців у Львові завжди потрапляють і видання публіцистичних текстів). Зібрана в одному виданні публіцистика діє комплексно на свідомість і почуття людини.

Світоглядна публіцистика, за переконанням Й. Лося, може врятувати українську націю від деградації. Якісна поліграфічна форма втілення публіцистики та збалансованість ціни-якості стане запорукою її наближення до читача. Така публіцистика допомагатиме формувати засадничі аксіологічні орієнтири сучасної людини.

Список літератури:

1. Василик Л. Є. Світоглядна публіцистика сучасних літературно-художніх видань: концептосфера національної ідентичності: Монографія / Л. Є. Василик. – Чернівці: Чернівецький нац. ун-т, 2010. – 416 с.
2. Галич В. М. Олесь Гончар – журналіст, публіцист, редактор: еволюція творчої майстерності: Монографія / Валентина Галич. – К.: Наук. думка, 2004. – 816 с.
3. Голод В. И., Шахнарович А. М. Коммуникативные и когнитивные аспекты текста как единицы речевой деятельности / В. И. Голод, А. М. Шахнарович // Сб. науч. трудов МГПИИЯ им. М. Тореза. – М., 1985. – Вып. 252. – С. 67-74.
4. Житарюк М. Соціокультурна модель журналістики: традиції і новаторство: Монографія / Мар'ян Житарюк. – Львів: ТзОВ «Простір-М», 2008. – 394 с.
5. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості: Підручник / В. Й. Здоровега. – 3-тє вид. – Львів: ПАІС, 2000. – 180 с.
6. Лильо Т. Світоглядна журналістика: Навчальний посібник / Тарас Лильо. – Львів: ПАІС, 2010. – 152 с.
7. Лось Й. Д. Публіцистика й тенденції розвитку світу: Навчальний посібник для вищих навчальних закладів III-IV рівнів акредитації: У 2 ч. – Ч. 1 / Йосип Лось. – Львів: ПАІС, 2008. – 376 с.
8. Макаров Ю. R2U. Збірка есеїв / Юрій Макаров. – К.: Нора-Друк, 2014. – 256 с.
9. Михайлин І. Л. Олесь Гончар крізь призму журналістики [рецензія] // http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1619
10. Погрібний А. До розуміння феномена письменницької публіцистики // Слово і час. – 2007. – № 4. – С. 45-53.
11. Покляцька К. А. Культурна типологія публіцистичних текстів літературно-художніх видань / К. А. Покляцька // Журналістика. Філологія. Медіаосвіта: збірник наукових праць. – Полтава, 2014. – 288 с. – С. 177-181.
12. Титаренко М. О. Світоглядна публіцистика: семантика, аксіологія, антропомоделі: автореф. дис ... канд. наук із соц. комунікацій / М. О. Титаренко. – Запоріжжя, 2012. – 20 с.
13. Ткаченко І. Кваліологія видання: навчально-методичний посібник / Ірина Ткаченко. – Кіровоград: ПП «Центр оперативної поліграфії «Авангард», 2011. – 76 с.
14. Шлемкевич М. Новочасна потуга (Ідеї до філософії публіцистики) / М. Шлемкович // Верхи життя і творчости. – Нью-Йорк; Торонто, 1958. – С. 109-146. – С. 111.

Ткаченко И.А.
Кировоградский государственный педагогический университет имени Владимира Винниченко

ПУБЛИЦИСТИКА КАК ОБЪЕКТ ИЗДАТЕЛЬСКОЙ ПРАКТИКИ: КВАЛИЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Аннотация
В статье публицистика рассматривается в контексте издательской практики (выяснены особенности издательской интерпретации публицистических текстов) с учетом квалилогических параметров. Сделано обобщение типологии изданий публицистических текстов. Определены тенденции современного публицистического книгоиздания (украинский опыт).
Ключевые слова: публицистика, типология издания, издательская практика, издательская интерпретация, качество издания.

Tkachenko I.A.
Kirovograd State Pedagogical University named after V. Vynnychenko

PUBLICISM AS AN OBJECT OF PUBLISHING: QUALILOGICAL ASPECT

Summary
The paper investigates the peculiarities of publishing publicism. The features interpretations of publishing nonfiction texts based on qualilogical parameters. It is revealed the types of the publicistic editions. Trends of the modern publicistic publishing are analyzed in the article (Ukrainian experience).
Keywords: publicism, typology of books, publishing, publicism in publishing interpretation, quality of an edition.