

Публіцистика й публіцистичність як дискурс та інтердискурс у царинах культури і масової комунікації

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, в 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 сказати, що будь-який твір/дискурс/текст може бути публіцистичним, якщо він стає більш критичним, аніж естетичним (у сфері художньої творчості), пекучо теперішнім, себто – 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 і. т. п. 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 ХХІ століття);
- Фактичність (коли, приміром, особи у художньому творі не видумані і 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 прослалась 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 перелічених 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 спостерігав окремі дійства. 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 фактором, 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. Себто – 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, себто – 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 підігривають 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. Зримою і незаперечною є лиш те, що заборона чогось – то маркер його некомфортності для панівної системи мислення та ідеологічного панування. А отже – усі заборонене табується 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, себто – усі існуючі дискурси/сфери культури. Об'єкт публіцистики – 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 слід 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, Ісократ, Демосфена тощо. Нічим не відрізняються від сучасної публіцистики й найдавніші ораторські та судові промови і проповіді Цицерона, Августина Блаженного, Іоана Златоуста, Кирила та Мифодія 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, предбачення, прогнози погоди (як теперішні «бульварні» видання) і виступи у Сенаті (своєрідні репортажі «з перших рук»). Фактором 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 табloidний 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 контролювані законодавством, можуть легко «стиратися» та коригуватися тощо). Можна ще перелічувати відмінності. Але на загал дійсно 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 медіакатегорію 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 в пресі у 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 (себто – розраховане на реакцію у відповідь) і дуже рідко лише фіксується як подразнення (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 поствивав. 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 вибіркової ознайомленості 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 і 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. Себто – 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 живого великорусского 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.

Про автора: Косюк Оксана - кандидат філологічних наук, докторант Інституту філології та журналістики ВНУ ім. Лесі Українки