
МЕДІА-СЛОВО

УДК 821.161.1–3.09

Олександр Александров



БАЗОВА МОДЕЛЬ ПУБЛІЦИСТИЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

У статті визначено витоки структури базової моделі публіцистичної комунікації.

Ключові слова: публіцистична комунікація, структура базової моделі, поетика твору.

В статье установлены истоки структуры базовой модели публицистической коммуникации.

Ключевые слова: публицистическая коммуникация, структура базовой модели, поэтика произведения.

The origins of structure of the base model of publicistic communication have been defined in the article.

Key words: publicistic communication, structure of the base model, poetics of work.

Автор цієї праці вважає публіцистику одним із видів масової комунікації, нарівні з масмедійною, рекламною та PR комунікаціями [4, 35-39]. Адже основна функція публіцистичного твору не самовираження або пропаганда певної ідеології, а масове спілкування, встановлення інформаційних зв'язків між учасниками комунікаційного процесу та просування певних змістових модулів.

Серед наявних наразі видів масової комунікації публіцистична вирізняється тим, що втратила традиційного читача (формат періодичної преси). Але розвиток цифрових інформаційних технологій дав потужний поштовх до розвитку Інтернет-публіцистики. «Кольорові» революції, реалізовані чи лишень спроектовані як мотиваційна основа відповідної масової поведінки, свідчать про величезні потенції публіцистики як засобу соціального управління. Зрозуміло, що публіцистика — двогостра: вона нарівні здатна як руйнувати, так і будувати, у ній ці функції нерозривно пов'язані. При цьому «старий

світ» руйнується, а «новий світ» будується спочатку в головах людей і лише потім — у реальності. Значною мірою такі зміни забезпечуються публіцистикою. Привертає увагу та обставина, що продуктивність публіцистики різко зростає за часів історичних переломів.

За умов, коли Інтернет-публіцистика може бути використана як потужний засіб впливу на соціальний та державний устрій, актуальність її теоретичного дослідження цілком очевидна. А вивчення того, як публіцистика впродовж кількох віків впливала на маси, дозволить зрозуміти сучасні проблеми.

Звертаючись до українських текстів, яким притаманна публіцистичність, від Слова про Закон і Благодать до сучасної художньої літератури, або до власне публіцистичних жанрів, маємо обрати науковий інструментарій, тобто категоріально-понятійний апарат, за допомогою якого можна аналітично підійти до того чи іншого вербального явища та створити його наукову модель. На жаль, слід визнати, що теорія публіцистики майже не розроблена. Пояснюється це тим, що за радянських часів вона, на відміну від більшості гуманітарних наук, не зазнала впливу жодної методології, крім марксистсько-ленінської. Ленінська ж теорія відображення загнала дослідників публіцистики в глухий інтелектуальний кут.

Історія вітчизняної науки про публіцистику не дуже багата, але своєрідна. Вона має умовний спосіб. В абсолютній більшості праць радянського періоду йшлося не про природу публіцистики, а про те, якою вона має бути як ідеологічна зброя. При цьому відбувалася підміна самого предмету дослідження, монологічна пропаганда видавалася за діалогічне публіцистичне спілкування.

Між іншим, спроби зняти з теорії публіцистики ідеологічні шори були. Вони супроводжувалися висунанням конструктивних ідей, які, з погляду сьогодення, уже тоді мали б привести до створення дієвої науки про публіцистичну комунікацію. Хрещеним батьком цієї науки, якби вона народилася, мав стати Володимир Йосипович Здоровега.

Радянська наука про публіцистику «розвивалася» у двох основних напрямках. По-перше, указувалося на її гносеологічну функцію та функцію формування громадської думки, а по-друге, досліджувалася структура контенту, яка забезпечувала ефективність впливу.

В. Й. Здоровега, крім двох основних функцій публіцистики — гносеологічної та «формуючої», які були визнані партійною наукою, вка-

зує ще й на третю, функцію *вираження* громадської думки. Зокрема, у монографії 1969 р. дослідник пише: «Звичайно, було б хибно протиставляти процес формування і процес вираження думки громадськості. Між публіцистом, з одного боку, і вираженням громадської думки та її формуванням — з іншого, існує дуже складний двобічний зв'язок, який вимагає серйозного вивчення. Принаймні, цілком очевидно, що публіцист ніколи не зможе успішно формувати громадську думку, у тій чи іншій мірі не виражаючи її <...> Світогляд публіциста викристалізовується під впливом суспільства чи певної соціальної групи людей. Він виражає їх погляди, думки, настрої, психологію, естетичні й етичні уподобання, а у своїх судженнях так чи інакше спирається на думки інших людей. Хай думки ці ще не стали загальноновизнаними, не оволоділи значною кількістю членів даного суспільства чи суспільної групи, та вони можуть поступово стати громадською думкою. Публіцист лише прискорює цей об'єктивний процес» [2, 27–28].

Тим самим учений поставив перед дослідниками корінну наукову проблему. Йдеться про специфіку публіцистичного комунікативного ланцюжка, про особливі зв'язки між комунікантом і комунікатом, а також про те, за якої умови публіцистичний контент буде ефективним. Власне кажучи, уже сама постановка такої наукової проблеми робить безперспективними спроби вивести публіцистику за межі соціальних комунікацій чи розглядати її як маргінальне явище, своєрідний симбіоз наукового та художнього начал, що забезпечують виконання функцій — гносеологічної та формуючої громадську думку.

Диференціацію функцій вираження та формування громадської думки В. Й. Здоровега здійснив, посилаючись на міркування Карла Маркса про «вільну» пресу. Але радянське журналістикознавство абсолютизувало та перетворило в наукову аксіому не думку Маркса, а основні положення статті Леніна, адресованої партійній пресі, «Партійна організація та партійна література». Зрозуміло, що при такому підході публіцистика трактується як знаряддя пропаганди, а використовується як засіб ідеологічного насилля.

Концепція львівського дослідника не знайшла підтримки в партійних ідеологів. Після відомої полеміки кінця 1960-х рр. російських та українських учених, перш за все В. Й. Здоровеги та Є. П. Прохорова, Володимир Йосипович раціональне зерно своєї концепції не розвивав. У цій історії пошуку наукової істини відомі монографії В. Учо-

нової та М. Черпахова, які були своєрідною реакцією ідеологів на полеміку про природу публіцистики, надовго закрили шляхи дослідження природи цього виду масової комунікації.

Помітний слід залишив проф. Здоровега і в науковій традиції дослідження структури публіцистичного контенту як засобу впливу на читача. Намагаючись зійти з тупикового шляху ленінської теорії відображення, послідовники львівського вченого ставлять та вирішують проблему співвідношення у творі наукового та літературного начал. Але дослідження співвідношення ідейно-понятійної та художньо-образної підструктур публіцистичного твору обмежене власне контентом та не дозволяє розглядати процес публіцистичної комунікації загалом. Крім того, при такій постановці проблеми більша частина масиву публіцистичних текстів не потрапляє в поле зору дослідника, оскільки в них образне начало або взагалі не репрезентовано, або ж представлено ослаблено. Безперечно, дослідження форм синтезу двох підструктур, теж є науковою проблемою, але вона локальна, а не корінна.

Навіть побіжний огляд наукової літератури дозволяє констатувати: у працях радянських часів, присвячених теорії публіцистики, не було визначено головну наукову категорію, тому понятійний інструментарій дослідження публіцистики не став системою, яка дозволяла б ставити та вирішувати перспективні наукові проблеми. Дефініція цієї категорії має стати аксіомою, спираючись на яку можна створити сучасний науковий інструментарій.

Безперечно, жодною мірою не можна применшувати внесок професора В. Й. Здоровеги в історію науки про публіцистику. Навпаки, спроба створити методологічні засади теорії публіцистики на принципах, відмінних від компартійно-ленінських, дозволяє визначити її як відправний пункт сьгоднішніх пошуків істини.

Думаю, що підхід, запропонований свого часу українським ученим, перспективний, оскільки, розвиваючи його, сучасний дослідник вміщує публіцистичний твір у комунікаційний ланцюжок, переводить об'єкт вивчення із наукового поля філології в царину соціальних комунікацій.

При цьому відразу виникає кілька питань, точніше, наукових проблем, які необхідно вирішити, щоб зрозуміти, у чому полягає специфіка публіцистичної комунікації:

— який характер зв'язків між комунікантом та комунікатом публіцистичного комунікативного ланцюжка? на якому рівні психічної діяльності людини вони встановлюються?

— чи можна стверджувати, що однією із гносеологічних функцій такого комуніканта-комуніката є масова рефлексія?

— у якій формі зв'язок комуніканта з комунікатом втілюється у публіцистичному творі?

У цій статті розглядається переважно одна проблема, йдеться про характер зв'язків комуніканта та комуніката, який забезпечує публіцистичне спілкування.

Відправним пунктом міркувань про специфіку публіцистичної комунікації слід взяти положення В. Й. Здровеги про подвійну природу громадської думки, яку і виражає, і формує публіцистика. Вважається, що громадська (суспільна) думка виникає при переході масового настрою на свідомий рівень та має нестійкий і неконцептуалізований характер [4, 93–97]. Це визначення, по-перше, вказує на зв'язок між громадською думкою та людською психікою (думка виникає при переході з рівня підсвідомого на свідомий), а по-друге, підкреслює не стільки емоційно-образну, скільки інтелектуальну природу.

Як відомо, комунікація, зокрема масова, здійснюється не лише на свідомому, а й на підсвідомому рівні. За своєю структурою людська психіка дворівнева. Перший рівень — свідоме, це 1–2% у звичайних людей та 5–6% у геніїв. Другий рівень — підсвідоме, обсяг якого, відповідно, від 99% до 94% психіки. Співвідношення цих двох складових творчої психічної діяльності в різних видах комунікації різне. Наприклад, художня комунікація проходить або повністю, або майже повністю на рівні підсвідомого. Частка підсвідомого в інших видах комунікації, зокрема й у публіцистичній комунікації, теж, виходячи з усього, значна.

Структура підсвідомого була й залишається загадкою номер один, яку не лише досліджують, а й *відгадують* учені, які займаються психікою людини. Зігмунд Фройд, наприклад, вважав, що вона вмотивована особистим досвідом людини, але образи та мотиви, які він активізував у підсвідомому своїх пацієнтів, можуть повторюються у різних людей. Карл Густав Юнг, навпаки, стверджував, що підсвідоме зумовлене досвідом багатьох поколінь. І Фройд, і Юнг, як бачимо, вважали, що підсвідоме певною мірою вмотивовано зовнішнім впливом, якщо не прямим, то опосередкованим. У обох учених підсвідоме має фор-

му окремих образів, які інколи можуть об'єднуватися фабулою (наприклад, у міфі про Едіпа). Їх послідовники вважають ідеї цих учених продуктивними. Але слід визнати, що вони не сприяють постановці та вирішенню головних проблем вивчення публіцистичного твору.

Іншу концепцію підсвідомого запропонував Клод Леві-Строс. На відміну від Фройда та Юнга, дослідник відшукує у глибинах підсвідомого людей не образи, мотиви та емоції, а елементарні інтелектуальні структури, за допомогою яких людина сприймає світ.

У вирішенні основного питання філософії Леві-Строс послідовний ідеаліст. Фізична реальність, за Леві-Стросом, зовсім не така, якою ми її сприймаємо та усвідомлюємо. Він пише: «Фізична реальність відмінна від наших чуттєвих сприймань та від наших гіпотез про неї» [цит. по: 3, 485]. Учений твердить, що ми «бачимо» фізичну реальність у спотвореному до невпізнання вигляді, оскільки від нас прихована структура фізичної реальності. Матеріалом, з якого викристалізуються елементарні інтелектуальні структури, для Леві-Строса слугують міфологічні системи різних народів. На думку вченого, саме міфологія дозволяє побачити їх у «чистому» вигляді.

Найелементарнішою інтелектуальною структурою дослідник вважає бінарну опозицію життя та смерті. Крім неї, він описав цілу низку опозицій, які представляють ядерну опозицію у «пом'якшеній» формі. Леві-Строс вводить у науковий обіг термін, який передає суть процесу пом'якшення, це бріколаж — відскок. Власне, йдеться про елементарні інтелектуальні структури, за допомогою яких людина описує світ, — операції артикуляції (виокремлення) та синтезу (синкретизму). Коли Леві-Стросу якось сказали, що невідомо, де існують бінарні опозиції, в його розумі чи в розумі індіців, він спокійно відповів: «У кінці кінців байдуже, моя думка придала відповідну форму думці південноамериканських індіців чи їхня думка вплинула на мою» [цит. по: 3, 459–460].

Вочевидь, бінарні опозиції визначають структуру ментальних платформ, за допомогою яких здійснюється комунікація. Лише на основі тієї чи іншої ментальної платформи, яка сприймається й зрозуміла і на рівні комуніканта, і на рівні комуніката, комунікація, зокрема і масова, буде ефективною. Без співпадання бодай кількох ментальних платформ неможлива комунікація ні між особистостями, ні на рівні мас.

Що це за платформи? З впевненістю можна назвати основні:
— гендерна;

- родова або сімейна;
- расова;
- національна;
- релігійно-церковна;
- загальнолюдська (глобальна).

Сумніваюсь, що до цієї низки можна додати соціальну та партійну платформи. Чинники, які формують ментальні платформи, мають впливати тривалий час, якщо не тисячі, то сотні років. (Як тут не згадати стариків Огюста Конта та Іполита Тена?) А більшість соціальних структур та партії аж ніяк не можна назвати довгожителлями. Однак, для просування певної ідеології, наприклад, марксистської, можуть використовуватися основні платформи.

Таким чином, необхідною умовою публіцистичної комунікації є ментальні платформи, єдині для виробника інформаційного продукту та реципієнта. Вони архівовані в глибинах колективного підсвідомого, а в процесі комунікації активізуються, структуралізуючи базову модель комунікації.

Базовою моделлю публіцистичної комунікації я називаю втілену в текст інтелектуальну структуру у формі бінарної опозиції, яка забезпечує автору комунікативний контакт з масовим реципієнтом. Ця модель людини та світу — спільна для усіх учасників масового спілкування. Завдяки їй забезпечується комунікативний ефект.

Модель світу, щодо якої ідентифікує себе людина, продукується особливим типом творчого мислення — публіцистичним. Як будь-яке творче мислення воно використовує притаманні йому операції артикуляції та синтезу. Операції артикуляції, зберігаючи структуру бінарної опозиції, набувають різних форм — протистояння конфесій, націй, рас, конфлікту цивілізацій тощо. Синтетичну ж функцію, як правило, виконує історичний час. Автор як головний учасник комунікації такого виду має володіти здатністю панорамного бачення історичного часу. А комунікат, одержавши таку «оптику», вписує інформацію, якою він володіє, у динаміку життя. Зазвичай історичний час втілюється в базову модель комунікації в образі шляху, яким мають пройти маси. Рух у часі, фабулізація викладу дозволяє створювати «легенди».

Слід визнати, що пошук витоків структури базової моделі публіцистичної комунікації неможливий без урахування особливостей творчого мислення, структури психіки загалом. Вони — у глибинах підсвідомо-

го, з якого публіцист «викликає» елементарні інтелектуальні структури — бінарні опозиції, на базі яких він творить «двоядерний» світ.

Саме модель світу та людини функціонує як база публіцистичної комунікації. Вона представляє собою інтелектуальну структуру, існуючу апіорі та втілену в тексті. Відсутність такої зрозумілої учасникам комунікаційного ланцюжка базової моделі ставить під сумнів направлені у світ авторські інтенції, перетворює публіцистику як вид масового, діалогового за своєю природою спілкування у монологічну пропаганду.

Перегляд публіцистичних текстів дозволяє побачити гомогенність структур їх базових моделей. Публіцист завжди створює картину світу, без такої креативної здібності він не відбудеться. Більше того, реципієнти мають повірити в його модель світу. Публіцистичний світ єдиний, але він «двоядерний»: чорне і біле, мертве і живе у ньому органічно пов'язані. Відбувається витіснення одного іншим.

Публіцистичним моделям світу притаманні певні просторові та часові параметри. Важливе значення має образ шляху, яким пройдуть маси, щоб реалізувати таку модель світу публіциста в реальності. Головна умова, котра дозволяє авторові пройти через «вушко голки» публіцистики — створення історичної концепції [1, 286], яка має магічний вплив на реципієнтів. А для них головне — ідентифікація себе щодо публіцистичної картини світу. Це «понад мета» кожного учасника публіцистичної комунікації.

Публіцистичний текст характеризується домінуванням риторичної форми викладу над наративною. Тому принцип гомогенності поширюється й на будову всього твору: структура його базової моделі дублюється на нижчих рівнях тексту. З базової моделі, певною мірою незалежно від автора, «розгортається», продукується публіцистичний твір як ціле. Базова ж модель визначає основні особливості поетики публіцистичного контенту.

Крім базового рівня у публіцистичному контенті є ще два рівні — змістовий та фактографічно-образний. Змістовий репрезентує переважно суб'єкту сферу твору, фактографічно-образний — об'єкту.

На базову модель публіцистичного твору автор накладає змістовий модуль певного типу. Ці модулі тою чи іншою мірою дублюють структуру моделі світу та людини. Основні змістові модулі такі:

- релігійно-конфесійні проповіді (трактати);
- морально-дидактичні програми;

- проекти суспільного устрою;
- ідейні структури;
- політичні програми.

Звичайно, існують й змістові модулі змішаного типу.

Третій рівень публіцистичного твору, крім базового та змістового, — найважливіші знаряддя впливовості — фактографічна структура та (не завжди!) образна система. Завдяки цьому модель перетворюється в картину (образ) світу. Творче мислення автора синтезує з окремих фактів, подій, персон та/або їх образів нову цілісність — публіцистичну реальність.

Важливо, що так звана дійсність, з якої авторське публіцистичне мислення вихоплює окремі фрагменти для наповнення структури базової моделі конкретикою (фактами, персонами та подіями), є вторинною щодо елементарних інтелектуальних структур .

Безперечно, не в кожному публіцистичному творі картина світу відтворюється повністю. Деякі публіцистичні жанри репрезентують лише фрагменти цілого. Памфлет, наприклад, представляє собою, як правило, ескіз спотвореного гримасами смерті сегмента світу. Але при цьому кут зору публіциста укорінений у «новому», «живому» сегменті світу.

Процес публіцистичного творення «світу» та здійснення акту комунікації проходить кілька етапів:

- бінарна структура ментальної платформи, до якої апелює публіцист, обумовлює структуру базової моделі комунікації;
- згідно з принципом гомогенності змістовий модуль певним чином повторює структуру базової моделі;
- структура базової моделі вмотивовує фактографічну структуру та образну систему твору; при цьому автор розфарбовує її, перетворює в картину (образ) світу;
- картина світу об'єднує учасників комунікаційного акту на рівні свідомого сприйняття та зміцнює зв'язки між його учасниками;
- учасники публіцистичної комунікації ідентифікують себе щодо картини світу, чим і досягається комунікативний ефект.

Ієрархія, в якій під час комунікації продуковане людською свідомістю домінує над дійсністю, підтверджується специфікою будови художньо-публіцистичного твору. Вона полягає, насамперед, у домінуванні суб'єктної сфери над об'єктною. Причому співвідношення суб'єктної та об'єктної сфер твору в різних жанрах різне. Наприклад,

якщо звернутися до головних художньо-публіцистичних жанрів, то слід відзначити, що есе вирізняється зосередженням на рефлексії, на діалозі авторського свідомого з підсвідомим, на зануренні в глибини людського духу. Безперечно, тут домінує суб'єктна сфера. Теж саме можна помітити в памфлеті, де творча свідомість повністю переводить дійсність у формат, який відповідає сталому авторському баченню її з позицій майбутнього. А комічний ефект фейлетону породжує різка та несподівана зміна кутів зору бачення оповідачем персонажів, ситуацій та подій. На перший погляд, нарис відкриває широкі можливості проникнення дійсності в об'єктну сферу твору, але й тут її береги визначають принципи авторського відбору фактів та монтажу з них моделі світу та людини.

Таким чином, зв'язок між комунікантом та комунікатом, який забезпечує ефективність спілкування, встановлюється на рівні підсвідомого, тобто елементарних інтелектуальних структур. Він активізується сприйняттям реципієнтом картини світу, відтвореної автором.

Наразі на порядку денному необхідність аналізу масиву публіцистичних текстів на принципово нових засадах, які дозволили б не обмежувати дослідницьке поле контентом, а побачити особливості цього виду комунікації загалом. У перспективі — створення історії української публіцистики, яка має бути побудована на принципах еволюції базових моделей та контраверсійності, тобто альтернативності моделей світобудови, запропонованих полемістами. З іншого боку, відкривається можливість систематизації типів публіцистичних творів за їхніми змістовими модулями.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. *Александров О.* Тези до теорії публіцистики / О. Александров // *Діалог : Медіа-студії : збірник наукових праць* / ред. кол. : відп. ред. Александров О. В. — О. : Астропринт, 2007. — Вип. 6. — С. 282–288.
2. *Здоровега В.* У майстерні публіциста: Проблеми теорії, психології, публіцистичної майстерності / В. Здоровега. — Л., 1969. — 168 с.
3. *Леви-Строс К.* Структурная антропология / К. Леви-Строс ; пер. с фр. Вяч. Вс. Иванова. — М. : Главное издательство восточной литературы, 1985. — 536 с.
4. *Різун В.* Теорія масової комунікації : підруч. / В. Різун. — К. : ВЦ «Промсвіта», 2008. — 260 с.