
ЖУРНАЛИСТИКА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

УДК 070

ПУБЛИЦИСТИКА КАК ОСОБЫЙ ВИД ТВОРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

А.В. Полонский

Белгородский государственный университет

e-mail:
polonskiy@bsu.edu.ru

Публицистика – одно из фундаментальных понятий современного гуманитарного знания, отражающее многообразие форм социальной деятельности человека. Сложность дефиниции публицистики, ее объекта и предмета объясняется чрезвычайным многообразием ее проявлений. Сущность и специфика публицистики проявляется в совокупности присущих ей функций и методов.

Ключевые слова: публицистика, объект, предмет, метод, функция, общественное мнение, просветительский, дидактический, идеологический, эстетический, языкотворческий.

**Тот, кто почувял ветер перемен, должен
строить не щит от ветра, а ветряную мельницу.**

Надпись на древней китайской вазе

Публицистика – одно из фундаментальных понятий современного гуманитарного знания, отражающее многообразие форм социальной деятельности человека.

Более 20 лет назад исследователи писали о публицистике как о «сложном, многоликом, поныне до конца не разгаданном явлении культуры» [11, 4], которое еще не осознало себя как «единый и особый мир творчества» [7, 5]. Колоссальный массив разнородных текстов, обычно относимых к публицистике (публичная речь, газетная статья, короткий рассказ, фельетон, эпитафия, афоризм и даже надпись на вазе), и их теоретическое осмысление, представленное не менее впечатляющим количеством научных трудов, свидетельствует о том, что для исследователей публицистика до сих пор в значительной мере остается *terra incognita*, поскольку до конца не выявлены ее особенности. Сложность проникновения в сущность публицистики и, следовательно, ее дефиниции объясняется прежде всего чрезвычайным многообразием ее проявлений, причем не всегда контрастных. Простое перечисление того, что мы так или иначе интуитивно относим к публицистике, не дает сколько-нибудь ясного и непротиворечивого понимания ее сущности. В связи с этим возникает вполне обоснованное сомнение в возможности свести экстенционал публицистики, то есть все многообразие явлений, объединенных словом *публицистика*, к интенционалу – единой «инструкции» для ее определения [4, 105].

Вопрос о границах публицистики осложняется к тому же наблюдающейся особенно активно в последнее время подвижностью жанров, многообразием их пересечений, что обусловлено ментальными преобразованиями, происходящими во всех современных, информационных обществах и повлиявшими, как утверждают исследователи, с одной стороны, на усиление авторского начала, а с другой – на редукцию номинативности.



Публицистика, как любая, пусть даже «сокращенная Вселенная», воспользуясь здесь яркой метафорой М.Е. Салтыкова-Щедрина, употребленной им по отношению к художественной литературе, требует установления своих границ, поскольку, как известно, осмыслению поддается только конечное, только то, что обретает конкретные формы. Кроме того, любой феномен можно осмыслить только при том условии, если все его многообразные проявления свести в определенную систему, установив их иерархию и закономерные связи между ними.

Термин *публицистика*, сам по себе весьма «говорящий», связан со словами «публика» и «публичный», восходящих к латинскому *publicum*, что буквально обозначает «общество» или «государство». Само слово указывает на то, что публицистика – это особая форма освоения мира, в которой субъектом познания является «социальный человек», а главным «когнитивным ключом» – «социальное я», предполагающее не только сознание (А.И. Герцен), но и активную гражданскую позицию, сущность которой сформулировал великий флорентинец Ф. Петрарка:

«Когда речь может быть полезна, а те, кому подобает говорить, молчат, тогда следует возвысить свой голос и нарушить зловердную тишину. Приняв во внимание не мое положение, а мою убежденность, я считал для себя подобающим и почетным возвысить свой голос среди такого крушения общественной жизни и кричать, кричать, ибо, если мой крик бессилен помочь общественным бедам, пусть, по крайней мере, он облегчит страдания и горести моей души».

Социальный императив как принцип жизни человека в обществе является ключевым для публицистического сознания. Публицист – это не беспристрастный наблюдатель, не статист, а заинтересованный очевидец и исследователь, постигающий мир и время силой своей мысли, сопряженной с чувством, рассказывающий о них современникам и преследующий при этом просветительские и дидактические (< *didaktikos* «поучительный») цели.

Основная цель публицистической деятельности как социально заряженного способа освоения мира – формирование общественного мнения, гармонизация жизни человека в обществе, соотнесение форм его поведения и системы оценок с принятыми в обществе традициями и санкционируемыми обществом нормами культуры, а потому в публицистической деятельности реализуется социально-нормативный (социально-кодифицированный) взгляд на происходящее, выражающийся, как правило, в категорической социальной оценке.

Публицистика – это социальная деятельность, обладающая собственным объектом и предметом.

Как известно, в качестве объекта выступает процесс или явление, которое порождает проблемную ситуацию, находящуюся в поле зрения исследователя. Если мы посмотрим на объект публицистики с этой точки зрения, то заметим, что проблемную ситуацию создает сам человек – «вечный Фауст» (по определению немецкого философа Макса Шелера), являющийся не только субъектом социальных отношений и социального творчества (*человек есть мера всех вещей*, как утверждали античные философы). Осваивая собственную среду обитания, как социальную, так и внесоциальную, и наделяя ее своими символами, человек создает особое, антропоцентрическое пространство. «Все, что только и может сделать человек, – как справедливо утверждает С.Я. Левит, – это создать (в языке, религии, искусстве, науке) свой собственный универсум – «символическую вселенную», которая открывает перед ним возможность понимать и истолковывать, упорядочивать, синтезировать и обобщать человеческий опыт, а также обретать индивидуальность через приобщение к космосу культуры». Не будем забывать и глубокую мысль французского философа П. Рикера, утверждавшего, что объектом гуманитарных наук всегда является «то существо, которое, находясь внутри языка, окруженное языком, представляет себя, говоря на этом языке» [8, 134].

Следовательно, в качестве *объекта* публицистики следует рассматривать социального человека – субъекта социальных отношений и социальной деятельности, во всем многообразии его отношений к природе, обществу, самому себе и к актуальному времени.



Объект публицистики исторически изменчив, он эволюционирует вместе с изменяющимся пониманием его социальной роли: например, если первоначально человек мыслился прежде всего в категориях социальной иерархии, то с течением времени человек все большее внимание стал привлекать как личность.

В 70-х годах прошлого столетия М.С. Черепанов говорил, что «теория публицистики не выработала определения ее предмета», при этом он обратил внимание на то, что генеральной особенностью предмета публицистики является «политическое постижение действительности, осуществляемое в агитационно-пропагандистских целях и имеющее своим конечным следствием воздействие на организацию социального поведения масс» [12, 20 – 27]. Мне представляется, что предмет публицистики можно определить несколько иначе. Если под предметом следует понимать внешний аспект объекта [5, 49], то предметом публицистики как одной из форм культуры – «мира человеческой деятельности» [2, 14] – должно быть то, во что человек вносит свой смысл, то есть факт, получивший социальное звучание, иначе говоря социальный факт.

Слово *факт*, как известно, восходящее к латинскому *factum* (“сделанное” или “совершившееся”), имеет три значения:

«1) действительное, невымышленное событие или явление; 2) твердо установленное знание, данное в опыте, то есть форма эмпирического знания; 3) объективно существующая реальность» [9, 518].

Следовательно, предметом публицистики является факт как «проявление одной из сторон окружающей нас объективной реальности» [6, 16]. Совокупность социальных фактов образуют эмпирическую базу публицистики, без которой она не может состояться. Как справедливо пишет Е.П. Прохоров, «без устойчивой базы фактов публицистика невозможна» [7, 275].

Социальный факт как общественно значимое событие обнаруживает типичное явление, которое интерпретируется публицистом в определенной ценностной системе – системе социально значимых концепций и идей, ценностных парадигм идеологии.

Идеология, как система основополагающих идей определенной социальной группы, не может быть беспристрастной, поэтому и беспристрастность публициста – иллюзия. Публицист всегда выражает свою точку зрения, хотя степень и способ ее экспликации безусловно могут быть различными. В качестве примера приведу отрывок из великолепного фельетона «Жильцы белого света», принадлежащего перу Н.А. Тэффи (Лохвицкой), владевшей не только «тайной смеющихся слов», как определил ее мастерство М. Зощенко, но и «беспощадным зрением психиатра-профессионала» (Л. Калюжная):

На белом свете жить трудно. И не столько утомляет необходимая для жизни работа, сколько самозащита.

– От кого? Кто нападает?

– Все. Всегда. Везде. Всячески.

– Отчего же они нападают? Борьба за существование?.. Спихнув человека, занять его место?

Ах, если бы так. В этом был бы хоть практический смысл. А ведь то, от чего постоянно защищаются, смысла не имеет, потому что не имеет цели. Имеет только причину... Такова жизнь, таков человек. Ничего не поделаешь.

– Чем же люди защищаются: Каково их оружие, их щит?

А оружие их таково: молодость, красота, деньги и удача. Эти четыре пис-толета должны быть у каждого.

Если их нет – нужно притворяться, что они есть.

Публицистика как особый вид социальной деятельности обладает собственной совокупностью методов познания мира. С одной стороны, публицистика опирается на дискурсивно-логические методы, позволяющие достичь истины как адекватного отражения в сознании человека явлений и процессов природы и общества. С другой стороны, публицистика в равной степени обращается к когнитивным и персуазивно-



дидактическим возможностям художественного образа, к метафорической мысли. Художественный образ не только создает необходимый фон для реализации просветительской и дидактической функций, но и сам воплощает социальную идею. В нем с особой силой звучит «голос» художника, как будто знающего, по словам Микеланджело, гораздо больше, чем сама природа. На нерасчлененность рациональных и нерациональных знаний в публицистике, то есть на синкретизм публицистического творчества, не раз уже обращали внимание исследователи [7, 61]. Публицистика возникает там, где на основе факта появляется социально значимая мысль, выверенная как логикой, так и чувством.

Публицистика – одна из форм познания действительности, опирающаяся на социальную практику человека, поэтому ее фундаментальной функцией является *когнитивная функция*. Публицистическое познание факта – это его социальное открытие, интерпретация в системе социальных ценностей. Так, например, если ученый в результате проделанных операций даст точное знание о составе воды (вода – это H_2O), а художник сравнит звук ручья с голосом девушки, то публицист скорее всего поставит проблему дефицита экологически чистой воды и ее роли в жизни человека и попытается наметить пути ее решения.

К фундаментальным функциям публицистики относится также *коммуникативно-информационная функция*. Публицистика, с императивным словом обращаясь к людям и решая насущные социальные проблемы, выступает в качестве связующего начала людей в обществе. Публицистика создает необходимые социальные условия для взаимопонимания людей. Она целенаправленно создает логически осмысленную и эмоционально выверенную летопись народа, в доступном, выразительном и образном слове сохраняя ее для потомков.

Функциональные особенности публицистики обусловлены стоящими перед ней задачами – гармонизировать жизнь человека в обществе путем формирования социального сознания и стиля жизни, приемлемых в условиях современного, многополюсного общества. Следовательно, к фундаментальным функциям публицистики относится и *социально-преобразующая функция*. М.Е. Салтыков-Щедрин назвал художественную литературу «очагом общественной мысли», в котором определяется «будущая физиономия общества». Эти слова в равной степени можно отнести и к публицистике, от которой во многом зависит осуществление идеалов и выработка нравственных ценностей общества. Соприкасаясь со всеми сферами жизни человека, публицистика воздействует на процесс совершенствования как общества в целом, так и отдельных его членов. Оперативно реагируя на болевые точки общества или пропагандируя его достижения, она формирует не просто новый строй мыслей и чувств читающей аудитории, а целостную гражданскую позицию. Так, например, Чарльз Диккенс, известный английский писатель и публицист, рассказал однажды о побудительных мотивах своего творчества:

«Мною владело серьезное и смиренное желание – и оно не покинет меня никогда – сделать так, чтобы в мире стало больше безобидного веселья и бодрости. Я чувствовал, что мир достоин не только презрения; что в нем стоит жить, и по многим причинам. Я стремился найти, как выразился профессор, зерно добра, которое Творец заронил даже в самые злые души. Стремился показать, что добродетель можно найти и в самых глухих закоулках».

Социально-преобразующая функция публицистики неразрывно связана с ее *социально-дидактической* и *социально-просветительской функциями*. Платон утверждал, что «человек – это живая недостаточность, человек нуждается в знании, приходит в отчаяние от незнания». Распространение и углубленное разъяснение обществу каких-либо идей, взглядов и знаний, которыми необходимо руководствоваться в процессе социального взаимодействия, анализ социальных фактов – неотъемлемая задача публицистики. Одним из первых русских просветителей, пользовавшихся публицистическим методом распространения знаний, был, как известно, Максим Грек (1480 – 1556) – монах греческого происхождения, который в своих сочинениях рассказывал русичам о достижениях других европейских народов.



Однако публицистика не столько рассказывает, сколько убеждает (*социально-персуазивная функция публицистики*), предлагая определенную и ясно выраженную точку зрения). Как говорил Демосфен, «если мне удастся вас убедить, вы будете делать то, что я советую вам». В этом заключается смысл публицистики – убедить читателя в правильности того или иного взгляда, той или иной оценки, в правомерности предложенного подхода к решению той или иной проблемы. Без убеждающей силы публицистика лишается своего важнейшего качества. Безусловно, истоки убедительности публицистики в убежденности самого автора. Как справедливо замечает А. Аграновский, «корень публицистики – убежденность автора... Я верю автору, если чувствую: его волнует то, о чем он пишет» [1, 5].

Оформляя идеологию общества или социальной группы, публицистика реализует *идеологическую функцию*. Эта функция не всегда принимается исследователями в качестве фундаментальной функции публицистики на том основании, что публицистика, как они полагают, не должна быть идеологизированной. Однако, как показывает практика, публицистика, отстраненная от идеологии, – это миф, поскольку человека и тем более публициста невозможно отторгнуть от системы идей и взглядов, исповедуемых той или иной социальной группой, с которой он себя соотносит (или на которую он работает!). Идеология является отражением в сознании человека особенностей его социального бытия. Формируясь в процессе социальной практики человека, идеология принимает на себя основополагающую функцию в выработке аксиологических критериев и в отыскании способов социального воздействия. Сошлюсь здесь и на авторитет А.П. Короченского, который справедливо утверждает, что «ведущие средства массовой информации в любой стране мира являются трансляторами тех или иных идеологических построений» [3, 75].

В качестве основной функции публицистики следует рассматривать и эстетическую функцию, суть которой состоит не только в проверке публицистического текста законами гармонии (как писал Н. Буало: «Огромна власть у слов, стоящих там, где нужно»), но и в том, что она, по определению У. Эко, «открывает нам что-то новое и неиспытанное» [13, 98].

К фундаментальным функциям публицистики я бы отнес и языкотворческую функцию. Публицистика не только с удовольствием пользуется новыми речевыми образцами, утверждая их бытование в обществе, но и сама активно создает их. Нет сомнений в том, что этот процесс нельзя оценить однозначно – как положительный или как отрицательный, поскольку в нем есть и то, и другое. С одной стороны, языковое творчество, помогающее создать образ, обогащает национальный язык, с другой – новые слова, новые значения и новая грамматика расшатывают вековые традиции языка.

Все функции публицистики связаны между собой и в совокупности составляют ее функциональную матрицу. Результатом творческой деятельности публициста является публицистическое произведение, чаще всего принимающее форму вербального текста.

Общество нуждается в публицистическом творчестве, обращенном, может быть, как никакое другое, в будущее, – творчестве, в которое человек, говоря словами Эйнштейна, «перекладывает центр своей духовной жизни».

Таким образом, публицистика – это особый вид творческой словесной деятельности, направленной на решение насущных социальных проблем с целью гармонизации жизни человека в обществе. Публицистика находится в одном ряду с журналистикой, художественной литературой и наукой, закономерно как что-то заимствуя у них, так и что-то отдавая, однако публицистика все же не может «числиться как подразделение», воспользуюсь здесь метафорическим определением В.В. Ученовой, ни «по ведомству художественной литературы», ни по ведомству журналистики [10, 55], хотя и имеет к ним непосредственное отношение. При этом необходимо помнить, что в мире культуры нет абсолютно непроницаемых границ.



Список литературы

1. Аграновский А. Своего дела мастер. М., 1980.
2. Кармин А.С. Культурология. СПб., 2004.
3. Короченский А.П. "Пятая власть"? Медиакритика в теории и практике журналистики. Ростов-на-Дону, 2003.
4. Кронгауз М.А. Семантика. М., 2005.
5. Лекторский В.А. Принципы воспроизведения объекта в знании // Вопросы философии. 1967. № 4.
6. Мисонжников Б.Я., Юрков А.А. Основы творческой деятельности журналиста. СПб., 2002.
7. Прохоров Е.П. Искусство публицистики: Размышления и разборы. М., 1984.
8. Рикер П. Конфликт интерпретаций. Очерки о герменевтике. М., 1995.
9. Словарь иностранных слов. М., 1988.
10. Ученова В.В. Основные направления разработки теории публицистики. Учебно-методическое пособие. М., 1978.
11. Ученова В.В. От вековых корней. М., 1985.
12. Черепахов М.С. Проблемы теории публицистики. М., 1973.
13. Эко Э. Отсутствующая структура. Введение в семиологию. СПб., 1998.

PUBLICISM AS A SPECIAL TYPE OF CREATIVE ACTIVITY

A.V. Polonsky

Belgorod State University

e-mail:
polonskiy@bsu.edu.ru

The summary.

Publicism – one of fundamental concepts of the modern humanitarian knowledge, reflecting variety of forms of social activity of the person. Complexity of a definition of publicism, its object and a subject is explained with extreme variety of its displays. The essence and specificity of publicism is shown in its functions and methods.

Keywords: publicism, object, subject, method, function, public opinion, educational, didactic, ideological, aesthetic, language creative.