

IV. ТЕОРИЯ И ИСТОРИЯ ПУБЛИЦИСТИКИ

ПУБЛИЦИСТИКА КАК ВИД СОЦИАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: ОБЪЕКТ И ПРЕДМЕТ

*Полонский Андрей Васильевич
Белгородский госуниверситет*

Ключевые слова: *публицистика, социальная деятельность, культура, объект, предмет, человек, факт, социальная оценка.*

Keywords: *publicism, social activity, culture, object, subject, person, fact, social estimation.*

Публицистика – это не только одно из фундаментальных понятий, отражающих многообразие форм социальной деятельности человека, но и одна из самых востребованных ее форм. Основная цель деятельности публициста – гармонизация форм поведения отдельной личности с санкционируемыми обществом нормами культуры. Любое 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».

Однако сегодня складывается достаточно парадоксальная ситуация: одна из самых востребованных форм социальной деятельности не получила своего непротиворечивого теоретического осмысления, в том числе теоретики не пришли к единому пониманию ее объекта и предмета. Так, например, Г.Я. Солганик утверждает, что «у художественной литературы и публицистики в конечном счете один объект изображения – человек» [Солганик, 2000]. Другая точка зрения представлена в работе И.Л. Михайлина, который в качестве объекта публицистики рассматривает «всю реальную действительность в сложности и разнообразии ее проявления. Это – наука и искусство, производство и экономика, транспорт и энергетика, быт и нравственность, просвещение и культура» [Михайлин, 2004: 253].

Объект, как известно, это процесс или явление, которое порождает проблемную ситуацию, попадающую в поле зрения исследователя. Если взглянуть на публицистику с этой точки зрения, то легко увидеть, что проблемная ситуация создается человеком. Осваивая собственную среду обитания, человек наделяет ее своими символами как знаками границы и создает, таким образом, особое, антропоцентрическое пространство. Как утверждает С.Я. Левит, «все, что только и может сделать человек, – 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».

Человек и попадает в фокус внимания публицистики. Следовательно, публицистика как социально заряженная гуманитарная форма освоения мира в качестве своего *объекта* выделяет человека во всем многообразии его отношений к природе, обществу, самому себе и к актуальному времени.

Объект публицистики исторически изменчив, он эволюционирует вместе с изменяющимися условиями жизни человека и пониманием его социальной роли. Так, например, если первоначально человек мыслился только в категориях социальной иерархии, то с течением времени человек все большее внимание стал привлекать как личность.

Что же следует рассматривать в качестве предмета публицистики?

В 70-х годах прошлого столетия М.С. Черепухов 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» [Черепухов 1973: 27]. И.Л. Михайлин, рассматривая специфику публицистики как своеобразного типа творчества, приходит к заключению, что ее предмет «составляют актуальные явления и важные вопросы общественной жизни... Предмет публицистики – это социальная действительность, общественный, нравственный, общечеловеческий аспекты политических, производственных, экономических, социальных, художественных, научных, духовных и других явлений жизни» [Михайлин, 2004: 252, 253]. Г.Я. Солганик в качестве предмета публицистики рассматривает «социальную жизнь, которая невозможна без человека» [Солганик 2005: 28]. Л.Ю. Буянова и В.Ю. Мезенцева обращают внимание на то, что предмет публицистики «касается интересов каждого человека» и включает в себя жизнь в обществе, политику и экономику [Буянова, Мезенцева, 2005: 84].

Нет сомнений в том, что публицистике интересен человек – как представитель той или иной социальной группы, сферы деятельности, того или иного мировоззрения, однако при всем этом, как мне представляется, предмет публицистики можно квалифицировать иначе.

Публицистика – это феномен культуры, в котором воплотился «мир человеческой деятельности» [Кармин 2004: 14], мир его смыслов, оценок и убеждений. Следовательно, если под предметом понимается внешний аспект объекта [Лекторский 1967: 49], то в качестве предмета публицистики выступает то, во что человек вносит свой, социальный смысл. Этим предметом и будет социальный факт (факт < *factum* «сделанное», «совершившееся»), то есть факт, получивший социальное звучание. Социальный факт – это достоверный, социально репрезентированный фрагмент реального мира. Именно опора на факт и создает основополагающие признаки публицистики – документализм и фактологичность, без которых публицистика не существует [Ученова, 1973: 178].

Факт – это исходный, базовый материал, которым оперирует публицист в своей деятельности. Факт «познания, исследования и фиксации син-

критичен и содержит в себе три важнейших компонента: сведения, события и явления» [Мисонжников, Юрков, 2002: 16]. Публицист должен отличаться способностью видеть факт как истинное «проявление одной из сторон окружающей нас объективной реальности» [Мисонжников, Юрков, 2002: 16] и уметь его интерпретировать и комментировать с учетом актуального социального контекста с целью формирования общественного мнения.

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» [Прохоров, 1984: 275].

Социальный факт как общественно значимое событие обнаруживает типичное явление, которое интерпретируется публицистом в заданной ценностной системе – системе социально значимых концепций и идей. Система основополагающих идей (иначе говоря – идеология) определенной социальной группы не может быть беспристрастной, поэтому и беспристрастность публициста, к которой порой призывают теоретики, иллюзия. 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» [Короченский, 2003: 75].

Публицист, как правило, выражает социально-нормативный взгляд на происходящее, при этом степень и способ экспликации социальной оценки могут быть различными.

Публицистика как особый вид творческой деятельности, связанный с актуальными проблемами общества и активно влияющий на формирование общественного мнения, ставит проблему выявления ее специфики прежде всего среди таких творческих форм, как художественная литература и журналистика, зачастую необоснованно, на мой взгляд, заявляющих на нее свои права.

Публицистика – это особый вид социальной деятельности, который не может «числиться», воспользуюсь здесь метафорическим определением В.В. Ученовой, ни «по ведомству художественной литературы» [Ученова 1978: 55], ни по ведомству журналистики, однако при этом необходимо помнить, что в культуре нет абсолютно непроницаемых границ.

-
1. Буянова Л.Ю., Мезенцева В.Ю. Публицистический дискурс как аспект моделирования языковой картины мира // Проблемы концептуализации действительности и моделирования языковой картины мира: Сб. науч. тр. Вып. 2. – Архангельск, 2005.
 2. Кармин А.С. Культурология. – СПб., 2004.
 3. Короченский А.П. «Пятая власть»? Медиакритика в теории и практике журналистики. – Ростов-на-Дону, 2003.
 4. Лекторский В.А. Принципы воспроизведения объекта в знании // Вопросы философии. 1967. № 4.
 5. Михайлин И.Л. Основы журналистики. – Харьков, 2004.

6. Мисонжников Б.Я., Юрков А.А. Основы творческой деятельности журналиста. – СПб. 2002.
7. Прохоров Е.П. Искусство публицистики. – М., 1984.
8. Солганик Г.Я. Современная публицистическая картина мира // Публицистика и информация в современном обществе. – М., 2000.
9. Солганик Г.Я. О структуре и важнейших параметрах публицистической речи (языка СМИ)// Язык современной публицистики. М., 2005.
10. Ученова В. В. Публицистика и политика. – М.: 1973.
11. Ученова В.В. Основные направления разработки теории публицистики. Учебно-методическое пособие. – М., 1978.
12. Черепанов М.С. Проблемы теории публицистики. – М., 1973.

КНИГА ЭККЛЕЗИАСТА КАК ПРОТОЭССЕИСТИКА

*Дмитровский Андрей Леонидович
Орловский госуниверситет*

Ключевые слова: *Книга Экклезиаста, эссе, эссеистика, эссеизм, личный (индивидуальный) миф, индивидуально-мифологическая картина мира, философско-антропологический подход, концепция человека.*

Key words: *the Book of Ecclesiast, essay, essayistic, essayism, individual myth, individually-mythological picture of the world, philosophic-anthropological approach, conception of a human being.*

Теория жанра эссе находится в процессе становления, складывания. Это малозаметный (благодаря дисперсности), но весьма важный процесс, поскольку многие факторы развития человечества с точки зрения философско-антропологического подхода указывают на то, что наступивший век (эпоха) должен стать веком эссеизма, или – «эпохой Экзистенции». В этой связи изучение феномена эссеизма представляет особенно важный сегмент науки.

И жанр, и само название – эссе – возникает во Франции на закате эпохи Возрождения. В 1580 г., в Бордо, Мишель Монтень – «отец» европейского эссе – выпустил литературный труд под названием «Les Essais»: «Опыты».

Это весьма показательный момент: конец ломки практически всех основ общества совпал с появлением нового, необычного для европейской традиции жанра, становящегося, вместе с развитием новых общественных отношений и новой – научной – картины мира, все более влиятельным и популярным. Может ли быть случайною такая связь?

Можно выделить два фактора, что оказали влияние на появление эссе. Первый относится к внетекстовой сфере и является той культурно-социальной средой, которая сделала возможным появление столь необычного литературного эксперимента. Он стал следствием тех процессов в литературе, искусстве и обществе (прежде всего в идеологической сфере), которые, в свою очередь, были инициированы развитием в Европе новых форм общественных отношений, прежде всего в государственной системе (абсолютная монархия) и межличностном общении (в связи с буржуазно-протестантской