ДИСКУССИЯ

Л.Е. Кройчик, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой истории журналистики факультета журналистики Воронежского государственного университета; e-mail: hysjourvsu@yandex.ru

ПРИНЦИПЫ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОГО ТВОРЧЕСТВА

Статья посвящена принципам публицистического творчества — одному из самых сложных вопросов теории журналистики. Автор подробно останавливается на важнейших принципах публицистического творчества: свободе высказывания, модальности, диалоговости, антиэнтропийности (*способности влиять на аудиторию за рамками нынешнего момента*), *концептуальности.*

Ключевые слова: *публицистика, творческая деятельность, дегуманизация контента, автор, аудитория, публицистическое произведение, жанр, матрицевизация, власть, интернет, диалог.*

The article is dedicated to the principles of publicistic writing known as one of the most acute problems of journalism theory. The author dwells on the most important principles of publicistic writing that is freedom of expression, modality, dialogic basis, anti-entropy (*the ability to influence the audience beyond the moment*), *conceptuality.*

Key words: *publicistics, creative activity, content dehumanization, author, audience, publicistic piece, genre, matrixavisation, power, Internet, dialogue.*

- I -

Все смешалось в информационно-коммуникативном пространстве современной России.

Ушли в прошлое некогда бесспорные истины:

— Каковы основные функции публицистического творчества? Где проходят рубежи между журналистикой и публицистикой?

— Что такое публицистический текст?

— Что собой представляет публицистический жанр и каковы его природообразующие признаки?

Рядом с этими чисто теоретическими вопросами дискуссионного порядка возникают и сугубо прагматические вопросы:

— Есть ли будущее у печатной прессы?

— Какое место отводится в информационно-коммуникативном пространстве автору как субъекту высказывания

— На каких принципах должен быть выстроен диалог между средствами массовой информации и аудиторией

В подоплеке всех этих вопросов главное вопрошание — каким быть современным отечественным СМИ?

И — что с ними сегодня происходит?

Ответ прост — российские СМИ переживают ***системный кризис.***

Основных факторов кризиса четыре.

Первый фактор — дегуманизация контента.

Родилась рыночная публицистика — в центре внимания оказывается не многообразие сторон жизни общества и отдельной личности, а прежде всего события скандально-криминального типа. Новостные программы практически на всех «кнопках» ТВ начинаются с сообщений о грабежах, убийствах, арестах подозреваемых, техногенных и природных катастрофах. Серьезный экономический анализ процессов, протекающих в стране, подменяется публичным обсуждением споров хозяйствующих субъектов. За описанием этих споров — плохо скрывается ***имитация*** обсуждения действительно актуальных проблем хозяйствования в условиях рынка: СМИ, по существу, выступают защитниками интересов определенных экономических подразделений или определенных правящих элит.

Из публикаций исчезает нравственная составляющая.

Вот характерный пример.

«Известия», 11 апреля 2013 г. Первая полоса.

Портрет Никиты Михалкова, открывающий номер. Подпись под портретом — «Влияние оскароносного режиссера распространяется далеко за пределы России». Вы думаете, Анна Лелякина пишет о творческих достижениях известного режиссера и актера? Нет, в статье «Никита Михалков победил ВТО» говорится о том, что председатель Союза кинематографистов Никита Михалков выступил с «просьбой не допустить ущемления права российских правообладателей» в том, что касается защиты авторских прав в пределах Таможенного союза.

Кто спорит: защита авторских прав — дело серьезное, и то, что Никита Михалков выступил в роли защитника этих прав, можно только приветствовать. Но Михалкову в статье отведено две строки. И сам материал открывается косноязычной фразой: «Межэкономразвития пришло к выводу, что, несмотря на присоединение России к Всемирной торговой организации (ВТО), отечественная система бездоговорного управления авторскими и смежными правами на коллективной основе может просуществовать еще 3—5 лет».

По проблеме защиты авторских прав возникла дискуссия, касающаяся правообладателей. Сколько таких в стране? Первополосный ли это материал? Первополосен только портрет знаменитого режиссера.

Текст читать не будут — обратят внимание на фотографию Никиты Сергеевича.

Типичный пример манипуляции вниманием аудитории.

Рыночная публицистика уводит из информационно-коммуникативного пространства повседневную жизнь общества. Ей мало интересен человек как творец, ее мало заботит рассказ о ***самотворении*** личности — в центре внимания оказываются не острые социальные конфликты, а те, кого В.И. Ленин цинично называл «человеческим материалом» (смотрите статьи вождя Октября в пореволюционных

его выступлениях). За примерами далеко ходить не надо — достаточно вспомнить передачу Андрея Малахова «Пусть говорят», отчетливо сориентированную на беспроигрышно-выигрышный взгляд сквозь замочную скважину.

Второй фактор — исчезновение авторитетного субъекта высказывания.

Исчез публицист — властитель дум. Его извели. Он не нужен. Сегодня не нужен ни Александр Солженицын, ни Анатолий Агранovский, ни Анна Политковская, ни Юрий Щекочихин, ни Владимир Короленко, ни Влас Дорошевич, ни Александр Герцен.

Тут дело даже не в том, что интернет породил «ники», породил безымянность, спровоцировал массовый отказ от ***имени собственного*** в публицистике. Проблема видится в ином — Юрий Михайлович Лотман некогда обратил внимание на то, что в современной литературе идет движение от «Я — местоимения» к «Я — имени». В нынешней отечественной публицистике происходит катастрофический отказ не только от «Я — имени», но и от «Я — местоимения».

Изданию, оказывается, не нужен авторитетный носитель информации («А ну как к его голосу начнут прислушиваться миллионы?»).

Скандальное февральское выступление на Всероссийской научной конференции в МГУ (2013) заместителя министра связи и коммуникаций Алексея Волина, абсолютно бесстыжее по своей откровенности («СМИ не нужны мессии, главная задача журналиста — слушаться работодателя, подчиняться воле дяди»), отразило глубинные чаяния тех, кто сегодня стремится активно контролировать процесс управления общественным мнением.

И хотя Волин позже пытался дезавуировать свое высказывание, ссылаясь на то, что это была его личная точка зрения, говорил заместитель министра о том, о чем постоянно говорят большие и маленькие начальники, руководящие средствами массовой информации.

Два представителя воронежских вкладышей федеральных изданий, не сговариваясь, признались: «Нам запретили высказывать собственную точку зрения на страницах изданий, в которых мы работаем. Даете информацию — и ничего больше».

Конечно, можно прикрыться умилительной формулой: сам отбор фактов для публикации — уже есть латентная (скрытая то есть) демонстрация авторской точки зрения. Но любое публицистическое произведение сильно именно демонстративностью выражения авторской позиции. Даже в комическом повествовании (фельетоне, памфлете), где эта демонстративность присутствует в форме иносказания, смысл высказывания аудитории вполне доступен.

Автора — носителя точки зрения изгоняют с газетных полос, из теле- и радиоэфира. В лучшем случае ему отводят роль модератора (Владимир Соловьёв, Александр Архангельский, Виктор Третьяков), в худшем — превращают в Акакия Акакиевича Башмачникова, переписывателя чужих смыслов. А ведь автор публицистического произведения — это, прежде всего, ***генератор*** новых идей.

Понимаю, мне могут возразить: информационно-коммуникативное пространство расширяется; вузов, готовящих специалистов в сфере коммуникативного воздействия на аудиторию, становится все больше, да и число самих событий возрастает — как тут за всем уследить, как успеть выразить свое отношение к миру в условиях жесткой информационной конкуренции.

Я не очень уверен, что конкуренция обогащает творческий процесс.

Творчество требует сосредоточенности, а не торопливо-суетливого стремления успеть стать первым.

У творческой конкуренции три беды: первая — папараццизм, вторая — инфотейментизация, третья — постфактумность. На первые две совершенно справедливо обратил внимание А.А. Тертычный в своей статье «Характер применения жанров в современных печатных СМИ»[1]. Инфотейментизация, по мнению исследователя, сводится к «установке на развлекательность». Третья беда — постфактумность — представляет собой подмену самостоятельно осуществляемых исследований обработкой «вторсырья» — материалов, заимствованных из иных источников информации — в силовых структурах, в административных, судебных органах. Опасность использования такого рода материалов заключается в том, что автор в данном случае легко подпадает под влияние первоисточника. Публицистическое произведение утрачивает свою творческую оригинальность и самобытность.

Третий фактор — публицистическое произведение теряет свою жанровую определенность.

На рубеже 1960—1970-х гг. В.В. Учёнова обратила внимание на процесс, который она назвала диффузией жанров, или размыванием жанровых границ. Суть диффузии — взаимообогащение жанров в ходе активного взаимодействия. Идея В.В. Учёновой была поддержана: отечественная публицистика в период «оттепели» находилась на подъеме — на газетно-журнальных полосах, в эфире ТВ и РВ появились подзабытые жанры обозрения, комментария, интервью, эссе. Традиционные жанры статьи и корреспонденции обретали новые черты, становясь ощутимо образными.

Появилась возможность по-новому взглянуть на классификацию жанров.

Процесс эволюции был продолжен в восьмидесятые—девяностые годы, чему способствовала радикальная политическая, идеологическая и экономическая смена парадигм государственного развития и радикальные перемены в общественном сознании — ушел в прошлое Советский Союз, ему на смену пришла Россия.

[1] Современная пресса: теория и опыт исследования. М.: Изд-во моск. ун-та, 2013. С. 187.

Но одновременно явились в информационно-коммуникативном пространстве России и иные тенденции — вестернизация (о чем пишет А.А. Тертычный), матрицевизация (на что уповает И.М. Дзялошинский), реальное исчезновение многих публицистических жанров.

Причины этих явлений очевидны — коммерциализация СМИ, отказ в доверии к образному обобщению реальности, снижение профессионального уровня пишущих, говорящих, показывающих. Приложили свою руку к этому процессу и теоретики — форма перестала быть обязательным признаком жанра.

О пагубном влиянии так называемой «народной журналистики», господствующей в интернете, и говорить не приходится — там понятие «жанр» напрочь отсутствует. (Об интернет-версиях традиционных печатных изданий речь не идет.)

Поэтому имеем то, что имеем: ушли с газетных полос исследовательско-образные жанры: очерк, фельетон, эссе. Заметно сократилось количество исследовательских жанров — нет передовой статьи, письма; редкая гостья — рецензия. Заметно потеснены оперативно-новостные жанры — заметка и реплика, не поспевающие за электронной публицистикой. В результате современное отечественное публицистическое пространство заполнено пятью регулярно появляющимися жанрами — интервью, комментарием, статьей, корреспонденцией и репортажем (последний в силу своей специфики удерживает позиции на ТВ и РВ).

Наглядность, образность, эмоциональность — не в чести. Главный инструмент анализа — экспертная оценка происходящего. Качественные печатные издания плавно превращаются в аналитические бюллетени, центральное место в которых отводится не судьбе человека в обществе, а деятельности властных и хозяйственных структур.

Вот характерный пример: газета «Известия» за 11 апреля 2013 г.

Восемь полос — 30 материалов (без учета трех рекламных объявлений).

Блок материалов, связанных с функционированием оборонного ведомства: «Минобороны потратит 30 млрд рублей на спутники-шпионы», «Россия поставит Уганде оружие за деньги ВТБ», «Меня выдавали за племянника министра Сердюкова», «Первый колесный “танк” покажут осенью», «Дагестанских призывников возьмут на поруки депутаты и старейшины», «Минобороны нужен тепловизор для обнаружения спутников». Эти семь статей и корреспонденций занимают в общей сложности около двух полос.

Страна активно милитаризуется, промышленное производство сконцентрировано на оборонных предприятиях — интерес к материалам на военные темы вполне объясним.

Следующий блок — политический: «Казаки будут вербовать в свои ряды участников “Селигера”», «Демократы опять пытаются объединиться перед выборами в Мосгордуму», «От недвижимости не откажусь и из власти не уйду», «Против Дмитрия Ливанова ополчилась

вся фракция Госдумы», «Удавка на шее России», «Железное доказательство», «Тэтчер или Возрождение Англии», «Ныряльщик Абрамович», «Индия идет в мир».

Шесть статей и одно интервью — еще две полосы.

Экономика — «Греф и Костин просят заняться производными» — 0,25 газетной полосы.

Криминальное чтиво — «Журналистам грозят Высшим судом», «Транспортный прокурор вымогал взятку, прикрываясь РЖД».

Культура — «Талант без труда пропадает, труд без таланта — никчемен». «Минкультуры выкупило коллекцию Ремизова», «Пол Анка записал звуковую иллюстрацию к автобиографии», «Дориана Грея превратили в бренд», «Никита Михалков победил ВТО», «Нецензурщину в СМИ найдут добровольцы и эксперты».

Пять материалов — одна полоса.

Последняя полоса — спорт: «Успех в Лиге Европы выбил “Анжи” из чемпионской гонки», «Переход Артёма Леонова в “Спартак” под угрозой срыва», «Запасного махачкалинцев ждут в “Андерлехте”», «Защитник сборной Аргентины идет в России нарасхват», «Владимир Плющев возглавляет “Северосталь”».

Пять материалов — сплошь корреспонденции — футбол и хоккей.

Один день страны в зеркале газеты, претендующей именоваться качественной и общественно-политической. На все про все — шесть жанров: три интервью, одна заметка, одна рецензия, три комментария, двенадцать корреспонденций, десять статей.

Типичный жанровый расклад в СМИ, мало интересующихся судьбой человека.

Если рассматривать жанр как оптимальный способ решения конкретной творческой задачи, то нетрудно увидеть, что авторы «Известий» преследуют прежде всего одну цель — привлечь внимание к имени фигуранта материала, а не к проблеме, которая стоит перед обществом. Характерная деталь — в заголовки вынесены 13 фамилий — министр, политики, спортсмены, деятели культуры (Михалков, Сердюков, Греф, Костин, Тэтчер, Абрамович, Плющев, Ремизов, Пол Анка, Быстрицкая, Бурлаков).

Найдя в заголовке характерную «заманку», аудитория легко клюет в эпоху «быстрого чтения» на заголовок, а не на суть материала.

Четвертый фактор — меняется характер взаимоотношений автора и аудитории.

Публицистическое произведение — это всегда диалог. Диалог автора с миром, с аудиторией, с самим собой.

Это послание, нуждающееся в ответной реакции.

Диалог предполагает паритетные отношения сторон, в нем участвующих. Именно это обстоятельство является его главным условием, а не абсолютное согласие сторон по всем обсуждаемым вопросам.

Диалог требует понимания, со-чувствия, со-переживания, со-размышления и в, конечном счете, со-творчества.

Диалог в публицистике — не механическое информирование сторон о занимаемых позициях, о наличии у передающего и воспринимающего сознания определенных точек зрения, а побуждение к самотворению.

Специфика диалога в публицистике заключается в том, что он носит не обязательно характер прямого оперативного контакта. Восприятие полученной информации — процесс длительный.

Выступление публициста — повод для длительной работы мысли аудитории.

Сегодня качественный диалог публициста с аудиторией разрушается.

Складывается парадоксальная ситуация: СМИ старательно активизируют свои контакты с аудиторией (звонки в студию, интерактивные формы подачи материалов, «открытое голосование», ток-шоу с привлечением аудитории, «горячие линии» и проч.), но массовая аудитория кричит (по Станиславскому) «Не верю!».

И в этом неверии есть свой резон: постсоветские российские СМИ в последние годы все больше напоминают СМИ советского периода, жестко подчинявшиеся вертикали власти.

В Воронежской области активно внедряется сетевой вариант управления районными СМИ: и до того не слишком вольные районки оказались в абсолютном творческом подчинении у областной газеты «Молодой коммунар». Сотрудники этой газеты дистанционно руководят творческим процессом своих подчиненных — верстают номера, определяют его содержание. В результате газеты — и без того не слишком индивидуально-неповторимые — теряют свою особость.

И — разумеется, аудиторию. Кому нужна такая обезличенная пресса?

Зато на полосах появились цветные фотографии.

Публицистическое произведение превращается в матрицу — исчезает авторская индивидуальность и живое слово публициста. В этой связи трудно согласиться с утверждением И.М. Дзялошинского о том, что «наиболее адекватным термином, обозначающим все возможные регуляторы коммуникации, является понятие матрицы»[2].

В каком контексте ни рассматривать функционирование медиаматрицы («Медиаматрица действует на всех этапах журналистской и редакционной деятельности: при отборе новостей, определении жанров и т.д.»[3]), абсолютизировать роль ее как регулятора во взаимоотношениях автора и аудитории вряд ли следует: шаблон никогда не заменит настоящего творчества.

[2] *Дзялошинский И.М.* Современные периодические издания: медиаматрицы как основа концепции // Современная пресса: теория и опыт исследования. М., 2012. С. 144.

[3] Там же. С. 147.

Подменить может — заменить никогда!

Матрицевизация лишает публицистическое произведение эстетической привлекательности, авторской индивидуальности, оригинальности в трактовке темы.

Как следствие — автор в глазах аудитории перестает быть творцом сообщения, превращаясь в банального информатора о происходящих событиях и насущных проблемах.

Исчезает творчество — нет и сотворчества.

Публицистическое произведение утрачивает свою концептуальную ценность.

- II -

Современная отечественная пресса менее всего представляет собой профессионально сориентированное творческое сообщество, превращаясь зачастую в корпоративную забегаловку случайных лиц.

Так происходит потому, что забыты основные принципы, без опоры на которые невозможна нормальная творческая деятельность.

Первый принцип публицистического творчества — свобода высказывания.

Что собой представляет публицистическое произведение по своей сути? Факт и отношение к этому факту субъекта высказывания. Автор как носитель определенной точки зрения интересен аудитории. Этот интерес подпитывается личностью творца. Творец высказывания может ошибаться в трактовке происходящего, может заблуждаться в его оценке, может быть предельно субъективен, но никто не имеет права отнимать у него возможности высказываться. Тут дело не только в знаменитой декартовой формуле «Я мыслю — значит, я существую». Тут дело даже не только в конституционном праве на высказывание — тут важную роль играет чисто психологическое ощущение своей потребности к публичной защите собственной позиции.

Защите, свободной как от давления извне, так и от внутреннего сопротивления.

Текст — научный, художественный, публицистический, деловой — это всегда отобранное слово. Уровень этой отобранности зависит от тех задач, которые решает автор. Но есть у этой отобранности и внутренний — психологический — подтекст.

Чувство ответственности, чувство страха (прежде всего — страха ошибки), чувство творческой (эстетической) неуверенности, эмоциональные перегрузки — многие аспекты чувствования влияют в конечном счете на характер высказывания.

В последние годы уже редко ссылаются на гарантированную Конституцией России свободу слова. Чаще используют другие термины, определяющие взаимоотношения публициста с собранным им материалом — «формат издания», «самоцензура», «позиция редакции». За всеми этими понятиями скрывается не только реальная зависимость

издания от «руки дающей», но и неготовность публицистов ***иметь*** и защищать собственную позицию.

Провозглашение принципа внутренней свободы субъекта высказывания — это не нарочитое «бунтарство», это доказательная аргументация авторской точки зрения. Андрей Лошак в своей статье «Закоротило»[4] собрал в сети свыше 740 тысяч откликов потому, что жестко сформулировал свой взгляд на происходящее в стране, обозначив болевые точки процессов, протекающих в России. Андрей Лошак пишет о том, как государственные институты трещат по швам, и о том, как реагировать на это прессе. В центре внимания автора — разные стороны нашей жизни, подтверждающие абсурдность происходящего в стране, — вот история, случившаяся в Москве: чтобы не дать шведской компании «Икеа» продемонстрировать принципы настоящей работы, перед открытием первого магазина компании в Москве химкинские чиновники вырубили в этом магазине электричество.

Абсурд? Абсурд!

Второй пример — знаменитое дело Магницкого. Как пишет журналист: «В какой-то момент абсурд (нечто, противоречащее здравому смыслу), дойдя до критической величины, превращается в откровенную бессмыслицу, т.е. в бездумье».

Третий пример — бойня, устроенная майором Евсюковым. «Это был откровенный шизофренический акт, отчего он и выглядел особенно жутко».

Четвертый пример — пьяный милиционер на мерседесе сбил на автобусной остановке женщину. Гаишники пытались это дело замять. Не удалось — вмешались свидетели, которые вызвали журналистов.

А если б не вмешались? А если б журналисты не смогли приехать на место преступления? Автор размышляет над этими эпизодами и приходит к очевидной мысли — власть враждебна народу. «То, что народ достоин своей власти, — гнусная ложь, — пишет Андрей Лошак. — Чем дальше человек от власти, тем он лучше».

Неудивительно, что такой вывод публициста привлек внимание семисоттысячной аудитории.

Закономерно и другое. Чтобы предъявить власти подобные обвинения, нужно не только внимательно анализировать суть происходящего, надо еще и обладать ощущением собственной свободы.

Не бояться собственного высказывания.

Свобода высказывания опирается не на вседозволенность, не на «бесшабашность» публициста, а на его четкое представление о сути описываемых явлений, на уверенность в собственной правоте, на готовность к публичной дискуссии, если выступление порождает иные точки зрения.

[4] Openspase.ru. 2010. 5 марта. URL: http://www.os.colta.ru/society/proceckts/201 details/165631

Играть в поддавки с властью, с работодателями — смертельно для любого вида творчества. Известна знаменитая формула Михаила Шолохова, сформулированная им на Втором Всесоюзном съезде советских писателей: «О нас, советских писателях, злобствующие власти за рубежом говорят, будто бы пишем мы по указке партии. Дело обстоит несколько иначе: каждый из нас пишет по указке своего сердца, а сердца наши принадлежат партии и родному народу, которым мы служим своим творчеством»[5].

Формула эта демагогична по своей сути. Творчество не подчиняется никаким указам — ни партийным, ни общенародным, ни вселенским. Творец руководствуется своими собственными представлениями о мире, создавая в произведении виртуальную его модель.

Отсюда ***второй принцип публицистического творчества — его модальность.***

Публицистическое произведение отражает взгляд субъекта высказывания на окружающую его реальность. Вне этого угла зрения публицистического произведения не существует.

Поскольку понятие единства содержания и формы — понятие неотменимое, мы вправе говорить о единстве мировоззренческих и эстетических основ авторской точки зрения.

Модальность в публицистическом произведении заявляет о себе в выборе темы выступления, в характере ее разработки, в системе авторских рассуждений и в системе созданных им образов (т.е. в характере обобщения); в выборе жанра.

Модальность публицистического высказывания во многом зависит не только от индивидуально-неповторимых особенностей — психофизических, личностных — говорят о трех типах публицистической деятельности — репортерской, аналитической, художественной. Но главное заключается в том, что угол зрения автора — категория мировоззренческая, идеологическая.

Признание принципа модальности как системообразующего принципа деятельности в публицистике означает повышение статуса субъекта высказывания, о чем уже говорилось выше.

Являясь субъектом высказывания, публицист не только закрепляет за собой право на наличие у него определенной точки зрения — он защищает право на субъективность сказанного слова.

В отечественной публицистике сегодня борются две тенденции — опора на объективированное повествование и опора на субъективацию высказывания. Проблема здесь заключается не в упоминании (не упоминании) личных местоимений (я/мы), а в сущностном характере повествования: передаче сообщения для его последующей переработки мыслящей аудиторией или передаче сообщения с уже за-

[5] *Шолохов М.А.* Собр. соч.: В 8 т. М.: Огонек, 1962. Т. 8. С. 645.

ложенной в него оценкой — концепцией субъекта высказывания с последующим осмыслением этой концепции аудиторией.

Чем привлекателен интернет?

Широкой доступностью публикуемого сообщения к обсуждению напрямую аудиторией.

И здесь выступает на первый план еще одна особенность модальности как принципа публицистической деятельности — ее ***склонность к игровым взаимоотношениям с аудиторией.***

В современной отечественной публицистике играют все.

На каждом сантиметре газетно-журнальной площади, в любом отрезке ТВ и РВ-эфира.

Любимая забава — игра с заголовками.

«Канада подхватила китайскую лихорадку» («Независимая газета», 8 февраля 2010 г). Корреспонденция отнюдь не на медицинские темы, а о том, как правительство Канады жаждет поставлять в КНР нефть и газ.

«Татьяна Толстая умерла» («Московский комсомолец в Воронеже», 6—13 марта 2013 г.). Рецензия на учебник по русской литературе для средней школы.

«Из России за год увели Олимпиаду» («Метро», «Воронеж и весь мир», 26 февраля, 2013 г.) — о бегстве капиталов из страны.

«Английская финансовая революция» («Советский спорт», 16 февраля 2013 г.) — о новом потолке зарплат в английском футболе.

Ну и так далее.

Игра предполагает наличие игроков. В публицистике это автор и аудитория. В данном случае автор не только существует как «я-для-себя», но и как «я-для-всех». Публицистический образ — это код, но код этот должен быть понятен аудитории. Опознавательные знаки «свой»-«чужой» должны быть понятны аудитории.

Нет необходимости повторять здесь основные положения статьи «Модальности поэтики», принадлежащей перу В.Я. Малкина (Поэтика. Актуальный словарь терминов и понятий)[6]. Стоит лишь обратить внимание, что все положения этой статьи, имеющие отношение к художественному творчеству, прямо соотносятся с творчеством публицистическим.

Важным представляется вот что: модальность актуализирует взаимоотношения субъекта высказывания с окружающим его миром. В этой актуализации существенную роль начинает играть принцип ***жизнеподобия***, на который в воссоздании картины мира обратил внимание С.Г. Корконосенко[7].

[6] Поэтика. Актуальный словарь терминов и понятий. М.: Изд-во Кулагиной Intrada, 2008

[7] *Корконосенко С.Г.* Актуальные проблемы современности и журналистика. Тольятти: ТГУ, 2009.

Признавая право существования субъекта высказывания как носителя собственной точки зрения, мы тем самым не можем не признать, что принципиальной особенностью публициста как повествователя является его появление перед аудиторией в виде биографического автора, т.е. реального субъекта истории, некую индивидуальность, вписанную в конкретную пространственно-временную систему координат.

Беда современной отечественной публицистики заключается в том, что на полосах изданий является перед читателем не просто слабо закрепленная за фамилией личность (к тому же в редакциях широко прибегают к вымышленным персонам), а некое бесполое существо, лишенное реальной ценностной ориентации, не имеющее ни своей биографии, ни своих привязанностей, ни своей характерологической неповторимости.

Третий принцип публицистического творчества — его диалоговость.

Публицистическое слово не может не быть не адресным.

Широко известен трюизм: публицист имеет дело с анонимной аудиторией. Так-то оно так, но автор публицистического произведения своих слов на ветер не бросает: он формирует в своем сознании ту аудиторию, на которую рассчитано его выступление. Как на митингах даже самый тихий оратор вдруг начинает повышать голос, вздымать кулаки и возбуждать толпу кликом «Я вам нужен?», так и в публицистике автор нуждается в отклике аудитории. Чтобы этот отклик возник, публицист моделирует аудиторию такой, какой он хочет ее видеть.

Формально анонимная аудитория — это аудитория, которая «придумана» автором, которую он сочинил в своем воображении и с которой ведет диалог.

Диалектика взаимоотношений двух сознаний — передающего и воспринимающего — заключается в том, что они в процессе общения ищут друг друга и находят/не находят взаимопонимания.

Собственно, поиски взаимопонимания и превращают монолог публициста в диалог с аудиторией.

Организация аудитории — одна из важнейших задач творца публицистического произведения. Эта организация зависит от нескольких факторов. Один из самых первостепенных — ***релевантность***, соответствие авторского высказывания интересам аудитории. Второй фактор — ***занимательность***, характер изложения материала; третий фактор ***декодируемость***, доступность расшифровки образов и системы понятий, составляющих основу повествования; четвертый фактор — ***релятивность***, способность автора вступать в сложные отношения с аудиторией, суть которых — дать аудитории возможность формирования собственной позиции.

Публицистическое произведение всегда вариативно: автору его противопоказан указующий перст. Субъект высказывания здесь — носитель одной из немногих точек зрения, которая представляется

автору наиболее продуктивной. Эффективность воздействия автора на аудиторию держится на авторитете субъекта высказывания, на характере аргументации, на занимательности изложения материала, на его концептуальной ценности.

Отсюда ***четвертый принцип публицистического творчества — его антиэнтропийность.***

Считается, что газета живет один день.

Считается, что главный девиз публицистического творчества — «здесь и сейчас».

Считается, что основное «топливо» публицистического высказывания — новость.

«Газетчиком не умру!» — восклицал Антон Павлович Чехов в начале 80-х гг. XIX в. И это чистая правда: Антон Павлович Чехов умер в 1904 г. великим русским писателем. Но сахалинские очерки читают до сих пор. И его путевые заметки, рассказывающие о Сибири, тоже с интересом читаются.

Не только как исторические документы.

Публицистическое произведение сохраняет в себе энергию автора, его создавшего.

Девиз публицистического творчества «Везде и всегда».

Публицистическое произведение представляет ценность для аудитории сегодняшнего и завтрашнего дня не только фактами, в нем заключенными, но и мыслью, высказанной автором.

Человек ушел, а точка зрения его осталась.

Так формируется инфоноосфера — бесконечное репродуктивное пространство, сохраняющее и преумножающее опыт поколений.

Такова особенность любого вида творчества, но в публицистике это свойство сохранения знания о мире играет особую роль: строка, отлитая в металл, превращается в смысловой концепт, сохраняющий мысль автора в особом хронотопе вечности и безмерности исторического пространства.

Рассмотрим номер газеты «Правда» от 18 ноября 1940 г. Как известно, любой отдельный номер издания отличается презентативностью (отражает концептуальную сущность издания), коммуникативной системностью (позволяет проследить суть процессов, протекающих в обществе), информационной исчерпанностью, типологической ценностью (дает представление о особенностях издания в целом), дискурсивностью (актуализирует взаимоотношение издания с аудиторией за счет очевидного творческого целеполагания редакции, готовящей номер к выпуску).

Осень 1940 г. — время предгрозовое: в Европе война, гитлеровская Германия стоит у новых границ Советского Союза (к этому времени в состав СССР вошли Западная Украина и Западная Белоруссия, Прибалтика, Бессарабия).

Шесть полос «Правды», центрального органа ВКП(б), отражают это предгрозовое время: на первой полосе помещают два репортажных снимка о пребывании В.М. Молотова в Германии — председатель Совнаркома СССР сидит рядом с Гитлером, на втором — рядом с министром иностранных дел фон Риббентропом.

Никаких комментариев — только снимки — успокаивающие, обнадеживающие (войны не будет).

Передовая — «За повышение требовательности и дисциплины в школе».

Война на Западе — у нас выборы в молодых советских республиках (этому посвящены подборки материалов на первой полосе — в противовес четвертой полосе, рассказывающей о боях в Европе и Северной Африке).

Побаиваемся фашистской Германии, но помним о пролетарском интернационализме — в заметке о собрании в Горской республике упоминается Эрнст Тельман, вождь германской компартии, избранный в почетный президиум собрания.

О грозящейся войне газета не забывает — репортаж из Киева на второй полосе о наборе в железнодорожные училища: рассказ о крепких парнях, готовых к труду и обороне.

Пафос номера — страна живет трудовой жизнью, но к боям готова — страна живет в трудовом ритме, частные проблемы не отменяют нашего движения вперед — курс, разработанный партией и лично товарищем Сталиным, правилен, совместная работа партии и народа дает свои результаты.

Номер «Правды» от 18 ноября 1940 г. — характерный образец продукции, заполняющей информационно-коммуникативное пространство государства, именуемого Советским Союзом.

И тем ценен.

Он — не просто память о прессе тоталитарного режима, он дает наглядное представление о неотменимых, общепринятых формах взаимодействия издания и аудитории, о характере диалога между ними, о принципах воздействия публицистического произведения на массового читателя, о формировании с помощью прессы четких идейно-политических и нравственно-этических представлений об окружающем мире.

Пятый принцип публицистического творчества — его концептуальность.

Что такое концепция в самом общем виде?

Совокупное представление о чем-либо. Кажется банальностью напоминать о том, что творец в своих взаимоотношениях с миром опирается на определенные нравственно-этические ценности, что личностное кредо высказывания «просвечивает» сквозь текст, предъявляемый автором аудитории.

Концептуальность публицистического творчества определяется, во-первых, стремлением субъекта высказывания участвовать в формировании нравственного отношения к миру у потребителей передаваемой информации; во-вторых, в стремлении автора к самоутверждению в процессе самого существования личности; в-третьих, в наличии опорных базовых представлений о мире.

Публицист знает (должен знать), ***что*** он защищает, ***какими*** средствами защищает свою позицию и против ***кого*** (или — чего) выступает.

Слова «идейность», «идеология», «пропаганда» за последние годы в отечественной теории публицистики подверглись остракизму. Между тем сами по себе они негативного оттенка не содержат. Они теряют смысл только тогда, когда публицист в своих оценках, наблюдениях, рассуждениях демонстративно расходится с реальным положением дел.

Когда присущая публицистическому высказыванию субъективность переходит в субъективизм.

Публицистическое творчество — литература здравого смысла; литература, соединяющая субъективный взгляд на мир со стремлением постичь закономерность процессов, протекающих в этом мире.

Постижение закономерностей происходящего в мире — важнейшая задача публицистического творчества.

Это постижение возможно только тогда, когда автор сознательно, исходя из присущих ему взглядов и представлений, силой своего воображения воссоздает представительную, наглядную, достоверную, убедительную картину, вызывающую доверие аудитории.

В сущности, именно доверие аудитории к субъекту высказывания активизирует его творческую деятельность, именуемую публицистической.

Список литературы

Дзялошинский И.М. Современные периодические издания: медиаматрицы как основа концепции // Современная пресса: теория и опыт исследования. М., 2012.

Корконосенко С.Г. Актуальные проблемы современности и журналистика. Тольятти: ТГУ, 2009.

Тертычный А.А. Характер применения жанров в современных печатных СМИ // Современная пресса: теория и опыт исследования. М.: Изд-во Моск. ут-та, 2013.

Поступила в редакцию
12.02.2014