

О ВЫРАЗИТЕЛЬНО-ИЗОБРАЗИТЕЛЬНОЙ ПРИРОДЕ ПУБЛИЦИСТИКИ

С. Л. Страшнов

Ивановский государственный университет

Поступила в редакцию 31 марта 2018 г.

Аннотация: предлагаемый в работе подход позволяет вернуться к вопросу о сущности публицистики и уточнить некоторые ее особенности. Данной статьей автор продолжает свои исследования в области медийной поэтики.

Ключевые слова: публицистика, аналитика, выразительность, изобразительность, программные выступления, памфлет, очерк.

Abstract: the proposed approach allows us to revise the essence of journalism and clarify some of its features. In this article the author continues his studies in the field of media poetics.

Keywords: journalism, analytics, expressiveness, figurativeness, program statements, pamphlet, essay.

Рассматривая обозначенный аспект в самом первом приближении, естественно вспомнить о всеприсутствии публицистики в СМИ, а затем — о соответствующей типологии искусств, и тогда на одном полюсе окажется соприродная музыке радиопублицистика, а на другом — близкая к живописи фотопублицистика. Однако этот путь развития мысли способен мгновенно завести в тупик, поскольку синонимом выразительности является субъективность, а это родовой признак публицистики как таковой. Проблема, лишь обозначившись подобным образом, сразу рискует оказаться закрытой. Продуктивнее поэтому, взяв первое начало за основу, сосредоточиться на процессах и результатах взаимодействия с ним изобразительности. Впрочем, и при этом выразительное не следует воспринимать априорно: в той же фотопублицистике, в аналогичных телеформатах и видеофайлах, в описательных жанрах печатной периодики исходной будет зрелищность, а экспрессивность, напротив — силой преобразующей.

Специфика публицистики, естественно, связана с ее прямым, публичным же, назначением. Как сказано в одной из последних работ, данному феномену посвященных, «цель публицистики — пробуждение общественной мысли, объединение людей вокруг идеи, освещаемой в статье, формирование общественного мнения» [1, 136]. Публицистика (причем здесь она исторически возглавляет ряд, продолжаемый пропагандой и рекламой) стремится завоевать и воодушевить максимальное число современников, реально на них влияя. Две ее основы — это искреннее самовыражение и просветительство, поэтому автор одновременно должен быть убежденным и убедительным, красноречивым и ясным, впечатляющим и наглядным.

В большинстве дореволюционных, советских и некоторых более поздних суждений о публицистике внимание было сосредоточено на соотношении понятийно-логического и образно-эмоционального. Причем акцент ставился на том, как чувства просветляют мысль [см., например: 2, 161], превращают ее в пафос. Уже заинтересованно внедрявший этот термин В. Г. Белинский подчеркивал, что его сила как публициста «не в таланте, а в страсти, в субъективном характере натуры и личности» [3, 704]. Тезисы текстов, рассчитанных на широкие аудитории, не допускают хаотичности, они выстраиваются четко, упорядоченно, но сообщаются еще и энергично, активно, особенно в высказываниях устных, которые могут обладать даже повышенной суггестивностью.

Ведущими жанрами, к этому стремящимися и этого достигающими, являются программные выступления (манифесты, тронные/инаугурационные речи, воззвания, передовые статьи, развернутые некрологи, проповеди, открытые письма и т.п.), а также памфлеты. Все они декларируют credo вождя, пастыря, оратора, публициста, а обыкновенно — тех, кого каждый из них представляет: партию, конфессию, художественную группировку, редакцию.

Воздействующие, подчас манипулятивные, эффекты достигаются при этом прежде всего испытанными со времен античности риторическими выразительными средствами: обращениями и вопросами, гиперболами и литотами, повторами-заклинаниями, градациями, антитезами, умелыми инверсиями и т.п. С их помощью речь выполняет не информативную, а формативную, то есть именно формирующую функцию [см. об этом: 4, 205].

Однако и самое напористое использование перечисленных приемов — тактика лобовых атак — совсем не обязательно сулит успех. И, как правило, отвлеченность идеологических или иных установок преодолевается за счет разнообразной конкрети-

зации. В программных выступлениях и памфлетах ее любят осуществлять простым переключением регистров — полемическими выпадами в сторону врагов, противников, оппонентов [подробней см.: 5], но тем более плодотворными оказываются ресурсы изобразительности.

Выдвигая и внушая обобщающую идею, автор старается не оказаться голословным: характерными и спасительными для передовиц становятся поэтому обороты типа «возьмем другой пример» [см. как вариант в статье Г. В. Плеханова: 6, 21]. Постулаты и лозунги подкрепляются фактами, впрочем, как правило, в перечислительном виде. У Г. Зюганова, лидера КПРФ, это, положим, выглядит так: **«Жизнь представляет власти брать на вооружение то, над чем многие годы работала наша команда.** Мы настаивали на обеспечении безопасности северных рубежей, где сосредоточены гигантские богатства Родины. Эти территории оказались полностью оголенными после разрушения пяти авиационных полков МиГ-31. Сегодня эта лучшая в мире машина опять поставлена на поток. Одновременно реализуется проект по созданию новой модели истребителя-перехватчика МиГ-41. Принято наше предложение по энергичному развитию гражданской авиации» [7, 1]. И т.д. и т.п.

Перед нами лишь один, да еще и неполный, абзац политического заявления, но структура его типовая: императивное или эмоциональное высказывание (здесь, как и во многих других аналогичных положениях, оно имеет законное шрифтовое выделение) «подпирается» конкретными аргументами. Выходит, если это изобразительность, то сугубо плакатного свойства. Факты или образы составляют в подобном контексте материал подсобный, но они придают ему объемность, и трибун от них не только отталкивается, но и накаляется.

Могут возразить: разве иначе строятся статьи аналитические? Похоже, и все-таки по-другому: там автор ищет истину на наших глазах и демонстрирует богатство, разнообразие мысли, а здесь выступающий не ведает сомнений в том, что произносит: в наступление отправлена цепь пропагандистских лейтмотивов — текст бьет в одну точку, и, естественно, капли камень точат.

Еще очевиднее исповедует «одну — но пламенную страсть» [8, 80] памфлет, где она быстрее закипает и дольше клокочет. И это объяснимо: ведя огонь на уничтожение, человек должен быть абсолютно уверенным в собственной правоте. Подобную логику афористично сформулировал во время войны поэт-публицист М. Светлов: «Я стреляю — и нет справедливости справедливее пули моей!» [9, 440].

Но высокое и яростное пламя нужно все-таки не утомимо, даже агрессивно, поддерживать, и в топку идут разнообразные прецеденты: цитаты из художественной литературы, результаты научных исследований, статистика, личные текущие впечатления,

параллели (либо антитезы) из истории и преданий. Вот как выглядят современные жанровые решения: «В начале 90-х социологи провели масштабный опрос молодых людей от 18 до 20 лет. И выяснилось, что большинство из них мечтают стать не космонавтами и учителями, не врачами и инженерами, а проститутками и бандитами. Не то чтоб эти профессии казались молодым людям романтическими, но такая работа давала стабильный заработок. Прошло двадцать лет. Россия оправились, привела себя в порядок. Потенциальные шлюхи и рэкетеры повзрослели, одумались и нашли себя в новой жизни. Теперь они служат на таможне, в милиции, в налоговых инспекциях и в судах. Романтики опять же никакой, но заработок стабильный» [10, 1].

А иногда конкретизация начинается уже с аллегорий, назначение которых как раз в том, чтобы запечатлеть умозрительную публицистическую идею в зримом образе. Памфлетист склонен обсуждать отвлеченные понятия (типа Добродетели, Совести, Чести, Истины), но их необходимо максимально реанимировать, приблизив к аудитории, задев ее за живое, поэтому он и прибегает к аллегории как способу однозначного, не допускающего иных толкований иносказания с заложенной в нем определенной и открытой оценочностью, когда добро есть добро, а зло есть зло. Вспомним хотя бы классические жанровые образцы: «Пчелы» Д. Писарева или «Скотный двор» Дж. Оруэлла. Будучи лишены изобразительности, памфлеты в лучшем случае становятся инвективами — гневными тирадами, а в худшем — «представляют собой цензурную матерщину» [11, 42], заурядную площадную брань, как охарактеризовал некоторые выпады А. Проханова Ю. Богомолов.

Очевидна правота А. Г. Алтуняна, который утверждал, что образы в публицистике прагматичны, иллюстративно-аргументативны [см.: 12, 9–10, 26]. А еще — по мнению на сей раз И. Ф. Архипова — они схематичны, одноплановы [см.: 13, 48, 49]. И приблизительно так же, редуцированно, а подчас и фантастически трансформированно [см. об этом: 14, 360] выглядят в структуре наиболее выразительных публицистических жанров, о которых мы только что вспоминали, факты. Тем не менее и здесь, как было уже показано, образно-фактологические элементы совершенно необходимы: с их помощью производится визуализация — хотя бы и в вербальной форме.

В жанрах по своему происхождению скорее изобразительных — при сходных результатах — движение происходит едва ли не обратное. Если для памфлетиста характерна деперсонализация, и ему достаточно упомянуть одно лишь имя антагониста (будь то Троцкий, Гитлер или Усама бен Ладен), чтобы обрушиться на целую систему взглядов и действий, то очеркисты и фельетонисты зависимы от материала: свою концепцию в конкретике они предпочитают упрятать, либо находят ее, постигая людей

и обстоятельства. В особой цене наблюдательность, способность к описаниям, персонализация, умение подавать приметы окружающего мира и персонажей зримо, пластично, подробно. Иногда — как, например, у Ю. Роста — словесные зарисовки пишущего подкрепляются его же собственными фотографиями. Существенно и то, что, в отличие от насыщенной психологизмом художественной литературы двух последних веков, видимая реальность в предметных публицистических жанрах не оттесняется на периферию преимущественным воспроизведением внутренней жизни человека.

Однако даже повышенная детализация не может оказаться в СМИ самоцелью: медийные картины и характеристики не буквальны, а выразительны. Насквозь субъективны они у эссеистов; в фельетонах факты подаются, как в любой сатире, — условно, саркастически утрированно; а для фото- и телепублицистики привычны предвзятый подбор кадров и снимков, тенденциозные ракурсы и монтаж. Впрочем, интересней всего в этом смысле присмотреться к спокойным по тону и обстоятельным по изложению очеркам.

Не станем искать легких путей и цитировать, скажем, переполненные негодованием в каждой реконструируемой сцене «Окаянные дни» И. Бунина и подобные им записки — возьмем текст относительно ровный, описывающий сегодняшнее состояние Нижнего Новгорода. Однако и его автор, Борис Борисов, начинает все-таки с откровенных признаний: «Ну что тут скажешь... Люблю я свой город. И когда он был Горьким, и когда снова обрел свое историческое имя» [15, 190]. Создавая образ малой родины, очеркист обзвора разные сферы его жизнедеятельности: управление, транспорт, коммуналку, миграционную политику, СМИ, трудоустройство — и погружает объект в контексты временные («прежде» — «теперь») и пространственные (сравнение Нижнего с близлежащим Ивановом).

Кое-где Борисов и впрямь живописует, повествует: в произведении наличествуют 3–4 диалога, несколько эпизодов и немалое количество эпизодических же героев. Однако конкретика нередко и свернута: в чести характеристики самые обобщенные («Тут изготавливали “оборонный щит страны”. Рабочий ставился в пример, рабочий был востребован. Ныне “рабочий” — слово редкое, единичное и если не ругательное, то свидетельствующее о неуспешной жизни» [15, 190]); или страницу спустя: «Нижегородская чвань любит блескучее, модное, дорогое и эксклюзивное» [15, 191], да при этом еще очеркист лукаво отрешивается от локальности своего интегрирующего метода: «Когда я говорю “Нижний Новгород”, я не исключаю, что говорю не только о своем, но и о любом другом городе» [15, 191]. Оценочность ощутима уже внутри отдельных фраз, а ниже она будет заметна в подтексте каждой из картин. Автор

решительно типологизирует факты и подает их где в иронической, а где и в драматической огласовке.

Надо отметить, что среди исследований, посвященных жанру, можно встретить и такие, где упорно говорится о его преимущественной документальности, зато авторское «я» представлено всего лишь как «выразительное средство» [16, 267]. Подобная минимизация роли очеркового автора вызывает даже не протест, а оторопь, потому что именно он является реальным организатором повествования. Несмотря на свое сосредоточенное внимание к окружающему, он весьма инициативен: поток жизненных явлений встречает его тенденциозно настроенный взгляд или, по крайней мере, они выступают в его интерпретации.

Вот и в нашем случае, у Б. Борисова, текст складывается из собственных впечатлений, личных наблюдений, что акцентируется («Я был свидетелем сцены...» [15, с. 195]), а также из показаний близких друзей. В других жанровых разновидностях (прежде всего путевой) оценочные суждения попадают на глаза еще чаще, разрастаясь иногда до очевидных лирических отступлений. Или до нескольких экскурсов: допустим, рассказывая про мальтийцев, Ю. Осипов заключает большой абзац фразой «Нам бы такую нежность к собственной истории» [17, 100]. Затем, после пробела, тем не менее продолжает: «В качестве небольшого отступления: далеко-далеко, в Калининском районе Петербурга, на Минеральной улице стоит католический храм Просвещения Пресвятой Девы Марии, внутри аскетично и по-настоящему духовно, в фундаменте похоронен сам проектировщик Бенуа...» [17, 100]. Далее следует довольно выразительный аргумент как раз из истории собственной, после чего повествование возвращается на Мальту, и в подобных переходах-камбэках тоже, несомненно, присутствует авторская воля. Очерковая журналистика — при всей своей наглядности — тоже позиционная, то есть выражающая позицию человека и гражданина.

Получается, что публицистика являет собой синтез выразительного и изобразительного, воздействующего и познавательного начал с меняющейся в разных жанрах доминантой. Обращаясь к большим, нерасчлененным на страты массам людей, журналистика этого рода занимается популяризацией, то есть широкозахватным распространением знаний и внедрением идей (заметим в скобках, что недаром и научно-популярную деятельность называют порой научной пропагандой). Поэтому публицистика стремится быть авторитетной и доходчивой, сложное излагает через простое, а неведомое через знакомое. Показательны те элементарные сравнения, при помощи которых В. Маяковский открывал для себя и для советского читателя 1920-х годов Америку: «Мелькнула американская Волга — Миссисипи» [18, 297].

Нельзя, впрочем, сказать, что обозначенный синтез относится к исключительным свойствам публицистики. Весьма характерен он для большинства рекламных текстов, только, в отличие от манифестов, в них преобладает индуктивная композиция: слоган не предшествует, а завершает демонстрацию примера, сценки, картины. В одном из последних диссертационных исследований на этот счет сказано, что такова «характерная для американской риторики композиция с «оттягиванием» темы и привлечением внимания к ключевой фразе, помещенной в самом конце текста» [19, 16]. С синтезом сталкиваемся мы даже в информационных разделах СМИ (таковы репортаж, в некоторых отношениях отчет), и тем более в новейшей конвергентной журналистике (прежде всего на ум приходят лонгриды, подробнее о которых см.: [20, 8–10]). А антипод публицистики, особенно в части визуализации, скорее всего, аналитика с ее преимущественно понятийно-логической, а не образно-эмоциональной аргументацией. Хотя иногда обозреватель может выражать и прихотливые мнения.

Общая структура публицистики в том виде, который мы обнаруживаем в давних и современных проявлениях, воспринимается как ее извечная, постоянная природа. Однако востребована она бывает в разные времена далеко не в равной степени. Новое обращение к ней, актуализация исследовательской проблематики оправданы тем, что сегодня публицистика заметно активизировалась. В условиях непрекращающихся предвыборных кампаний, информационных войн, усиления идеологического влияния на население вновь заговорили о возрождении духоподъемных массмедиа [см.: 21, 62–63; 22, 18]. Публицистика проникает в новостные сообщения, итоговые программы, что, разумеется, настораживает. Но для начала — побуждает научиться просто сызнова распознавать этот феномен.

ЛИТЕРАТУРА

1. Машарипова Т. Ж. Публицистика и литература: общее и отличительные особенности / Т. Ж. Машарипова // Вестник МГУ. Сер. 10. Журналистика. — 2014. — № 2. — С. 130–148.
2. Основы творческой деятельности журналиста: учебник. — СПб.: Знание, СПбИВЭСЭП, 2000.
3. Белинский В. Г. Письма 1829–1848 годов / В. Г. Белинский // Собр. соч. в 9 т. — М.: Художественная литература, 1982. — Т. 9.
4. Эпштейн М. Слово и молчание в русской культуре / М. Эпштейн // Звезда. — 2005. — № 10. — С. 202–222.
5. Шестерина А. М. Полемический текст в совре-

менном медиапространстве (функциональные, жанровые и структурные особенности печатной полемики) / А. М. Шестерина. — Тамбов: Изд-во ТГУ им. Г. Р. Державина, 2003.

6. История отечественной журналистики (1917–1945). — М.: Изд-во МГУ, 1999.
7. Зюганов Г. За возрождение страны и достойное будущее народа / Г. Зюганов // Правда. Информационный бюллетень ЦК КПРФ. — 2016. — Январь — февраль. — С. 1–2.
8. Лермонтов М. Ю. Мцыри / М. Ю. Лермонтов // Собр. соч. в 4 т. — М.: Художественная литература, 1976. — Т. 2. — С. 78–98.
9. Светлов М. Итальянец / М. Светлов // Собр. соч. в 3 т. — М.: Художественная литература, 1974. — Т. 1. — С. 439–440.
10. Речкалов В. Сукины дети / В. Речкалов // Московский комсомолец. — 2011. — 16 февраля. — С. 1.
11. Богомолов Ю. Товарищ Гексоген / Ю. Богомолов // Журналист. — 2009. — № 7. — С. 42–44.
12. Алтунян А. Г. От Булгарина до Жириновского: идейно-стилистический анализ политических текстов / А. Г. Алтунян. — М.: Российск. гос. гуманит. ун-т, 1999.
13. Архипов И. Ф. К вопросу о существовании собственного публицистического образа / И. Ф. Архипов // Вестник МГУ. Сер. XI. Журналистика. — 1974. — № 5. — С. 44–53.
14. Третьяков В. Как стать знаменитым журналистом: курс лекций по теории и практике современной русской журналистики / В. Третьяков. — М.: Ладомир, 2004.
15. Борисов Б. Увы, НиНО, увы / Б. Борисов // Знамя. — 2014. — № 4. — С. 190–197.
16. Ким М. Н. Жанры современной журналистики / М. Н. Ким. — СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2004.
17. Осипов Ю. Краткий курс мальтийской жизни с красивой женщиной (или Большая Белая Акула Как Повод Для Гордости) / Ю. Осипов // Дружба народов. — 2016. — № 1. — С. 91–118.
18. Маяковский В. Мое открытие Америки / В. Маяковский // Полн. собр. соч. в 13 т. — М.: ГИХЛ, 1958. — Т. 7. — С. 265–346.
19. Рябиничева Д. В. Жанр плакатного лозунга и рекламы в творчестве Владимира Маяковского 1920-х годов: автореф. дис. ... канд. филол. наук. / Д. В. Рябиничева. — М., 2009.
20. Кульчицкая Д. Ю. Лонгриды в онлайн-СМИ: особенности и технология создания / Д. Ю. Кульчицкая, А. А. Галустьян. — М.: Аспект Пресс, 2016.
21. Тимченко И. Возвращение авторской журналистики / И. Тимченко // Журналист. — 2017. — № 3. — С. 62–63.
22. Свитич Л. Г. Коммуникативные характеристики контента городских газет (по результатам контент-анализа) / Л. Г. Свитич [и др.] // Вестник МГУ. Сер. 10. Журналистика. — 2016. — № 1. — С. 3–27.

Ивановский государственный университет
Страшнов С. Л., доктор филологических наук, профессор
E-mail: sstrashnov@yandex.ru

Ivanovo State University
Strashnov S. L., Doctor of Philology, Professor
E-mail: sstrashnov@yandex.ru