

УДК 007 : 304 : 070

СВІТОГЛЯДНА ПУБЛІЦИСТИКА ЯК ФІЛОСОФСЬКА ЖУРНАЛІСТИКА

Андрій Мельник

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Генерала Чупринки, 49, 79001, Львів, Україна,
e-mail: melnyka@ukr.net*

Розглянуто поняття «світоглядна публіцистика». Зроблено спробу порівняти його із концептом «філософська журналістика» французького соціолога Л. Пенто.

Ключові слова: публіцистика, філософія, журналістика, світогляд, медіатизація, суспільство, інформація.

Поняття «світоглядна публіцистика»¹ сьогодні усе частіше використовують як у науковому, так і у широкому публічному просторі. Ним послуговуються як журналістикознавці, так і дослідники літератури, культурологи, есеїсти. Прикладом останнього може бути книжка Івана Дзюби «Є поети для епох», присвячена творчості Ліни Костенко. Один із її розділів, у якому автор аналізує публічні виступи поетки, має назву «Від поезії до світоглядної публіцистики» [Див.: 4]. **Мета** цієї статті – запропонувати новий ракурс розгляду поняття «світоглядна публіцистика», зіставити це явище зі схожими феноменами, а також залучити до його пояснення ілюстративний матеріал, який, за нашими спостереженнями, досі не використовувався.

Микола Шлемкевич, автор терміну «світоглядова публіцистика» у статті «Новочасна потуга» зараховує до неї твори, «що стоять уже на межі філософії» [12; 115]. Проте це не означає, що до публіцистики належать винятково твори «світоглядового характеру». Зважаючи на те, що М. Шлемкевич не залишив якихось глибших роз'яснень з приводу цього концепту, ми відштовхуватимемось від його зауваги про пов'язаність філософії та світоглядної публіцистики.

В українському журналістикознавстві думки М. Шлемкевича розвивали

© Мельник А., 2012

¹ Досі відкритим, на наш погляд, залишається питання про переклад поняття «світоглядна публіцистика» англійською мовою. М. Титаренко перекладає його як *universal publicism*. Ми застосовуватимемо цей варіант, хоча варто також розглянути інші спроби – *ideological publicism*, *world-view publicism*. Зауважмо, що ця проблема потребує окремого дослідження.

Й. Лось, Т. Лильо, В. Здоровега, М. Титаренко, І. Полянський, Л. Василик та інші. Зокрема. М. Титаренко виокремлює і протиставляє дві парадигми журналістики – світоглядну публіцистику та інформаційну журналістику, зазначаючи, що сьогодні надто явно переважає остання. Це цілком справедливе зауваження, але протиставлення цих двох поглядів наштовхується на той факт, що світоглядна публіцистика та інформаційна журналістика виконують різні функції. Хоча, з іншого боку, і перша, і друга працюють з інформацією; якщо в репортерстві інформація, як правило, має прикладний, утилітарний характер, то в публіцистичній творчості – субстанційний: автор публіцистичного тексту може розвинути факт до рівня явища, у його аргументації він виконує роль цеглини у фундаменті тексту.

Тарас Лильо пропонує поняття «світоглядної журналістики», основним завданням якої є «окреслення та пояснення фактів, явищ, тенденцій» та моделювання історичного, сучасного і прогностичного образу світу, відтворення подієвої динаміки суспільства в субстанційних категоріях. [7; 9] Володимир Здоровега говорив про «мислячу публіцистику», «дослідницьку публіцистику». Любов Василик веде мову про «концептуальну публіцистику» [1], яка формує цілісну національну концептосферу, допомагає визначитись особі та нації загалом, визначає ціннісну систему суспільства. Дослідниця пропонує аналізувати публіцистику, опираючись саме на концепти.

Очевидно, у скептично налаштованих спостерігачів за дискусіями про світоглядну публіцистику може виникнути зауваження про те, що публіцистика не має монополії на формування світогляду. Якщо узяти до уваги загальновідому класифікацію світоглядів – буденний, філософський, релігійний, науковий, мистецький – то очевидно, такий погляд стосуватиметься хіба першого із наведеного ряду. Світоглядна публіцистика має справу із «вищими» світоглядами, не дарма М. Шлемкевич пов'язував її з філософією. Для адекватного розуміння світоглядної публіцистики треба брати до уваги усе багатоманіття значень лексеми «світ». Такий тип текстів, долаючи локальність, партикулярність, претендує на універсальне значення. Публіцист звертається до світу, універсальної публіки. Але, зрозуміло, ця універсальність може перебувати в національних межах. У роботах Й. Лося, Л. Василик, М. Титаренко зроблено акцент на націєвірній ролі світоглядної публіцистики. Такий погляд базується на спостереженні М. Шлемкевича про особливу роль української публіцистики в умовах бездержавності. За словами ученого, творцями українського світогляду переважно були постаті, які не належали до інституційних чи академічних спільнот – Драгоманов, Грушевський, Франко, Липинський, Липа, Хвильовий та інші. Відтак, їх можна назвати «чистими» публіцистами: в умовах відсутності державної публічної сфери, своїми виступами вони творили окремий публічний дискурс, наповнюючи його ідеями, цінностями. За Шлемкевичем, «де настає порожнеча, і місце свободної громадської думки займає брутальний диктат, там дійсно знову ж преса стає органом отуманення суспільства, себто органом наказної пропаганди, агіткою, що має заслонити правду» [12; 120]. В умовах відсутності інституціоналізованої публічної сфери перед публіцистом постає подвійне завдання: він має наважитись публічно виступити і запропонувати цінності, які є альтернативними щодо панівних.

Відсутність державних інститутів створює для публіциста екстремальніші умови, наслідком яких можуть бути цькування, переслідування,

репресії. Відповідаючи на них, публіцистика набуває інших рис, аніж в усталеній, спокійній публічній сфері, яка має традиції безперешкодного обміну ідеями. Її тон забарвлюється у викличні, часом пророчі риси. В умовах закритості, непочутості у публіциста немає іншого адресата, окрім «світу». Це не означає, що світоглядна публіцистика можлива лише в екстремальних умовах. Проте очевидним є те, що вона найчастіше відповідає на виклик, кризу (наприклад, моральну чи екологічну) або проблемне питання такого рівня, яке потребує небуденного висловлювання. Що сильніший виклик, то вище підіймається публіцист, і йому не залишається нічого іншого, ніж оперувати світоглядними категоріями. Фрідріх Ніцше, деякі тексти якого М. Шлемкевич зараховував до «світоглядної публіцистики», мав на меті переглянути усю чинну мораль і переоцінити всі цінності.

В умовах бездержавності публіцистичну спрямованість української літератури чи не найкраще можна означити відомими словами Євгена Маланюка: «Як в нації вождя нема, тоді вожді її поети». Таке ж позиціонування відтворюють слова російського поета Євгенія Євтушенка: «Поэт в России – больше, чем поэт». Роль письменника і філософа у переломні історичні моменти можна проілюструвати також на прикладі німецького мислителя Йогана-Готліба Фіхте і його знаменитого тексту «Промови до німецької нації», який значною мірою сприяв самоусвідомленню німецької нації під час та після Наполеонівських воєн [Див.: 11]. У цьому ж контексті постають праці Джузеппе Мацціні, Томаша Масарика та багатьох інших.

Щодо місця світоглядної публіцистики у типології публіцистики (політична, культурологічна, екологічна, etc.), то, на наш погляд, найкращим адекватом для неї слід вважати філософську публіцистику. Щоправда, Марія Титаренко вважає, що світоглядна публіцистика ширша, ніж філософська, адже інкорпорує у себе її та інші різновиди, «функціонує ніби на їх перетині, зосереджуючи увагу на інтегральній візії людини та світу» [10; 131]. Позиція щодо цього питання залежить від того, яке значення ми вкладатимемо у термін «філософія». Коли М. Шлемкевич писав про те, що «публіцистика – це дрімуча філософія, а філософія – це свідомо своїх далекосяжних цілей і своїх методичних засад публіцистика» [12; 115], йому, очевидно, йшлося не про академічну філософію, яка спостерігає за *Zeitgeist* із висоти кафедри. Публіцистика як «авангард духу» відкриває філософії шлях до публічної сфери – таким чином філософія починає перейматися актуальними суспільними питаннями, відходячи від академічності. Якщо розглядати філософію у такому контексті, то, безперечно, світоглядну публіцистику слід вважати філософською.

Філософія принаймні від часів Сократа претендує на значну публічну роль. XIX сторіччя і перша половина XX підтвердили цю тенденцію. Важко переоцінити той вплив, який мала творчість Маркса, Ніцше і Фройда на різні сфери життя західних суспільств. У минулому сторіччі філософи стали володарями дум значною мірою завдяки активній співпраці із медіями. Але для цього їм треба було пожертвувати академічним стилем і прибрати роль публічних інтелектуалів. Один із найвпливовіших французьких філософів першої половини XX сторіччя, Жан-Поль Сартр, заснував разом із однопумцями газету «*Liberation*», яка мала б доносити до широких суспільних кіл ідеї «лівого» екзистенціалізму. Сартр був утіленням того явища, проти якого виступив Реймон Арон, опублікувавши 1955 року знамениту працю «Опій

інтелектуалів». «Опієм», який фатально засліплював французьких інтелектуалів, був марксизм.

Незважаючи на справедливі застереження Р. Арона, подальший шлях французької філософії пролягає у напрямку медіасфери. У 70-х роках на інтелектуальну сцену виходять «нові філософи», тексти яких нагадували літературні чи журналістські твори і які були присвячені переважно актуальним політичним подіям. Деякі критики такого підходу висловились про новий напрямок досить різко: наприклад, Жиль Дельоз зауважив, що «нова філософія» нікчемна за своєю суттю» [13; 47]. Натомість, Бернар-Анрі Леві, один із найвідоміших представників критикованої течії, називаючи журналістику «важливою ареною мислительної діяльності», проголошує, що «журналістика – це мислення, філософія». Крім того, йому належать слова, які можна вважати своєрідним гаслом «нових філософів»: «Я особисто вважаю, що настав час залишити монастирі, заговорити відкрито і зрозуміло, рішуче й активно кинутись у пекло сучасності, в диявольську комедію сторіччя» [8].

Французький учений Режіс Дебре у своїй книжці «Інтелектуальна влада у Франції» наводить промовистий факт: «У п'ятдесятих роках університетський професор, що друкувався у «France-Soir», чи письменник, що був гостем у розважальних телевіпусках, «виставляти себе на глум». У вісімдесятих роках ті, хто такого не робитимуть, виглядатимуть трохи підозріло» [3; 110]. Соціолог Луї Пенто (Louis Pinto), досліджуючи взаємовпливи філософії та медійної сфери у Франції, говорить про «філософську журналістику» та «медіативних філософів» як результат нав'язування принципів успішного функціонування ЗМІ (наприклад, «новизна») академічній сфері, котра живе за своїми, часто діаметрально протилежними інформаційній журналістиці законами. Вважаючи, що «розширення ролі філософа зумовлює її знецінення», учений описує сумнівне становище філософії, яка потрапляє у залежність від «моди» та «думок». Такі умови, коли «мас-медії втруtilись навіть у таку езотеричну сферу, як філософське виробництво» змушують переглянути досі чинне наповнення поняття «філософія» і статус філософа. Автор наводить приклад французького інтелектуала Алена Фінкелькро (Alain Finkielkraut), який отримав літературну освіту, не зробив жодного внеску у т.зв. «філософські питання» (знання, об'єктивність, істина, мова та ін.). Проте у публічному дискурсі він цілком серйозно отримує звання філософа [Див.: 14].

«Нова філософія» почувається у французькому медійному дискурсі настільки впевнено, бо, на думку Л. Пенто, «безкінечні полікультурні дебати щодо «духу часу» забезпечують їм (медіатизованим філософам – Авт.) не тільки статус особливого учасника, здатного інтерпретувати, ставити питання, виступати суддями власників наукової компетенції...». Таким чином, «філософська журналістика є *par excellence* культурною формулою, завдяки якій посередники, люди, які перетинають межі і здійснюють переходи, чи то журналісти, літератори чи університетські викладачі, роблять свій внесок у те, щоб зробити колективно прийнятним вільне циркулювання в інтелектуальному полі» [9].

Історично датувати початок активної співпраці французьких мас-медій і представників академічних кіл можна 60-70-ми роками минулого сторіччя, коли низка впливових видань («Liberation», «Le Monde», «Le Nouvel Observateur» та інші) почали залучати до співпраці спеціалістів із різних сфер знання, філософів, літераторів. Зрештою, саме підтримка медій і сприяла з'яві «нових

філософів», що ознаменувало собою розмивання кордонів між закритою академічністю і публічною сферою.

Глибокий аналіз філософської журналістики Л. Пенто показує подвійну ситуацію відносин філософії та журналістики: з одного боку, філософія стає доступнішою, вона відкривається для ширшого кола читачів, її засяги не обмежуються якоюсь конкретно визначеною сферою, а філософ дуже часто виголошує політичні гасла (приклад Б.-А. Леві та А. Глюксманна досить промовистий); з іншого – існує загроза спрощення, розмивання меж між справжньою наукою і псевдофілософією. Зрозуміло, противники «нових філософів» ставляться до такої тенденції критично, адже академічні учені часом неохоче залишають межі своїх кабінетів. Проте медіатизація публічної сфери і розширення меж самої публічності сьогодні надто очевидні, аби на них не реагувати. Сьогодні можна з упевненістю сказати, що мас-медії «окупували» публічну сферу або підмінили її собою. Науковці говорять про сферу мас-медій як про «першу природу» чи «першу реальність», яка значною мірою формує наші уявлення про світ. За словами німецького неоконсервативного мислителя Герда-Клауса Кальтенбруннера, мас-медії – це «не тільки технічна, соціально-психологічна і політична проблема, але насамперед проблема онтологічна. Вони тому тільки здатні відображувати, вуальювати і спотворювати дійсність, бо мають здатність її визначати. Те, що ми сприймаємо як дійсність, є не просто даністю, а результатом дії медій» [Цит за: 5; 29]. Тотальність впливу медій посилює значущість реляцій про посилення етичної відповідальності.

Ми детальніше зупинились на французькому прикладі, адже на ньому можна чи не найкраще проілюструвати явище медіатизації академічної філософії. Хоча деякі дослідники стверджують, що саме завдяки цьому французька філософія за допомогою численних перекладів та наслідувань претендує на інтелектуальне лідерство у світі. Філософська журналістика виконує важливу популяризаторську функцію і вносить у всеосяжне поле масової культури частку серйозного знання.

Французька ситуація значною мірою зумовлена історичними обставинами, статусом, який впродовж століть займала наука і філософія зокрема. Подібні тенденції були неможливими в Україні через інституційну бездержавність і систематичні утиски інтелектуального життя. Але наведений приклад не є винятково французьким, він демонструє набагато ширшу картину медіатизації інтелектуального життя, яка, щоправда, відбувається там, де гарантовано відносно вільний розвиток мас-медій та наукових інституцій.

На наш погляд, паралель між «світоглядною публіцистикою» М. Шлемкевича і «філософською журналістикою» Л. Пенто цілком очевидна. Український мислитель значною мірою інтуїтивно, проте досить точно окреслив модерні умови функціонування публіцистики, підніс її статус із такого собі доважку до літератури і науки до серйозної «новочасної потуги». Зіставлення цих поглядів також доводить, що М. Шлемкевич помітив широку тенденцію, яка має глобальний ґрунт і яку підтверджують сучасні соціологічні дослідження.

Світоглядна публіцистика, на думку Сергія Кримського, виходить за межі буденності, за межі повсякденності і звертається до вічних цінностей, духу, культури чи національного розвитку [2]. Вона покликана вносити у публічну сферу «вічні» питання, які, як правило, розробляє академічна наука або які залишаються осторонь через «нерейтинговість» чи «неформатність».

Саме тому автура світоглядної публіцистики – це переважно науковці, університетські викладачі, літератори, есеїсти – усі, хто переосмислює поточну інформацію, виокремлює довготривалі закономірності, прогнозує тенденції. Синкретична природа публіцистики дозволяє їм інкорпорувати у свої тексти аргументи з різних царин людського знання.

Концепція світоглядної публіцистики дозволяє певним чином послабити посередницький, допоміжний ореол, який утворився навколо публіцистики, журналістики і характеризував їх як таке собі «легке» знання або опанування основ, але не глибин. В умовах, коли медіареальність – це «перша природа», про що йшлося вище, роль світоглядної публіцистики зрівнюється до ролі філософії, літератури й академічної науки, адже вона володіє тим інструментарієм – швидкий доступ до аудиторії, здатність розтлумачувати складні явища – яким ті не володіють. Тому її роль у формуванні того, що Ліна Костенко назвала «гуманітарною аурую нації» [6], видається якщо не першорядною, то принаймні такою, без котрої буде важко уявити «головне національне дзеркало».

Список використаної літератури

1. Василик Л. Концептуальна публіцистика як виразник національної ідентичності / Л. Василик. – Режим доступу: <http://vuzlib.com/content/view/1592/43/>
2. Гопко Г. Сергій Кримський: Іде війна за землю! / Гопко Г. // День. – 2008. – 25 бер.
3. Дебре Р. Інтелектуальна влада у Франції / Р. Дебре. – К.: Дух і літера, 2008.
4. Дзюба І. Є поети для епох. Есей про творчість Ліни Костенко / І. Дзюба. – К.: Либідь, 2011.
5. Ермоленко А. Публичный дискурс как фактор интеграции в современном обществе / А. Ермоленко // Постсоветская публичность: Беларусь, Украина. Сборник научных трудов под редакцией М. Соколовой, В. Фурса. – Вильнюс: ЕГУ, 2008. – С.25-41.
6. Костенко Л. Гуманітарна аура нації, або дефект головного дзеркала / Л. Костенко. – Л.: ЛНУ ім. І. Франка, 2001.
7. Лильо Т. Світоглядна журналістика: Навчальний посібник / Т. Лильо. – Л.: ПАІС, 2010.
8. Матиенко Г. Журналистика как философия / Матиенко Г. – [Цит. 2009, 5 березня]. – Режим доступу: <http://news2000.org.ua/print?a=%2Fpaper%2F19968>
9. Пэнто Л. Философская журналистика / Л. Пэнто // S/A'97. Социо-Логос постмодернизма. – М., 1996. – С. 30-56.
10. Титаренко М. Світоглядна публіцистика: спроба полемічного дискурсу / М. Титаренко // Вісник Львівського університету. – Львів: Видавничий центр ЛНУ ім. І. Франка, 2006. – С. 118-134 – (Серія Журналістика. – Вип.28.)

11. Фіхте Й. Из праці «Промови до німецької нації» / Й. Фіхте // Мислителі німецького романтизму. – Івано-Франківськ: Лілея-НВ, 2003. – С.110-134.
12. Шлемкевич М. Новочасна потуга // Верхи життя і творчості / М. Шлемкевич. – Нью-Йорк-Торонто, 1958. – С. 109-146.
13. Энгватова А. Социальная онтология «новых философов» / А. Энгватова // Социологическое обозрение. – 2007. – №6. – С. 47-54.
14. Alain Finkielkraut. – [Cited 2012, 2 Sep.]. – Available from: http://fr.wikipedia.org/wiki/Alain_Finkielkraut

UNIVERSAL PUBLICISM AS PHILOSOPHICAL JOURNALISM

Andriy Mel'nyk,

*Lviv Ivan Franko National University,
General Tchuprynka Street 49 79001*

Lviv, Ukraine

e-mail: melnyka@ukr.net

In this article author considers the concept of “universal (world-view) publicism”. Also article attempts to compare it with the concept of “philosophical journalism” by French sociologist L. Pinto.

Key words: publicism, philosophy, journalism, world-view, mediatization, society, information.

МИРОВОЗРЕНЧЕСКАЯ ПУБЛИЦИСТИКА КАК ФИЛОСОФСКАЯ ЖУРНАЛИСТИКА

Андрей Мельник

*Львовский национальный университет имени Ивана Франко,
ул. Генерала Чупрынки, 49, 79044, Львов, Украина*

e-mail: melnyka@ukr.net

Рассматривается понятие «мировоззренческая публицистика». Делается попытка сравнить его с концептом «философская журналистика» французского социолога Л. Пэнто.

Ключевые слова: публицистика, философия, журналистика, мировоззрение, медиатизация, общество, информация.

Стаття надіслана до редколегії 23.12.11

Прийнята до друку 10.01.12