

УДК 070-051:[028.02:316.2]

ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА ЖУРНАЛІСТИКИ КРИЗЬ ПРИЗМУ ТЕОРІЙ СЕМОНА-РУБАКІНА Й ГУМБОЛЬДТА-ПОТЕБНІ

Олександр Холод

*Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника,
вул. Шевченка, 57, 76000, Івано-Франківськ, Україна
e-mail: akholod@ukr.net*

Стаття присвячена аналізу практичної діяльності журналіста з позицій положень теорії Семона-Рубакіна й Гумбольдта-Потебні. У висновку автор пропонує враховувати взаємовплив журналіста й аудиторії.

Ключові слова: журналіст, сприйняття тексту, породження тексту, бібліопсихологія, М. О. Рубакін.

Загальна проблема та її науково-практична цінність полягають у тому, що в журналістиці й журналістикознавстві, ширше – в науках про соціальні комунікації нині є майже незатребуваною теорія бібліопсихології, яку свого часу, у 20–30-х роках ХХ століття, запропонував М. Рубакін, спираючись на теорію Р. Семона, В. фон Гумбольдта й О. Потебні. Разом із тим, дослідники, які вивчають психолінгвістичні особливості функціонування текстів, уже давно посилаються на наріжні положення згаданої теорії.

Виходячи з констатованих тенденцій, докладне вивчення основних положень бібліопсихології М. О. Рубакіна та теорій Р. Семона, В. фон Гумбольдта й О. Потебні може мати науково-практичну цінність, тому що:

- дозволить із позиції бібліопсихології переглянути особливості сприйняття та породження журналістських текстів;
- переглянути основні постулати аналізу журналістських текстів під час їхнього породження/сприйняття;
- внести корективи в тлумачення процесів соціальних комунікацій.

Аналіз досліджень і публікацій

Для пояснення особливостей і можливостей впливу журналістських текстів і маніпуляції ними слід звернутися до одного з попередників психолінгвістичних теорій – М. Рубакіна. Саме він започаткував «бібліологічну психологію». У нашому дослідженні теорія бібліопсихології, що досить близька до деяких аспектів теорії комунікації й теорії соціальних комунікацій, не буде використана безпосередньо, але деякі погляди можуть надати нам поштовх до формулювання критеріїв побудовання позицій у подальших дослідженнях та створення моделі психолінгвістичного інструментарію ЗМІ породження/сприйняття журналістських текстів.

На думку М. Рубакіна, бібліопсихологія – це наука про психологію книжкової справи (див.: [3, с. 150; 4–5]). Не звертаючи уваги на те, що дослідник вважав основним об'єктом дослідження в бібліопсихології вивчення психологічних типів працівників друкарської справи, серед не периферійних об'єктів значилися процеси творчості тих, хто читає книжку («всякий витвір слова, будь то слово друковане, рукописне або усне» (цит. за: [3, с. 151])). Далі М. О. Рубакін конкретизує об'єкт та вказує на вивчення процесів пошуку розбіжностей між «передавачем» та «одержувачем» слова. Із позицій сучасних психолінгвістики, теорії соціальних комунікацій та журналістознавства зауважимо, що «передавачем» зараз називають «комунікатора» (продуцента, журналіста), а «одержувачем» – комуніканта (реципієнта, споживача інформації). Рубакін М. О. вважає, що: «й індивідуальні особливості, і найдрібніші умови обставин, душевний настрій, який відчувається в якийсь момент, все це впливає на те, яка книжка буде мати вплив на певного читача» [3, с. 151]. Якщо мати на увазі, що термін «книжка» у працях дослідника розшифровується як «текст», ми можемо вести розмову про психолінгвістичні закономірності сприйняття тексту. Щодо нашого дослідження особливостей психолінгвістичного інструментарію, який ЗМІ використовує, маніпулюючи процесами сприйняття інформації її споживачами, не викликає сумніву факт збігу багатьох положень, які ми надалі наводитимемо, із теоретичними викладками й тлумаченнями сучасними дослідниками процесів сприйняття мовлення журналістів під час інформування аудиторії.

Цікавою для нас є інформація М. Рубакіна про обов'язковість взяття до уваги психології читача (масового споживача інформації), який живе в конкретних історичних умовах. Політичні умови «гарантують» обов'язковість використання знань журналіста (автора) про історичні риси того або іншого соціального процесу чи вчинку. Але і знання споживачів інформації характеру політичних умов, при яких утворюється інформаційне повідомлення, також мають вплив на якість сприйняття змісту мовленнєвого витвору журналіста (автора інформації) під час імідування політиків.

У теорію бібліопсихології М. О. Рубакін уводив і теорію читання. Саме в згаданій теорії було вивчено психологію впливу книги (тексту) на читача (*слухача, глядача – О. Х.*). Виходячи з теорії читання, автор пропонує вважати найефективнішим сприйняття тексту, який має той самий психологічний тип, що має й автор книги (тексту повідомлення ЗМІ). Якщо психологічний тип читача (масового споживача інформації) не збігатиметься з психологічним типом журналіста (автора), сприйняття також відбудеться, але за більших перешкод. Так само виходить і під час промов журналіста: під час збігу психологічного типу журналіста з психологічним типом слухача (глядача, читача) процес сприйняття відбуватиметься «гладко», без зайвих навантажень. Інакше сприйняття тексту (повідомлення) журналіста (автора) не буде адекватним: ані за формою, ані за змістом. М. О. Рубакін зауважує: «Але, знаючи книгу, її тип, можна через неї визначити і психічний тип її читача» [3, с. 151]. Зауважимо, що знання психологічного типу журналіста (автора інформаційного матеріалу) може допомогти визначити психологічний тип його слухача (споживача). Не завжди так легко можна зробити такий аналіз та висновки. Іноді, за вмілого використання мовленнєвих кліше, можна отримати очікуваний результат, що можна вважати вдалою маніпуляцією масовою свідомістю.

Об'єктом дослідження були визначені теорія і практика журналістики, *предметом* – їхній аналіз крізь призму теорій Семона-Рубакіна й Гумбольдта-Потебні.

Мета дослідження полягає в аналізі теорії і практики журналістики крізь основні положення концепції бібліопсихології, що опирається на теорії Семона-Рубакіна й Гумбольдта-Потебні.

Основними *методами* в нашому дослідженні стали такі:

- метод аналізу й синтезу, завдяки яким нам вдалося розчленувати процеси породження/сприйняття інформації журналістами та з'єднати ті виокремлені частини основних положень бібліопсихології, які деталізують і пояснюють згадані процеси журналістської творчої мовленнєвої діяльності;
- метод абстрагування, який дав змогу нам відволіктися від неактуальних у нашому дослідженні дрібниць і зосередити увагу на властивостях і відносинах, що цікавили нас;
- аксіоматичний метод, що допоміг нам застосувати положення, які не вимагали додаткового доведення й які ми сприймали як аксіоми (наприклад, положення про взаємозв'язок процесів породження та сприйняття журналістських текстів).

Обґрунтування отриманих результатів

Дослідник М. О. Рубакін вважає книгу (текст) подразником лише тому, що впливають окремі її фрази, сукупність яких вона подає. Але в кожній фразі тексту, який вимовляє (або пише) журналіст, кожне слово також виступає подразником для споживача інформації. Звідси – висновок: книга (текст, повідомлення в ЗМІ) – це «колектив» (термін М. О. Рубакіна) цілої маси більш дрібних подразників для споживачів інформації. Тому саме дослідження такої дії (впливу) книги (тексту) має бути зведено до дослідження фраз та слів. Можна погодитися з М. О. Рубакіним не в усьому. У нашому дослідженні особливостей психолінгвістичного інструментарію, який ЗМІ використовує, маніпулюючи процесами сприйняття споживачами інформації, буде замало вивчити лише вплив фонем та слів, які складаються у фрази та речення. Журналіст (автор) використовує не тільки фрази та речення. Він уплітає у слова та фрази свої думки, що мають не тільки прямий – експлікований – зміст, а й імплікований, прихований, зміст (або декілька таких). Саме через такий психолінгвістичний інструмент, як «доцільне й спрямоване вживання прихованого змісту інформаційних повідомлень», ЗМІ здійснює маніпуляцію масовою свідомістю.

У нашому дослідженні особливостей психолінгвістичного інструментарію, який ЗМІ використовує, маніпулюючи процесами сприйняття інформації споживачами, можна використати думку М. Рубакіна щодо сприйняття слова. «Будь-яке слово, що ми чуємо або читаємо, – пише дослідник, – може стати по відношенню до слухача або читача деякою формою впливу, який іде ззовні» [3, с. 156]. Таким впливом володіє не тільки ситуативний фактор, що супроводжує інформаційне повідомлення журналіста, але ще й фактор когнітивного порядку. І. П. Павлов зауважував, що слово, завдяки всьому життю людини, пов'язане «зі всіма зовнішніми та внутрішніми подразниками, які приходять у велику півкулю головного мозку» (цит. за: [3, с. 157]). Саме про них – подразники – слово сигналізує, усі їх замінює й тому може викликати всі ті дії та реакції організму, які зумовлюють згадані подразнення. Отже, когнітивний (пізнавальний) фон журналіста (автора) забезпечує останнього всією інформацією, яку здобув журналіст упродовж життя, але в тій чи в іншій мірі та діапазоні. Уміле вербальне використання потенціалу свого когнітивного фону ми вважаємо психолінгвістичним інструментом ЗМІ в практичній діяльності журна-

лістів. Саме такий психолінгвістичний інструмент використовують журналісти для маніпуляції процесами сприйняття інформації споживачами.

Рубакін М. О. пропонує взяти до уваги ті обставини, які маркірують вплив слова на масового споживача інформації (слухача, читача або глядача) залежно від його соціального середовища. На нашу думку, потрібно також враховувати й той фактор, який зумовлює формування генетичного типу мовлення, як-от діалектне середовище, соціальне оточення в дитинстві, місто й місце виховання майбутнього журналіста тощо. Водночас, слід узяти до уваги й фактор належності до певного соціального середовища й самого журналіста (автора, комунікатора) в теперішній час. Яскравий приклад такого впливу демонструє мовлення журналістів, які народилися і певний час у дитинстві та юнацтві мешкали на території Західної України. Серед таких відомих журналістів можна згадати Ольгу Герасим'юк, В'ячеслава Піховщика та Дмитра Корчинського, в мовленні яких ще трапляються рудименти діалектного характеру, що нагадують про ті умови мовленнєвої культури й середовища, які оточували майбутніх журналістів у дитинстві. Цілеспрямоване вживання діалектичних вкраплень у мовленні журналістів підвищує маніпуляційний ефект (або ефект впливу) щодо керування свідомістю масового споживача інформації. Тим більш, якщо інформаційний потік, спрямований на ті географічні райони країни, населення яких підтримує політиків, що мають діалектні особливості мовлення. Маніпуляція частотністю і якістю вживання журналістами діалектних маркерів мовлення під час сприйняття інформації не тільки підтримує, а й зміцнює вже образ, який уже існує. Ми вважаємо ефективним такий психолінгвістичний інструмент і називаємо його «частотне і якісне вживання діалектичних рудиментів у мовленні журналістів».

У теорії бібліопсихології М. Рубакіна процеси сприйняття мовлення (письмового – газетного, книжкового) пояснюють так. Згідно з теорією мнemi Р. Семона, М. Рубакін пропонує вважати слід інформації, яка проходить через мозкові структури, таким, що залишається на певний час. Коли в мозок «входить» актуальна інформація, такі сліди активізуються, спричиняючи зміни в мозку. Саме такі зміни Р. Семон називав енграмами, або записами інформації. Сукупність енграм утворює мнemu. Якщо енграми «оживлювалися» під впливом подразників та внаслідок цього процесу входили у свідомість, тоді їх можна було називати екфоріями. Як висновок із теорії Р. Семона, М. Рубакін висуває свої спостереження: серед найголовніших дослідників вважає мнemu соціальною. Але кожна мнema тією або іншою мірою перекручує реальність: або додає щось своє, або віднімає. Вважаємо, що теорія Семона-Рубакіна може бути доповненою таким чином. Якщо, згідно з висновком М. Рубакіна, соціальна мнema найголовніша серед інших мнем, теорія потерпає від того, що не згадано того психологічного впливу, який спричиняє соціальна мнema на свідомість споживача інформації. Без психологічного аспекту аналізу процесу впливу соціальної мнemi ми не можемо сьогодні розглядати жоден процес сприйняття інформації. Отже, на нашу думку, до висновку Семона-Рубакіна про пріоритетність тільки соціальної мнemi в аналізі процесів сприйняття інформації споживачем потрібно додати таке: «при аналізі якості впливу вербальної інформації на її споживача серед найбільш визначальних слід вважати соціально-психологічну мнemu (мнemi)». Виходячи з нашого висновку, пропонуємо вважати ще одним психолінгвістичним інструментом ЗМІ такий – «якість впливу соціально-психологічних мнем на сприйняття вербальної інформації ЗМІ».

Заслуговує уваги, на наш погляд, ідея М. Рубакіна, яка стосується думки про те, що подразник (слово, текст) виступає не передавачем інформації, а лише збуджувачем переживань. На підставі такого твердження дослідник формулює «закон Гумбольдта-Потебні». Для нашого дослідження особливостей психолінгвістичного інструментарію, який ЗМІ використовує, маніпулюючи процесами сприйняття інформації споживачами, важливою є сутність згаданого закону. М. Рубакін пише: «Слово, фраза, книга суть не передавачі, а збуджувачі психічних переживань у кожній індивідуальній мнємі» [3, с. 162]. Саме тому, скільки оратор (журналіст у нашому дослідженні – *О.Х.*) не вклатиме зміст у своє повідомлення, слухач (споживач інформації) не буде сприймати так само його (зміст) без своєї інтерпретації. Щоб мовленнєве повідомлення журналіста (автора) дійшло до споживача інформації, потрібно, щоб мнєми споживача інформації мали такі ж енграми, які мають мнєми журналіста (автора). «Кожний читач та слухач, – продовжує М. Рубакін, – завжди бачить перед собою тільки власну проекцію чужого мовлення» [3, с. 162]. У робочому порядку такий психолінгвістичний інструмент ЗМІ називаємо «якість збігу-розбіжності енграм у мнємах журналіста й споживачів інформації». Таким чином, можемо вважати за доцільне використання думки дослідника з нашою трансформацією її (думки) для побудування моделі психолінгвістичного інструментарію ЗМІ.

Висновки

Аналіз теорії і практики журналістики крізь основні положення концепції бібліопсихології, що опирається на теорії Семона-Рубакіна й Гумбольдта-Потебні, дав нам змогу дійти декількох висновків:

1. Споживач, сприймаючи інформаційне повідомлення (текст), виступає в ролі творця.

Коли журналіст намагається передати зміст мовленнєвого витвору (тексту), він повинен пам'ятати, що споживачі інформації (слухачі, телеглядачі, читачі) не просто механічно сприймають текст, але в процесі сприйняття самі беруть участь у перепрацюванні мовленнєвого потоку. Внаслідок такого перепрацювання в споживача інформації «вмикаються» механізми творчості, рефлексії (у розумінні Г. П. Щедровицького [7], Г. І. Богіна [1–2], І. В. Соловйової [6]).

2. На характер інформації (тексту), яку (-ий) подає журналіст та сприймає споживач, впливають соціально-історичні умови й епістема. Тому слід вважати, що інформація журналіста про будь-який факт будується на базі соціально-історичних умов, або епістеми. Декодування (розуміння) споживачем інформації ЗМІ відбувається під впливом згаданих умов.

3. Інформація (текст), укладена (-ий) певним психологічним типом журналіста (автора інформації), може відповідати певному психологічному типові того, хто сприймає інформацію. У такому випадку процеси розуміння будуть адекватними.

Врахування результатів аналізу інформації ЗМІ про будь-який факт знання психологічного типу журналіста (автора інформації) дозволить спроектувати (прагматизувати) найбільш вдалий варіант впливу змісту інформації на її споживачів. Водночас, знання журналістом особливостей психологічних типів споживачів інформації не тільки допоможе, а й дозволить правильно використовувати такі знання для ефективного впливу на них. У таких умовах журналістові, який інформує аудиторію, легше реалізувати сплановану програму маніпуляції свідомістю споживачів інформації.

4. На думку М. Рубакіна, книга (її текст, інформація) є масив, який складається зі слів та фраз. Саме слова та фрази тексту слід вивчати, як вважає дослідник.

Не у всьому погоджуючись з автором, ми вважаємо, що аналізу тільки слів та фраз інформації журналіста під час породження/сприйняття інформації замало для об'єктивного розуміння експлікованого (або імплікованого) змісту його мовленнєвого витвору. Додамо: для пошуку психолінгвістичних особливостей породження/сприйняття інформації необхідно звертатися також і до немовленнєвих елементів дискурсу.

5. Досвід життя автора книги впливає на побудову її тексту, як стверджує М. Рубакін.

Стосовно нашого дослідження, слід урахувати положення дослідника в такій інтерпретації: життєвий досвід журналіста (автора інформації) під час інформування аудиторії становить його (журналіста) когнітивний фон мислення. Вербальна експлікація актуалізованого фрагмента когнітивного фону журналіста, який створює інформаційне повідомлення, є психолінгвістичним інструментом.

6. «Закон Гумбольдта-Потебні», який запропонував М. Рубакін, передбачає твердження, за яким слово (текст) не може вважатися передавачем інформації та тих почуттів, що володіли автором книги, але лише збуджувачем переживань читача.

Використовуючи думку дослідника, ми «накладаємо» її на мету нашого дослідження й трактуємо так: журналіст експлікує інформацію в повідомленні не за допомогою передавання своїх почуттів, але через збудження нових почуттів у своїх слухачів та читачів (глядачів), тим самим закріплюючи головні семіотичні ознаки тексту свого твору.

Отже, опрацювання ідей та думок М. Рубакіна (1979) дозволяє плідно використовувати їх інтерпретацію в нашій свідомості для побудовування оригінальної моделі психолінгвістичного інструментарію ЗМІ під час породження/сприйняття інформаційного повідомлення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Богин Г. И. Типология понимания текста / Г. И. Богин. – Калинин: КГУ, 1986.
2. Богин Г. И. Субстанциональная сторона понимания текста: учеб. пособ. / Г. И. Богин. – Тверь: Тверской госуниверситет, 1993. – 138 с.
3. Рубакин А. Н. Рубакин (Лоцман книжного моря) / А. Н. Рубакин. – Изд.2-е, доп. – М.: Мол. гвардия, 1979. – 204 с.
4. Рубакин Н. А. Психология читателя и книги. Краткое введение в библиологическую психологию / Н. А. Рубакин. – М.; Л.: Прибой, 1929. – С. 76, 89–90.
5. Рубакин Н. А. Тайна успешной пропаганды / Н. А. Рубакин // Рассвет. – 16.02.1931. – ГБЛ. – ф. 358.87,3.
6. Соловьёва И. В. Типология герменевтических ситуаций в действиях реципиента текста: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / Соловьёва Ирина Валерьевна; Тверской государственный университет. – Тверь, 1999. – 17 с.
7. Щедровицкий Г. П. Схема мыследеятельности – системно-структурное строение, смысл и содержание / Г. П. Щедровицкий // Системные исследования: Методологические проблемы: Ежегодник. 1986. – М., 1987. – С. 68.

THEORY AND PRACTICE OF JOURNALISM THE PRIZE OF THEORIES OF SEMON-RUBAKIN AND HUMBOLDT-POTEBNA

Alexander Kholod

*Precarpathian National University named after Vasyl Stefanyk,
Shevchenko street, 57, 76000, Ivano-Frankivsk, Ukraine
e-mail: akholod@ukr.net*

The article is devoted to the analysis of the journalist's practical activity from the point of view of the provisions of the theory of Semon-Rubakin and Humboldt-Potebna. In conclusion, the author suggests taking into account the interplay of journalists and audiences.

The general problem and its scientific and practical value lies in the fact that in journalism and journalism studies, more broadly in the sciences on social communications, the almost unclaimed theory of bibliophysiology is nowadays, which in its time, in the 20's and 30's of the twentieth century, proposed by M. Rubakin, based on the theory of R. Semon, von Humboldt and O. Potebna. At the same time, researchers who study the psycholinguistic features of the functioning of texts have long been referring to the cornerstones of the theory.

The subject of the study was the theory and practice of journalism, and the subject was their analysis through the prism of the theories of Semon-Rubakin and Humboldt-Potebna.

The purpose of the study is to analyze the theory and practice of journalism through the main provisions of the concept of bibliophysiology, based on the theory of Semon-Rubakin and Humboldt-Potebna.

The main methods in our study were the following:

- the method of analysis and synthesis, through which we managed to dissociate the processes of generation / perception of information by journalists and to combine those isolated parts of the basic provisions of bibliophysiology, which detail and explain the mentioned processes of journalistic creative speech activity;
- the method of abstraction, which allowed us to distract from a number of irrelevant in our study of details and focus on the properties and relationships that interest us;

Using the opinion of the investigator, we «impose» it on the purpose of our research and interpret it as follows: the journalist exploits the information in the message not by transferring their feelings, but by exciting new feelings from their listeners and readers (viewers), thus fixing the main semiotic signs of their text a work.

Thus, the elaboration of M. Rubakin's ideas (1979) allows us to use their interpretation in our consciousness to construct an original model of psycholinguistic media tools in the generation/perception of an information message.

Key words: journalist, text perception, generation of text, bibliophysiology, M.O. Rubakin.