

УДК 070

Казакова Т.В.

ПРО СПВВІДНОШЕННЯ ПОНЯТЬ „ПРАЖУРНАЛІСТИКА” І „ПУБЛІЧНА СФЕРА”

Казакова Т.В. *О соотношении понятий «пражурналистика» и «публичная сфера»*

Журналистика и пражурналистика определяются как составляющие публичной сферы. Пражурналистские формы зарождаются раньше публичной сферы - в ритуально-мифологической коммуникации первобытного общества и продолжают свое развитие в пределах пророческо-проповеднической коммуникации осевого времени.

Ключевые слова: социальное пространство, публичная сфера, пражурналистика

Казакова Т.В. *Про співвідношення понять „пражурналістика” і „публічна сфера”*

Журналістика і пражурналістика є складовими частинами публічної сфери. Пражурналістські форми зароджуються раніше публічної сфери — в ритуально-міфологічній комунікації прадавнього суспільства і продовжують свій розвиток у межах пророцько-проповідницької комунікації вісєвого часу.

Ключові слова: соціальний простір, публічна сфера, пражурналістика

Kazakova T.V. *On Correlation between the Concepts of 'Prajournalism and Public Sphere*

The article presents a conception of defining journalism and prajournalism as public sphere components. Prajournalism is proved to have originated before the public sphere in the ritual and mythological communication of the ancient society and to be developing within the limits of prophetic and homiletic communication of the axial time.

Key words: Social Space, Public Sphere, Prajournalism

Актуальним напрямком вивчення журналістики є вектор „публічної сфери” - „відкритої, неформалізованої, доступної усім бажаючим царини вільного обговорення громадянами суспільно значущих питань; царини комунікативної взаємодії індивідів з приводу питань, що мають суспільний інтерес” [4, с.254, 285]. У цьому, векторі зовсім не вивченим є питання про співвідношення публічної сфери з пражурналістикою. Отже, головною метою цієї статті є постановка питання про доречність співвідношення вищезгаданих понять, а головним завданням - виявлення характеру і способів цього співвідношення.

Публічну сферу найчастіше називають „соціальним простором”, в якому через критичні дискусії у суспільстві інформація і аргументи „перетравлюються” на громадську думку. „Публічну сферу не можна розуміти як інститут чи організацію, - вважає Ю. Хабермас, - це навіть не структура норм із диференційованими компетенціями і ролями, правилами членства і т.д. Не є вона і системою; хоча вона й дозволяє проводити внутрішні межі, зовнішньо вона характеризується відкритими прозорами рухомими горизонтами. Публічна сфера може бути найкраще описана як мережа для передачі інформації і точок зору < >; потоки комунікації у процесі передачі фільтруються й синтезуються у такий спосіб, що вони зростаються у жмутки тематичних суспільних думок” [12, с.286]. Отже, публічна сфера є сферою комунікативної дії; вона виступає як медіумна структура, що об'єднує приватні сектори життєвого світу і політичну систему.

Головні функції публічної сфери полягають, по-перше, у артикулюванні й резонуванні проблем, що виникають у приватній сфері, по-друге, у ефективному чи дієвому впливові на політичну систему.

В сучасному суспільстві публічну сферу складають три компоненти. Першою компонентою є „організаційний субстрат” (Ю. Хабермас), тобто громадянське

суспільство, що складається з соціальних асоціацій і рухів, які й виражають неформальну суспільну думку. Другим елементом є ЗМІ, що являють собою комунікаційну інфраструктуру публічної сфери („котра завдяки ЗМІ розширюється за межі простих взаємодій < > і набуває більш абстрактного характеру” [12, с.374]) й об'єднують читачів, слухачів і глядачів у „масу” - „незвичайного соціального суб'єкта” [11, с.27], „єдину колективну істоту” [7, с.6]. Третім компонентом публічної сфери (чи, швидше, не власне компонентом, а умовою її існування) є та чи інша політична культура, яка може або породжувати готовність громадян проявляти активність, оберігати публічну сферу від зовеликого впливу адміністративної чи економічної влади, або, навпаки, звужувати публічну сферу до „комунікації чуток” [10] і „комунікації замовчування” [9], зумовлених подвійною свідомістю та соціальною брехнею тоталітарного суспільства.

Історико-культурний підхід до публічної сфери передбачає розв'язання двох принципових питань: по-перше, коли виникає публічна сфера й, по-друге, якщо публічна сфера виникає до появи журналістики, що наповнює те місце, котре зараз займає журналістика.

З точки зору Х. Арндт, публічна сфера виникає разом із античною полісною державою і створюється „дією”, - тобто таким різновидом активної діяльності, котра спрямована, з одного боку,

на саморозкриття особистості» а з іншого - на конструювання спільноти світу всередині певної людської групи [1].

Відштовхуючись від ідеалізованої Аристотелем моделі античного полісу, Арндт інтерпретує публічну сферу як царину вільної політичної промови і вчинку. Ця царина складається із змістової і формальної компоненти. Змістова компонента являє собою спільні проблеми колективу, формальна компонента будується на ідеї пізнання у взаємодії, котра виробляє „практичну мудрість” (фронезис), що здобувається яше у процесі людського спілкування. Публічну сферу Арндт тлумачить як солідарну політичну спільноту рівноправних учасників, яка була протиставлена економічній сфері, обмеженій рамками домашнього господарства.

За Арндт, публічна сфера зникає тоді, коли економіка виходить за межі домашнього у простір суспільного (XVII-XVIII ст.), створюючи „суспільну” чи „соціальну” сферу, яка є сферою взаємопроникнення „публічного” і „приватного”. „Суспільна” сфера, з одного боку, „поглинає” родину (само ведення хазяйства і усі заняття, що належали приватній сфері родини, поступово стали „колективними турботами”), а з іншого - сферу публічного (ідеали загального блага витісняються цінностями приватного добробуту). Тобто XVII-XVIII (коли народилася й почала розвиватися журналістика) Арндт вважає часом занепаду публічної сфери й народження нової суспільної сфери, яка має принципові відмінності від публічної сфери.

З точки ж зору Ю. Хабермаса, у XVII-XVIII ст. „публічна сфера” не зникає, а перероджується: виникає публічна сфера нового типу, яка уже не стільки співпадає з державою (як це було у „аристотелевому” полісі), скільки протистоїть їй. У новий час публічна чи суспільна сфера виникає як медіумний ланцюжок між „відокремившоюся” державою й деполітизованою приватною сферою, тобто вона була народжена конфронтацією між абсолютистською державою і новим, „третім” класом буржуазії.

Нова публічна сфера зароджувалась у салонах, клубах, кафе і у пресі, що народилась у 1609 р. як абсолютно маргінальне явище публічної сфери з локальним впливом на суспільство. Можна сказати, що до другої половини XIX ст. (а в Росії навіть у 1861 р. про відміну кріпосного права більшість селян довідувалась від попів та глашатаїв) головну частину публічної сфери складала не журналістика, а інші форми суспільної комунікації; тобто „ситуація пражурналістики” продовжується до другої половини XIX ст.

Якщо сьогодні публічна сфера складається із „організаційного субстрату” й журналістики, то логічно було б припустити, що дожурналістська публічна сфера складається з „організаційного субстрату” й пражурналістики. Як і коли зароджується пражурналістика, чи може існувати пражурналістика до виникнення „публічної сфери”? Якщо вважати „публічну сферу” лише прерогативою державності, а пражурналістику - формами суспільно значущого інформування й формування колективної думки, то пражурналістика має дуже „довге” гносеологічне „коріння”, котре проростає вглиб зародження соціальної комунікації, процеси якого починаються раніше формування публічної сфери.

Звичайно ж, соціальна комунікація ширше за пражурналістику, але певний протожурналістський елемент існує на кожному етапі соціальної комунікації - **1) біологічної колективної комунікації**, яка дозволяє організмові „досягати успіхів” не тільки через збільшення дієвості власного сприйняття, а й через обмін інформацією, котрий відміння необхідність здобувати усю інформацію самому (за допомогою інших можна набагато швидше отримати більше інформації, ніж це може зробити сама істота чи організм); **2) змішаної біолого-соціальної комунікації**, у межах якої примати еволюціонували до людини завдяки природно-біологічній активності, трудовій діяльності, колективному спілкуванню біля вогнища, усному вербальному спілкуванню, яке могло носити як індивідуальний, так і колективний характер; **3) ритуально-міфологічній комунікації збереження роду-світу** (такий характер комунікації відповідав традиціоналістському типу суспільства, котре, майже не змінюючись, відтворювало само себе у нових і нових поколіннях); **4) пророцько-проповідницькій комунікації**, котра зародилась у час „аномії” й „трансресивності” (Е. Дюркгейм), розробила потужні стратегії психологічного впливу на масову аудиторію; **5) журналістсько-пражурналістської комунікації змішаного типу**, коли співіснували як журналістські („нова людина” перехідної епохи XV-XVIII ст. потребувала комунікації нового типу: не інтерпретаційного, а суто інформаційного характеру - оперативного й регулярного повідомлення про економічні й політичні новини), так і дожурналістські (проповідь, публічна лекція, театральна вистава, брошура і т. ін.) форми.

Пражурналістика виникає тоді, коли зароджуються *повідомлення* як суспільна акція, що несе в собі дискурсивно-текстові ознаки, й *феномен тексту*, спрямованого на колективну свідомість. *Актуалізація сприймаючої свідомості через створення тексту* є головною ознакою пражурналістського явища. Поки немає тексту, свідомо створеного для передачі на аудиторію (тобто поки немає тексту як „свідомого” феномену), а існує лише спонтанна передача інформації, можна говорити лише про наявність колективної комунікації як першооснови, „бульйону” для зародження

пражурналістики (такими є біологічна колективна та біолого-соціальна комунікації). Коли ж пражурналістський текст починає передаватися від комунікатора через спеціально створені канали (газети, радіо, телебачення тощо) на масову аудиторію, розташовану в різних місцях, тоді пражурналістика перетворюється на журналістику з характерними для неї функціями „упровадження соціального і прогресу та ревізії традицій, регулювання моральних та правових норм, соціального управління” [5, с 10].

З нашої точки зору, уперше феномен пражурналістського тексту (точніше його треба визначити; як палеожурналістський) зароджується у *міфі* як інформації про оточуюче (природне й соціальне) середовище, котра потребувала передачі спільноті й наступним поколінням; саме міфи „як віддзеркалення та репродукція досвіду людства” [13], як „витлумачення соціумом себе і світу” [8] стали першими інформаційно-комунікативними пражурналістським текстами.

Для міфологічної інтерпретації оточуючого середовища були характерними не тільки відсутність розподілу зовнішнього світу на природний і соціальний світ, а й з’єднання зовнішнього світу і внутрішнього світу переживань індивіда, бо в архаїчних суспільствах не була розвинута особистісність (а значить, і право на особистісну точку зору). Тут, говорячи словами Дюркгейма, колективна свідомість майже повністю перекриває індивідуальну свідомість, „індивідуальна особистість поглинена колективною” [6, с 139]. Ідентичність членів первісного суспільства визначалась колективним знанням, викладеним у міфах. Розходження у трактовці цього знання, що визначало свідомість індивідів, не могло бути значним через сакральний характер цього знання. Тобто міфологічна свідомість ще не мала тієї системи координат, котра дозволяла б комунікантам при інтерпретації їх життєвого світу висувати, оспорювати й приймати претензії на істину, нормативну правильність чи правдивість, бо у первісному суспільстві ще були відсутніми формальні „передумови” комунікації, основані на інтерсуб’єктивному визнанні її учасниками взаємодії висунених інформацій.

Міфологічний світогляд як „лінгвістично конституюваний світогляд” [12] може бути ототожнений із самим світовим порядком настільки, що він не сприймається як така інтерпретація світу, котра в принципі може бути помилковою і підлягати критиці, що характерно для журналістського дискурсу публічної сфери. Традиціоналістський світогляд (що характеризується незнанням альтернатив, священністю вірувань, блокуванням самої можливості оспорювати ці вірування) є такою культурною інтерпретативною системою, яка жорстко визначає „узгодженість” комунікантів відносно інтерпретації ситуації чи події, залишаючи їм мало можливостей для прояснення й дослідження події. Тому комунікація первісного суспільства була не стільки комунікацією повідомлення, скільки комунікацією прилучення до уже відомих і раз і назавжди прийнятих традицій, і тому міф з великою долею умовності можна прилучити до пражурналістики (бо основою журналістики були й залишаються новини).

Власне пражурналістика зароджується у VIII ст. до н.е. у межах пророцько-проповідницької комунікації, котра полягала у тому, що пророк (як найбільш трансгресивна особистість) „повідомляв”, „переповідав” Слово істинного Бога про прихід нової ери. Навколо головного суб’єкта проповідницької комунікації утворювались концентричні кола комунікації зі своїми власними суб’єктами.

Харизматичний лідер, котрий у екстремальних умовах духовної напруги був „призваний” Богом для „повідомлення” Одкровення (про головні закони життя людства), ніс „нову вість” до аудиторії. Ця „нова вість” оформлювалась у текст проповіді, котра зароджувалась як *донесення* змісту Слова Бога до свідомості людей, як *адаптація* первісного тексту (Слова Бога) до можливостей людського розуму, як *інтерпретація* первісного тексту проповідником (причому інтерпретується не тільки первісний текст, а і „вторинний”, „третинний”; інтерпретаційний мегатекст навколо Біблії, наприклад, у десятки разів перевищує текст самої Біблії). Характер цього повідомлення був не стільки сутоінформаційним, скільки переконаним (але це переконання досить довгий час трималося на ситуації „акратичного дискурсу” [2]). Уже на початку свого існування проповідницька комунікація розробила потужні стратегії психологічного впливу на масову аудиторію: ідеалістичного заклику єврейських пророків, логізованої агітації індійських релігій, емотивного переконання зороастризму.

Висновки. Пражурналістика зароджується передусім як технологія прилучення й переконання (переконання й до сьогодні є однією з двох складових частин журналістики), і саме в цій ролі вона стає важливою складовою „публічної сфери”, яка щойно народжувалась при переході від суспільства з міфологічною свідомістю, що була характерною для родових суспільств, до суспільства з релігійно-метафізичним світоглядом, який був характерним для державної цивілізації. Історичний перехід від одного світогляду до другого сприяв зростанню відкритості світогляду, яка, в свою чергу, сприяла зародженню публічної сфери з більш розвинутою системою соціальної комунікації.

Джерела та література

1. Арндт Х. Vita activa, или О деятельной жизни. - СПб., 2000.
2. Барт Р. Война языков // Барт Р. Избранные работы. Семиотика. Поэтика. - М., 1989. - С. 535-540.
3. Барт Р. Разделение языков // Барт Р. Избранные работы. Семиотика. Поэтика. - М., 1989. - С. 504-519.
4. Бусова Н. А. Модернизация, рациональность и право. - Харьков, 2004.
5. Вайшенберг З. Новина журналістика - К., 2004.
6. Дюркгейм Э. О разделении общественного труда. - М., 1996.
7. Корнев М. Н., Фомічова В. М. Психологія масової поведінки. - К., 2000.
8. Лосев А. Ф. Диалектика мифа // Лосев А. Ф. Из ранних произведений. - М., 1990.
9. Нозль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания. - М., 1996.
10. Почепцов Г. Г. Тоталитарный человек. Очерки тоталитарного символизма и мифологии. - К., 1994.
11. Різун В. В. Маси. - К., 2003.
12. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. - СПб., 2000.
13. Юнг К. Г. Архетип и символ. - М., 1991.

Поступила до редакції 28.08.2007 р.

УДК 654.1:81'243(477):32.019.51(100)

Павленко Л.Г.

ОСОБЛИВОСТІ ПІДГОТОВКИ НОВИНИХ РАДІОПРОГРАМ З УКРАЇНИ ДЛЯ ЗАКОРДОННОЇ АУДИТОРІЇ

Павленко Л.Г. Особенности подготовки новостных радиопрограмм из Украины для зарубежной аудитории
В статье исследуются особенности подготовки новостных программ Всемирной службы радиовещания Украины для зарубежной аудитории. Рассматриваются основные принципы подбора событий для освещения в международном радиоэфире.

Ключевые слова: новости, украинское иновещание, международный радиоэфир

Павленко Л.Г. Особливості підготовки новинних радіопрограм з України для закордонної аудиторії
У статті досліджуються особливості підготовки новинних програм Всесвітньої служби радіомовлення України для закордонної аудиторії. Розглядаються основні принципи відбору події для висвітлення в міжнародному радіоєфірі.

Ключові слова: новини, українське іномовлення, міжнародний радіоєфір

Pavlenko L.G. The peculiarities of the compiling of the news radioprograms from Ukraine for the international listeners
The article focuses on the peculiarities of the compiling of the RUI news programs and investigates the main principles of the choosing the events, which are to be mentioned in the international radio space.

Key words: news, Ukrainian international broadcasting service, international radio space

Актуальність теми. Світовий інформаційний простір максимально насичений і постійно поповнюється інформацією. Одна з головних вимог до сучасного інформаційного продукту - новизна. Особливо коли йдеться про явища, процеси та події навколишньої дійсності. В процесі глобалізації ми відчуваємо, як світ стає тіснішим. Все, що трапляється за десятки тисяч кілометрів, у найближчому майбутньому може тим чи іншим чином торкнутися і нас. Аби задовольнити свої інформаційні інтереси, ми звертаємося до Інтернету, преси, телебачення та радіо. І найперше, чого прагнемо, відкривши газету, ввімкнувши телевізійний чи радіоприймач, - дізнатися про новини. Всі ці нові знання про людей, міста, країни формують в аудиторії певний їх образ, котрий не обов'язково відповідає дійсності, але завжди складається відповідно до фактів, що відбулися та набули розголосу. Згадаймо, з якою обережністю ставилися до України за кордоном у перший десяток років після аварії на Чорнобильській АЕС. Загалом, за окремими виключеннями, світ не знав держави Україна. Все, що про нас повідомляли іноземні ЗМІ, повідомляли як про частину Радянського Союзу. Раптом прогрімала інформація, де чітко йшлося про техногенну катастрофу в українському місті Чорнобиль. Нині це - вже історія. Але відтоді не змінилися основні принципи інформаційної діяльності. І сьогодні Україну у світі сприймають через призму новин про реалії життя в нашій державі.

Усвідомлюючи важливість впливу міжнародних новинних програм на формування іміджу держави, вітчизняні науковці все частіше обирають саме цю сферу інформаційної діяльності об'єктом своїх наукових досліджень. Зокрема, до проблем новинної журналістики зверталися у своїх працях