

РАЗДЕЛ 9. ПРЕССОВАЯ ЖУРНАЛИСТИКА: УСЛОВИЯ ФОРМИРОВАНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

УДК 070:81.246.2(05)

Політичний портрет як різновид нарису в сучасній українській газеті

Варич М. В.

Київський національний університет культури і мистецтв, м. Київ, Україна

У статті досліджуються тенденції та перспективи розвитку такого художньо-публіцистичного жанру як нарис. Зокрема, два його різновиди: політичний портрет і портрет політика. В роботі також вивчаються головні складові портрету політика. Пояснюється, як його створити максимально ефективним та впливовим.

Ключові слова: нарис, політики, політичний портрет, штрихи до портрету, ефективність.

Постановка проблеми. Наразі портретний нарис заповнює все більшу кількість українських газет – від районних до всеукраїнських. Щоправда, він суттєво відрізняється від портретного нарису радянських часів і все більше уподібнюється до популярного в Європі жанру – портрету. Типовий європейський портрет на читачів дивиться з таких популярних українських газет з високими тиражами, як «День», «Україна молода», «Газета по-українськи». Втім, недоцільно викреслювати портретний нарис з сучасної української журналістики, бо в ньому є свій національний колорит. Однак, звісно, сучасні різновиди нарису (політичний портрет та соціальний портрет) мають взяти лише деякі запозичення від радянської журналістики, адже вона була надто заідеологізована, що позначалося й на нарисі.

Так сталося, що в СРСР нарис розквітнув найяскравіше, оскільки згідно з ідеологією партії, якою керувалася тодішня преса, суспільству потрібно було багато пафосних і героїчних образів. Дарма, що часто риси їхнього характеру були надумані, а подвиги перебільшені. Саме це сприяло активній появі на шпальтах більшості радянських видань портретів людей праці – доярок, механізаторів, машиністів, багатодітних матерів і т. д. Зауважу, що і цікавий для нас політичний портрет також існував у вказаний період. Втім, він мало чим відрізнявся від портрету соціального.

Аналіз останніх досліджень з проблематики роботи. Нарису в цілому як жанру та портретному нарису, зокрема, приділяли чимало уваги радянські дослідники журналістики, що цілком виправдано, бо саме в цей період жанр зазнав найбільшого розквіту. Зокрема, його досліджували А. Аграновський, М. Подолян, А. Москаленко. Так, публіцист А. Аграновський наголошував: «Письменник завжди «придумує» свого героя незалежно від того живий цей герой чи вигаданий. Якщо завтра десять талановитих літераторів візьмуться писати про одну і ту ж людину ... все одно у них вийде десять різних портретів» [5, с. 8].

Серед сучасних українських дослідників нарис потрапив в поле зору науковців О. Глушка, М. Воронової, І. Михайлина, В. Здорогеги, В. Шкляра, А. Чічановського. Втім, вказані науковці не вдавалися у своїх працях до детального аналізу саме політичного портрету вітчизняній пресі, а згадували його лише побіжно.

Чималу увагу приділили портретним нарисам А. Чічановський та В. Шкляр. Зокрема, вони розрізняють портрет політика (описується внутрішній світ людини, світогляд) та політичний портрет, в якому людська індивідуальність поступається місцем політичному естеству особистості [6].

В свою чергу журналістикознавець В. Здорогега у книзі «Теорія і методика журналістської творчості» зазначає: «Увага мас-медіа зосередилася насамперед на політичних портретах насамперед історичного характеру. Жодний етап розвитку журналістики не супроводжувався такою зливою друкованих ... нарисів про історичних діячів від Троцького і Сталіна до Махана і Берії, Грушевського до Шухевича, до генералів Франко, Манергейма до Петлюри та митрополита Сліпого» [2, с. 245].

Втім, з 2004 року ситуація в ЗМІ дещо змінилася, а саме: портрети сучасних політиків наздогнали, а в певні періоди (політичні кампанії) і переважили за кількістю портрети «неживих політиків».

Мета. Дослідити політичні портрети та портрети політиків та штрихи до політичних портретів у сучасних друкованих українських мас-медіа.

Завдання. 1. Проаналізувати тенденції розвитку політичного портрету у вітчизняних ЗМІ. 2. Спрогнозувати подальшу долю політичного портрету та портрету політика у пресі. 3. З'ясувати причини, які призвели до бурхливого розвитку політичного портрету як жанру у вітчизняних ЗМІ.

Об'єктом даного дослідження є портрети політиків та політичні портрети та штрихи до портретів у сучасній українській пресі.

Предметом – загальні тенденції розвитку політичного портрету в сучасних українських газетах.

Актуальність обраної теми обумовлена тим, що в останні десятиліття у суспільстві суттєво зріс інтерес до жанру портретного нарису в цілому, і до політичного портрету зокрема. Активізація такого зацікавлення навколо портретів політиків пояснюється загальною заполітизованістю суспільства, безперервним напруженням протистоянням між владою та опозицією та тим, що це непоганий шанс для працівників мас-медіа на цьому фоні зробити кар'єру політичного журналіста. Політичний портрет, у тому форматі, який ми зустрічаємо в сьогоденній пресі, явище відносно нове і малодосліджене для української журналістики. Адже сучасний політик суттєво відрізняється від політика часів СРСР, відповідно і портрет його інший. Зауважимо, що європейські журналісти не виділяють такого жанру як портретний нарис політика взагалі. За загальними характеристиками найбільш подібним до нашого портретного нарису є їхній Портрет. Втім, вважаємо, що нам доцільно зберегти власний своєрідний жанр, як щось виключно стильне та самобутнє.

Якщо ми говоримо про політичний портрет, то варто враховувати, що це один з найзаангажованіших жанрів журналістики. І це стосується не лише журналістики української. Ніхто не пише політичні портрети задля змалювання долі цікавої людини, як це буває з митцями, науковими геніями, мандрівниками, філософами. До того ж, якщо ми простежимо тенденцію появи політичних портретів у періодиці, то помітимо, як зростає їх кількість за 9-6 місяців до виборчої кампанії і як різко падає одразу після виборів. Політичний портрет здебільшого явище обмежене в часі і просторі. Він цікавий лише виборцям певної країни в певний нетривалий період. Це не художня книга, хоча в портреті використовують художні прийоми. І лише зрідка політичний портрет може перерости в книгу про політика, як це сталося, скажімо, із книгою Р. Лози «Невиконане замовлення».

Для прикладу, у 1999 році починаючи з вересня, себто напередодні президентських виборів (31 жовтня), популярний тижневик «ПіК» щономера вмщував політичний портрет котрогось із кандидатів в президенти, чого не було на його шпальтах раніше.

Цікаво, що напередодні виборів політизуються навіть зовсім «не політичні» видання, а мистецькі, літературні, екологічні газети. Варто враховувати, що навіть якщо журналіст спробує подати образ політика в іншій іпостасі, як це сталося в номері від 24 травня 2012 року у статті про О. Турчинові «Свобода і творчість – синоніми» в «Літературній Україні», у нього навряд чи щось вийде [4, с. 8].

І ось чому. По-перше, політик сам врешті все зведе до політики, бо навіть коли говорить про мистецтво чи екологію, розглядає їх лише як трамплін для здобуття посади. По-друге, українське суспільство настільки заполітизоване, що як читач, так і журналіст цікавляться політикою значно більше, аніж будь-якою іншою галуззю, хоча можуть самі собі в цьому не зізнаватися.

До політичного портрету міцно прикріпилась характеристика замовного. Відрізняє їх лише авторство замовника. Замовляють портрети: а) самі головні герої портрету; б) політичні партії, сили та громадські організації; в) конкуренти та противники певного політика. У перших двох випадках ми маємо справу з білим піаром, у другому – з найгіршим проявом кольору піару – чорним. Втім, замовний портрет від конкурента може бути і не відверто чорним, що одразу насторожить читача, а мати різні відтінки сірого. В останньому випадку конкурента не поливають брудом і не звинувачують у всіх гріхах суспільства, а лише детально вибирають найнепривабливіші сторінки з його біографії і подають їх систематизовано. Натомість на позитивні вчинки політика свідомо закривають очі, буцімто їх і не було. В сірому піарі читач не знаходить категоричності і конкретної відповіді на питання «Чи варто за цього політика голосувати, чи ні?». Його мета – посіяти сумніви, зародити зерно недовіри. Політичний портрет з використанням сірого піару, як правило, використовує банальні фрази і штампи, на зразок «але обирати вам», «думайте самі», «факти скажуть самі за себе» і т. д. Сірий політичний портрет, як правило, спрямований в першу чергу на електорат, який не визначився та вагається, і має на меті відлякати, а не привабити. Однак, одноразовий матеріал такого спрямування не буде ефективним. В даному випадку дієвість залежить від кількості появи подібних матеріалів до того ж в абсолютно різних за тематикою матеріалах. Зауважу, що сірий піар не шокує, як чорний, але діє за принципом «Вода камінь точить».

Журналіст, котрий працює у жанрі політичного портрету, перетворюється на своєрідного іміджмейкера певного політика. Чи вдасться йому створити привабливий образ, залежить від кількох складових:

1. Публіцистичного таланту журналіста, його уміння створювати образи, переробляти сухі факти з біографії в живі, яскраві привабливі картини, уміння розшукати в автобіографії епізод, який розкриє політика як Людину і викличе емоцію. Для цього у журналістиці є цілий арсенал засобів. Проте в українській журналістиці це переважно емоція співчуття за те, що з людиною повелися несправедливо.

Хоча значно ефективнішими є емоції гордості та поваги за вчинок людини, що часто використовують на заході. Скажімо, уміння визнати свою поразку і привітати конкурента, не звинувачуючи його, а отже уміння тримати удар. Саме така позитивна характеристика була присутня у політичних портретах 2012 лідерів інших країн, зокрема Н. Саркозі, Д. Медведєва; уміння виявляти свою силу у витримці та толерантності, що постійно демонструють під час політичних дебатів на телеканалах кандидати в президенти США, володіння іноземними мовами, вміння керувати вертольотом, відмінна спортивна форма (що демонстрували російські канали напередодні виборів В. Путіна на другий термін).

2. Психологічної сумісності журналіста та політика. Бувають випадки, що журналіст професіонал і вправно володіє пером, однак, не спроможний розговорити політика, знайти спільні точки дотику. В його присутності політик закривається, напружується, не наважується бути щирим. Проблема може бути як в політику, так і в журналістові. Тоді доцільно спробувати змінити місце зустріч, тон розмови, або журналіста.

3. Обізнаності обох сторін з тим, що турбує суспільство в даний момент. В портретному нарисі журналіст має максимально вгадати, що цікавитиме аудиторію саме в день виходу друком нарису. А тут вже потрібні аналітичний склад мислення, інтуїція та удача.

В кожному разі, як журналісту, так і політику варто пам'ятати, що політичний портрет – це співпраця і ефективність цієї співпраці залежить від дуже багатьох факторів. Але портрет безперечно буде справляти більше емоційне враження на читача, якщо автор безпосередньо спілкуватиметься з політиком сам-на-сам, а не в присутності прес-секретаря, якщо це спілкування відбуватиметься не в робочому кабінеті, а скажімо, вдома, в улюбленій кав'ярні, тренажерному залі і т. д.

Досить складно в газетній журналістиці передати рух, вимову, реакцію на питання політичного лідера. Але відсутність руху створює відчуття статичності та напруги. До того ж у більшості електорату в процесі спостереження за рухом та вимовою людини виникають певні асоціації – сильний чи слабкий лідер, щирий чи ні. Саме тому в ток-шоу Елен Дедженерес на американському каналі NBS ведуча раптом запропонувала дружині Б. Обами віджатися від полу, на що дружина політика охоче погодилася. Втім, не всі українські політики мають внутрішнє відчуття свободи і можуть з легкістю і без образ сприймати подібні пропозиції журналістів.

Що може зробити журналіст в газеті, аби передати рух в газетному політичному портреті? По-перше, це фотокартки. На них лідер не повинен сидіти за столом за паперами. Він має рухатися, але не позувати, на обличчі мають бути живі емоції, а не шар гриму. Такі фотокартки друкують «Газета по-українськи», «Україна молода», журнал «Країна». Фото бажано в політичному портреті робити кольорові, навіть якщо решта сторінок чорно-білі. Адже кольорова гама, в яку вдягається політик, може вже багато розповісти про нього. По-друге, словами описати, як заходить лідер, як сідає, як відповідає на телефонні дзвінки, як реагує на провокативні питання і т. і.

Варто також зважати на таке явище в політичній портретистці, як усілякі штрихи до портрету. З візуальної точки зору читач втомлюється читати одноманітний текст, розділений на рівну кількість колонок, та написаний в одному жанрі. Саме для цього до провідного жанру додають такі штрихи як: довідка, коментар, шарж. До них вдаються всі без винятку видання України. Наприклад, «Довідка УМ» про Крістіана Вульфа до матеріалу «Пастор на зміну корупціонеру» в «Україні молодій» від 21 лютого 2012 року (автор О. Шиманський) [3, с. 2], або «коментар» Зведжета Курутумерова до матеріалу «Генерал, що рятував честь українців» автора Ігоря Сяндуківа у «Дні» за 21 лютого 2012 року [1, с. 1].

Проаналізувавши ринок сучасних ЗМІ в Україні та світі, ми виокремили наступні головні характеристики політичного портрету, які зрештою створюють ведмежу послугу політикам і полягають у наступному:

1. Створенні ідеального у всіх ракурсах (а отже, нереального) образу лідера, який ніколи не помиляється.

2. Створення максимальної дистанції між журналістом, котрий пише портрет та героєм. На рівні підсвідомості ця дистанція вловлювалась читачем і насторожує та відлякує. Мимоволі закрадається думка «Так не буває», втім, весь мас-медійний арсенал стверджував протилежне.

3. Улесливий тон розмови з боку журналіста. Читач одразу вловлює нещирість і здогадується, що портрет замовний і правди в ньому немає. А як немає правди, то нащо й читати?

4. Свідоме уникнення «слизьких» тем та незручних запитань, присутність великої кількості обіцянок та відсутність розповідей політика про реальні справи.

5. Відповіді політика на запитання журналіста завчасно підготовлені та написані на папірці його прес-службою.

6. Відсутність в портреті такої теми як «політик і родина». Бодай в кількох абзацах журналіст має описати родину політика і його ставлення до неї. Інакше матеріал вийде неповноцінний, відірваний від життя. В даному випадку відповіді політика не можна зводити до «має гарну дружину і двох слухняних синів», адже з даної фрази анічогісінько не зрозуміло. Найкраще, якщо політик сам охарактеризує своїх рідних нешаблонними фразами.

Зазначу, що дотримуються перелічених вище вимог переважно журналісти, які певною мірою залежні від політика, політичний портрет якого готують до друку. Залежність може виявлятися у роботі журналіста в мас-медіа, яке належить певній політичній силі, яка і диктує вимоги; або в державній установі (а портрет потрібно писати про державного діяча). Ось тут і порушується один із найважливіших принципів журналістики – об'єктивність.

До досить ефективних методів все ще може віднести яскраві постановочні (навіть режисерські) сцени в процесі розмови з політиком, які викликають конфліктні ситуації, бурхливу реакцію героя, яка спрацьовує мов струсок і привертає увагу. Хоча такі сцени ефективні лише якщо виписані досить правдоподібно і гарно лягають в канву тексту. Для прикладу: дзвінок герою посеред розмови на мобільний, герой все покидає і поспішає рятувати товариша, дружину, дитину і т. д.

Відносно новим в сучасній політичній портретистці є таке явище як узагальнений портрет певної політичної сили. Дедалі більше іміджмейкерів розуміють, що створення образу досконалого та бездоганного лідера, який все вмie та орієнтується у всіх сферах буття – міф, в який мало хто повірить. Тому політичний журналіст-іміджмейкер починає працювати над створенням портрету політичної сили. Такий багатолікий образ – такий собі мікс із науковців, бізнесменів, митців, військових викличе набагато більше довіри, аніж один-єдиний бездоганний кандидат. Адже таким чином складається враження, що члени цієї політичної сили звичайні люди зі своїми слабостями, але разом вони сила. Цей портрет включає збірні образи, він багатолікий. Втім, він має мати один асоціативний збірний образ, чи яскраву складову цього певного образу. Таким чином образом може стати навіть не сучасний політик, а харизматичний герой з політичного минулого. Саме цей герой постійно присутній на плакатах, його систематично цитують лідери нової партії. Таке явище досить ефективно, хоча в Україні його використовують рідко, бо в даному випадку політику доведеться поступитися власними амбіціями, а на це мало хто здатний. Щодо складової образу, то нею може стати будь-що: колір, емблема, значок, вимова, гасло. Головне, щоб він повторювався у всіх членів певної партії і викликав стійку асоціацію. Так вийшло з червоним кольором у комуністів, з помаранчевим у «Нашої України» та з синьо-білим у регіонів.

Висновки. Аналіз найтиражнішої української періодики, яка виходила впродовж останнього десятиліття, а саме таких видань «Україна молода». «Газета по-українськи», «День», «Літературна Україна», дає змогу зробити висновки, що з кожним роком жанр портретного нарису стає все популярнішим в нашій журналістиці. Водночас сучасний портретний нарис в громадсько-політичних ЗМІ надто нагадує європейський портрет, хоча ще і зберігає незначні риси, притаманні саме нарису. Трансформація жанру менш відчутна в мистецьких виданнях, зокрема «Літературній

Україні» та в регіональній пресі, яка ще досі береже традиції минулого. Головними тенденціями розвитку соціального портрету, та портрету політика, зокрема, є: реклама людини, її ідей, поглядів та переконань; написання портретного нарису у форматі «життєвої історії» (жанру популярного на Заході), де людина постає в оточенні сім'ї, друзів, колег; ілюстрація портретного нарису великою кількістю фотокарток в русі, в дії, емоційних фото.

Бурхливий розвиток портретного нарису як жанру у вітчизняних ЗМІ пояснюється тим, що він за формою і методом подачі нагадує художній текст, але водночас лишається документальним твором. В портретному нарисі автор має змогу максимально наблизити до читача усі вектори інтересів – від часового до просторового.

Портрет політика вже міцно закріпився у вітчизняній пресі і продовжує набирати популярності. Особливо він перебуває на піку зацікавлення напередодні президентських, або парламентських виборів. Ні інтерв'ю, ані репортаж не можуть скласти конкуренцію даному методу подачі інформації про людину, оскільки портрет може вміщувати в собі елементи як інтерв'ю, так і репортажу. Але, окрім того, в ньому присутній авторське бачення людини, автор ніби пропускає крізь себе життя і вчинки політика. Менш перспективною виглядає доля портрету політика, оскільки він більш сухий та стриманий, не надто емоційний і обмежується лише викладом політичних поглядів та фактів з біографії.

Список літератури

1. Генерал, що рятував честь українців [Текст] // День. - 2012. - 21 лютого.
2. Здоровега В. Теорія і методика журналістської творчості : [підруч. - 2-ге вид., перероб. і доповн.] / Здоровега В.Й. - Л. : ПАІС, 2004. - 268 с.
3. Пастор на зміну корупціонеру [Текст] // Україна молода. - 2012. - 21 лютого.
4. Свобода і творчість – синоніми [Текст] // Літературна Україна, 2012. - 17 травня.
5. Узость [Текст] // Літературна газета, 1961. - 23 травня
6. Чічановський А., Шкляр В. / Політика, преса, влада // А.А. Чічановський, В.І. Шкляр. - К. : Видавництво «Слов'янський діалог», 1993. - 162 с.

Варич М.В. Портрет политика как разновидность очерка в современной украинской газете // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации» – 2012. – Т.25 (64). – № 4. Часть 1. - С.230-235.

В статье исследуются тенденции и перспективы развития такого жанра журналистики, как очерк. В частности, рассматриваются два его вида: портрет политика и политический портрет. В работе также указываются главные составляющие портрета политика.

Ключевые слова: очерк, политики, политический портрет, эффективность, детали к портрету.

Varich M. Political portrait as variety of essay is in the modern Ukrainian newspaper // Uchenye zapiski Tavricheskogo Natsionalnogo Universiteta im. V.I. Vernadskogo. Series «Filology. Social communications». – 2012. – V.25 (64). – № 4. Part 1. – P. 230-235.

In the article probed tendencies and prospects of development of such genre of journalism as an essay. In particular, examines two his kinds: portrait of politician and political portrait. In process the main component are also specified the portrait of politician.

Key words: essay, politicians, political portrait, efficiency, details to the portrait.

Поступила до редакції 25.09.2012 р.