

THEORY AND HISTORY OF JOURNALISM

ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЖУРНАЛІСТИКИ

УДК 007 : 304 : 070

DOI: 10.51423/2524-0471-2020-11-2-7

MODERN UKRAINIAN PUBLICISM: THEORETICAL AND PRACTICAL ASPECTS

Ihor Pavlyuk,

Leading Researcher of Taras Shevchenko Institute of Literature of the National Academy of Sciences of Ukraine in Kiev, professor of Ukrainian media Ivan Franko National University of Lviv, Doctor of Social Communication, writer

[https://https://orcid.org/0000-0001-8698-3498](https://orcid.org/0000-0001-8698-3498)

pavlyuk196767@ukr.net

Shevchenko Institute of Literature of the National Academy of Sciences of Ukraine, 01001, Ukraine, Kyiv-1, Mykhailo Hrushevskoho, 4.

***The purpose** of this article is to study the philosophical and psychological, ideological and historically natural states and trends of changes in modern Ukrainian journalism in the context of its potential deepening of democratic freedoms, coverage of war issues, global universal problems.*

***The methodological basis** of our study is the distinction between the concepts of Ukrainian-language and Ukrainian-language journalism, informativeness and journalistic-analytical on the level of subjectivized emotions in the text, which in the communicative plane turn it into metatext, because journalism itself includes in various, preferably harmonious, propositional, analytical, simple display). Among our research methods: phenomenological, comparative, psychoanalytic (probing archetypes), hermeneutic, deconstructivist (search for non-systemic meanings in texts and meanings of consciousness).*

***As a result of the study**, a comprehensive analysis of Ukrainian modern journalism in the context of changes in forms, forms, their genre modifications and transformations, in particular – in propaganda and demagoguery, modernization of technical means of dissemination of journalistic texts taking into account internal socio-political processes (chaotic) nature of information development of society in Ukraine) and external geopolitical challenges.*

*The obtained results allowed us to formulate the following **conclusions**. Ukrainian modern journalism is a consolidating information and propaganda enzyme, co-creator of ideological matrices, taking into account the preservation of national identity and features of modern world media culture: its multimedia, interactivity, implementation in electronic media, where the dynamic development of information technology and the expansion of information , and produce and retransmit it, which symbolizes the emergence of a new type of journalism in Ukraine.*

***Key words:** modern Ukrainian journalism, propaganda, demagoguery, technical means of mass media, identity, cultural and information space, multimedia, interactivity.*

СУЧАСНА УКРАЇНЬСЬКА ПУБЛІЦИСТИКА: ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ

Ігор Павлюк,

доктор наук із соціальних комунікацій, провідний науковий співробітник Інституту літератури імені Т.Г. Шевченка НАН України, професор кафедри української преси Львівського національного університету імені Івана Франка, письменник

Вступ

Публіцистика (від латинського *publicus* – суспільний) – окремий рід художньої літератури, твори якого присвячені актуальним явищам і проблемам поточного життя суспільства, які містять фактичні дані про його різні прояви, емоційні оцінки з точки зору соціально-політичних ідеалів автора, а також уявлення про реальні методи й засоби досягнення цих ідеалів. Сприяє формуванню громадської думки, ідеологічної атмосфери в суспільстві, впливаючи на діяльність його інститутів вербальними методами агітації й пропаганди, будучи окремим творчим способом організації й передачі, поширення соціально заангажованої інформації, є засобом ідейної боротьби із зовнішніми та внутрішніми ворогами суспільної системи, особливо в час війни, стихійних лих, катастроф тощо.

Якщо художня література – це історія емоцій окремих індивідів, то публіцистика (дієве мистецтво факту, яке може бути виражене в різних формах: словесній (письмовій та усній), графічно образотворчій (плакат, карикатура), фото- і кінематографічній (документальне кіно, телебачення), театральнo-драматичній, словесно-музичній тощо або ж у їх синтезі) – це вербально-реальне управління емоціями суспільних груп, яка вибірково й ціленаправлено імплантує науково-практичні знання цих груп у масову свідомість для прийняття іншими соціальними групами, нав'язує чи захищає свої ідеології, культуру, етику, естетику, релігію, ідентичність із моделями поведінки й способами розвитку.

Початки публіцистики зауважуємо в ораторському мистецтві античності: діалоги Цицерона, промови Демосфена, сатири Аристофана, Ювенала, Лукіана, історичні розвідки Геродота, «порівняльні життєписи» Плутарха. Ораторські форми публіцистики (проповіді) розвинулися в релігійному й церковно-політичному, особливо в періоди патристики й Реформації (Лютер, Мюнцер). Якщо суспільно-політичну інформацію в Середньовіччі поширювали серед людей на форумах (площа в Римі, де мали місце народні зібрання), із трибун – кур'єри, герольди, глашатаї, вісники (у назвах деяких сучасних медіа залишилися їх прототипи: «Daily Herald» (герольд), «Кур'єр ЮНЕСКО», «Chicago Tribune», «Форум»), які зачитували королівські укази, почасти із власними коментарями, то з винайденням друкарського верстата суспільно-політичну інформацію стало можливим копіювати й розповсюджувати значно ширше й швидше, уможливило швидкий процес масового копіювання інформаційного матеріалу, який раніше поширювався переважно в усний спосіб, а в епоху Відродження (XVII ст.) публіцистика стає важливим чинником-знаряддям політичної боротьби на всій планеті, діставши додаткові повноваження з виникненням і розвитком радіо, телебачення, Інтернету, мобільного зв'язку.

Разом із тим публіцистика – об'єкт журналістики як соціального інституту, пов'язаного із виникненням книго- та газетодрукування, створеного суспільством для всебічного, об'єктивного інформування суб'єктів про реальне тогочасне буття, збереження динамічної рівноваги функціонування інших соціальних інститутів та влад (виконавчу, законодавчу, судову), однією із яких (четвертою владою) прийнято називати журналістику й закономірно

– художньо-публіцистичні її репрезентаційні жанри: *замальовку, есе, нарис, пасквіль, бувальшину, фейлетон, памфлет, репортаж, некролог* тощо.

Мета статті – дослідження філософсько-психологічних, ідеологічних історично закономірних станів і тенденцій змін сучасної українсько- та україномовної публіцистики в контексті потенційного поглиблення в ній демократичних свобод, виходу на висвітлення вирішень тем війни, змін клімату, глобальних загальнолюдських проблем.

Методи і методика дослідження

У контексті вивчення історії журналістики та історії літератури того чи іншого часопростору варто розрізняти поняття *публіцистики* як власне окремого роду літератури та жанру журналістики й елементи *публіцистичності* мовного стилю інших видів, родів та жанрів «красного письменства» (публіцистична поезія, публіцистична проза, публіцистична драма, літературознавча критика, окремі публіцистичні пасажі навіть у наукових творах) – ще від соціального патосу «Слова о полку Ігоревім», публіцистичних за духом середньовічних полемічних творів, серед авторів яких були І. Вишенський, С. Зизаній, С. Оріховський, М. Смотрицький.

Серед застосованих нами *методів дослідження* є феноменологічний (неупереджений опис), компаративний (порівняння публіцистичних текстів досліджуваного періоду з текстами інших історичних періодів), психоаналітичний (зондування архетипів), герменевтичний (проникнення в смисли текстів), семіотичний (дешифровка знаків), ігровий (розкриття механізмів розвитку феномена), деконструктивістський (пошук маргінальних значень у текстах та смислах свідомості).

Методологічно розрізнятимемо інформативність і публіцистичність-аналітичність за рівнем суб'єктивізованих емоцій у тексті, які в комунікативній площині перетворюють його на метатекст, адже публіцистичність включає в різних, бажано гармонійних пропорціях елементи інформативності, аналітичності, простої відображальності, погоджуючись із визначенням В. Здоровеги, що «публіцистичність – проникнення характерного для публіцистики методу в твори не публіцистичні за своєю основою. Публіцистичність виникає тоді, коли автор прагне зворушити реципієнта, вплинути на його свідомість, зумовити відповідну реакцію. Змінити не тільки уявлення, а й поведінку людини, спричинити її відповідні вчинки» (Здоровега, 2014).

Оскільки в основі публіцистичного тексту лежить не образ, а факт, ідеологема, то перед чи поряд із характеристикою будь-якого публіцистичного тексту важливо, необхідно подавати контекст історичного процесу того чи іншого часопростору, як і світоглядні орієнтири авторів-публіцистів, серед яких репрезентанти різних жанрів художньої літератури: поети, прозаїки, драматурги, журналісти, громадсько-політичні діячі й дуже мало «чистих» публіцистів, адже й історія журналістики, й історія публіцистики – різні термінологічні поняття: якщо перша включає історію перш за все виникнення й створення періодичних видань та альманахів, то друга – саме історію створення й контекстного функціонування суто публіцистичних текстових жанрів (зокрема байок, есе, нарисів, замальовок, фейлетонів, памфлетів, гуморесок, пародій тощо) та публіцистичності у творах загальнолітературних жанрів, що, як правило, але не обов'язково, друкувалися саме в періодичній пресі, були ретрансльовані по радіо, телебаченню, Інтернеті тощо.

Навіть творчість Тараса Шевченка можна інтерпретувати в контексті публіцистики (див. статтю «Павлюк Ігор. Чи був Шевченко публіцистом? // Посвята: Літературний збірник / За ред. Р. Лубківського. – Львів: Світ, 2003. – С. 268-275»).

«Із пристрасним бажанням «зробити із мужиків народ» входить українська література у ХХ ст., і провісниками духу нової доби належить назвати такі зразки письменницької

публіцистики останніх десятиріч періоду «народницького дискурсу», як численні статті І. Франка, «Зазивний лист до української інтелігенції» П. Куліша, «Сьогочасне літературне прямування» та «Українство на літературних позовах з Московщиною» І. Нечуя-Левицького, «Листи з України наддніпрянської» Б. Грінченка і «Листи на Україну наддніпрянську» М. Драгоманова, «Молода Україна» Т. Зіньківського та інше. А вже в добу «дискурсу модернізму» маємо справжнє різнобарв'я публіцистики, творцями якої були насамперед письменники: від публіцистичних виступів Лесі Українки до «Думок проти течії» і «Камо грядеши?» – книжок памфлетів М. Хвильового, який привернув увагу до того, що ми називаємо сьогодні європейськими орієнтирами нашого розвитку» – читаємо в дослідженні світлої пам'яті професора Анатолія Погрібного (Погрібний, 2007) про письменницьку публіцистику як феномен. Публіцистами були не лише письменники. У публіцистичній брошурі «Якої ми хочемо автономії та федерації» М. Грушевський писав про національно-територіальну автономію як про об'єднання всіх етнічних українських земель з усіма державними атрибутами. У статті «Очищення огнем» критикував шовіністичну політику більшовицької Росії щодо України, зазначаючи, що «Московська буржуазія всяких сортів сподівається, що цим більшовицьким «товаришам» справді вдасться «вбити хохла», і більшовизм, перш, ніж загинути самому, підриже і кине під ноги московському капіталізму назад Україну з її хлібцем, цукорцем, вугіллям та іншими добрими речами» (Грушевський, 1984).

Як і літературознавство загалом складається із основних допоміжних дисциплін – *теорії літератури, історії літератури, літературної критики*, так і журналістикознавство й власне публіцистика (межовий жанр між літературою факту й журналістикою) також має свою теорію (Крейг Р. Інтернет-журналістика. Робота журналіста і редактора у нових ЗМІ / Перекл. з англ. А. Іщенка. – К.: Києво-Могилянська академія, 2007. – 324 с.; Лось Й.Д. Публіцистика й тенденції розвитку світу: Навчальний посібник для вищих навчальних закладів III–IV рівнів акредитації: У 2 ч. – Ч. 1. – Львів: ПАІС, 2008. – 376 с.; Чернявська Л.В. Теорія та історія публіцистики: Навчальний посібник для студентів магістратури факультету журналістики. – Запоріжжя: ЗНУ, 2010. – 90 с.), історію й найближчу дотичність до *літературної критики*, бо ж почасти нею й виступає, що закономірно передбачає біо- та бібліографування творців журналістських та власне публіцистичних процесів. Так, історія української дожовтневої журналістики фундаментально висвітлена в однойменному підручнику («Історія української дожовтневої журналістики: Підручник. – Львів: Вид-во при Львівському державному університеті видавничого об'єднання «Вища школа», 1983. – 512 с.»), а публіцистика першої половини ХХ століття – у виданнях Науково-дослідного центру періодики Львівської національної наукової бібліотеки України імені В. Стефаника: *Періодика Західної України 20–30-х рр. ХХ ст.: Матеріали до бібліографії у 5 т. (1998–2003)*; *Українські часописи Львова: Історико-бібліографічне дослідження у 3 т., 4 кн. (2001–2003)*; *Українська преса: Хрестоматія. Т. 1: Преса Східної України 60-х років ХІХ ст. / За ред. М.Ф. Нечиталюка. – Львів, 1999*; *Українська преса: Хрестоматія. Т. 1: Преса Галичини 60-х років ХІХ ст. / За ред. М.Ф. Нечиталюка. – Львів, 2002*; *Кость С. Літературний процес 20–30-х років: деморалізація літератури як закономірність // Українська журналістика: генезис і сучасні проблеми. – Львів: Світ, 1992. – С. 79–85*; *Павлюк І. Митець – Влада – Преса: Історико-типологічний аналіз. – Луцьк, 1997*; *Павлюк І. Українська легальна преса Волині, Полісся, Холмщини та Підляшшя 1917–1939, 1941–1944 рр. – Львів, 2001*; *Павлюк І., Мартинюк М. «Хрестоматія української легальної преси Волині, Полісся, Холмщини та Підляшшя 1917–1939, 1941–1944 рр. – Луцьк, 2005*; *Савка М. Українська еміграційна преса у Чехословацькій Республіці (20–30-ті рр. ХХ ст.): Історико-бібліографічне дослідження. – Львів, 2002*; *Зайченко І.В. Проблеми української національної школи у пресі (друга пол. ХІХ –*

поч. ХХ ст.). – Львів, 2002; Вішка О. Преса української еміграції в Польщі (1920–1939 рр.): Історико-бібліографічне дослідження. – Львів, 2002; Мілясевич І.В. Періодичні видання Волинської губернії ХІХ – початку ХХ ст.: Історико-бібліографічне дослідження. – Львів, 2004; Мартинюк М. Українські періодичні видання Західної України, країн Центральної та Західної Європи (1914–1939 рр.): Матеріали до бібліографії. – Львів, 1998; Павлюк І.З. Українські часописи Волині, Полісся, Холмщини та Підляшшя (1917–1939 рр.): Анотований покажчик. – Львів; Луцьк, 1997; Періодичні видання Катеринослава та Катеринославської губернії (1838–1917 рр.): Список / Уклад.: Н.М. Сидоренко, О.І. Сидоренко, О.Д. Школьна. – Львів, 1995; Періодичні видання Полтави та Полтавської губернії (1838–1917 рр.): Список / Уклад.: Н.М. Сидоренко, О. І. Сидоренко, О.Д. Школьна. – Львів, 1996; Періодичні видання Подільської губернії (1838–1917 рр.): Покажчик / Уклад.: Н. М. Сидоренко, О. Д. Школьна, О. І. Сидоренко, В.В. Фінклер. – Львів; Київ, 1999; Українські періодичні видання в Галичині (1853–1939 рр.): Анотований каталог / Уклад. В.А. Передирій. – Львів, 1995.

Про історію та теорію україно- та українськомовної публіцистики ХХ століття вийшло у світ чимало фахових досліджень, які заповнюють «білі плями» та чорні діри національної свідомості і які згадані та частково проаналізовані в наших монографіях: «Павлюк І. Українська легальна преса Волині, Полісся, Холмщини та Підляшшя 1917–1939, 1941–1944 рр. / НАН України. ЛНБ ім. В. Стефаніка НДЦ періодики. – Львів: Каменяр, 2001. – 286 с.»; «Павлюк І. Діагностика і прогностика брехні: Екскурси в теорію комунікації: Монографія.– Львів: Сполом, 2003. – 80 с.»; «Павлюк І. Українська преса Волинської області 1939-1941, 1944–2000 рр.: Монографія. – Луцьк: Волинська обласна друкарня, 2004. – 508 с.»; «Письменники у пресі: українськомовний культурно-інформаційний простір Полісся, Холмщини, Підляшшя (1917–1944) та Волині 1917–2000 років: Монографія. – Луцьк: ВАТ «Волинська обласна друкарня», 2010. – 148 с.»; «Павлюк І. Українська письменницька публіцистика 1920-2000-х років: Монографія. – Саарбрюккен: LAP LAMBERT Academic Publishing, 2019. – 220 с.» з авторськими зразками саме сучасної української публіцистики в збірці «Павлюк І. Інтимне дихання епохи. Статті, рецензії, інтерв'ю (1994–2010 рр.). – Том 1. – Тернопіль: «Астон», 2016. – 736 с.»; Павлюк І. Інтимне дихання епохи. Статті, рецензії, інтерв'ю (2010–2015 рр.). – Том 2. – Тернопіль: «Астон», 2017. – 704 с.»; «Павлюк І. Інтимне дихання епохи. Монографічні дослідження, статті, рецензії, інтерв'ю (1997–2017). – Том 3. – Тернопіль: «Астон», 2017. – 720 с.».

Серед фундаментальних наукових розробок, присвячених саме сучасній (після 2000 року) українській публіцистиці, варто назвати дисертації: «Гевків Г. Проблематика сучасної української публіцистичної поезії та її місце у комунікаційному просторі України», «Левкова О. Сучасна політична публіцистика та динаміка світоглядних орієнтацій людини (за матеріалами українських, російських та білоруських публіцистів)», Василик Л. Сучасна світоглядна публіцистика літературно-художніх видань в контексті історії української журналістики: концептосфера національної ідентичності», «Стебліна Н. Сучасна українська письменницька публіцистика у варіанті виступів О. Забужко, Т. Прохаська, Ю. Андруховича», статті: «Лобода С. Типологічна система сучасної педагогічної публіцистики та її роль у розвитку творчого потенціалу вчителя», «Лебедева-Гулей О.З. Тенденції розвитку української газетної публіцистики 1991–2006 рр.».

У всіх цих дослідженнях навіть у переліку назв висвітлено окремі аспекти існування сучасної *україномовної* та *українськомовної* публіцистики, завдання якої, як і загалом світової публіцистики, не змінилися із часів її виникнення і які були чітко сформульовані ще діячем німецького й міжнародного робітничого руху Карлом Лібкнехтом перед німецькими соціал-демократами на початку ХХ століття: «studieren, propagandieren, organisieren», що українською мовою означає навчати, пропагувати, організовувати. Тобто слово журналіста-публіциста має ставати чином, ділом, організаційним ключем.

Найближчим часом надруковано чимало новітніх теоретичних праць, присвячених журналістиці загалом і публіцистиці зокрема, як-от: Журналістика: основи професійної комунікації: [навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. за спец. «Журналістика»] / В.О. Карпенко; М-во освіти і науки України, Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Ін-т журналістики. – К.: Нора-прінт, 2002. – 348 с.; Журналістика = Journalismus: підручник і посібник: пер. з нім. / Штефан Рус-Моль; пер. В. Климченко, В. Олійник; наук. ред. В. Іванов. – К.: Академія Української Преси: Центр Вільної Преси, 2013. – 345 с.; Журналістика: словник-довідник / Авт.-уклад. Ігор Леонідович Михайлин. – К.: Академвидав, 2013. – 317 с.; Інтернет-журналістика. Робота журналіста і редактора у нових ЗМІ: пер. з англ. / Ричард Крейг; пер. Андрій Іщенко. – К.: Києво-Могилянська академія, 2007. – 324 с.; Ла Рош Вальтер фон. Вступ до практичної журналістики. — К.: Академія Української преси. – 2004; Михайлин І.Л. Основи журналістики. — К.: Центр учбової літератури, 2011. – 496 с.; Приступенко Т.О. Теорія журналістики: етичні та правові засади діяльності засобів масової інформації. 2-ге вид., стер. / Т.О. Приступенко – К.: Київський університет, 2008. – 334 с.; Радіожурналістика: засади функціонування : Підруч. для студ. / В.В. Лизанчук; Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. – Л., 2000. – 365 с.; Телевізійна журналістика. Теорія і практика: навч. посібник для студентів ВНЗ, які навчаються за спец. «Журналістика» / Анатолій Володимирович Яковець; наук. ред. С.І. Даниленко. – 2-е вид. – К.: Києво-Могилянська академія, 2009. – 262 с.; Теле- та радіожурналістика: зб. наук. праць. Вип. 9. Ч. 1 / гол. ред. В.В. Лизанчук. – ЛНУ ім. І. Франка, 2010. – 384 с.; Теорія і методика журналістської творчості : навч. посіб. / В.Й. Здоровега; Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. – Л.: ПАІС, 2000. – 180 с.; Чернявська Л.В. Теорія та історія публіцистики. Навчальний посібник для студентів магістратури факультету журналістики. – Запоріжжя: ЗНУ, 2010. – 90 с.; Stephan Ruß-Mohl: Journalismus. Das Hand- und Lehrbuch. Frankfurt a.M. 2003; Jacques Le Bohec, Les Rapports presse-politique, L'Harmattan, 1997. У всіх цих та інших наукових та науково-популярних працях достатньо уваги приділено теоретичним та практичним засадничим питанням-проблемам публіцистики, яка, як і загалом гуманітарна сфера, перебуває в стадії колапсу, ходінні колом, а дехто вважає, – у регресі, при нестримному прогресі технічних засобів комунікації. Саме тому історія публіцистики – однозначно практичний посібник для сучасних вітчизняних публіцистів, основними темами виступів яких є Майдан, тема війни на Сході України, російсько-українські відносини, тема еміграції, збереження природи, глобальна зміна клімату, боротьба за ідентичність України та її атрибути (мова, етнокультура), боротьба за ідентичність України та її атрибути (мова, етнокультура), адже публіцистика, публіцистичність, як емоційно-фактологічний текст, тісно пов'язана з пошуками, збереженням, утвердженням ідентичності – і навпаки: медійна культура, етично-естетичні координати публіцистики – важливий фактор збереження національної ідентичності в умовах глобалізації при забезпеченні національного суверенітету України, адже нині інформаційний стан суспільства – один із визначальних факторів соціально-економічного розвитку. Від стану функціонування системи передачі та інтерпретації інформації залежать взаємини інших гілок державної влади (судової, виконавчої, законодавчої), громадськими організаціями, окремими громадянами, суспільними інститутами й інституціями. Гарячими темами публіцистики, окрім безпосередньої політики, стали дискусії навколо проблем штучного інтелекту, української мови, переходу від традиційних методів пошуку, збереження, поширення інформації (бібліотеки, пошта, телеграф) до нових безпаперових баз даних, інформаційно-пошукових комп'ютерних мереж, супутникового зв'язку тощо. Тобто творення публіцистичних текстів, окрім харизми особистості публіциста, пов'язане з тими ж комунікаційними технологіями, зростанні світових комунікаційних конгломератів, які утворюють глобальний інформаційний простір як незаперечний концепт, основу для політичного консенсусу суспільних груп, тобто

духовно-ідеологічний (публіцистичний) елемент функціонування сучасного суспільства тісно пов'язаний із технологічними чинниками, прогресом науково-технічної думки.

Результати та дискусії

Новітня українська журналістика загалом і публіцистика зокрема почалися з проголошення незалежності України (24 серпня 1991 р).

У цьому історичному контексті «ще 21 червня 1990 р. «Закон про пресу та інші засоби масової інформації», схвалений Верховною Радою СРСР, проголосив ліквідацію цензури. Із того часу почали функціонувати ЗМІ «нового типу», які відстоювали нові реалії, нові орієнтації чи дезорієнтації в економічному, духовному, далекому ще від стерильності інформаційному просторі, заходили в давно апробовані супердержавами лабіринтові, тупикові соціальні коридори – націоналізм, націонал-соціалізм, реваншизм, провінціалізм – і припиняли своє існування, залишаючи «святе місце» інформаційного простору новим рупорам мітинговості, революційного та псевдореволюційного містицизму. У цей час у Києві приймалися скороспілі, цілком демократичні, але малодієві закони, за якими мали б існувати й співіснувати молода держава та ЗМІ, серед них – «Закон про державну таємницю і таємні відомості», «Про інформацію», «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні». 10 листопада 1992 р. Кабінет міністрів України створив Державний комітет охорони державних таємниць у пресі та інших ЗМІ. Займатися ідеологічним контролем йому було заборонено. Спілка журналістів України провела сьомий (жовтень, 1990 р.) та восьмий (січень, 1992 р.) з'їзди журналістів, прийняла новий Статут Спілки журналістів України та Статут журналістського фонду. Сама ж Спілка була проголошена позапартійною, неурядовою творчо-професійною організацією, організувавши Комітет статутного нагляду й захисту прав журналістів. У листопаді 1992 р. СЖУ стала членом Міжнародної федерації журналістів, але практично всі українські мас-медіа різних рівнів акредитації (незалежні, дотовані урядом, органи політичних партій, релігійні, комерційні, спортивні тощо) опинилася в кризовій ситуації: різко подорожчав папір, послуги пошти тощо. Багато газет припиняли своє існування, переживаючи макропроцеси «хвороби росту»: множення назв радіо-, телекомпаній, періодичних паперових видань. Їх тематична, стильова розмаїтість, короткочасність існування, «хвилювання» тиражів, динамічна полемічність (публіцистичність), інколи безпідставна претензійність говорити до світу від імені всієї України, калейдоскопічна кількість прагнула перейти в поважну демократично-шляхетну якість, але пізньосоціалістичний-дикокапіталістичний стан суспільної Системи не дозволяв (навіть при суперзусиллях) зробити це динамічніше, ніж дозволяють закони природно-суспільного розвитку» (Павлюк, 2004).

Сучасна ж українська публіцистика практично маркована появою Інтернету, який практично стер медійні кордони й привів людство до прогнозованої філософами-екзистенціалістами безмежної комунікації (Карл Ясперс), надкомунікації, де першочергове місце займає незнання факту, навіть не його добування/здобування, а інтерпретація, коментування того ж знання, факту, який легко знайти в Інтернеті, адже навіть переклад тексту іншими мовами автор чи реципієнт можуть здійснити автоматично – через Інтернет-перекладач. Тобто динамічно змінюється технічна база оброблення та поширення інформації, естетика її подання, яка, щоб не втратити динамічну рівновагу в культурно-інформаційному полі, має бути зрівноважена відповідними етичними хартиями етики мас-медіа. Саме тому серед етичних базових джерел дослідження української публіцистики цього часопростору варто назвати матеріали науково-практичної конференції, 7–9 серпня 2000 р. «Державність, мораль і засоби масової інформації» (Державність, мораль і засоби масової інформації, 2000), де, зокрема, зазначено: «5. Не поширювати інформацію, яка містить

елементи жорстокості, насильства і порнографії, пропагує наркоманію і пияцтво, девіантну і антисоціальну поведінку [...] 8. Піддавати гострій критиці прояви бюрократизму, хабарництва, зловживання службовим становищем тощо [...] 10. Дотримуватися журналістського принципу об'єктивності, змальовувати дійсність незалежно від своїх поглядів, реально практикуючи різні точки зору на одну і ту ж проблему [...] 12. Добиватися дієвості своїх критично-аналітичних виступів».

Теорія і практика публіцистики, як і літератури, набрали постмодерністських рис, при чому розвиваються жанрові межі тексту: на місце «чистих» замальовок, есе, нарисів, пасквілів, фейлетонів, памфлетів, історій, некрологів тощо приходять емоційно насичений «текст» для популяризації, соціологізації якого після 2000 року (часу активного впровадження Інтернету) різко розширилися/змінювалися технічні медіуми, носії інформації (газета, журнал, радіо, телебачення, Інтернет), що, як відомо, існує в словесній (письмовій та усній), графічно образотворчій (плакат, карикатура), фото- і кінематографічній (документальне кіно, телебачення), театральній-драматургічній, словесно-музичній формах, що, як кажуть науковці, лежить у прямій протилежності до духовності, тобто до інтерпретації та коментування.

Публіцистичними, навіть пропагандистськими (пропаганда (від лат. *propago* – «поширюю») – жанр публіцистики, форма комунікації спрямована на поширення в суспільстві світогляду, ідеї, теорії, твердження, фактів, аргументів, чуток та інших відомостей для впливу на суспільні й індивідуальні погляди, їх зміну чи затвердження на користь певної спільної справи, громадської позиції) можуть бути практично всі жанри журналістики, якщо (за визначенням публіцистики) медіатвір (текст, фото, аудіо, відео тощо) присвячений «актуальним явищам і проблемам поточного життя суспільства, який містить фактичні дані про різні його прояви, емоційні оцінки з точки зору соціально-політичних ідеалів автора, партії, громадської організації тощо, а також пропонує, нав'язує уявлення про методи й засоби досягнення цих ідеалів.

Серед двох напрямків журналістики (журналістика досліджувальна й журналістика розслідувальна) публіцистика розслідувальна, а пропаганда наступальна, марно публіцистів-розслідувачів називають «ланцюговими псами демократії», «розгрібачами бруду».

Якщо художня література априорі може бути вимислом, фантазією, ілюзією (Павлюк, 2003), то публіцистика за визначенням має бути правдивою, а от пропаганда маніпулятивна за своєю природою, тобто в засобах виразу парадоксально схожа з художньою літературою, навіть може використовувати художні твори для досягнення своїх цілей, або ж письменники можуть свідомо ставати публіцистами чи окультурювати твори інших жанрів флером публіцистичності (навіть пропаганди, агітації), про що ми вже писали в нашій монографії «Павлюк І. Українська письменницька публіцистика 1920–2000-х років: Монографія. – Саарбрюккен: LAP LAMBERT Academic Publishing, 2019. – 220 с.».

Якщо справжня жанрова художня література векторно тяжіє до релігійної світоглядної системи координат, яка «обіцяє» рай потойбічний, то публіцистика – до ідеологічної парадигми, обіцяючи потенційному реципієнту, скажімо, комунізм (радянська публіцистика з її атеїстичною, антиамериканською та іншими пропагандами, агітаціями).

Якщо релігійні доктрини науково, досвідно перевірити-підтвердити неможливо, то ідеологічні легко спростовує час, бо ж побудовані вони, як правило, на свідомій брехні (див. книгу «Павлюк І. Діагностика і прогностика брехні: Екскурси в теорію комунікації: Монографія.– Львів: Сполом, 2003. – 80 с.»).

Так, доктор Йозеф Геббельс, рейхсміністр народної освіти й пропаганди Німеччини, засновник головної газети НСДАП (Націонал-соціалістична робітничка партія Німеччини) «Ангріф», «якого пізніше назвуть «батьком брехні» та «Мєфістофелем ХХ століття»,

виробив деякі принципи її ефективного ведення: «Пропаганда має бути спланована і керуватися з однієї інстанції; Тільки авторитет може визначити, чи повинен результат пропаганди бути істинним чи хибним; Чорна пропаганда використовується, коли біла менш можлива або дає небажані ефекти; Пропаганда має подавати події і людей яскравими фразами чи гаслами; Для якнайкращого сприйняття пропаганда має зумовлювати інтерес аудиторії і передаватися через засоби комунікацій, що здатні привертати увагу» (Дяченко Тетяна, 2014). Ці «універсальні» принципи пропаганди свідомо чи несвідомо використовують практично всі репрезентанти ворожих ідеологічних фронтів під час холодних і гарячих воєн недавнього радянського минулого: дивись, наприклад, дослідження «Шкляр В. Й. Поэт и газета: Советская стихотворная публицистика: специфика, жанры, мастерство. – Киев, Одесса: Вища школа, 1985. – 180 с.», реального сучасся: монографія «Ярмиш Ю.Ф. Жанри сатиричної публіцистики К. Видавництво: Ін-т журналістики, 2003. – 156 с.», а також навчальний посібник «Кость С. Журналістика і війна: навч. посібник. – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2016. – 414 с.», який може бути теоретичною базою для журналістів, зокрема публіцистів, пропагандистів, які висвітлюють події війни на Сході України.

Як і саму сучасну журналістику, її жанр – публіцистику, – зважаючи на сучасні технічні засоби донесення контенту до реципієнта, можна диференціювати аналогічно: за *типами* (паперова, зображально-звукова, звукова, зображальна (комбінована)), *категоріями* (конвергентна публіцистика, мультимедійна публіцистика, комп'ютерна публіцистика), *видами* (пресова (газетно-журнальна: газети, журнали, бюлетені, альманахи), телевізійна (канали, програми, передачі, фільми), радійна (канали, програми, передачі), інтернетна (інтернет-видання, інтернет-версія видання, сайт-видання, блоги), громадянська публіцистика (підвид інтернетної журналістики, де репортером-публіцистом може стати будь-хто, хто розмістить суспільно-важливу інформацію у власному чи спільному з кимось блозі, публічному відео- чи фотосервері, профілі в соціальних мережах), агентська (для інформаційних агентств), фотографічна (таблоїди тощо), кінематографічна (кіноканал, кінохроніка, кіножурнал, кінопрограма тощо) (Журналістика).

Кожна *тематична спеціалізація журналістики* (соціальна журналістика, політична журналістика, ділова журналістика, комерційна, некомерційна, міжнародна журналістика, аграрна журналістика, спортивна журналістика, наукова журналістика, правничка журналістика, медична журналістика, військова журналістика, релігійна журналістика) при певній емоційній, ідеологічній заангажованості може мати публіцистичні риси чи бути публіцистикою за визначенням: вербально-реально управляти емоціями суспільних груп, вибірково й ціленаправлено імплантувати науково-практичні знання цих груп у масову свідомість для прийняття іншими соціальними групами (вони ж – аудиторії спеціалізації: жіноча, чоловіча, молодіжна, дитяча, пенсіонерська), нав'язувати чи захищати свої ідеології, культуру, етику, естетику, релігію, ідентичність із моделями поведінки та способами розвитку в різних масштабах впливу (місцевому, загальнонаціональному й міжнародному) та класифікаціях: професійна публіцистика (виконують фахові журналісти) і непрофесійна, пресова (для газет і журналів), агентська (для інформаційних агенцій), фото, радіо, телевізійну та Інтернет-публіцистика), комерційна (спрямована на отримання фінансових прибутків господарями медіа) і некомерційна (для громадських, державних і релігійних тощо організацій), політична, економічна, спортивна, культурна, для осіб з інвалідністю...

«Фабрика новин», «четверта влада», як прийнято називати журналістів, зокрема публіцистів, – реальний впливовий соціальний інструмент на інші гілки влади (законодавчу, виконавчу й судову), забезпечує динамічне саморегулювання суспільства, є механізмом суспільного самоуправління, суб'єктом управління соціального, а у хворих суспільствах

(тоталітарних, корумпованих, олігархічних тощо), суспільствах у стані війни (громадянської, національно-визвольної, релігійної тощо) її роль зводиться до плакатної агітації (поширення оперативної інформації, яка покликана активно формувати, змінювати світогляд її потенційного споживача), пропаганди певних ідеологічно-світоглядних теорій і практик, боротьби з ворожими світоглядними теоріями та практиками, тобто створення міфівірусів та анти-міфівірусів, фейків та антифейків.

Звідси публіцистику як вид журналістики в її симбіозі з художньою літературою в контексті функціональності, практичної заангажованості, рівня адекватного, правдивого або брехливо-фейкового застосування фактів та їх коментування можна розглядати як пропаганду, про що сказано вище, і zdegradovanу її форму – *демагогію* (грецьке *δημαγωγία* – «веду народ», «керівництво народом») – маніпуляція інформацією через набір ораторських і полемічних засобів для введення аудиторії в оману для того, щоби нейтралізувати її чи схилити на свій бік».

Варто сказати про ще один виразний диференційний тип публіцистики: *віршовану публіцистику*, тобто формою вірша можуть бути написані/подані всі вищеназвані публіцистичні та художньо-публіцистичні жанри текстів.

Ось характерний приклад віршованої публіцистики пропагандистсько-пасквільного кшталту:

**ДМИТРО ПАВЛИЧКО –
НІНІ МАТВІЄНКО, ЯКА ВІДДАЛА СИНА В МОСКОВСЬКИЙ МОНАСТИР**

*Не вчи мене любити Україну,
Якщо ти свого сина віддала
Московській церкві, золоту дитину
Перевернула в темного хахла.*

*Не чує він тепер твоєї мови,
Ненавидить свого дитинства сни,
Не молиться до Божої Покрови
За Україну, що встає з труни.*

*Ти сина в монастир чужий сховала,
Закрила мудро від страшних загроз;
Душа твоя від страху приневпала,
Але не бійсь! Він – славний малорос.*

*Він молиться до імперського бога,
Цілує руку п'яного попа,
Ховається од світла, як стонога,
Його душа – безпам'ятна й сліпа.*

*Він дивиться в царів жорстокі лиця,
Та бачить янголів, а не катюг;
Він – не слуга Господній, він – мокриця,
Диявола пахолок, рабський дух!*

*...А твій синок до твого серця й дому
Не вернеться із підкремлівських зір,
Він на землі Гоморри і Содому*

Відновлює кривавий «русский мір»!»

(Дмитро Павличко – Ніні Матвієнко)

Зрозуміло, що реакції на такий публіцистичний виступ поета також публіцистичні й закономірно протилежні за спектром емоційного забарвлення, про що – окремий дискурс.

Одним із комерціалізованих видів публіцистики – пропаганди – демагогії є реклама, що, як правило, оперує короткими формами при квазіфактологічних змістах: слоганами, афористичними висловами точно, бо загалом, як жартома говорять літературознавці, афоризм – це добре відредагований роман.

Загалом журналістику, її жанр – публіцистику, – зважаючи на сучасні технічні засоби донесення контенту до реципієнта, можна диференціювати аналогічно за *видами* (пресова (газетно-журнальна: газети, журнали, бюлетені, альманахи)), телевізійна (канали, програми, передачі, фільми), радійна (канали, програми, передачі), інтернетна (інтернет-видання, інтернет-версія видання, сайт-видання, блоги), громадянська публіцистика (підвид інтернетної журналістики, де репортером-публіцистом може стати будь-хто, хто розмістить суспільно-важливу інформацію у власному чи спільному із кимось блозі, публічному відео-чи фотосервері, профілі в соціальних мережах), агентська (для інформаційних агентств), фотографічна (таблоїди тощо), кінематографічна (кіноканал, кінохроніка, кіножурнал, кінопрограма тощо) (Журналістика), ураховуючи етично-естетичні, навіть релігійні (див., скажімо, біблійні заповіді) кодекси честі певного народу, загальносвітові тощо, професійні стандарти, наприклад, Бі-Бі-Сі, серед яких викриття або виявлення злочинів; викриття антигромадської поведінки; викриття корупції й несправедливості; розкриття істотної некомпетентності або недбалості; захист здоров'я і безпека людей; захист людей від уведення в оману будь-якою заявою чи дією окремої особи або організації; розкриття інформації, що дає змогу людям прийняти значно інформованіше рішення із суспільно важливих питань; свобода самовираження; правдивість і точність; безсторонність і багатоманітність точок зору; редакційна чесність і незалежність; служіння суспільним інтересам; справедливість; недоторканність приватного життя; запобігання завданню шкоди та образ (урівноваження права на передачу й публікацію нової та суперечливої інформації з відповідальністю щодо захисту вразливих людей); діти (специфічна аудиторія, яка вимагає власного комплексного підходу); підзвітність (перед аудиторією)». У цьому ж контексті є принципи подачі інформації, окремі наукові галузі журналістикознавства й літературознавства, які вивчають публіцистику як жанр журналістики: журналістська етика (див. «Кузнецова О. Д. Професійна етика журналіста: Навчальний посібник. – Львів, 2005, 2007.–246 с.»), грубим порушенням якої є вигадкування й підлаштування фактів під наперед задані висновки, продукування прихованої реклами («джинси»), участь у «війні компроматів», підігруючи інтересам не потенційної аудиторії, а власника медіа чи замовника необ'єктивної інформації для корисних цілей, фінансового чи морального прибутку тощо.

Закономірно, що органічною рисою публіцистики є культура мови публіциста, яка передбачає вмотивовану відсутність ненормативної лексики, незловживання жаргонізмами, діалектизмами тощо, загалом володіння трансляційною мовою на високому літературному рівні, адже, окрім інформаційної функції, публіцистичні тексти виконують інші притаманні мові функції: комунікативну, експресивну, естетичну. Саме тому в публіцистиці, як і в художній літературі, дуже важливо для реципієнта не лише те, про що пише/каже публіцист, як він це робить, але й особистість публіциста: якщо це відомий письменник, політик, громадський чи культурний діяч, то його наратив може впливати на аудиторію незалежно від змісту, форми, змістоформи артикульованого тексту.

* * *

Не зупиняючись на академічній ілюстрації, маркуванні всіх тематичних спеціалізацій, видів, категорій публіцистики як текстів, так її носіїв (газет, Інтернету, телебачення, радіо) загалом і сучасної української публіцистики зокрема (для цього потрібно створити монографію), назвемо й дотично проаналізуємо основні її «ціхи», в унісон статті Івана Франка «Література, її завдання і найважливіші ціхи // Франко І.Я. Зібрання творів у 50-и томах. – Т. 26. – К.: Наукова думка, 1980. – С. 5–14».

Спробуємо назвати знакових сучасних українських публіцистів, блогерів, газет, журналів, радіо- та телевізійних каналів, окресливши загальні тенденції розвитку сучасної публіцистики в контексті розвитку журналістики незалежної України загалом, адже якщо українська публіцистика 1920–2000-х років найвиразніше серед літературно-журналістських жанрів ілюструвала як канон соціалістичного реалізму, так і принципи демократичної публіцистики, стала суттєвою складовою творчого доробку провідних українських митців («таж публіцистика аж ніяк не від бажання художника, а від неволи» (В. Астаф'єв) – О. Довженка, У. Самчука, Я. Галана, О. Гончара, І. Багряного, В. Стуса, Б. Олійника, Д. Павличка, П. Загребельного, Ю. Мушкетика, С. Плачинди, Р. Іванчука, В. Яворівського та інших, а також критиків-літературознавців – І. Дзюби, Є. Сверстюка, М. Жулинського, громадсько-політичних діячів: В. Чорновола, Ірини Калинець, Б. Гориня та інших, охопивши ідейно-тематично цілий спектр суспільно-політичних, техногенних та природних катаклізмів і революційних потрясінь, серед яких Друга світова війна, розвінчування культу особи, політ людини в космос, «будівництво розвинутого соціалізму», катастрофа в Чорнобилі, період так званої Перебудови, початок розпаду Радянського Союзу й проголошення в 1991 році незалежності України» і була оприявлена в окремих статтях та книгах, які стали медіумними, перехідними від публіцистики 1990-х років до новітньої (2000 р. – до сьогодні), серед яких варто назвати такі: Г. Білоус («Слова, слова, спасіте наші душі»), В. Боровий («В аркані Каєркана»), Раїса Іванченко («Раби Кисва не мовчали»), С. Йовенко («Чорнобиль поруч»), В. Карпенко («Японія у глянці і без нього», «Крізь шторми», «Глибокий фарватер», «Джерело життя і краси», «Тут біля самого моря...», «Парламент ізсередини», «Поодинці вмирають, виживають – гуртом», «Суд і осуд. Міністр оборони – проти «Вечірнього Києва», «Вечірній Київ» – проти шмаровщини», «Як повернути манкурту пам'ять», «Українські студії під небом Баварії», «На нашій, не своїй землі...», «Національна ідея в українській періодиці», «Час каміння збирати...», «Українці в Казахстані», «Антиукраїнські тенденції і незалежність України. Практика медіа-політики 1988–1998 рр.», «На крутому повороті»), М. Косів («Про Україну», «Вернімося до джерел» (у двох книгах), «Двоязичіє чи без'язичіє», «Доки? Коли?»), А. Кравченко («Відчуття часу»), О. Михайлюта («Ми не раби»), В. Міняйло (автор багатьох публіцистичних статей у періодиці), П. Мовчан («Мова – явище космічне», «Ключ розуміння», «Хвала канону», «Витоки»), С. Плачинда («Україна в небезпеці», «Міфи і легенди Давньої України»), А. Погрібний («По зачарованому колу століть», «Світовий мовний досвід та українські реалії», «Раз ми є, то де?», «Поклик дужого чину», «Дещо про національні пріоритети і стратегію націєвбивства», «Жива душа донбасівського краю», «Умію, та не хочу», або про фальш одного мовного етикету», «Найперше Києва питати»), С. Пушик («Українці в Тюмені», «Де шум потоків і смерек»), Б. Томенчук («Він був пророком у своїй Вітчизні»), Р. Чілачава («Орлине міжгір'я», «Під сонцем Іверії», «Сходження на Зедазені»), О. Черногуз («Український кентавр», «Українські колобки»), Ю. Щербак («Чорнобиль») (Павлюк, 2019. Українська письменницька публіцистика 1920–2000-х років: Монографія), на шпальтах газет та журналів, у радіо-, телепередачах на кшталт «Огонь в одежі слова» на каналі українського радіо «Культура» (автор і ведучий П. Осадчук, «20 хвилин з Володимиром Яворівським» («Українське радіо»), радіопередача «Меч духовний» Михайла Сидоржевського («Українське радіо») тощо, то сучасна українська

публіцистика вийшла на арені телешоу, в Інтернет-блоги, на ютуб-канали, у той же час утрачаючи газетно-журнальну аудиторію, оскільки паперові носії та інтерпретатори інформації в Україні тенденційно втрачають свою пріоритетність, як і телебачення та радіо – на користь інтернет-ресурсів, які (за тим же К. Ясперсом) «кличуть нас до безмежної комунікації».

Динаміку зміни подійних маркерів формозмістів мас-медіа як ретрансляторів, у тому числі публіцистичних текстів і метатекстів у сучасній Україні, можна простежити за основними подіями в цьому контексті, як-от: «27 грудня 2001 року перший загальноукраїнський музичний телеканал «М1» почав тестове мовлення; 1 лютого 2003 року перший інформаційний телеканал «5 канал» розпочав мовлення; 26 квітня 2003 року телеканал «КРТ» розпочав мовлення в Донецьку; 1 листопада 2004 року телеканал «НТН» замінив телеканал «TV-Табачук»; 30 травня 2005 рік перший загальноукраїнський спортивний телеканал «Мегаспорт» розпочав мовлення; 1 липня 2006 рік телеканал «Кіно» замінив телеканал «Гравіс-7»; 1 грудня 2006 рік телеканал «СіТі» почав своє мовлення замість телеканалу «Гравіс-35»; 1 липня 2007 року, згідно з даними Нацради, зареєстровано понад 60 каналів супутникового мовлення; 24 серпня 2007 року українська версія відомого музичного телеканалу «MTV» – «MTV Україна», почала своє мовлення; 1 жовтня 2011 року почав своє мовлення телеканал «Інтелект TV»; 4 серпня 2012 року дитячий телеканал «ПлюсПлюс» замінив «СіТі»; 8 жовтня 2012 року почав своє мовлення український телеканал PORT-MONE TV у аналоговому режимі; 1 серпня 2018 року вимкнено аналогове мовлення всіх загальнонаціональних телеканалів у Києві, Кропивницькому, Київській та Кіровоградській областях.

Характерною особливістю саме української публіцистики теле-, радіо- та Інтернетної доби є розмивання контентних і техно-комунікаційних диференційних меж між материковою українсько- та україномовною публіцистикою, діаспорною, опозиційною, як це було, скажімо, у радянський період, про що йдеться у вищезазначених монографіях, адже інформація стає легко поширюваною та легко доступною, що динамізовує-активізовує словесно-чинну боротьбу публіцистики партій, олігархічних кланів, європо- та росієцентричних чи інших геополітично заангажованих медіа та їх репрезентантів між собою й із зовнішніми опонентами, що також стало можливо з потужним розвитком Інтернет-журналістики з гугл-перекладачами, що уможливує більш-менш адекватно розуміти й ретранслювати публіцистичні тексти різними мовами різноманітним світовим аудиторіям, адже «техніка вже дійшла до того», що будь-який аудіо- чи відеоряд автоматично трансформує у вербальний текст, що використовують у гібридній та «гарячій» війні репрезентанти сторін, які ворогують/воюють/борються між собою. Саме тому тут іще раз варто акцентувати на диференціації в контексті націє-, державо- і загалом україноцентричності публіцистики: україномовної (публіцистика, яка українською мовою відстоює інтереси України), українськомовної (публіцистика, яка українською мовою пропагує антиукраїнські інтереси), іншомовна про- чи антиукраїнська публіцистика, яка репрезентована як публіцистика партій, громадських організацій, соціальних груп тощо (Павлюк, 2019), заангажованими тими чи іншими суспільно-політичними силами, окремими носіями, джерелами інформації, організаційними структурами, які дотичні до продукування публіцистичного контенту, як-от (не ставимо за мету створити вичерпні, систематизовані списки, маркуючи лише основні напрямки-тенденції для розуміння загальної картини екзистенції «публіцистика»): Інтернет-ЗМІ України, Інформаційні агентства України, іншомовні видання України, Національна спілка журналістів України, радіомовлення України, радіостанції України, публіцистичні сайти України, телебачення України з публіцистичними телепередачами, наприклад, назви яких звучать як заголовки публіцистичних, пропагандистських матеріалів («100% Україна», «Агенти впливу», «Агенти справедливості», «АгроКонтроль», «Антизомбі», «Битва націй»,

«В гостях у Дмитра Гордона», «ВАТА TV», «Велика політика з Євгенієм Кисельовим», «Велика різниця по-українськи», «Вечер с Яниной Соколовой», «Військове телебачення України», «Вікно в Європу», «Все буде добре (СТБ)», «Говорить Великий Львів», «Говорить Україна (ток-шоу)», «Дивовижні люди», «Історична правда з Вахтангом Кіпіані», «Критична точка (телепрограма)», «Післямова (телепрограма)», «Правда (телепрограма)», «Рандеву (телепрограма)», «Ревізор (телепередача)», «Ревізор: Магазины», «Репортер (телепередача)», «Свобода на Інтері», «Свобода слова (ICTV)», «Смак Європи», «Територія безпеки (телепередача)», «У пошуках істини», «Українські сенсації», «Шустер LIVE», «Що? Де? Коли?»), українські періодичні видання, Міністерство інформаційної політики України, до яких належать такі конкретні ЗМІ із виразно публіцистичним контекстом, як «українське суспільно-політичне інтернет-видання «Гордон», українське підприємство у сфері мас-медіа та виставкової діяльності «Телерадіокур'єр», фахові часописи для працівників радіо й телебачення: «Телерадіокур'єр», «Журналіст України», «Телекритика», журнал політології, футурології, економіки, науки та культури «Універсум», журнали «Український тиждень», «Країна», інтернет-видання «Українська правда», окремі публіцистичні рубрики в загальноукраїнських часописах «День», «Дзеркало тижня», «Слово Просвіти», статті в письменницьких часописах, серед яких журнали «Всесвіт» (репрезентант зарубіжної літератури в Україні), «Дзвін», «Київ», «Березіль», газета «Літературна Україна», «Українська літературна газета», релігійні мас-медіа, мас-медіа національних меншин, діаспорні ЗМІ («Закордонна газета» у США під редагуванням Петра Рибчука, наприклад), закордонні мас-медіа, де виступають українські публіцисти, навіть спортивна преса, у якій трапляються публіцистичні публікації чи тексти з публіцистичним контентом.

Щодо імен сучасних україномовних, українськомовних, іншомовних публіцистів у різних формах та діапазонах заангажованих у культурно-інформаційний простір України, то варто назвати такі: Василь Базів, Іван Бандурка, Анатолій Бень, Олег Вергеліс, Юрій Вавринюк, Іван Воронаєв, Любов Голота, Дмитро Гордон, Клара Гудзик, Ігор Гулик, Микола Дубас, Дмитро Дроздовський, Євстахій (Зоря), Юрій Ісиченко, Станіслав Зінчук, Роман Коваль, Василь Лизанчук, Леонід Лужницький, Віктор Максимчук, Роман Пастух, Олег Романчук, Іван Сало, Михайло Сидоржевський..., які виступають у різноманітних ЗМІ зі своїми публіцистичними статтями; відомий блогер Анатолій Шарій, ведучі та учасники ток-шоу: Алла Мазур, В'ячеслав Піховшик, Микола Савельєв, Яніна Соколова, Ірина Фаріон, Савік Шустер...

Текстовою ілюстрацією сучасної української публіцистики може бути книга згаданого знаного публіциста Олега Романчука «Не бійсь. Не зраджуй. Не мовчи»: Публіцистика воєнного часу. Вибрані тексти 2014–2019: статті, есе. – Львів: Універсум, 2020. – 608 с.», пасаж із якої наведемо для прикладу: ***«Про те, що «український народ мудрий і у всьому розбереться», постійно наголошують у школах й вишах, люблять апелювати до мудрості народу політики, президенту. Тим часом саме поняття «народ» – звичайнісінька фікція. Народ – це насамперед біологічна популяція. Причому популяція неоднорідна – гетерогенна (гомогенними, однорідними бувають лише мікроби). Це вкрай диференційована маса: за вподобаннями політичними, культурними, економічними. Вона дуже легко піддається цілеспрямованій інформаційній обробці. Саме тому народ у своїй більшості неспроможний обрати найдостойніших і найкращих з багатомільйонного загалу. Народ упереваж проти реформ, які зачіпають його інтереси. Йому приємніше чути прості популістські пропозиції та розв'язки. Непопулярні реформи народ сприймає вкрай неохоче. Народ може цілком щиро аплодувати Рабінвичу, Добкіну, Бойкові, Ахметову і Ко, забуваючи про їхню причетність до того, що сталося в державі, на Донбасі зокрема. Народ звикло підтримує тих, хто заперечує очевидні речі, неприємні для усвідомлення. «Мудрий народ» логікою не обтяжений, він***

зорієнтований впереваж на чийсь харизму; обирає очільників, керуючись незбагненними порухами душі й серця. І це при тому, що історією неодноразово доведено: коли точно не знаєш, до чого прагнеш, то неминуче опиняєшся в лані, куди потрапити начебто й не бажав. Чи можна серйозні проблеми обговорювати з тими, хто некомпетентний у питанні і хто не ухвалює остаточне рішення? Грудень 2017» (стаття «Епоха глупака: чому мудрість українського народу та його еліти є перебільшенням», с. 372), про що, зокрема статтю «Чи має Україна майбутнє?» (<http://universum.lviv.ua/news/our-news/06.03.2019/ukr-maib.html>), автор отримав симптоматичний відгук зі США від професора Олександра Мотилія: «Дякую сердечно за чудову статтю. Міг би під кожним словом підписатися. Боюсь однак дуже, що Ваші і мої старання «просвітити» народ будуть невдалими... І тоді Ваше питання (Чи має Україна майбутнє?) стане аж занадто актуальним».

Національна премія України імені Тараса Шевченка також має номінацію «Публіцистика», серед претендентів і переможців якої український літературний критик, есеїст, поет, мислитель, філософ, політв'язень радянського режиму Євген Сверстюк (за книгу «Блудні сини України»), письменник-документаліст, мистецтвознавець, політолог, колишній дисидент Богдан Горинь, Євгенія Мягка (Кононенко), колишній дисидент Василь Овсієнко, учасниця АТО Євгенія Подобна (автор книги «Дівчата зрізають коси») та інші. Усім цим публіцистам репрезентантам-носіям різних (подекуди діаметрально протилежних, навіть ворожих) точок зору на ідеологію держави Україна, пошукова Інтернет-система Google, який «знає все», розвиток технічних засобів мас-медіа аж до виникнення соціальних мереж (Facebook, Twitter, Instagram тощо) провокують-моделюють соціально-комунікаційну ситуацію-можливість, тобто донести свій егрегор не лише до аудиторії свого району, області, країни, але й до цілого світу, про що як «безмежну комунікацію» казав іще Карл Ясперс і яка, як і все в цьому світі, має свої плюси і мінуси: відкриває доступ до легкої маніпуляції одного індивіда іншим, однієї групи людей іншою, однієї людини – іншими людьми, групи людей індивідом...

За таких технологічних умов носієм, ретранслятором, пропагандистом ідей, тобто публіцистом, може стати кожен, хто має комп'ютер з Інтернетом і певні етично-естетичні орієнтири, про які сказав Папа Римський Франциск, даючи поради журналістам, у своїх промовах під час зустрічі з Католицькою Спілкою Італійської Преси 23 вересня 2019 року, із представниками Асоціації Зарубіжної Преси в Італії, 18 травня 2019 року, під час зустрічі з представниками фундації ім. Бяджо Аньєс, 4 червня 2018 року, як-от: «Не бійтеся перевертати порядок новин, щоб дати голос тим, хто його не має; розповідати «добрі новини», які породжують суспільну дружбу, розповідати не казочки, але дійсні добрі новини; будувати спільноти мислення та життя, спроможні читати знаки часу»; будувати простір свободи; дбати про слово; дати голос тим, хто його не має; не подавати зіпсовану їжу», бути «дзеркалом, яке вміє відображати надію», бажаючи журналістам, публіцистам бути скромними та вільними чоловіками і жінками, які залишають хороший відбиток в історії»; «шукати вихід з проблеми» («Не йдеться про те, щоби розповідати про світ без проблем – це була би ілюзія. Йдеться про те, щоби відкривати простір для надії тоді, коли говоримо про ситуації занепаду й відчаю. Журналіст не повинен вважати, що він виконав своє завдання тільки через те, що розповів про подію у світлі власною вільною і свідомою відповідальністю. Він покликаний тримати відкритим простір для виходу із ситуації, для пошуку сенсу, для надії»).

Висновки

1. Хаотичний (фрагментарний) характер розвитку інформаційного суспільства в Україні чи не найбільше взаємозалежні з публіцистикою, адже для конкурентоздатного буття

в загальносвітовому інформаційному просторі держава має створити свій національний культурно-інформаційний простір, здатний збалансовано функціонувати між внутрішніми та зовнішніми суспільними викликами, для консолідації партнерства державних інституцій, бізнесу, громадських організацій.

2. Українська сучасна публіцистика є консолідаційним інформативно-пропагандистським ферментом, активним співтворцем ідеологічних матриць із врахуванням збереження національної ідентичності й особливостей сучасної світової медіакультури: її мультимедійності, інтерактивності, реалізації в електронних мас-медіа, що суттєво збільшує можливості впливу публіциста на вибір та розвиток реальним та потенційним реципієнтом певної моделі соціально-політичної реальності.

3. Оскільки в українському суспільстві більшість мас-медіа належать олігархам, які виступають у масовій свідомості уособленням правлячих еліт, тому закріплення на законодавчому рівні свободи слова, незалежність українських мас-медіа від державної влади, фактично позбавило їх реальної юридичної та економічної захищеності й передало у фінансову залежність від тих же фінансово-промислових груп, які злиті з політичними групами й використовують мас-медіа разом із їх публіцистичним сектором у своїх інтересах, яким чужа, навіть ворожа українська національна ідентичність. Саме тому у світі дикого капіталізму публіцистів-захисників національної ідентичності останнім часом стає менше, а матриця національної ідентичності продовжує зазнавати деструктивного впливу з боку ворожих ідентичностей, масової культури, яка агресивно руйнує створені протягом сторіч та реабілітовані за часів незалежності традиційні культурно-інформаційні простори та системи цінностей, нав'язуючи аудиторії жовто-бульварну, демагогічну публіцистику, яка формує примітивні, деструктивні уявлення про історію та сучасність, етичні, естетичні цінності, розмиває загальногуманістичні та питомо національні традиції, захищати які українським публіцистам потрібно не через тоталітарну практику повернення до інформаційної закритості суспільної системи або до надмірної відкритості, запозичення суперечливих іноземних моделей без урахування національної специфіки, що призводить не до інтеграції здорових державотворчих сил суспільства, а до роз'єднувального напруження в протистоянні різних сил, у чому проявлена *бінарність* сучасних мас-медіа в Україні, тобто їх конструктивна й деструктивна роль одночасно й через замовчування правди або набридливого її нав'язування, що також приводить до її психологічного ігнорування.

4. Модерні трансформації українського суспільства, динамічний розвиток інформаційних технологій та розширення інформаційного простору дає громадянину можливість як одержувати інформацію, так і продукувати, ретранслювати її, що символізує виникнення нового типу публіцистики, що ініційована активністю окремих громадян та їхніх об'єднань, які можуть створити свій блог в Інтернеті, свій теле- чи радіоканал, друковане видання, що є важливою передумовою як становлення здорового громадянського суспільства в Україні, так і її деструктивної профанації. Саме тому так важливо зберігати динамічну рівновагу у творенні та розповсюдженні емоційно забарвленої інформації – публіцистики.

5. Залишається актуальним пошук оптимального співвідношення громадських мас медіа та комерційних, створюючи публіцистичний контент із суспільно-політичною аналітикою, із практичним утіленням теоретичних концепцій політичної комунікації: від класичних поглядів Юргена Габермаса (Хабермас, 1996) до вищеназваних досліджень сучасних українських авторів, які виокремлюють два типи комунікації загалом і публіцистики зокрема. Ідеться про «традиційну» політичну комунікацію «згори», ініціатором якої є політична влада, й «альтернативну», ініціатор-носієм якої – незалежний публіцист, публіцист, заангажований у якусь із форм громадських об'єднань, організацій різного типу. У цьому випадку між публіцистами відбувається «внутрішньовидова» боротьба, дискусія, полеміка навколо основних актуальних тем-проблем, які кожен публіцистичний дискурс

пропонує вирішувати по-своєму: фінансова залежність публіциста від держави та фінансово-політичних угруповань, звідки клановість української публіцистики, несконсолідованість національного інформаційного простору, недостатні кількісні показники україномовних популярних масмедійних трансляторів і ретрансляторів публіцистичного контенту, які протистоять ворожим публіцистично-пропагандистським контентам, фінансова бідність реципієнтів, неспроможних купувати інформаційний продукт, державне обмеження електронних мас-медіа (інтернет-видань), присутність на вітчизняному культурно-інформаційному ринку іноземних мас-медіа (російськомовні, англомовні публіцистичні ресурси витісняють україномовні) та відсутність іноземних інвестицій, які здатні сприяти розвитку світоглядних і технічних рівнів мас-медіа, а сам публіцист має протегувати формуванню ефективної, збалансованої інформаційної політики, ситуації, покликаної захищати суспільство від небезпеки обмежень свободи слова, доступу до інформації, реабілітації політичної цензури, суттєво сприяти у вирішенні актуальних для розвитку реформ, проблем, серед яких боротьба з корупцією, війна на Сході України, орієнтаційний геополітичний вибір України й методи реалізації цього вибору, церковні питання, загальносвітові проблеми в контексті України: зміна клімату, загроза ядерної війни, забруднення зовнішнього середовища тощо.

Наразі українська публіцистика продовжує бути на передньому краї боротьби за незалежність України, екзистенційну справедливість у світі, збереження екології природи та духовно-гуманітарної сфери одночасно.

Література

- Грушевський, М. (1984). Очищення огнем. *Український історик*. №01-04. 81–84.
- Державність, мораль і засоби масової інформації*. 2000. Матеріали науково-практичної конференції. 7–9 серпня 2000 р. Упоряд. В. М. Денисюк, А. М. Якубюк. Луцьк : Надстир'я. 132.
- Дмитро Павличко – Ніні Матвієнко (2018). Дата звернення 20.04.2020. https://zik.ua/news/2018/11/07/dmytro_pavlychko_nini_matviienko_1442899
- Дяченко, Тетяна. (2014). «Уроки» маніпулювання від доктора Геббельса. *День*. 8 верес. *Журналістика*. Дата звернення 20.04.2020 <https://uk.wikipedia.org/wiki/Журналістика>.
- Здорова, В. Й. (2004). *Теорія і методика журналістської творчості : Підручник*. 2-ге вид., перероб. і допов. Львів : ПАІС,– 268 с.
- Історія української дожовтневої журналістики: Підручник*. (1983). Львів: Вид-во при Львівському державному університеті видавничого об'єднання «Вища школа». 512 с.
- Павлюк, І. (2003). *Діагностика і прогностика брехні: Екскурси в теорію комунікації: Монографія*. Львів : Сполом. 80 с.
- Павлюк, І. (2019). *Українська письменницька публіцистика 1920-2000-х років: Монографія*. Саарбрюккен: LAP LAMBERT Academic Publishing. 220 с.
- Павлюк, І. (2004) *Українська преса Волинської області 1939–1941, 1944–2000 рр.: Монографія*. Луцьк : Волинська обласна друкарняю. 6–7.
- Погрібний, А. (2007). До розуміння феномена письменницької публіцистики. *Слово і час*. N 4. 45–52.
- Ситниченко, Л. Першоджерела комунікативної філософії*. К.: Либідь. 84–90.
- Хабермас, Юрген. (1996). Комунікативна дія і дискурс – дві форми повсякденної комунікації.

Reference

- Hrushevsky, M. (1984). Fire cleaning. *Ukrainian historian*. №01-04. 81–84 [in Ukrainian].
- Statehood, morality and the media*. 2000. Proceedings of the scientific-practical conference. August 7–9, 2000. Order. VM Denisyuk, AM Yakubyuk. Lutsk: Nadstyrya. 132.
- Dmytro Pavlychko – Nina Matvienko (2018). Date of application 20.04.2020 https://zik.ua/news/2018/11/07/dmytro_pavlychko_nini_matviienko_1442899
- Dyachenko, Tatiana. (2014). «Lessons» of manipulation from Dr. Goebbels. *Day*. September 8. Journalism. Date of application 20.04.2020 <https://uk.wikipedia.org/wiki/Журналістика>.
- Zdorovega, V. Y. (2004). Theory and methods of journalistic creativity: Textbook. 2nd ed. Revised. and add. Lviv: PAIS. 268 p.
- History of Ukrainian pre-October journalism: Textbook*. (1983). Lviv: Publishing House at Lviv State University of the Higher School Publishing Association. 512 s.
- Pavlyuk, I. (2003). *Diagnosis and prognosis of lies: Excursions to the theory of communication: Monograph*. Lviv: Spolom. 80 s.
- Pavlyuk, I. (2019). *Ukrainian literary journalism of the 1920-2000s: Monograph*. Saarbrücken: LAP LAMBERT Academic Publishing. 220 s.
- Pavlyuk, I. (2004). *Ukrainian press of the Volyn region 1939-1941, 1944-2000: Monograph*. Lutsk: Volyn Regional Printing House. 6–7.
- Pogribny, A. (2007). To understand the phenomenon of literary journalism. *Word and time*. N 4. 45–52.
- Sytnychenko L. *Primary sources of communicative philosophy*. К.: Lybid. 84–90.
- Habermas, Jürgen. (1996). Communicative action and discourse are two forms of everyday communication.

СУЧАСНА УКРАЇНСЬКА ПУБЛІЦИСТИКА: ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ

Ігор Павлюк,

доктор наук із соціальних комунікацій, провідний науковий співробітник Інституту літератури імені Т. Г. Шевченка НАН України, професор кафедри української преси Львівського національного університету імені Івана Франка, письменник

Мета цієї статті – дослідження філософсько-психологічних, ідеологічних історично закономірних станів і тенденцій змін сучасної української публіцистики в контексті потенційного поглиблення в ній демократичних свобод, виходу на висвітлення вирішень тем війни, глобальних загальнолюдських проблем.

Методологічною основою нашого дослідження є розрізнення понять українськомовна та україномовна публіцистика, інформативності й публіцистичності-аналітичності за рівнем суб'єктивізованих емоцій у тексті, які в комунікативній площині перетворюють його на метатекст, адже сама публіцистичність включає в себе у різних, бажано гармонійних, пропорціях елементи інформативності, аналітичності, простої відображальності. Серед застосованих нами методів дослідження: феноменологічний, компаративний, психоаналітичний (зондування архетипів), герменевтичний, деконструктивістський (пошук несистемних значень у текстах та смислах свідомості).

У **результаті** дослідження проведено всебічний аналіз української сучасної публіцистики в контексті змін форм, формозмістів, їх жанрових модифікацій та трансформацій, зокрема в пропаганду та демагогію, модернізації технічних засобів поширення публіцистичних текстів із врахуванням внутрішніх суспільно-політичних процесів (хаотичного (фрагментарного) характеру розвитку інформаційного суспільства в Україні) та зовнішніми геополітичними викликами.

Отримані результати дозволили нам сформулювати наступні **висновки**. Українська сучасна публіцистика виступає консолідаційним інформативно-пропагандистським ферментом, співтворцем ідеологічних матриць із врахуванням збереження національної ідентичності та особливостей сучасної світової медіакультури: її мультимедійності, інтерактивності, реалізації в електронних мас-медіа, де динамічний розвиток інформаційних технологій та розширення інформаційного простору дає громадянину можливість як одержувати інформацію, так і продукувати, ретранслювати її, що символізує виникнення нового типу публіцистики в Україні.

Ключові слова: сучасна українська публіцистика, пропаганда, демагогія, технічні засоби мас-медіа, ідентичність, культурно-інформаційний простір, мультимедійність, інтерактивність.

Submitted to the editorial office – 09.05. 2020

Reviewed – 26.05.2020

Accepted for printing – 05.11.2020

Подано до редакції – 09.05.2020

Рецензовано – 26.05.2020

Прийнято до друку – 05.11.2020

