

JOURNALISM / PUBLICISM

<https://doi.org/10.17721/2522-1272.2023.82.4>

UDC 007:82-92(049.2)

Contemporary Artistic Journalism. Article-Discussion

Vitalii Kornieiev

<https://orcid.org/0000-0001-5749-1443>

*Deputy Director for Educational Work, D.Sci (Social Communications)
Educational and Scientific Institute of Journalism, Taras Shevchenko National University of
Kyiv
36/1 Illienka St., Kyiv, 04119, Ukraine*

Corresponding author's e-mail address vmkorn@knu.ua

Nataliia Zhelikhovska

<https://orcid.org/0000-0002-0093-9507>

*Ph.D., Associate Professor, Head of the History of Journalism Department, Educational and
Scientific Institute of Journalism, Taras Shevchenko National University of Kyiv
36/1 Illienka St., Kyiv, 04119, Ukraine*

Corresponding author's e-mail address zhelikhovska@knu.ua

ABSTRACT

The article formulates understanding of the modern artistic journalism in the context of understanding it as an element of professional training. The authors present the material in the form of a discussion, while the arguments and the counterarguments cover the key principles of current understanding of journalism in the modern information flow, taking into account a growing share of social media in the life of the society.

The result of the discussion was formation of a scientific problem of the modern interpretation of artistic journalism in the system of media activities and in the field of content of professional media education. The key conclusion of the discussion was actualization of the need to rethink the artistic journalism as a model of reflecting the reality in the new information realities.

KEYWORDS: artistic journalism; fact; image; information needs of society.

Сучасна художня публіцистика. Стаття-дискусія

Корнєєв Віталій Михайлович, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Навчально-науковий інститут журналістики, заступник директора з навчально-виховної роботи, доктор наук із соціальних комунікацій, <https://orcid.org/0000-0001-5749-1443>

Желіховська Наталія Степанівна, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Навчально-науковий інститут журналістики, завідувач кафедри історії журналістики, кандидат наук із соціальних комунікацій, <https://orcid.org/0000-0002-0093-9507>

Резюме

У статті сформульовано розуміння сучасної художньої публіцистики в контексті розуміння її як елементу фахової підготовки. Автори подають матеріал у формі дискусії, при цьому аргументи та контраргументи охоплюють ключові засади актуального розуміння публіцистики в сучасному інформаційному потоці, з урахуванням зростання частки соціальних медій в житті соціуму.

Результатом дискусії стало формування наукової проблеми сучасного тлумачення художньої публіцистики у системі медіадіяльності та в площині змісту фахової медійної освіти. Ключовим підсумком дискусії стала актуалізація потреби переосмислення художньої публіцистики як моделі відображення дійсності у нових інформаційних реаліях.

Ключові слова: художня публіцистика; факт; образ; інформаційні потреби суспільства.

Вступ

Поява нового Стандарту підготовки бакалаврів журналістики кілька років тому стала тим рушієм, що зумовив значні зміни у структурі підготовки здобувачів освіти: з'явилися комплексні дисципліни, які складаються з чималої кількості модулів, зросли вимоги до системності та гармонічності планування освітнього процесу, загалом, змінилася не лише структура і методологія, змінилася філософія підготовки медійника. Поряд з тим, в Україні значною мірою посилилась увага до соціальних медіа, які сьогодні стали не просто фактом нашого інформаційного простору – а чинником соціальних процесів. У підсумку, маємо проблему в розумінні типології інформації, якій надає перевагу людина, за цим стоїть не тільки фактологічна картина світу, а й модель мислення та реагування на соціальні виклики. Відтак, виникає питання переосмислення ролі і місця традиційних для журналісткознавства моделей формування світогляду засобами масової інформації. Закономірно, це питання поширюється і на зміст підготовки студентів, які вже сьогодні визначають обриси медіадіяльності, працюючи в медіа ще під час навчання, а головне – будуть визначати завтра.

Ідея статті-дискусії народилася саме ... з дискусії. Зрозуміло, що кожен автор мав чимало аргументів і контраргументів, але вмістити їх усі в статтю – неможливо. Ми свідомі того, що деякі з цих аргументів виглядають доволі провокативно, але тут ми виходили з розуміння того, що не можна в цілому побачити проблему, якщо не виявити її крайні критичні прояви. У цій дискусії ми також не торкалися суміжних, але від того не

менш важливих областей проблеми, зокрема економічних, дидактичних, методологічних основ зіставлення публіцистики і «швидких текстів», уважаючи за потрібне, передусім, розпочати дискусію, яка звісно не обмежиться короткою статтею в науковому журналі.

Корнєєв. Художня публіцистика сьогодні не актуальна і своє відживає.

Сучасні соціологічні дослідження показують, що значна, можна сказати – переважна – частина аудиторії віддає свій час та увагу соціальним медіа. Вони неоднорідні, не мають вираженої жанрової системи, принаймні в осягненні науковців, які аналізують медіа-систему, але при тому мають виразну тенденцію до осягнення дійсності через принципові для жанрових груп підходи – інформаційність, аналітичність, почасти образність. Суто теоретично, ми можемо співвіднести медійні прояви соціальних мереж і жанрові групи, водночас, це, мабуть, не так важливо для функціонування соціальних медіа, радше – для формування уявлень про тренди в системі медійних досліджень.

Ці спостереження, хай і не вповні системні, виявляють кілька загальних явищ, які визначатимуть зміст наступних етапів розвитку медіасистеми. Ключові, як на нашу думку, такі: пришвидшення ритму інформаційного споживання, увага до форм, що економлять час, при тому дають можливість осягнути реальність у достатньому для її оцінки і прийняття рішень форматі. Сучасний тренд розвитку медійних форм, заснованих на споживанні відеоконтенту серед молоді, є чудовим свідченням саме таких тенденцій. Інтенсифікація інформаційних потоків змушує реагувати швидко, сприймати більше, реагувати оперативно. Соціальні медіа в цій ситуації мають ще одну цікаву особливість – оприлюднена інформація практично миттєво набуває соціального контексту, в якому проявляються нові факти, деталі, погляди та оцінки, не минаючи при цьому і певного хейту теми та її позиціонування в ідеологічних смислових контекстах.

Ці тенденції говорять про те, що художня публіцистика як результат методу системного і ретельного осягнення реальності, відображення її в формах і проявах великих (текстово) жанрів – втрачає позиції популярності, втрачає доречність в стрімкому інформаційному потоці. Не відкидаємо значимість окремих знакових текстів, які й сьогодні можуть акумулювати і втримувати увагу соціуму протягом значного часу, але говорити про художню публіцистику як значимий потенціал в проєкції навіть недалекого майбутнього – певно зайве. Радше варто передбачити зміну назви, нову формалізацію жанрової моделі, нові назви і форми. Спосіб пізнання дійсності, властивий художній публіцистиці – не зникає, він отримує нові прояви, які диктує час та які детермінуються навіть не новою інформаційною реальністю, а науково-технічним розвитком та поширенням засобів медіатизації, включно з доступністю технологій та виникненням мережевих проєктів.

Ще один аргумент на користь занепаду художньої публіцистики, принаймні у її традиційному розумінні – процеси медіатизації, які приводять до появи значного числа медіасуб'єктів, а це веде до значного розширення кількості авторів, думка яких стає важливою для окремих груп чи й соціуму загалом. Ще 20-30 років тому ми мали максимум кілька десятків лідерів соціальних ідей того чи того характеру, які виявляли та просуvalи ці ідеї в медіапросторі, при тому мали певний формалізований статус (журналісти, письменники, політики, громадські діячі тощо) та більшою чи меншою мірою – навички медіатворення в регламентованій (часто – жорстко) системі поширення соціально-значимої інформації (ЗМІ). Натомість нині маємо зовсім іншу картину: кількість таких суб'єктів медійної діяльності вибухово зростає, формалізації статусу (з огляду на соціальні медіа як джерело медіатизації) такі суб'єкти не потребують, значимість їх соціальних контекстів буває різною, але цих контекстів стає відчутно більше в медійному просторі. Наслідком цих процесів бачимо втрату соціальної значимості художньої публіцистики як способу формування та корекції соціальних змін. Адже художня публіцистика передбачає осмислення, а нині у щільному інформаційному потоці існують численні соціально значимі

тексти – їх навіть прочитати не встигаєш, що не відкидає потреби замислитися принаймні над деякими.

Тому висновок однозначний – художня публіцистика стає історичним явищем, вивчення якого можливе і потрібне, але в нинішніх умовах – більше як форми відображення реальності в медіатекстах.

Желіховська. Ніщо не зупинить ідею, час якої настав.

«Художня публіцистика» – поняття надзвичайно популярне, широкоживане й водночас дещо загадкове, навіть архаїчне, яке давно потребує трансформації. Певним чином тому, що з'ясувати чіткі критерії визначення художньої публіцистики досить складно. Це поняття описують по-різному: тип творчості, рід літературної діяльності, вид соціально-політичної прози... В. Здоровега [1, с. 219] такий масив текстів пропонує зараховувати не до публіцистики, а до публіцистичного стилю, який може бути притаманним як літературі, образотворчому мистецтву, так і журналістським матеріалам, де є суспільно значима проблематика, образність, авторська позиція. На думку В. Здоровеги, доцільно розрізняти публіцистику у широкому і вузькому, професійно-журналістському значенні слова. Публіцистика в широкому значенні слова охоплює всі публічні виступи на актуальні суспільно-політичні теми.

Публіцистика у професійно-журналістському значенні слова – це твори, в яких на основі своєрідного поєднання логічно-абстрактного і конкретно-образного мислення, оперативно досліджуються й узагальнюються з позиції загальнолюдських цінностей актуальні факти та явища з метою впливу на суспільну свідомість і соціальну практику. Йдеться про конкретні твори, які визначаються не за окремими ознаками, а за їх сукупністю:

- Суспільна значимість на рівні проблематики.
- Практична цілеспрямованість на рівні ідеї, узагальнюючого висновку.
- Документальна точність на рівні фактів і явищ.
- Доступність для масової аудиторії на рівні образності тексту.

У фокусі публіцистичного дослідження – соціальні стосунки між людьми, соціальний аспект будь-якого явища суспільного життя. Суспільна дійсність, у контексті якої розглядаються людські стосунки, охоплює всі сфери суспільного життя – політику, економіку, мистецтво, освіту, науку, релігію, спорт та ін.

Означення «художня» дещо спрощує публіцистику (якщо ми розглядаємо її у професійно-журналістському значенні слова), ніби знімає з неї відповідальність за точність, достовірність, об'єктивність – все те, за що ми так цінуємо журналістику.

Найвідоміших і найталановитіших журналістів, справжніх майстрів-професіоналів своєї справи неодмінно називають публіцистами тоді, коли завдяки досвіду і майстерності, вони починають не лише повідомляти про події або їх аналізувати, а й пояснювати доступною мовою, прогнозувати, проводити паралелі, висловлювати власну думку і позицію, узагальнювати, пропонувати ідею, спрямовану на покращення життя суспільства. Думку публіциста дізнаватися цікаво не лише тому, що вона експертна, а й тому, що донесена легко, в образній формі.

Наприклад, спираючись на відому публіцистичну працю «британського Вольтера» Семюела Джонсона «Патріот», де три століття тому описані типи: «обережний патріот», «байдужий патріот», «патріот-базікало», «своєкорисливий патріот», – С. Рахманін [2] проводить паралелі з сучасними реаліями і майстерно передає зміст за допомогою метафор, використовуючи факти й описуючи явища українського політикуму. Доступність авторського бачення для широкої аудиторії забезпечується використанням яскравих образів: «Як “Таврія” біля Верховної Ради», «Як вегетаріанець на корпоративі у канибалів» [Рахманін, 2009]. Патріотизм «як прихисток» може набувати різноманітних форм: «поношений домашній халат, у якому конфузно вийти на люди», «узятий напрокат смокінг,

який надівають від випадку до випадку», «священна риза, гвардійський мундир, дороге серцю вбрання», «затишний повсякденний одяг» [2]. В. Здоровега [3, с. 235] називає таку образність публіцистичною (більш лаконічною та конкретною) на відміну від художньої образності у літературі.

Аналіз наукових розробок українських учених дозволяє зробити висновок, що термін «художня публіцистика» має конотацію «радянська» або «російська» упродовж тривалого часу. У період «Перебудови» (1985–1990 рр.) В. Здоровега [3] критично аналізує такі вади радянської художньої публіцистики як ілюстративність, поверхова описовість, пишномовне пустослів'я, нав'язливість та бездоказовість. Про глибоку закономірність таких ознак художньої публіцистики радянського періоду свідчить і той факт, що українські науковці робили спроби відмежуватися від впливу російських стандартів починаючи з 60-х років минулого століття. Під час так званої «відлиги» після сталінського тоталітаризму, українські науковці В. Здоровега [4], Ю. Лазебник [5], Д. Прилюк [6] палко відстоювали право публіцистики бути більше журналістикою, ніж літературою. Представники російського арсеналу науковців запекло тримали оборону традиційного для росіян розуміння публіцистики як літературної напівдокументальної пропаганди, напівправди, яку сьогодні росія використовує у війні як потужну зброю. Рецепт імперської творчості, задіяної у війні, вдало визначила О. Забужко: «Це дуже “літературна” війна. Це здійснена мрія усіх диктаторів, які не стали художниками чи письменниками, такий “інцест” диктатури й мистецтва, синтез Лубянки й Голівуду» [7].

Так історично склалося в російській імперії, продовжилося в радянський період і прийшло до нас у вигляді спадку, якого ми інколи не усвідомлюємо, – так званої художньої публіцистики.

Українські вчені, досліджуючи публіцистику з онтологічної точки зору, наголошували на діалогічній природі цього явища та його ролі в суспільстві не лише впливати на аудиторію, а й артикулювати її запити. Звісно, їхні намагання були марними. В росії не могла прижитися будь яка діалогічна форма взаємодії влади з суспільством.

Термін «художня публіцистика» настільки міцно увійшов у науковий і повсякденний вжиток, що його можна порівняти з пам'ятниками леніну, що стояли в кожному українському місті і селищі до 2014 року. Ми так звикли до існування цих ідолів, що й не думали, як може бути інакше. Публіцистика потребує сучасного прочитання. Публіцистику не варто розглядати як художню чи нехудожню. Вона завжди послуговується образністю у донесенні змісту, але це не перетворює її у художню творчість. Майстерне застосування мовно-стилістичних засобів, техніка творчості – це елементи авторського стилю, які можуть бути винятково індивідуальними. Тому видається закономірним, що таке явище як «художня публіцистика» сьогодні втрачає свою популярність.

Щодо потенціалу самої публіцистики, то він має своє потужне втілення на всіх медіамайданчиках особливо зараз, в умовах війни. Слушною є думка про спрямованість розвитку медіасистеми у бік форм, які економлять час і дають можливість досягнути дійсність у форматі, достатньому для її оцінки і прийняття рішень. У контексті публіцистики можемо розглядати таку малу форму як авторська колонка, яка сьогодні у різних модифікаціях широко представлена у медіа як професійних, так і соціальних. Варто зауважити, що колонки публіцистів (О. Забужко, В. Портникова та ін.) не відрізняються глибиною аналізу і якістю осмислення реальності залежно від місця публікації – у соціальних мережах чи ЗМІ. Сьогодні публіцистика надзвичайно затребувана також у форматі історій – як правило, це проблемні нариси про людей, їхні долі, ситуації та обставини в умовах війни.

Дискусійним видається припущення, що процеси медіатизації, які приводять до появи значного числа медіасуб'єктів і диктують свої вимоги, можуть вплинути на соціальну значимість публіцистики. Публіцистика – унікальний продукт, а отже, не може бути ма-

совим. На зразок якісної преси, масова частка якої не перевищує 10–15% від загального обсягу медіа.

Публіцистичні матеріали, написання яких вимагає від автора неабиякого таланту, професійної підготовки і громадянської мужності, найчастіше зустрічаються на сторінках якісних медіа. Якісна преса, від англійського Quality Press, вживається на означення газет, журналів та інших медіа, як правило, загальнополітичного спрямування, характерною рисою яких є неупереджене, збалансоване, всебічне, максимально вичерпне і точне висвітлення подій і фактів у поєднанні інформаційних та аналітичних жанрів. Для якісних медіа властиві стримане оформлення, дотримання загальноприйнятих в суспільстві й журналістському середовищі етичних норм і почуття суспільної відповідальності, що викликає особливу довіру аудиторії і дає змогу використовувати матеріали цих медіа для підготовки і прийняття важливих рішень у громадсько-політичному житті. Аудиторія якісних медіа інтелектуально орієнтована, освіченіша, а тому і менш численна, ніж популярних медіа. Втім, невелика у порівнянні з іншими виданнями кількість елітних якісних газет компенсується їхнім потужним впливом на світову політику.

Отже, публіцистика, як і якісна преса, має свою аудиторію. Це люди, які мислять стратегічно, розуміють відповідальність за наслідки, готові виділяти час для осмислення проблемного питання. Швидких рецептів, на жаль, не існує. Завжди ті, хто читають книги (у нашому випадку публіцистику), будуть керувати тими, хто дивиться телевізор (споживає швидкий контент).

Корнєєв. Образ – це смерть факту.

Сучасний обсяг інформації, який породжується величезною кількістю медіатизованих мовників, дає підстави переглянути якісь звичні для нас речі, константи медіадійсності. Чи не втратила актуальність теза про книгу і телевізор, особливо, якщо дорівняти останнє до споживання швидкого контенту – більше фактів. Більше ідей, ширший погляд на світ. Власне, погоджуся з виваженістю книги порівняно зі швидким контентом, сама технологія виготовлення і стандарти підготовки – зовсім інші, але при цьому втрачається актуальність, або ж вона стає ширшою і книга стає актуальною в контексті місяців чи років. Не обов'язково художня книга, широке поле нон-фікшну виправдовує тезу актуальності впродовж місяців чи років. Проте розгортання цієї тези веде до актуальності через роки, а це свідчить про образність засвоєного контексту, про його належність сфері чуттєвого, коли оцінність та яскравість витісняють істинність та злободенність. Зразу акцентую: не завжди, але – часто.

У науковому осмисленні «образ» та «факт» ґрунтується на відчутно різних парадигмах значень та смислів, які народжуються з природи цих явищ. При тому, ми цілком свідомі існування як образів, так і фактів у різних текстових площинах соціального дискурсу: від власне художнього до офіційно-ділового, щоправда кваліфікацій вони теж набувають різних. Виходимо з того, що факт – відображення реальності. Сформоване за допомогою осмислених сигналів від органів чуттів і має він природу матеріальну, тобто пізнається цими органами чуття. Відтак, факт можна побачити, почути, врешті – його можна торкнутися і відчутти фактуру та смак. Натомість образ не потребує чуттєвого пізнання і може виникати у нашій свідомості під впливом декодування змісту і смислу, втіленого у знаковій системі будь-якого штибу і є явищем уявленим, тобто артефактом іншої реальності, яка може існувати (як правило – насправду існує) у свідомості автора.

Тут ще важливо розуміти, що образи та факти не виходять за межі природних констант інформації як явища, а вона – ідеальна за природою і при цьому передається виключно на матеріальних носіях.

Тобто і факти, і образи існують в межах інформаційної реальності у всьому багатстві форм, породжених соціальною дійсністю, і які самі змінюють, оновлюють та породжують нову соціальну дійсність.

Чому ж тоді ми так гостро аргументуємо це співвідношення, стверджуючи образом смерть факту? Можливо проблема в тому, що образ несе в собі естетичний складник, а вдалі образи іноді називають «вічними», адже вони конденсують не тільки смисли, а й відчуття та довершеність, які й виявляють цінність таких образів. Розгортання актуальності книги в тривалий проміжок часу свідчить про те, що її цінність виростає з аксіології, взірцевої довершеності (хай то ідеологія чи стиль. Історична значимість чи етапність у соціальному розвої). Натомість факт не може конкурувати естетично, практично ніколи – у нього інша парадигма значимості, він артикулює наше бачення категорії «тут і зараз» в системі соціального буття. І коли факт набуває образної виразності, художності, коли ці категорії сприяють поширенню факту в соціумі – саме естетичні та аксіологічні складники – факт вмирає, факт стає образом, набуваючи нової цінності і приєднуючи нову парадигму цінності.

Художня публіцистика безумовно оперує фактами, але поряд з достовірністю та точністю – живе образність та естетичність. Там, де інформаційний жанр дозволяє нам вибудувати власну модель реальності (за умови дотримання стандартів та етичних кодексів), публіцистика пропонує готову картину дійсності, в якій ми лише спостерігачі, і яку не можемо змінювати, лише оцінювати і споживати.

Коли ми читаємо книгу замість споживання швидкого контексту – ми витрачаємо час на готову модель реальності. Замість її персонального конструювання у свідомості, відповідно до засвоєних соціальних констант. Причому, тут варто говорити не тільки про публіцистику, журналістські розслідування (результат аналітичного пізнання дійсності) також пропонують нашому внутрішньому «Я» готову картинку. Яку можна споживати і засвоювати. І кожен з більш-менш досвідчених практиків моніторингу медіаландшафтів пригадає ситуацію з фейковими розслідуваннями, які проте були захоплююче резонансними (наприклад, розслідування проти Артура Герасимова, народного депутата від ЄС, або ж розслідування, відоме як «Роттердам+» та інші, які не набули однозначного судового висновку).

Не відкидаючи потреби в художній публіцистиці, все ж ризикну поставити запитання: чи не цінуємо ми обгортку більше, ніж цукерку, коли надаємо переваги об'ємному і тривалому (у часі споживання), яскравому і образному публіцистичному тексту замість стислого новинарного повідомлення, яке спонукає зіставляти і систематизувати, аналізувати і конструювати, тоді як публіцистика вимагає відволікатися на естетичність сприймання, нав'язану нам автором. Згоден – майстерно і переконливо, але все таки. Не відкидаю і того, що художня публіцистика так само змушує зіставляти, систематизувати, дискутувати, але ці всі процеси мають цілком конкретного опонента – автора, зі своїм баченням і тлумаченням реальності, іноді – з її викривленням аж до віртуальної, тобто вигаданої. Чи буде покоління двадцятилітніх витрачати на це час – можливо. Навіть, коли світ перевернеться, поети не вмруть. Але чи є сьогодні явище художньої публіцистики достатньо затребуваним, особливо у покоління молодих – маємо сумнів, адже за самою природою вона, публіцистика, відстає від інформаційного ритму сучасного світу.

Очевидною бачиться побудова нової моделі медіадіяльності, що заснована на такому втіленні фактів дійсності, яке б увібрало все краще від напівпради старого, як пам'ятник Леніну, терміна «художня публіцистика» та не жило осторонь щільного інформаційного потоку сьогодення.

Желіховська. Вічнозелений факт

Існування такого поняття як «виробництво новин» свідчить про наявність в медіаіндустрії, хоча б мінімальної, але обробки фактів: обрати і виділити частину тексту як цитату, встановити порядок оприлюднення фактів, виокремити з події головне.

Публіцист вдається до значно більшої обробки фактів з метою додати цінності «сирому факту», зокрема й образності для глибшого розуміння його значення. Сам по собі фактаж, доступний для всіх, не несе аудиторії значної цінності. Лише завдяки додатковій інформації, що дає змогу постійно аналізувати події та ситуації, з'являється розуміння факту. Безперечно, факт, який ми розглядаємо як основу публіцистики, не існує сам по собі. Кожен окремий факт перебуває у взаємозв'язках з іншими фактами, які його визначають, обумовлюють, пояснюють. Завдання публіциста – встановити причинно-наслідкові зв'язки виникнення і функціонування фактів і явищ, виявити тенденції розвитку, зробити прогнози найбільш імовірного сценарію розвитку подій. Це потребує неабиякого таланту у поєднанні з аналітичним, логічно-абстрактним і конкретно-образним мисленням, щоб не лише дослідити факт, а й пояснити аудиторії його значення доступною мовою. Для пояснення факту, крім логічних аргументів публіцист застосовує образи, які створюються на основі тих фактів, які вже міцно увійшли в свідомість соціуму і дають змогу спілкуватися й розуміти одне одного. Образна система публіцистики не функціонує самостійно задля естетичного задоволення, а слугує необхідним доповненням для ефективного донесення змісту.

Аналіз фактів, застосування логічних аргументів для доведення тези, образне пояснення змісту й авторське філософське узагальнення вибудовуються у цілісну картину бачення проблемного явища і ситуації. Це бачення може бути дискусійним, адже яскравий публіцистичний матеріал завжди викликає в суспільстві хвилю обговорення. Не йдеться про сенсаційні і маніпулятивні матеріали, які можна вважати публіцистикою настільки, наскільки джінсу – журналістикою. Публіцистика пропонує картину реальності, яка запрошує до діалогу, спонукає замислитися, не нав'язуючи готових рішень. Публіцистика стає в пригоді, коли є потреба розширити власне бачення ситуації, зіставити висновки, порівняти або доповнити розуміння проблеми.

У підсумок дискусії

У цій невеликій дискусії автори представили лише кілька аргументів та контраргументів, напевно їх список у кожного з авторів доходив до десятка. Якщо використати мову юридичних термінів – відбір відбувся за згодою сторін, коли писали про найгостріше. Бачимо, що проблема тут є, і вона потребує дискусії ширшої, можливо – більш концептуальної. Принагідно наголосимо, що автори готові продовжити її з розширеним колом учасників – для цього публікуємо контактні дані в заголовку статті.

Разом з тим маємо констатувати нову наукову проблему, яка корениться у розумінні публіцистичного підходу до відображення дійсності в умовах сучасного інформаційно-комунікаційного контексту. Вже при підготовці до дискусії ми з'ясували, що наукове бачення художньої публіцистики попередніх десятиліть не втратило актуальності, проте – актуальність втратила форма і спродуковані цією формою тлумачення. Проблема сучасного розуміння художньої публіцистики потребує нової формалізації – і на рівні термінології, і на рівні процесуального тлумачення. Наступним важливим аспектом, поміченим нами у ході дискусії, стала зміна характеристик інформаційного потоку, особливостей медіаспоживання та тиску, сказати б, нової інформаційної реальності з домінуванням візуальної форми відображення дійсності. Сконденсованість інформації, щільність смислів та дискретність змісту повідомлення традиційно спонукає шукати механізмів творен-

ня таких повідомлень у процесах аналізу й узагальнення, і йдеться про пошук місця для публіцистичного мислення в сучасному процесі формування повідомлення.

Поняття «художня публіцистика» перебуває сьогодні у процесі трансформації й потребує уважного аналізу ознак і компонентів. Синкретичність публіцистики спонукає розглядати публіцистичне мислення як поєднання художності й аналітичності, логічних понять і конкретних образів.

Однак уже побіжний аналіз показує, що модель творення візуалізованих повідомлень (від мемів до відеоформатів) навпаки передбачає актуалізацію публіцистичного мислення (часто – у формі образного підходу) в діяльності автора, коли образна модель виступає категорією рамки відображення реальності, тим критерієм та форматом, який концентрує увагу аудиторії, дає можливість закласти різномірну систему смислів і оцінок в короткому повідомленні.

Окремо варто винести питання формального (і не тільки) осмислення явища нон-фікшн, яке поєднує і художню публіцистику, і документалістику, а при цьому може мати репортажну форму викладу. Про значимість цього напрямку медіадіяльності саме сьогодні вже чимало написано, але, на нашу думку, явище потребує ширшого теоретичного контексту для системного оцінювання.

Отже, можемо констатувати появу нової наукової проблеми у сучасному дискурсі соціальнокомунікаційних досліджень: художня публіцистика в системі сучасних медій набуває нових втілень на рівні формальному, жанровому, смислового, стає інтеграційною основою для форматів «на межі жанру», використовує нові моделі фокусування уваги аудиторії та передбачає дещо інші способи соціального реагування на творчість публіцистів (наприклад, проекцію соціального реагування в системі соціальних медій). Всі ці аспекти, досліджуватимуться вони чи ні, будуть визначати нашу медійну реальність у найближчі роки, можливо – десятиліття. Тому, як загальний підсумок, відзначимо потребу системного дослідження сучасної публіцистики у соціальнокомунікаційному вимірі, наголосимо, що в такому дослідженні має бути обов'язково розкритим аспект підготовки медійників (адже їх професійне майбутнє саме тут – в новій медійній реальності). Йдеться не стільки про формальний бік справи, як-от визначення чи жанрові особливості: важливо сформувати відповідний тип осмислення та відображення дійсності нових умов інформаційно-комунікаційної діяльності. Тут важливими будуть і приклади, і технології, і підходи, – все те, що визначає яскравість українського інформаційного простору сьогодні.

References

1. Zdoroveha, V. Y. (2004), *Theory and Methods of Journalistic Creativity: A Textbook*, PAIS, Lviv, 268 p.
2. Rakhmanin, S. (2009), “The last refuge”, *Dzerkalo Tyzhnia [Mirror of a Week]*, № 44, available at: https://zn.ua/ukr/internal/ostanniy_prihistok.html
3. Zdoroveha, V. Y. (1988), *Understanding the Present Day*, Dnipro, Kyiv, 263 p.
4. Zdoroveha, V. Y. (1969), *In the Publicist's Workshop. The Problems of Theory and Psychology of Journalistic Skills*, Vydavnychiy tsentr LNU im. Ivana Franka, Lviv, 180 p.
5. Lazebnyk, Yu. A. (1971), *Journalism in Literature. Literary and Critical Research*, Radianskyi pysmennyk, Kyiv, 320 p.
6. Pryliuk, D. M. (1973), “Journalistic creativity as a cognitive activity”, *Filosofska Dumka [Philosophical Thought]*, № 2, pp. 47–55.
7. Orel, M. (2015), “Oksana Zabuzhko: My life is what I made it for myself”, *Ukraina Moloda [Young Ukraine]*, № 121, available at: <http://umoloda.kiev.ua/number/2708/169/94849/>.

Submitted 23.04.2023

Список літератури

1. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості: підручник. Львів : ПАІС. 2004. 268 с.
2. Рахманін С. Останній прихисток // Дзеркало тижня. Україна. 2009. №44, 3 вересня. URL: https://zn.ua/ukr/internal/ostanniy_prihistok.html
3. Здоровега В. Й. Збагнути день сущий. Київ : Дніпро, 1988. 263 с.
4. Здоровега В. Й. У майстерні публіциста. Проблеми теорії, психології публіцистичної майстерності. Львів : Вид. центр ЛНУ ім. Івана Франка, 1969, 180 с.
5. Лазебник Ю. А. Публіцистика в літературі. Літературно-критичне дослідження. Київ : Радянський письменник, 1971. 320 с.
6. Прилюк Д. М. Публіцистична творчість як пізнавальна діяльність // Філософська думка. 1973. № 2. С. 47–55.
7. Орел М. Оксана Забужко: Моє життя таке, яким я його собі зробила. // Україна молода, № 121, 16 вересня 2015. URL: <http://umoloda.kiev.ua/number/2708/169/94849/>.

Надійшла до редакції 23.04.2023