

УДК 070.1

СВІТОГЛЯДНА ПУБЛІЦИСТИКА: СПРОБА ПОЛЕМІЧНОГО ДИСКУРСУ

М. Титаренко

Львівський національний університет імені Івана Франка
вул. Університетська, 1, 79000 Львів, Україна, e-mail: journft@franko.lviv.ua

У статті розпочато полемічний дискурс з приводу двох парадигм сучасної журналістики: світоглядної публіцистики (СП) та інформаційного журналізму (ІЖ), а також складено порівняльну таблицю на основі їхніх детермінант. Авторка досліджує соціонічне підґрунтя української СП, корені якої сягають в історію ще до оформлення етносу в націю. Простежуючи тяглість СП до нинішньої епохи інтерактивного журналізму, авторка наголошує на місії та ролі СП у реконструкції традиційного українського типу мислення, що претендує на еталон мислення нового суспільства.

Ключові слова: світоглядна публіцистика, інформаційний/електронний журналізм, національний/віртуальний егрегор, соціоніка, соціотип, епоха інтерактивного журналізму, катедра публіцистики, універсум.

Інформаційне суспільство: віртуальний егрегор і новий тип мислення

Суспільство третього тисячоліття науковці називають по-різному: “новим”, “постіндустріальним”, “постсучасним”, “інформаційним”, “комунікаційним”, “суспільством ризику” (за У. Беком), а також *суспільством послуг*, *суспільством шостої раси* тощо. Однак усі однотайні в його якісній характеристиці, а зокрема — у домінанті інформаційних технологій та процесів. Так, футурологи стверджують, що в кінці ХХ ст. цивілізація вступає в інформаційний період своєї історії: “Народжується нове — постіндустріальне інформаційне суспільство, в якому знання стає безпосередньою продуктивною силою” (8; 217). “Основу соціальної динаміки в інформаційному суспільстві становлять не традиційні матеріальні, а інформаційні, інтелектуальні ресурси — знання, наука, організаційні фактори, інтелектуальні здібності людей, їхні ініціатива, творчість” (8; 146). Для постіндустріального суспільства здатність створювати і нагромаджувати інформацію є важливішим фактором, ніж нагромаджувати капітал: “В цьому суспільстві на зміну класовим суперечностям приходять суперечності між знаннями і некомпетентністю” (13; 10). Причому серед складових інтелектуального капіталу прийнято вирізняти: ринкові та людські активи, інтелектуальну власність та інфраструктуру знань. Сергій Мосов, начальник науково-організаційного управління Національної академії оборони України, про-

фесор, у газеті “Дзеркало тижня” прогнозує, що формування інтелектуальних активів — наша опора в третьому тисячолітті (11; 12).

Відповідно, третє тисячоліття аналогічно має кілька ключових визначень: *доба Інтернету* (як глобалізаційного, персонального, інтерактивного, дешевого комунікаційного каналу); *цифрова (інноваційна) ера*; *епоха “зруйнованої сім’ї”* (про яку писав ще у 1970 роках Елвін Тоффлер у своїй праці “Future Shock”), *“постсучасність”* (за З. Бауманом) або, як пише Ф. Фукуяма, *завершення епохи людського прометеїзму* стосовно суспільного світу, що неухильно рухається в напрямку до ліберальної демократії та ринкової економіки (на противагу існує думка щодо репрометеїзму (ренесансу) людини, яка має повернутися до першоджерел і обрати інший, християнський шлях).

Інтернет-революція змінила ціле покоління, диктуючи нові цінності та провокуючи появу нової форми апартеїду — інформаційного. Про це влучно написав канадський дослідник, автор книги *Digital Economy* Дон Тапскотт: “Тепер нам уже точно відомо, що дітей, які не матимуть доступу до нових медійних засобів, уважатимуть майже упослідженими. Якщо дозволити, щоб у новій цифровій економіці діяли тільки ринкові сили, то вони можуть спричинити виникнення двокласового суспільства із прірвою між тими, хто володіє інформацією, і тими, хто не володіє нею. Відбуватиметься становлення інформаційного апартеїду, коли ті, що не володіють інформацією, перетворюватимуться в тих, хто не має знань, а згодом у тих, хто нічого не вміє” (5; 91).

Новозеландець Гордон Драйден та каліфорнійська дослідниця Джаннетт Вос у своєму бестселері “Революція в навчанні” наш час називають *“епохою швидкісних комунікацій”*, що її розглядають як одну із 16 нових тенденцій, що формуватимуть майбутнє, поруч із Інтернет-торгівлею та Інтернет-навчанням, культурним націоналізмом, новим бумом самоосвіти, тріумфом особистості тощо (5; 34). Ще один погляд на зміну епох пропонує головний редактор журналу “Wired” Кевін Келлі, називаючи нову економіку “тектонічним зсувом”: “Парадокс нашого часу полягає в тому, що комп’ютерна ера закінчилась. Основні досягнення комп’ютерів, не під’єднаних до мережі, вже за нами. Усі перспективні технології, що дебютували сьогодні, головню зосереджені на міжкомп’ютерній комунікації — це, радше, зв’язок, а не обчислення” (5; 47). Келлі також вважає, що мережева економіка живиться колапсом мікрокосму інтегральних схем і вибухом телекосму зв’язку, що готує ґрунт для нової економіки.

Таким чином, сучасне суспільство всесвітніх комп’ютерних мереж, глобальних теле- і радіокомунікацій, мобільних та віртуальних технологій, мережевої економіки із домінуючими інтелектуальними активами поступово гомогенізується в межах єдиної світової інформаційної площини, яка перетворюється на таку собі інформаційну “матрицю”, до якої “під’єднані” як цілі нації, так і кожна людина зокрема. Інтернет претендує на місце *віртуального егрегора людства*, що містить сукупність актуальних свідомостей, “причетних” до комунікаційної системи цілої планети, які, з одного боку, живлять і активізують цю систему, а з іншого — заряджаються нею.

Соціоніка розглядає егрегори як системи, що мають психіку: “Життя суспільств та їхніх егрегорів підпорядковані тим самим законам, що й життя окремих людських особистостей. Егрегори народжуються, ростуть, ведуть запеклу боротьбу за існування, гинуть. Історію народів слід вивчати перш за все

як боротьбу різних егрегорів за місце під сонцем. Коли руйнується егрегор народу, тобто гине його специфічний світогляд, його душа, втілена в його аристократії, традиціях і установленнях, народ перестає існувати, оскільки натовп зараз же розсіюється і захоплюється сильнішими егрегорами, що перемогли в боротьбі” (18; 292). Виокремлюючи віртуальну інформаційну систему як самодостатній гіпер-егрегор, маємо констатувати небезпеку поглинення ним властиво національних егрегорів, які, хоч і мають значно глибше коріння, історичну тяглість та етнічно-територіальну щільність, та проте ризикують асимілюватися в ньому. Відтак майбутнє — за “нацією золотих моніторів”, а отже, йдеться про майбутнє не людства, а технологій, які мають всі шанси перетворити “Термінатора” на реальність. Це — песимістичні прогнози, хоч і не найгірші. В оптимістичних — надією нового суспільства є передовсім новий тип мислення.

Ще у 1980 роках професор Богдан Гаврилишин зробив висновок, що для способу мислення нового суспільства, яке має вижити в нову добу, необхідні: групово-кооперативні цінності (особа — частинка громади), пошуки єднання з природою (людина — частка всесвіту), самодисципліна, свідоме самообмеження, почуття обов’язку, моральність, широке застосування людських талантів та здібностей, розсудливість та інтуїція (4; 29). Одне слово, необхідна кардинальна зміна пріоритетів людства: від матеріального (технічного) — до духовного (природного). З іншого боку, ідеологію прориву у кожній сфері ще шість років тому було покладено в основу редакційної політики журналу “Перехід-IV”, що пропагує прорив у трьох основних напрямках — світоглядному, організаційному та технологічному: “Сучасна криза може мати лише два вирішення: або швидка деградація людства з можливістю його зникнення як біологічного виду, або рішучий ПЕРЕХІД до нової екологічної ніші, що передбачає якісну зміну відносин “Людина-Бог”, “Людина-Людина”, “Людина-Природа” (7; 2).

Скрупульозно студіюючи цінності нового суспільства на порозі чергового (подвійного для України!) “Золотого віку” людства, Ігор Каганець звертає особливу увагу на те, що наявність високих моральних засад і суспільної толерантності — не випадковість, а захисний механізм, необхідний для виживання суспільства, яке досягнуло небаченої енергетичної потужності, здатної знищити все живе (10; 96). Але ж водночас спрацьовує і протилежний механізм: аморальності і суспільної ворожнечі, нетерпимости, терористичних війн, насилля тощо, які призводять до тотального регресу і дають підстави сумно окреслювати наш час Століттям Сатани (цей “діагноз” в 1995 році поставила сучасності відома газета New York Times).

Натомість Каганець на підтвердження своєї думки подає характеристику нового суспільства, запропоновану різними мислителями: високі етичні засади, моральність, любов, терпимість, різноманітність, розкриття можливостей людського мікрокосмосу, виявлення талантів і здібностей, цілісне, екологічне мислення, культ краси та чесної праці (10; 95-96). Український науковець переконаний, що саме дослідження свідомості займатимуть провідне місце у формуванні парадигми інформаційного суспільства, адже, як пише С Гроф: “Всесвіт сучасної фізики подібніший до системи мислительних процесів, ніж до велетенського годинникового механізму... об’єднуючим принципом в космічній мережі є свідомість як первинний атрибут існування” (10; 103). Нарешті, нова філософія та релігія України III тисячоліття, за Каганцем, буде синтезом попе-

редніх філософських та релігійних систем, а в значній мірі — і поверненням до первісних чистих джерел, найперше — християнських і ведичних (10; 144). (А оскільки власне із цих першоджерел черпає свій початок традиція світоглядної публіцистики, сподіваємося, що відбудеться повернення до цієї наразі ігнорованої форми журналістики).

До аналогічних висновків щодо зміщення акцентів від технологій до вивчення ества людини приходять вищезгадувані автори бестселера, вчені Драйден та Вос. Вважається, що 1970-ті роки — час відкриттів у сфері космосу, 1980-ті роки вони називають десятиріччям скупості, а 90 рр., на думку авторів, стали періодом повторного відкриття власного внутрішнього ества, коли “ми нарешті підійшли до усвідомлення й використання величезного потенціалу людського мозку” (5; 73). Недаремно одним пунктом у грандіозному навчальному плані сінгапурського уряду за 1997 рік є “застосування творчого мислення у навчальних програмах для досягнення в цій сфері такого ж високого рівня, як і в математиці та природничих науках, де в нас найвищі результати на іспитах” (5; 92). Тож, як не парадоксально, електронний мозок людства (Інтернет) став спонукою до глибшого вивчення саме мозку людини, значно потужнішого за свій мережевий ерзац.

Із перелічених вище ознак нового інформаційного суспільства випливає логічне запитання: що саме посприяє виникненню нового типу мислення? Відповідь буде чи не однозначною: інформація. Але інформація креативна, актуальна, світоглядного характеру, а не руйнівна, негативна і дочасна. Відтак роль мас-медіа як найпотужнішого продуцента інформації важко переоцінити, як і заперечити те, що настає епоха глобального інтерактивного журналізму, що означає не тільки зростання популярності цієї професії та попиту на її фахівців, а насамперед — повернення ваги й (без)цінності Слова, повернення до суспільства знань, що ним були українці віддавна. Таким чином, виникнення нового типу мислення — ніщо інше, як реконструювання старого, давнього, органічного світомислення, притаманного українцям; повернення до джерел, але вже на іншому цивілізаційному рівні. І питання слід ставити інакше: як посприяти його відновленню, як оберігати від мутацій, від маніпуляцій, від сучасних клонованих стереотипів, ідеологем й квазіістин, від ін’єкцій маскульту, мамони й законів ринку (чит. джунглів), що призводять до одноразового звикання пересічних обивателів? Як налаштувати їх душевні приймачі на хвилі світоглядної інформації та космічного мислення? Простої відповіді годі знайти, як і рецепту для лікування цієї прикрої часткової “амнезії”... Однак неодмінним компонентом рецепту (і чи не найвагомішою його складовою) була, є і буде світоглядна публіцистика (світонастановча, концептуальна, універсальна, християнська, автентична, антропософська публіцистика), покликана ще віддавна виховувати моральний (чи то пак вічно “новий”) тип мислення людини, наближуючи її до універсуму.

Дві парадигми сучасної журналістики

Термін “світоглядної” публіцистики вперше з’явився у працях відомого українського публіциста, доктора філософських наук, члена Української Вільної Академії Наук і НТШ Миколи Шлемкевича (1894-1966). У своїй статті “Новочасна потуга (Ідеї до філософії публіцистики)” він подає масштабне до-

слідження й теоретичне обґрунтування цього нового для тодішнього українського журналістського дискурсу концепту, що й донині залишається “білою плямою” науки журналістики (йдеться передовсім про теорію). У нашому дослідженні ми не будемо зупинятися на генезисі поняття “публіцистика”, яке виникло як суспільно-творче, духовне явище значно раніше за поняття “журналістика”, “журналізм”, адже ця студія претендує на окрему історіографічну розвідку. Почнімо з того, що, як ніколи, на часі — виокремлення і детальніше вивчення світоглядної публіцистики (СП — аббревіатура, якою ми послуговуватимемося надалі в нашій роботі) як окремої, самодостатньої і традиційної для України (!) парадигми журналістики, на протигагу іншій, звичайній і популярній прозахідній парадигмі — інформаційного журналізму (ІЖ). Кожна з них — невід’ємна і вагома частина комунікативного процесу, що займає свій сектор інформаційної площини, а відповідно, орієнтується на певну цільову аудиторію, має свою специфіку подачі інформації, методику її обробки, жанрові особливості, вимоги до написання та рівня мислення, відповідну підготовку фахівців тощо. Звісно, ці дві парадигми взаємопов’язані між собою, бо не можна інформувати, не впливаючи на свідомість, так само, як не можна формувати світогляд, не інформуючи.

Але чому все частіше теоретики і практики журналізму усього світу переймаються майбутнім цієї професії, представники якої поступово перетворюються на простих “посередників”, медіаторів (*media-worker*) чи, то пак, постачальників голих фактів, не більше?

У нашому дослідженні йдеться, власне, про один аспект цієї проблеми, що зводиться до дихотомії СП/ІЖ, адже нині порушено баланс між двома взаємодоповнюючими парадигмами, коли сектор ІЖ займає значно більшу площину інформації (причому за допомогою сучасних технологій його зростання відбувається із геометричною прогресією), витісняючи СП та й, взагалі, публіцистику як явище. Очевидні “симптоми” — істотна перевага заміток і репортажів над нарисами, памфлетами, есеями. Недаремно В. Різун, директор Інституту журналістики КНУ ім. Т. Шевченка, констатує прикрий факт, що школу публіцистики ми втратили, у співвідношенні інформаційної журналістики і справжньої аналітики спостерігається очевидна диспропорція. Хоча, як не парадоксально, теоретичної школи публіцистики як такої ми ніколи не мали (окрім поодиноких наукових праць), позаяк маючи колосальну і неперервну (!) традицію практики СП. Адже ще півстоліття тому М. Шлемкевич порушував (і безрезультатно) питання відсутності дослідних інститутів преси, а зокрема *катедри публіцистики*, що її не маємо донині.

Тож модерна тенденція до розмежування цих двох парадигм журналістики очевидна, а тому виникає потреба розробки окремих навчальних програм для підготовки медіа-працівників та журналістів-публіцистів; зрештою, як і нагальна потреба у створенні національних інститутів публіцистики із відповідними катедрами. На шляху до їх створення: розробка теоретичної методології; активізація журналістського дискурсу щодо поставленої проблеми на всіх рівнях (від студента — до директора Інституту журналістики, від якісних — до масових/жовтих ЗМІ, від університетської періодики — до он-лайн-форумів та мультимедій); видання збірок української та зарубіжної СП для студентів-журналістів; рейтингова практика; запровадження спеціальних предметів у фунда-

ментальну підготовку майбутніх журналістів у вищій школі тощо. І вагомим кроком у цій справі мають стати відповідні науково-теоретичні студії, в результаті яких порушене питання перейшло би з розряду неротованої гіпотези в загальновідому аксіому.

Досліджуючи біном СП-ІЖ, систематизуючи та типологізуючи ці дві журналістські парадигми на основі їхніх детермінуючих, визначальних компонентів та ключових ознак, ми спробували скласти підсумкову таблицю, подану нижче (студії порівняльних парадигм перебувають на стадії розробки, а тому таблиця не претендує на вичерпність та остаточність результатів).

Таблиця порівняльних парадигм сучасної журналістики

Ключові детермінанти	Парадигми журналістики	
	СП	ІЖ
Журналіст	Публіцист, колумніст, оглядач, аналітик (часто — позаштатний дописувач), письменник, мислитель, світоч	Медіа-працівник, спецкор, репортер (найчастіше штатний працівник редакції), посередник (медіатор), комунікатор, диктор
Міфічне підґрунтя, давня форма	Іріда, Мелета (гр.), Тот (єгип.), ворон Одіна Хугін (аналізуючий факти) (сканд.), птаха Гамаюн (рос.), архангели; оратори, ритори, апостоли, пророки, оракули, шпільмани (нім.), гуманістипросвітники, проповідники	Гермес, Меркурій (гр.), ворон Одіна Мунін (збирач та запам'ятовувач фактів) (сканд.); квестори, префекти (рим.), кедії (англ.), нувеллісти (фр.), дяки та піддяччя (рос.)
Види ЗМІ та їхня характеристика	Якісна преса, часописи, наукові та науково-популярні видання, художня література	Інформагентства, преса масова, жовта (бульварна, таблоїдна), розважальні ЗМІ, “чеківий” журналізм, форма PR
Правидання	Acta Senatus (“Протоколи Сенату”)	Acta diurna populi romani („Щоденні протоколи римського народу”)
Методи пізнання та жанровий поділ	Аналітичні (коментар, стаття, рецензія, огляд, лист, звернення); художньо-публіцистичні (нарис, зарисовка, фейлетон, есей, памфлет, гумореска, байка, пародія), та ін. методи (межові жанри: фокусоване інтерв'ю, нарис на основі глибокого тестування, огляд із психоаналітичним припрацюванням символіки тощо)	Інформативні (замітка, звіт, інтерв'ю, репортаж, кореспонденція); частково — аналітичні
Особливості стилю й професії	Спільні: інформаційність, адаптивність, публічність, вербальність, багаторівневість, багатофункціональність, соціономізм, опосередкованість, невичерпність, адекватність потребам часу і ситуативній реальності, високий ступінь відповідальності, етичність, відкритість професії і т.ін.	

	Публіцистичність, аргументація, полемічність/дискусійність, діалектичність, документалізм, евристичність, світоглядність, компетентність, двозначність, підтекст, образність, метафоризація, символізація, оригінальність викладу, авторський стиль, креативизм, синкретизм, полідисциплінарність, перспектива /ретроспекція	Однозначність, мінімум образності, сенсаційність, динамічність (інформаційний дош), ритмічність, щоденність, циклічність, відсутність авторського стилю, вузька спеціалізація, розважальність, шаблонізація, стандартизація, статистичність, дочасність, злободенність, спонтанність, ситуативність, неупорядкованість, мобільність, симультанність
Текст	Писабельний, макротекст; “холодні медіа”, що потребують осмислення, доповнення думками реципієнта (за Мак-Люганом)	Читабельний, мікротекст; “гарячі медіа”, які залишають реципієнтові лише пасивне сприйняття
Хронотип	Сучасність (стабільна актуальність), субстанційність, низький процент старіння інформації	Оперативність (поточна актуальність), подієвість, дочасність, високий процент старіння інформації
Практична спрямованість	Формування світогляду, формулювання суспільної думки, консолідація суспільства	інформування (“форматування” і стандартизація свідомості), розщеплення суспільства
Мотивація	Світопізнавальна, націєтворча, опінієтворча, месіанська, дидактична	Інформаційно-пізнавальна, розважальна (гедоністична), маніпулятивна, пропагандистська, рекламна
Механізм дії	Пояснення складних понять, явищ, феноменів, процесів; впровадження нових ідей, постановка світоглядних проблем	Спрощення, уникнення складного, примітивізація і деконтекстуалізація (виривання з контексту), фрагментарність
Масштаб впливу	Глобальний (макрорівень)	Локальний (мікрорівень)
Об’єкт впливу	Ядро особистості, глибинні пласти свідомості людини й суспільства (світогляд, світорозуміння, світосприймання, сфери: духовна/душевна, психічна, інтелектуальна)	Поверхневі пласти свідомості: буденна/повсякдення (рівень поінформованості, обізнаність, ерудиція)
Форма спілкування	Діалогічна, полілогічна (міжособистісний контакт)	Найчастіше — монологічна (контакт із масами)
Аудиторія	Загальна (для кожного), активний (творчий) суб’єкт	Загальна (для всіх), пасивний суб’єкт впливу
Суспільна роль	Моральний авторитет	Інформаційний банк даних
Тип мислення автора	Стереоскопічний, моральний, “лабораторний” (теоретичний +	Буденний, споживацький (практичний), калькуляцій-

	конкретно-образний + художній), цілісний, космічний, універсальний	ний (за М. Фуко)
Тип свідомості автора	Світоглядний (брахмани), етичний	Предметний (шудри)
Домінанти	Принцип, ідея	Факт
	Слово	Слова (набір знаків)
	Знання, пізнання	Інформація, поверхнева обізнаність
	Правда (істина)	правдивість, правдоподібність, претензія на істинність
	Чин, дієвість	Пасивність/діяльність
	Свобода думки	Сваволя думки (надуманість), інформаційний диктат
	Універсальні цінності	Ситуативні цінності, розмивання етичних і ціннісних орієнтацій
Форма журналізму	Персональний журналізм	Масовий журналізм
Основа	Аксіальна (осьова)	Ретіальна (багатопроектна)
Питання	Чому? Навіщо? З якою метою? Причини, наслідки, прогнози?	Що? Де? Коли?
Наповнення інформаційного поля (наслідки)	“Екологічно” чиста інформація (її нестача в ЗМІ), оздоровлення суспільства	Забруднення деструктивною, негативною інформацією (її надмір у ЗМІ), глобальна екологічна проблема

Така типологія журналізму спростовує більшість парадоксів журналістської професії, про які пише Л. Світч у навчальному посібнику “Профессия: журналист” (хоча вона і подає аналіз чотирьох моделей журналіста й основних спеціалізацій: репортера, аналітика, публіциста, ведучого ток-шоу) (14; 65-104). Річ у тім, що подані парадоксальні ознаки є властивими тій чи іншій парадигмі (СП і ІЖ), а отже, парадоксальність слід розглядати не в межах сукупних ознак, а в межах окремих парадигм, які вони характеризують:

- 1) бажання заглибитися (СП) — оперативність, а відтак — дилетантизм, поверхневність (ІЖ);
- 2) інтроверсія особистості (СП) — екстраверсія професії (ІЖ);
- 3) письменники/публіцисти, мислителі, філософи (СП) — “і всі, і ніхто” (ІЖ);
- 4) творча незалежність (СП) — колективне редагування (ІЖ);
- 5) суб’єктивність (СП) — відсутність власної думки, об’єктивність (ІЖ);
- 6) позачасово актуальне, субстанційне (СП) — дочасне (зобразити те, що завтра буде вже не потрібним) (ІЖ);

7) (властиві як СП, так й ІЖ: мультидисциплінарність, поєднання навичок організатора, автора, редактора; потреба у відпочинку / неможливість відпочинку, залежність / незалежність тощо).

З-поміж трьох “китів” СП (*Слово, принцип, світоглядність*) ми коротко зупинимося на першому, аби спробувати простежити еволюцію журналістики від простого Слова (усного, письмового) (Слово ми цільово пишемо з великої літери, маючи на увазі біблійну першооснову світу); через книгу та СП (як проміжна ланка), в основі яких закладене те ж Слово; і, нарешті, до сучасних парадигм ІЖ та ЕЖ, в основі яких — інволюція Слова, що розсипається, як у “Матриці”, на безліч інформативних знаків, які в сумі дають нуль:

$$\text{Слово} \Rightarrow \frac{\text{книга}}{\text{Слово}} \Rightarrow \frac{\text{СП}}{\text{Слово}} \Rightarrow \frac{\text{ІЖ} + \text{ЕЖ}}{\text{слова(знаки)}}$$

У результаті отримуємо прикрий дріб, що дорівнює нулю, а отже, очевидна деградація журналізму як світотворчої професії. Для покращення ситуації необхідно насамперед повернути Слову його сакральне значення і врівноважити існуючі парадигми. Окрім того, гадаємо, на часі — виокремлення ще однієї, не менш важливої модерної парадигми — електронного журналізму (ЕЖ), із властивими саме йому досить суперечливими ознаками: гіпертекст (гіпермедіа), анонімність (а тому часто некоректність, безвідповідальність, неточність), відсутність редагування, лавинність інформації, полілогічність, можливість онлайн спілкування із читачами, інтерактивність, саморегуляція тощо. На жаль, у секторі ЕЖ (як і в загальній площині ЗМІ) більшість становить ІЖ, а зокрема розважальний журналізм, для якого в англійській мові навіть існує неологізм-відповідник *infotainment*. Отож, ін’єкції світоглядних імперативів потребує не тільки преса, телебачення і радіо, а й електронні ЗМІ — продукт революції комп’ютерних технологій та Інтернету, яку науковці часто прирівнюють до революції Гутенберга.

Образно висловлюючись, віртуальний змії ЗМІ багатоголовий: одна голова — світоглядна публіцистика (СП), друга — інформаційний журналізм (ІЖ), третя — електронний журналізм (ЕЖ); а тулуб — це світовий комунікаційний простір, що з нього різними каналами до трьох голів циркулює інформація. Цей змії то дихає вогнем, то лиже владі руку, то намагається пожерти одну зі своїх голів. І хтозна, скільки і які ще голови в нього можуть вирости з часом, проте відомо точно: нині навіть без однієї він стане неповноцінним...

Соціонічне підґрунтя української СП

Чому СП не властива американській цивілізації, яка не має навіть відповідної дефініції, натомість принцип світоглядності — один із найвагоміших серед слов’янських народів, а насамперед — для України? Відповіді на це запитання слід шукати власне в менталітеті етносу, в його світонастановах ще до оформлення в націю та державу (що відбувалося в Україні щонайменше чотири рази: Київська Русь, Галицько-Волинське князівство, Козацька держава, УНР).

Соціоніка (наука про розвиток і взаємодію психоінформаційних систем) розглядає 16 соціонічних типів особи (соціотипів), виокремлюючи зокрема со-

ціоти́пи різних націй (як інтегральних осіб). У нашому дослідженні є надзвичайно слушною характеристика українського соціотипу, яка повністю пояснює наявність та причиновість української СП.

Український соціотип, як стверджують дослідники українського характеру, — етико-інтуїтивний інтроверт (псевдонім “Доктор Ватсон” або “Миротворець”), а відтак — український етнос: етичний, інтуїтивний, інтровертований, раціональний (10; 51). Таким чином, найбільш розвинутими психічними функціями української душі є так звана “етика відносин” (етика любові), що дозволяє орієнтуватись у питаннях людських стосунків, моральності, симпатій; та “інтуїція здібностей” (творча функція), що дозволяє добре бачити людські таланти, потенційні можливості, орієнтовані на пошуки в людській душі “образу Божого”, сприймати світ як цілісність, у якій “все впливає на все” (10; 110).

Ігор Каганець у “Нації золотих комірців” подає ціле мозаїчне панно характеристики українського соціотипу, якому властиві: релігійність, поетичність, прагнення до чогось *ідеального* (тут і далі виділення наші), бажання проникнути в *сутність* речей; його інтровертована психіка в основному орієнтована на *внутрішній світ*, на власний *мікрокосмос*, на *пошуки істини* в людській душі, котра є образом Божим; він прагне розкрити цей внутрішній світ (тому тут є чудові вчителі, вихователі, *оратори* та *письменники*); його світогляд характеризують почуття любові до людей, *високий гуманізм*; він більше орієнтується в *духовному світі* людини, ніж у її ділових якостях; головний інтерес — у пошуках можливостей всередині того, що є, що ймовірно або відомо; він хоче, щоб його робота зробила внесок у щось, з чим він стикається — в *людське розуміння*, щастя або здоров’я; він дуже цікавиться *новими ідеями*, схильний до *внутрішнього і широкого бачення* (до цього соціотипу належать Г. Сковорода, П. Юркевич, Т. Шевченко, М. Бердяєв, В. Соловйов, Ф. Достоевський, Є. Плужник, О. Братко-Кутинський) (10; 51-53). Виділені слова — ключі до феномену СП, першопричина її появи, її органічного функціонування в межах українського етносу. Адже саме у формі СП тогочасні мислителі могли реалізувати себе, втілити свій креативний потенціал та енергетику життєдайного Слова-Суті (для українців — Слова-Трисуті), яке в сучасній журналістиці (а саме — у парадигмі ДЖ) втрачає сакральне й істинне.

У “Людському циклі” Шрі Ауробіндо Гхош писав: “Головний закон і призначення суспільства, общини або нації — прагнути свого *самоздійснення*; вони законно прагнуть знайти себе, усвідомити в собі закон і силу свого буття та здійснити його якомога досконаліше, реалізувати всі свої можливості, жити своїм *себе-відкриваючим* життям... Адже це — також істоти, жива сила вічної Істини, *само-маніфестація* космічного Духу, і вони тут для того, щоб висловити і здійснити своїм шляхом і в міру своїх здібностей певну істину і силу, і задум космічного Духу, що в них захований” (20; 46). І роль СП у функціонуванні цього “закону” очевидна, щобільше, саме СП стає теоретичною базою тих самоздійснень, себе-відкривань, само-маніфестацій, які потім реалізуються або не реалізуються в житті нації і кожної людини зокрема.

Таким чином, можемо говорити про *націєтворчу функцію* СП, а відтак — націєгенетичну, оскільки у СП закодовано усі мікро- і макрокоди етносу, що активуються під час процесу рецепції текстів. О. Бочковський стверджував, що етнос і нація відрізняються мірою *самоусвідомлення*: “Мусимо бо розрізнити па-

сивну національність від активної. Перша є стихійна і підсвідома; друга — свідома й організована. Модерну націю визначає саме активна національність. Нарід остільки стає нацією, оскільки всі його шари еволюціонують від пасивної (етнографічної) національності до активної (націогенетичної)” (1; 291). Роль СП — активізувати й організувати стихійне підсвідоме етносу, а отже, це вже не роль, а місія публіцистики. Недаремно найвизначніших представників СП вважали месіями, пророками, які, за кастократичною теорією Липинського-Каганця, належали до касты брахманів, до національної еліти, завдяки яким “нація досягає самоусвідомлення” (10; 14). Гесіода, Геродота, Платона, Йогананду І. Каганець називає “знавцями глибинних знань, тобто знавцями суті явищ” (10; 15).

Про публіцистичну традицію української літератури, спричинену не лише ментальністю, а й історичними обставинами, писало багато науковців: О. Білецький, Ю. Барабаш, М. Шлемкевич та ін. Останній пояснює вирішальне значення публіцистики в житті слов'янських народів, національний світогляд яких формувався не на університетських чи академічних кафедрах, а у світоглядних працях публіцистів: “Може, це не так історична тимчасовість, як якась своєрідна неминучість нашого духа. Може, саме в такій рішальній ролі публіцистики виявляється... особливо наше, українське прагнення поєднати мислення і діяння, прагнення до постійної близькості духа і життя” (17; 130). М. Шлемкевич також передбачає: “Коли сердечна туга і мрія українства не в сфері абстрактних цінностей, але в цінностях здійснюваних і переживаних, і коли згідно з цим темою українського мислення є щастя справедливого і одночасно гарного життя, тоді публіцистика буде й далі правдоподібно осередньою і рішальною силою тих шукань і прагнень” (17; 131). Науковець мав слушність, адже публіцистичну традицію, підживлену багатьма українськими мислителями минулого, продовжують нині Є. Сверстюк, Л. Костенко, О. Пахльовська, М. Жулинський, С. Кримський, І. Драч, Б. Олійник, І. Каганець, І. Дзюба та ін. Причому більшість публіцистики цих та інших авторів претендує на світоглядність, а не просто є аналітичною поточних подій (описовою публіцистикою), що швидко втрачатимуть актуальність.

Однак повернімося до соціонічного обґрунтування феномену української СП. Д. Чижевський вважав, що характерною рисою українців є визнання величезної етичної цінності за індивідуумом, визнання для кожної людини права на власний, індивідуальний етичний шлях, те, що ми б могли назвати “плюралістичною етикою” (Сковороди, Гоголя), за якою ідеал внутрішньої гармонії є найвищим ідеалом *етичної свідомості* (15; 22). Власне, такий тип свідомості із саме таким набором ціннісних орієнтацій є першоосновою СП як найоптимальнішого матеріалу для реалізації ідеалу. Каганець говорить про *цілісне мислення*, якому властиві синтетичність та уявлення про ієрархічну будову всесвіту, що український етнос найкраще з європейських народів заховав цей тип мислення: “Святкові обряди мудро створили умови для реалізації органічної потреби людини в активній співтворчості з природою, в прилученні до величного містичного життя Планети, Системи і Всесвіту, до найтісніших контактів з його *світотворчими, життєдайними енергіями*” (10; 105). Окрім того, вчений зазначає, що українському етносу властива *психоінформаційна мобільність* (здатність відчувати нові потреби часу), яка є визначальним фактором української ідеї, а також поривань до ідеалу краси, добра, справедливості, істини (10; 107). Своєю чергою, проф. С.Вовканич пропонує інший варіант універсального механізму

збереження національної ідентичності — ДІМ (*духовно-інформаційна мобільність*), що є своєрідним медіатором між процесами глобалізації та ренаціоналізації (3; 75). Зайве повторювати, що усе це — основа СП, себто природна основа, закладена в український характер ще до остаточного оформлення українців як етносу.

Щобільше, за деякими сучасними дослідженнями, знаннями про світобудову, українці володіли ще у кам'яну добу. Так, Братко-Кутинський пише про одну із семи загадок феномену України, що полягає у повній невідповідності надзвичайно високих ідеологічних засад формування світогляду українського етносу і примітивних умов життя: “Рівний сучасному або й вищий ступінь знань про світобудову був поширений на терені України в кам'яну добу” (2; 185). У принципі, нині маємо аналогічну парадоксальність ситуації, пов'язану насамперед із тим, що, по-перше, порушено ієрархію суспільства (часто роль національних брахманів-альтруїстів виконують меркантильні й приземлені містечкові шудри), а по-друге, світоглядні ідеї брахманів “не вписуються” у сучасний попит технократичного суспільства, а відтак ці ідеї (Відповіді на Віклик часу, за А. Тойнбі) ігноруються і в кращому випадку залишаються під палітурками. Відповідно, світовий інформаційний ринок не зацікавлений у СП, яка не затребувана навіть у країні, вихованій на її універсальних принципах.

Світоглядна ідеологія українців надзвичайно потужна (інакше вона би просто не пододала наш складний історичний шлях), але й механізми для її руйнації — надзвичайно сильні (насамперед тому, що вони вишукані, підступні й латентні). Прозахідний тип мислення абсолютно чужий для слов'янства, він руйнує традиційні світоглядні принципи і нав'язує нові псевдопроблеми та орієнтири, з якими маємо “дезорієнтацію на місцевості” (Ю. Андрухович). І це щойно перший етап шляху “навернення” під стандарт вільного громадянського суспільства. Другим етапом, очевидно, стане операція від'єднання нації від її егрегору і підключення до всесвітньої мережі гомогенного людства, що рівнозначне зникненню етносу як такого. Адже, як пише Братко-Кутинський: “Умовою нормального функціонування, виживання та поступу етносу є наявність у нього енергетичних зв'язків з космічною енергетикою Трійці, з планетарною енергетикою та постійний інформаційно-енергетичний контакт зі своїм національним егрегором. Підтримання та вдосконалення всіх цих зв'язків забезпечується проникненням релігійного світогляду у національний менталітет при умові, що цей світогляд вірно відбиває основні принципи структурування і функціонування Всесвіту. Лише в такому разі можлива оптимальна орієнтація етносу (нації) в середовищі і створення надійного ґрунту для розвою духовної, інтелектуальної, господарської та громадської активності” (2; 25). Автор переконаний, що світоглядна ідеологія українського етносу, який нині формується в націю, однозначно відповідає найвищому з відомих нині рівнів знань про світобудову. А отже, важко переоцінити значення української СП як органічного адекватну національного егрегора, як інтегральної візії людини й універсуму, як резервного фонду людських активів, нарешті, як сакрального архетексту етносу і його само-ідентифікації в нинішню епоху інтерактивного журналізму та реконструкції універсального типу мислення.

Замість висновків

З огляду на постановку проблеми, можуть виникнути такі запитання:

Навіщо виокремлювати СП, ускладнюючи типологію і створюючи хаос у дефініціях журналістики?

Насамперед для того, щоб цей хаос впорядкувати. І щоб наші суперечки мали сенс, ми повинні домовитися і визначити термінологічну чистоту термінів, за Сократом, бо знання може бути достовірне лише за допомогою поняття, яке строго фіксує в предметі особливі ознаки і риси. “Будь-яка наука, — писав Герман Гессе, — це передусім систематизація, впорядкування і в той самий час спрощення, певне перетравлення для духа того, що не перетравлюється”. Публіцистика як потужний інформаційний потік має добре розроблену ще за радянських часів жанрову диференціацію (яка, на жаль, є застарілою), тоді як тематична, присутня залишається осторонь. Адже здебільшого йдеться огульно про культурологічну, спортивну, політичну, аналітичну, гумористичну (зрідка екуменічну, філософську) та ін. журналістику, а не публіцистику. Натомість їй залишається невеличка ніша — ніша публіцистики як жанру (не явища, не феномену, не метажурналізму), що однозначно звучує і примітивізує поняття. На нашу думку, публіцистику як потужний інформаційний потік журналістики необхідно аналогічно диференціювати за тематикою та сферами функціонування, так само, як і запровадити окремі предмети з історії, теорії, майстерності власне публіцистики.

Чи уся публіцистика є світоглядною?

Ні, не вся, СП — публіцистика найвищої проби (золото іншої проби однаково є золотом, благородним металом). Межа між світоглядною (теоретичною) та описовою (практичною) публіцистикою тонка і не завжди помітна. Якщо текст відповідає вимогам та ознакам СП, поданим у таблиці вище, його можна віднести до СП, якщо ж він частково належить до ІЖ, то, відповідно, є прикладом описової публіцистики. Для наочнішої диференціації двох понять пропонуємо розглянути два визначення, сформульовані проф. В. Й. Здоровегою (1) та проф. Й. Д. Лосем (2).

1. Публіцистика — це твори, в яких оперативно (тут і далі виділення наші. — М.Т.) досліджуються й узагальнюються з особистих, групових, державних, загальнолюдських позицій актуальні факти та явища з метою впливу на громадську думку, суспільну свідомість, а відтак — на соціальну практику. При цьому публіцист вдається до своєрідного поєднання логічно-абстрактного і конкретно-образного мислення, впливаючи на розум і почуття людини, стимулюючи її певні вчинки, соціальну активність (6; 30).

2. Публіцистика — словесна й візуальна сфери моделювання свідомості, вияв динамізму людського духу, політичне й морально-філософське освоєння історії та актуальної суспільної практики, всеохопний засіб формування особистості, площина зазначення вартостей та інтересів людей, соціальних груп і націй, втілення їхньої культурної ідентичності” (9; 24).

Таким чином, із поданих вище дефініцій можна зробити висновок, що у першій йдеться про описову публіцистику (факт, оперативність, вплив на свідомість), тоді як друга має на увазі СП (принцип, моделювання свідомості, формування особистості). Втім, у працях В. Й. Здоровеги ми також зустрічаємо поняття “мислячої публіцистики” (6; 27) або ж “дослідницької публіцистики глибокої

цікавої думки, гуманної загальнолюдської ідеї”, яка, за прогнозами автора, буде розвиватися в передбачуваному майбутньому, відсуваючи “проповідницьку” публіцистику (6; 37). Своєю чергою, проф. М. Ф. Нечиталюк також згадає синкретичні твори (Гомера, Сковороди, Вишенського та ін.), в яких “органічно поєднуються художньо-наукове світоглядне відображення світу з публіцистичним спрямуванням змісту” (12; 213).

Чи поняття СП є синонімічним до “філософської” публіцистики?

Частково — так, але СП не обмежується виключно сферою філософії. У типології публіцистики з-поміж політичної, культурологічної, релігійної, філософської, економічної та ін. СП вирізняється тим, що поєднує в собі всі ці види, вона функціонує ніби на їх перетині, зосереджуючи увагу на інтегральній візії людини і світу (мікро- і макрокосмосу). Власне, оця між- і полідисциплінарність ускладнює розуміння СП, в якій філософічність — неодмінний і часто визначальний атрибут (до речі, нині відбувається процес зрощування журналістики та психології, що диктує появу нових жанрів медіапсихології). З іншого боку, публіцистика вже за своєю природою філософічна. Аналізуючи тяглість духовного процесу “світоглядної” публіцистики, що стоїть на межі філософії, М. Шлемкевич писав, що “публіцистика — це дрімуча філософія, а філософія — це свідомо своїх далекоюсяжних цілей і своїх методичних засад публіцистика” (17; 115). “Чим більше публіцистика стає світоглядною, тим більше в неї точок перетину із філософією, — переконаний проф. Й. Лось. — Саме для філософічного мислення характерні риси цілісності, універсальності й докорінності підходу та розгляду явищ” (9; 20). На нашу думку, найкращим адекватом СП є поняття універсальної публіцистики, втім, можна окреслити й такий синонімічний ряд: світоглядна (світонастановча, світопізнавальна, світоносна), універсальна, концептуальна, автентична, християнська, антропософська, субстанційна.

На яку аудиторію розрахована СП?

Відповідь на це запитання неоднозначна. В ідеалі СП, будучи ідейною кардіограмою етносу, мала би звертатися як до всього народу, так і до кожної людини зокрема, незалежно від її освіти, професії, релігії тощо. А читач брав би із тексту для себе стільки, скільки дозволяють його світоглядні горизонти; щобільше, СП покликана розширяти ці горизонти: постійно піднімати планку розуміння, активізувати внутрішні резерви людини, реалізувати її потенціал, вихопити зі стану пасивного конформізму, возвеличити в ній людське, стимулювати поступ і т. д. Внутрішня структура текстів СП нагадує сходи, якими читач піднімається догори: із кожною сходинкою він бачить і дізнається більше, ніж на попередній, а це стимулює його рухатися вперед і бачити ширше, тим паче, що шлях пізнання ми не починаємо з самого початку, а продовжуємо його після наших предків. Ще у XII ст. французи говорили: “Ми на плечах у древніх, як карлики, і бачимо далі за них завдяки тому, що вони бачили”.

На практиці, на жаль, відбувається інакше: альтернатива легкого читива (картинки) не тільки закриває своєю масою мізерний відсоток якісної публіцистики, а й загалом узалежнює реципієнта від простої подачі спрощених речей (даруйте за тавтологію), звужуючи і часто спотворюючи мислительні обрії (М. Цветаєва у вірші “Читатели газет” називає таких читачів “глотателями пустот”). Людині, що звикла дивитися собі під ноги, достатньо бачити сонце в калюжі.

Розмірковуючи над цією проблемою, М.Шлемкевич у книзі “Загублена українська людина” пише: “Взагалі світоглядні проблеми — це не проблеми мас. І тому й ці слова призначені для малих кімнат, і не для всіх людей. Маса оглядаються на свої провідні верстви. Вони шукають у неї відповіді на сумніви, що мучать... Ці наші мислі й шукання тепер виростають у моральний обов’язок провідної верстви!” (16; 13-15) Так-от, мета і моральний обов’язок авторів СП (провідної ідейної верстви, “авангарду духу”, Брахманів, світоців) — вийти з “малих кімнат”, в яких відбувається обговорення світоглядних проблем, і звернутися до маси (кшатріїв, вайш’ів та шудрів), в якій “достукатися” до кожної людини зокрема. Бо СП призначена не для маси, не для натовпу, *не для всіх*, — а для кожного. Звісно, у ситуації загостреної і практично непосильної конкуренції з ІЖ, автори СП мають докласти надзусиль, аби відновити і закріпити традицію творення й читання макротекстів. З цього випливає наступне запитання:

Хто є авторами СП?

Автори справжньої якісної СП мають бути непересічними, обдарованими і світоглядними особистостями (не обов’язково журналістами), здатними дати відповідь на виклик часу; моральними авторитетами своєї країни, які повинні мати універсальний тип мислення, а відтак — належати до брахманів, до духовної аристократії. “В кожному народі необхідно розрізняти дві складові: невелике число так чи інакше видатних людей і всю іншу кількісно переважаючу масу. Глибинні і найбільш індивідуальні відтінки духовної сутності народу виявляються лише в найвищих творчих досягненнях його громадян. Тому ця духовна аристократія справді формує душу народу, те первинне і основне, що і створює всю його особистість, силу і велич” (19; 639). Відповідь на виклик часу може дати не репортер, а публіцист-аналітик, спираючись на науку, а іноді й випереджаючи її, переконаний В. Здоровега, додаючи, що “мусить змінюватися сутнісний характер публіцистики” (6; 36), і “сперечатись треба не про те, бути чи не бути публіцистиці, а якій їй бути і що зробити, щоб талановиті люди в журналістиці та довкола неї були” (6; 37).

Так склалося, що з-поміж авторів СП найбільше філософів, філологів, істориків, письменників, політиків, але не журналістів. По-перше, багато зразків світової СП виникло ще до оформлення журналізму як професії; по-друге, в Україні через історичні обставини публіцистика часто виконувала роль політичної трибуни, оберегу української мови та культури (одне слово, була феноменом людських потуг, а не продуктом газет); по-третє, за тоталітарного радянського режиму не могло бути й мови про справжню СП (відтоді й донині в журналістиці не готують окремо публіцистів). По-четверте, автор СП має набути досвід, пройти довгий шлях, часто від простої замітки чи репортажу. У західних виданнях, наприклад, колумністами стають здебільшого журналісти з “ім’ям”, авторитети, а початківці “постачають” інформацію. Як не прикро, багато перспективних молодих журналістів ще на початку кар’єри підлаштовуються під формат редакції і втрачають *авторський стиль*, поповнюючи ешелони пересічних медіа-працівників. По-п’яте, СП — мультидисциплінарна, про що вже йшлося, а отже, авторами можуть бути представники інших професій, що перетинаються із площиною універсальних ідей, ідеалів та істин. Нарешті, кожна людина, хоче

вона того чи ні, щомиті вписує до космічного егрегору свою біографію, своє “я” і власну унікальну візію світу.

1. *Бочковський О. І.* Вступ до націології. — Мюнхен: Укр. техн.-госп. інститут, 1992.
2. *Братко-Кутинський О.* Феномен України. — Київ. “Вечірній Київ” / Українська академія оригінальних ідей. — 1996. — 304 с.
3. *Вовканич С.* Глобалізаційні процеси і збереження національної ідентичності: аспекти добра і зла // Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. — Вип. 25. — 2004. — С.67-83.
4. *Гаврилишин Б.* Дороговкази в майбутнє /пер. з англ/. — Київ: Наук. думка, 1990. — 208 с.
5. *Гордон Драйден, Джаннет Вос.* Революція в навчанні / Перекл. з англ. М. Олійник. — Львів: Літопис, 2005. — 542 с.
6. *Здоровега В.Й.* Теорія і методика журналістської творчості: Навчальний посібник. — Львів: ПАІС, 2000. — 180 с.
7. *Каганець І.* Запрошення до Великого Переходу // Перехід-IV. — 2000. — Ч. 1 (3).
8. *Каньгын Ю.М., Калитич Г.И.* Основы теоретической информатики — Київ: Наук. думка, 1990. — 232 с.
9. *Лось Й.* Журналістика перед новим викликом // Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. — Вип. 25. — 2004. — С.18-44.
10. *Миро Продум.* Нація золотих комірців. Психоінформаційна концепція України. — Тернопіль: СМП “Мандрівець”, 1994. — 168 с.
11. *Мосов С.* Формування інтелектуальних активів — наша опора в третьому тисячолітті // Дзеркало тижня. — 2005. — 6-12 серп.
12. *Нечиталюк М.* Іван Франко як редактор “скандальної хроніки” “Вісті з Галичини” // Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. — Вип. 25. — 2004. — С.205-221.
13. *Рутар Степан.* Методологічні аспекти аналізу суспільства і перспективи суспільного розвитку України // Український час. — 1993. — Ч. 2 (12).
14. *Свитич Л.* Профессия: журналист. Учебное пособие. — М.: Аспект Пресс, 2003. — 255 с.
15. *Чижевський Д.* Нариси з історії філософії на Україні. — Київ, 1992. — 230 с.
16. *Шлемкевич М.* Загублена українська людина / Життя і мислі. — Нью-Йорк, 1954. — 160 с.
17. *Шлемкевич М.* Новочасна потуга // Верхи життя і творчості. — Нью-Йорк-Торонто, 1958. — С.109-146.
18. *Шмаков Владимир.* Закон синархии и учение о двойственной иерархии монад и множеств. — Київ: София, Ltd., 1994. — 320 с.
19. *Шмаков Владимир.* Основы пневматологии. — К.: София, Ltd., 1994. — 704 с.
20. *Шри Ауробиндо Гхош.* Человеческий цикл. Пер. с англ. — Казань: Новый век, 1992. — 351с.

UNIVERSAL PUBLICISM: POLEMIC DISCOURSE ATTEMPT**Maria Tytarenko**Lviv Ivan Franko National University,
Univertyetska Street 1/361, 79000 Lviv, Ukraine

Tel. office: (032) 296-47-75

E-mail: journft@franko.lviv.ua

The article attempts to produce the polemic discourse upon two paradigms of modern journalism: universal publicism (UP) and informative journalism (IJ). Also, the comparable summary table was made based on its determinants. The author examines the sociological bases of Ukrainian UP, rooted in the history long before the ethnos appeared as a nation. Tracking the development of UP up till the modern epoch of interactive journalism, the author stresses the mission and the role of UP in transformation of traditional Ukrainian type of thinking, which tends to be the model of thinking of the modern society.

Key words: universal publicism, informative/electronic journalism, national/virtual egregor, sociotics, sociotype, epoch of interactive journalism, department of publicism, universe.

Стаття надійшла до редколегії 19.09.2005