

**Феномен національної самоідентифікації у публіцистичному мисленні  
Юрія Винничука (за матеріалами політичних коментарів у газеті  
«PostPostup»)**

*У статті мова йде про особливості та етапи еволюції публіцистичного мислення Юрія Винничука. Автор звертає увагу на особливості виявлення феномену національної самоідентифікації у політичних коментарях письменника, опублікованих у газеті «PostPostup».*

**Ключові слова:** *політичний коментар, публіцистичне мислення, національна самоідентифікація, мас-медіа.*

*The article deals with the features and stages of evolution of publicism thought by Yuriy Vinnichuk. The author pays attention on the feature of exposure of the phenomenon of national authentications in the political comments of writer, published in a newspaper «PostPostup».*

**Key words:** *political comment, publicism thought, national selfidentification, mass-media.*

Остання чверть ХХ століття і більшою мірою вже ХХІ ознаменувалися масштабністю та всеохопністю світових глобалізаційних та глокалізаційних процесів і, водночас, різким відмежуванням особистості від соціального простору. В свою чергу, глобалізаційні процеси та швидкий науково-технічний прогрес (НТП) спричинили пришвидшення світових інформаційних потоків і, як наслідок, – надмірну інформатизацію суспільства, що виявилася одним із факторів інтелектуалізації особистості.

Звичайно, ЗМІ, як найоперативніший засіб і найзручніша форма передачі інформації, не могли залишитися осторонь від особистісного відмежування, – з'явилися так звані «конвергентні», або «нові медіа», особливістю яких є поєднання властивостей відео-, аудіо- та друкованих

видань. Окрім того, у них з'явився ще один ресурс, за допомогою якого читачі можуть створювати власний медійний простір, – платформи та веблогів та моблогів. Обидва ресурси мають структури звичайних щоденникових записів з тією лише різницею, що доступ до моблогів можливий зі звичайних мобільних телефонів, що підтримують функцію GPRS, – тобто аудиторія має можливість брати участь у творенні власного інформпростору.

Початок XXI століття (особливо від часу так званої Помаранчевої революції) спричинив неабиякий інтерес до політичних комунікацій.

Це призвело до того, що відбулася так звана медієвізація політики, коли засоби масової комунікації створюють усі умови для символічної діяльності політиків, що проявляється через такий феномен поведінки, як гра на публіку. Основною функцією політиків у такому випадку є творення і вчасне (!) оприлюднення політичних міфів за усіма законами драматургії. А отже, політичні діячі перетворюються на акторів, котрі тісно співпрацюють із іміджмейкерами, соціологами, політтехнологами, але не із народом, котрий сподівається на адекватну поведінку політичних лідерів після завершення передвиборних кампаній.

За таких умов свобода слова, декларована Конституцією України, успішно перетворюється на профанацію і стає категорією бізнесу: одні комунікаційні канали позбавляються ліцензій, тоді як інші (нібито більш опозиційні) залишаються як «свідчення» демократичного розвитку суспільства.

Такий стан речей призвів до неймовірного тематичного і жанрового розмаїття газетних публікацій: наявні матеріали, які можна віднести до різних напрямів, – рецептурного, аналітичного (вихваляючого та дискредитуючого), критичного та ін. Можливо саме тому сьогодні спостерігається тенденція перетікання одних жанрів у інші.

Жанр політичного коментарю, з яким працює Ю. Винничук на сторінках газети «PostПоступ», зберігає усі зазначені вище характеристики і тенденції.

Загалом, коментар – це аналітичний жанр, метою якого є ознайомлення читача з перебігом подій за тривалий проміжок часу або низкою однорідних подій чи фактів за стислий хронологічний період із власне авторської точки зору, що передбачає глибокий аналіз політичних подій крізь призму авторського сприйняття дійсності. Цей жанр вимагає глибоких знань і вміння аналітично зіставляти факти, робити адекватні висновки. Політичний коментар як один із найпопулярніших жанрів сучасних мас-медіа, аби уникнути одноманітності та повторюваності явищ і дійових осіб, змушений відволікатися від постійного вживання офіційних понять. Автори газетних публікацій використовують ключові мовні ідеологеми. Роблячи їх пізнавальними знаками певної політичної лінії.

У нашому дослідженні ми маємо на меті розглянути феномен національної само ідентифікації у публіцистичному мисленні Юрія Винничука. Дослідженням феномену національної само ідентифікації у вітчизняному журналістикознавстві займається В. Буряк [1-2], серед зарубіжних вчених варто відзначити А. Маслоу [5] та ін. Проте усі вони залишають поза увагою існування так званої «радикальної» періодики, яка у відсотковому співвідношенні займає мало не 50% у структурі національного мислення.

У нашому дослідженні ми відштовхуватимемося від твердження В. Буряка про те, що «ефективність публіцистичного мислення залежить від того, наскільки воно чітко синхронізується з новими філософсько-естетичними, історично-психологічними параметрами доби» [2, с. 154], тобто в основі ефективного публіцистичного мислення лежить, насамперед, його взаємозв'язок із об'єктивною реальністю. Вищим рівнем публіцистичного (міфологічно-художнього) мислення є так зване концептуальне мислення, що передбачає відтворення фактів навколишньої дійсності через концепти.

«Публіцистичний момент у відображенні факту на рівні реального відображення існує як стильова, а не домінантна ознака, оскільки модель у мисленні відображеного факту не тотожна факту реальному, а існує як самостійна система, що має свою структуру» [1, с. 155]. Проте далі дослідник підводить до думки, що це твердження стосується аналітичних та художньо-публіцистичних жанрів, оскільки вони дають можливість на певний вияв суб'єктивізму. Проте дослідник залишає поза увагою так звану «народну» сатиричну журналістику, яка, в принципі, визначає сутність сучасної журналістики, і на яку претендує Ю. Винничук, позиціонуючи газету «PostПоступ» як «голос народу».

Самоідентифікація особистості відбувається у межах певної культурно-мовної та суспільно-політичної традиції, що склалася в певному соціумі й одночасно виходить за межі цього соціуму в глобальний соціокультурний простір, завдяки мові, втіленій в інформації, що репрезентує та ретранслює безліч цінностей, норм, рольових і поведінкових настанов, які значною мірою впливають на цей процес.

У такому випадку національна самоідентифікація – це одна із форм творчості людини, яка здійснюється через самопізнання, само становлення, реалізацію свого «Я», пошук свого національного призначення.

Одним із національно само ідентифікуючих факторів особистості є її мислення, що нерозривно пов'язане з тими умовами, в яких вона живе і розвивається. В свою чергу, мислення найповільніше проявляється через творчість. Відштовхуючись від особливостей творчості, мислення поділяють на художнє, основане на уяві (фантазії), та публіцистичне, що базується на реальних фактах.

Основними складовими національної само ідентифікації є, по-перше, усвідомлене використання національної мови у всіх сферах життя особистості; по-друге, почуття національної гідності; по-третє, почуття патріотизму.

Глобалізаційні процеси останньої чверті ХХ століття спричинили водночас певне нівелювання національного колориту (щоправда, в Україні така нівеляція була остаточно започаткована комуністичною ідеологією ще у 1921 році, після остаточної перемоги більшовицької партії), а також явище своєрідної «націєобраності». У зв'язку з цим почали розмиватися національні кордони між представниками різних держав і, водночас, почали зростати культурно-етнічні бар'єри (останні виникають не лише між різними державами, але й між різними етносами, що проживають на території однієї держави).

Так історично склалося, що Україна практично весь час територіально була (і залишається) поділена між кількома державами по лінії Дніпра, причому, на її території весь час проживали різні народності. Саме тому найважливішою складовою національної самоідентифікації є мова. Статистика твердить, що в сучасних ЗМІ мовне питання порушується в середньому двічі на день на теле- і радіоканалах і тричі – в періодичних друках та інтернет-виданнях. Причому, у кризових для країни ситуаціях частота ця зростає до 10 разів на день у нетематичних ЗМІ і до 13-14 разів на день у ЗМІ, що спеціалізуються на висвітленні політичних питань.

Не є винятком і газета «PostПоступ». Мовне питання (починаючи від можливості співіснування на державному рівні кількох мов, завершуючи вмінням адекватно і грамотно послуговуватися власною) піднімається Ю. Винничуком мало не в кожному номері. Відповідно, мовне питання у Ю. Винничука складається із таких позицій: українська – єдина державна мова в Україні; відповідно, українська мова мусить лунати з уст усіх українських політиків, причому, кожен українець, який поважає себе, повинен вміти грамотно і адекватно послуговуватися українською мовою.

Наприклад, ведучи мову про черговий мовний «реверанс» Інни Богословської, Ю. Винничук згадує її критику закону про подання наукових праць на здобуття наукового ступеня українською мовою: *«Еті недаумкі даже не панімают, что терміналогії нет українскай савременнай!»*

*Як мовжна писати наукові праці українською, обурюється Інна, коли українських технічних (в іншому варіанті – технологічних) словників не існує! А останній словник, який видано, – це словник Вернадського у... Тут маємо три варіанти: а) «в первай палавіне ХХ века», б) «даже в первай палавіне 20-х ХХ века» і в) «у 1924 році» [4, с. 5].*

Далі письменник веде мову про те, що, по-перше, такого словника немає, а по-друге до 90% мов світу успішно послуговуються латинською або грецькою термінологією. Окрім того Ю. Винничук наголошує на тому, що *«російську наукову термінологію, як і усі абстрактні поняття, творили українські вчені, яких Петро Перший стягнув до Москви. А творили вони цю термінологію просто і дохідливо за латинськими та німецькими зразками»* [4, с. 5].

Неабияк обурює Ю. Винничука і ставлення Інни Богословської (яка позиціонує себе українським політиком) до українських перекладів російських письменників: *«Ви подумайте! – волає Інна. – Ані же даже Пушкіна переводять на українській язык! І діти (тут драматизм її голосу нагадує плач Ярославни на валу) ізучают на нємислімом (!!!) украинскам языке еті велікіє строки!!!» ... Тобто цікава картина. Пушкін мордовською, чуваською, не кажу вж про польську, словацьку, македонську – це нормально, а українською – повний маразм...»* [4, с. 5].

Щодо адекватного використання мови, то тут Ю. Винничук цитує «афоризми» В. Януковича та М. Азарова. Так, наприклад, про В. Януковича зазначає таке: *«Жінці з Білої Церкви обіцяв: «Завтра до вас прийдуть хлопці і зв'яжуть вас телефоном». Добре, що хоч стримався і не згадав про праску...»* [6, с. 4].

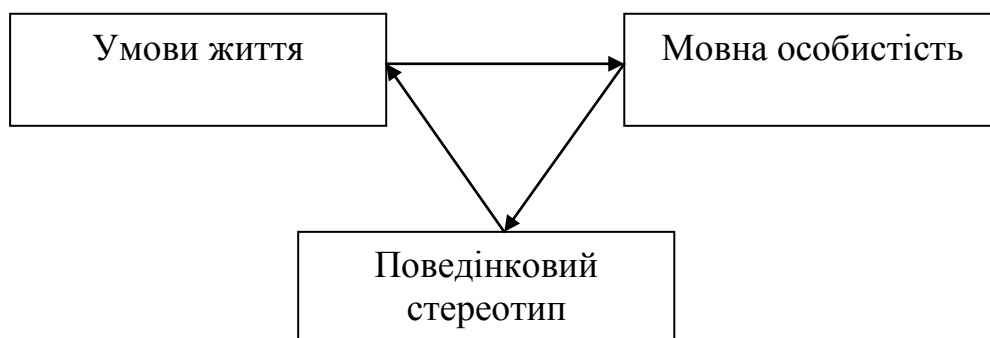
Свобода слова в Україні спричинила явище так званої «анархії ЗМІ». Скажімо, якщо, задля прикладу, в США ЗМІ зобов'язані розкривати одну і ту ж подію з різних позицій, то в Україні все залежить від того, чиї інтереси лобіюються у ЗМІ. Газета «PostПоступ», позиціонуючи себе радикальним українським виданням, висвітлює мовну (як і будь-які інші проблеми) лише з

однієї позиції. Навіть у службовій частині видання зазначається, зокрема, таке: *«Особистості, чия думка може вплинути на зміну редакційної політики: Михайло Горинь, Іван Дзюба, Ліна Костенко, Семен Глузман, Євген Захаров, Леонід Фінберг, Мирослав Маринович, Євген Сверстюк, Zbigniew Brzezinski, Vaclav Havel, Сергей Ковалёв, Adam Michnik»* [3-4, 6-7, с. 24].

Фактично, якщо розглядати газету «PostПоступ» на лінгвофілософському рівні, то ми стикаємося вже не тільки з таким фактором національної само ідентифікації як мова, але із ширшим та впливовішим фактором, що має назву «мовна особистість».

Взагалі, мовна особистість – це особистість, охарактеризована з точки зору впливу належної їй мовної культури на її особистісні якості та соціально-культурну ефективність її діяльності як суб'єкта суспільних відносин.

Мовна особистість Ю. Винничука розвивалась в умовах українськомовного патріотично налаштованого інтелектуального аналітичного середовища. Фактично, маємо справу із таким собі замкнутим колом: умови життя впливають на формування мовної особистості, а вже мовна особистість визначає поведінковий стереотип, що, в свою чергу, є основою формування умов життя:



Такий фактор як почуття національної гідності у публіцистичному мисленні Ю. Винничука виявляється через своєрідне «псевдо-приниження».

Для газети сатиричного спрямування таке «псевдо-приниження» є ні чим іншим як одним із тропів та своєрідним стильовим ідентифікатором.

Надзвичайно гостро піднімає Юрій Винничук проблему можливості існування українського в Україні: *«Не знаю, як вам, а мені хочеться здорової порції націоналізму для нашого народу... У Київські кав'ярню не взяли дівчину на роботу тільки через те, що вона спілкується українською мовою! Анатолій Близньок послав хлопця «балакати українською в Івано-Франківськ» Фантастика! ... Наразі українці ще є. А от націоналісти – далекі фантастика. Бо чому досі ще вікна у тієї київської забігайлівки цілі? Чому писок власника ще не напуцований до блиску? ... Не знаєте? А я вам скажу: бо нема у нас націоналістів...»* [3, с. 8].

Така радикальна налаштованість Ю. Винничука є ні чим іншим, як психологічним прийомом «підначування» – спонуканням українців до відстоювання своїх інтересів у своїй державі.

Неабияк обурює письменника і перекручування історичних фактів. Ведучи мову про Д. Табачника, Ю. Винничук пише: *«...хоч він й історик, але історик совєтської закваски. Тому фальшування історії для нього звична справа... Табачник натхненно розповідає, як мужні чекісти підкинули у гестапо документи, завдяки яким німці розстріляли кількатор оунівців. І знову історика підводить чуття міри, бо не було у Києві гестапо. Гестапо ніколи не діяло на окупованих територіях, а лише на тих, що були приєднані до Рейху...»* [7, с. 11].

І подібні перекручення фактів зустрічаються мало не в кожному випуску «PostПоступу».

Отже, національне «Я» Юрія Винничука має таку структуру: національне самоусвідомлення, вміння послуговуватися українським у побуті (не на публіку, а на рівні автоматизму – «бо інакше не можна»), любов до України та її історії, інтелект і вміння критично мислити. Відповідно. У своїх публіцистичних виступах і добірці матеріалів до газети «PostПоступ» письменник формує стереотип патріота-інтелектуала, створюючи тим самим



своєрідний еталон власного ідеального українця, який живе за принципом небайдужості до себе, своєї країни та місця у світі.

### Список використаних джерел

1. Буряк В. Архетипно-інтелектуальний феномен національної свідомісної ідентифікації і публіцистичне мислення / В. Буряк // Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика. Випуск 25. – Львів, 2004. – С. 97-111.
2. Буряк В. Генеза концептуальності сучасного публіцистичного мислення у контексті свідомісної парадигми ХХІ століття / В. Буряк // Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика. Випуск 21. – Львів, 2001. – С. 154-163.
3. Винничук Ю. Велике збирання українських земель / Юрій Винничук // PostПоступ. – 2011. – № 2 (53) березень. – С. 8.
4. Винничук Ю. Етат немислімий українській язык / Юрій Винничук // PostПоступ. – 2010. – № 1 (42) лютий. – С. 5.
5. Маслова А.Ю. Введение в прагмалингвістику: учебное пособие / А. Ю. Маслова. – М.: ПП Брагин, 2007. – 152 с.
6. Обсерватор Ю. Одна палка, два струна / Юзьо Обсерватор // PostПоступ. – 2010. – № 1 (42) лютий. – С. 4.
7. Обсерватор Ю. Табачник – прахвесар / Юзьо Обсерватор // PostПоступ. – 2009. – № 8 (39) жовтень. – С. 11.
8. Поліщук Я. Поліфункціональність міфу в поезиці модернізму / Я. Поліщук // Слово і час. – 2001. – № 2. – С. 34-45.