

Mukan V., Ph.D. candidate,
Institute of Philology Taras Shevchenko National University of Kyiv

BIBLICAL MOTIFS IN NICHOLAS KULISH'S DRAMA «PATHETIQUE SONATA»

The article is devoted to the characteristics of biblical motifs in Nicholas Kulish's play "Pathetique Sonata". The Christian allusions and symbols are analyzed. The following methods were used: descriptive, comparative and philological.

Key words: *Nicholas Kulish, "Pathetique Sonata", biblical motifs, Christian symbols*

Муқан В., асп.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

БИБЛЕЙСКИЕ МОТИВЫ В ДРАМАТУРГИИ НИКОЛАЯ КУЛИША НА МАТЕРИАЛЕ ПЬЕСЫ «ПАТЕТИЧЕСКАЯ СОНАТА»

Статья посвящена рассмотрению особенностей библейских мотивов в пьесе Николая Кулиша «Патетическая соната». В исследовании проанализированы христианские аллюзии и символы. В научной статье использованы следующие методы: описательный, сравнительный и филологический.

Ключевые слова: *Николай Кулиш, «Патетическая соната», библейские мотивы, христианские символы.*

УДК 821.161.2:82-92

Назаренко В. М., асп.,
Институт філології КНУ імені Тараса Шевченка

ЖУРНАЛ ЯК ПРОСТІР ГРИ: «ЛІТЕРАТУРНИЙ ЯРМАРОК» ТА «УНІВЕРСАЛЬНИЙ ЖУРНАЛ»

У статті розглядається дві відмінні журнальні стратегії, що є характерним виявом експериментальної ігрової настанови української літератури 1920-30-х років. «Літературний ярмарок» реалізовував насамперед естетичну настанову завдяки багатству представлених текстів та їх оригінального

коментування. «УЖ» досягає ігрового ефекту завдяки різноманітності наповнення та оригінальних прийомів оформлення, в т. ч. візуального.

Ключові слова: літературний журнал, гра, експериментальна література

В українському літературному процесі 1920-30-х років якісно нового рівня розвитку досягли друковані видання (газети, журнали, альманахи). Найточнішою характеристикою може слугувати таке визначення В. Шкловського: «Журнал може існувати лише як своєрідна літературна форма. Він повинен триматись не лише інтересом окремих частин, а й інтересом їхнього зв'язку» [11, 386]. Окрім журналів, що були майданчиками для висловлення ідейно-естетичних поглядів певних літературних груп (наприклад, «Нова генерація», «Плужанин», збірники «ВАПЛІТЕ») існувала також низка позагрупових видань, до яких належать аналізовані «Літературний ярмарок» та «Універсальний журнал» («УЖ»). Прикметно, що над обома виданнями працювали переважно одні й ті письменники. Так, ідейним натхненником обох журналів був Майк Йогансен, хоча, звичайно, у «Літературному ярмарку» головував формально М. Куліш, а фактично – М. Хвильовий. «Ідея утворення журналу-альманаху “Літературний ярмарок” належала Майку Йогансену» [5, 136]. Він же і запропонував таку назву, що мала наголошувати на принципову відкритість та позагруповість альманаху. Крім того, це цілком узгоджувалось із ідеєю М. Хвильового про «безорганізаційну організацію літературного процесу». Ідейно «УЖ» був зовсім іншим проектом: «[...] в нього [Йогансена] вже зародилася нова ідея: створити зовсім оригінальний журнал, не знаного ще в українській журналістиці типу англійського “меґезін” – “Універсальний журнал” (“УЖ”)» [5, 137]. До редагування залучили «ярмарчан» Юрія Смолича, Левка Ковальова та Олексу Слісаренка.

Обидва журнали мали потужну ігрову стихію, котра взагалі була притаманна експериментальній літературі 1920-30-х років. Специфіку ігрової настанови окреслила С. Жигун: «Гра, зреалізована у літературному тексті, виявляється як спосіб світовідчуття, як ставлення до світу. Вона визначає характер художньої умовності, образності та жанрової специфіки твору. Водночас вона присутня тою чи іншою мірою у всіх компонентах художньої структури» [2, 9]. Втім, у кожному окремому випадку ігровий вияв мав свою оригінальну форму.

Одразу впадає в око наголошення в обох журналах теми торгу: в «Літературному ярмарку» вона актуалізована вже у назві, а надалі активно обігрується практично у кожній книзі; в «УЖі» подибуємо таке редакційне самоозначення: «Універсальний журнал – це літературно-мистецько-громадський Універмаг» [6]. Це також елемент гри, адже таким чином задаються координати, в яких

існують читач та автори журналу, характер їхніх відносин: «Тексти [...] були призначені для читача, який чуттєво й невідчужено сприймає народну сміхову культуру, а водночас є інтелектуально освіченою людиною. Зона контакту між публікою і письменниками вибудовується на основі торгу – обміну цінностями» [1, 301].

Ігровим простором у структурі альманаху стає обрамлення поданих у «Літературному ярмарку» художніх текстів. Так, окрім прологу та епілогу у журналі вміщувались інтермедії, які коментували власне художні твори, часто в іронічному чи саркастичному ключі. Наприклад, ось що мовиться про оповідання Г. Коцюби «Обов'язок»: «Єсть такі жанри, єсть такі стилі, нарешті, єсть і такі автори, що про них в інтермедії (себто в легковажній п'єсі) говорити суворо забороняється: про них говорять тільки в т. зв. поважних критичних розвідках. Та, приймаючи на увагу, що Гордій Максимович Коцюба на цей раз дозволив редакційному блазневі не вириватися з загального тону інтермедій, ми й продовжуємо в тому ж таки інтермедійному дусі» [3, 73-74]; «А тепер давайте починати. Виробів нашого Ярмарку чимало і, значить, не треба гаяти часу. Перед, як бачите, веде “Лірика Фавста” О. Влизька – саме того поета, що дуже не любить, коли його порівнюють з Шіллером чи то з Пушкіним. Нелюбов цю Ви, шановний читачу, не можете не вітати. Але коли Ви не привітаєте і “Лірики Фавста”, то ми вже не знаємо чим Вас і почастувати. Йй-богу!» [4, 7]. Інтермедії в «Літературному ярмарку» виконували також роль голосу редакції, проте вже з книги 133 редагуванням кожного номера займався котрийсь із письменників «ярмаркому», прикметно, що оформлювач отримував назву «редакційного блазня», тобто мав певну свободу для гострої критики. Йдеться про структуру «текст у тексті» (за семіотичною термінологією), де ігрова стихія проявляється у специфіці нарації: «Тенденція до акцентації створеності художнього світу реалізується, перш за все, у так званій метапрозі, творах, нарративні моделі яких підкреслюють створеність тексту і в яких осердям нарації стає коментування принципів структурної організації. Формально найчастіше метапроза реалізується як конструкції типу “текст у тексті”, взаємодія між елементами яких створює ігрові ефекти» [2, 15]. Тісний зв'язок між власне художніми текстами та їх обрамленням забезпечували кожній книзі «Літературного ярмарку» потужну цілісність, насамперед художню.

«УЖ» будувався принципово інакше. Насамперед звернімось до спогадів Ю. Смолича: «[...] відштовхнувшись від “мегезін”, “УЖ” швидко знайшов оригінальну форму, а в своєму штукарстві та різних формальних еківоках був парадоксальним і нерідко навіть “заумним”» [5, 138]. Прикметною є постійна рекламна вставка: «Універсальний журнал – видається по типу

найкращих закордонних. Універсальний журнал – це журнал зовсім нового для українського читача жанру. [...] Універсальний журнал – це журнал всесвітніх і наших новин, фотомови, веселої розваги, спорту, красзнавства, мисливства, гострого фейлетону, всіх мистецтва, а насамперед – **сюжетної белетристики і сюжетної поезії**. Він багато ілюстрований. Девіз “Універсального журналу”: Нема на світі такої речі, що про неї не можна було б цікаво розповісти. [...] В журналі беруть участь найцікавіші з сучасних письменників, журналістів, художників, поетів та витівників» (виділено у першоджерелі) [6]. Фактично перед нами концепція журналу – багато ілюстрованого, наповненого різноманітним матеріалом та розрахованого на вибагливого читача. Звідси – багатство матеріалу, від художніх текстів (переважно мала форма, проте, повністю вийшов роман Ю. Смолича «Господарство доктора Гальванеску») до великого корпусу нарисів, науково-популярних статей та постійної рубрики «Наша система» з головоломками та загадками. Натомість «Літературний ярмарок» був журналом виключно літературним, де основним критерієм відбору текстів був естетичний. Переважну більшість становлять прозові тексти, бо саме 1928 та 1929 рр. відзначились потужним розвитком української прози, в т. ч. й великої форми, достатньо пригадати хоча б вихід у світ в тому ж таки «Літературному ярмарку» частин Йогансенової «Подорожі вченого доктора Леонардо». Уривки з «Мини Мазайла» Куліша друкувались в обох журналах.

Підбір текстів для «Літературного ярмарку» не базувався на жанрових чи тематичних факторах. Натомість в корпусі художніх текстів «УЖа» переважає сюжетна проза (що є концептуальною настановою) та чимало текстів з елементами екзотики, підкресленим «закордонним флером». Наприклад, «Пригоди професора Віляма Вокса на острові Ципанго» Леоніда Чернова чи вірш Яновського «Наваха із Толедо». Своєрідним продовженням теми чужих країв та їхніх особливостей стали численні нариси, котрі часто писались після довгих подорожей авторів: «Редакція УЖ’а відрядила О. Мар’ямова в цю далеку, довгу і небезпечну подорож, щоб у кожному наступному номері журналу радувати читача описом і чарівними фотографіями далеких, незнаних, привабливих країв» [8, 17]. Чимало уваги приділялося в «УЖі» й закордонним звичаям. Як правило, подібні статті та нариси писалися в підкреслено іронічній, навіть саркастичній манері. Наприклад, нарис «Божевільна держава» Павла Кельвера присвячено європейській моді: «Переможний похід екзотики, що полонила видхле мистецтво капіталізму, позначився й на моді з її ексцентризмами. Щоправда, американки ще не протикають ніздрів і не почіплюють до вухів будил, але портрети на панчохах дуже нагадують “задні” прикраси негритянок Момбата, а біла модниця з головою вбраною пір’ям, цілком скидається на свою

дикунську сестру» [8, 47]. Ще уїдливіше написані нариси на політичні теми, зокрема постійна рубрика огляду закордонної преси, якою опікувався Майк Йогансен: «Мабуть трішки цікавіша буде для свідомого читача така подія: в чужоземній галереї під час промови містера Буті (з Абердіну) якийсь молодий чоловік почав плескати в долоні. А що це порушувало парламентські звичаї, йому негайно запропонували вийти з парламенту. Він відмовився, його вивели силоміць. Виходячи, він гукнув: “Голосуйте за містера Саклагвалу!”» [6, 17]. А це – з нарису «А1 проти Н₂О» Валентина Бородкіна: «Попереджаємо читачів, що ніякої хемії в заголовку нема – дано лише концентровану аналізу виборчої ситуації. Хоч А1 – назва напою, але одночасно й ім’я прихильника алкоголю; веселого Еля Сміта, а скромну формулу води Н₂О складено з перших літер “су-хого” кандидата Герберта Гувера (Hoover). Не ми винні, що на президентських виборах воює Ель з водою» [7, 26].

Особливу увагу необхідно звернути на структуру обох журналів. Номери «Літературного ярмарку» компонувались за одним і тим самим зразком, змінювалась лише стилістична манера оформлення, залежно від «редакційного блязня», конкретного оформлювача. Два найяскравіших приклади тут – інтермедії Майка Йогансена (кн. 133) та Едварда Стріхи (кн. 138). Натомість наповнення номерів «УЖа» дуже строкате, неоднорідне, хоча є ціла низка постійних елементів: частини «Господарства доктора Гальванеску», серія «Проникливість лікаря Піддубного», блок подорожніх нарисів, обов’язково велика кількість ілюстративного матеріалу (як малюнків, так і фотографій), письменницька анкета. Дуже важливою була верстка кожного випуску. Так, № 3 за 1929 рік побудовано дзеркально, тобто читати можна і з початку, і з кінця. Перехід зроблено завдяки нестандартному розміщенню на шпальті оголошень про передплату різноманітних видань з припискою «Шановні читачі, якого крім цих журналів вам ще треба? Почне виходити незабаром!» [8, 58]. Прикметно, що обов’язковою була прикінцева рубрика із головоломками, загадками та ребусами. Зрештою, у № 7 ця рубрика винесена на початок номеру: «Практика довела, що ми вимагаємо від читачів УЖ’а розумової гімнастики не лише у відділі “Нашої системи”. Щосторінки, що-хвилинки читач (-ка) мусять ламати собі голову над веселими й дотепними “запитаннями УЖ’а” [...] Взявши в руки свіжий номер УЖ’а завжди доводиться добре обдивитися його з усіх боків (пригадайте-но верстку номера 3-го)... Все це змушує нас винести в заголовок цього номера назву “Наша система” [...] Весь УЖ – це гімнастичне приладдя нашої власної системи задля розвитку розумових здібностей в легкий, приємний, цікавий, розважливий спосіб. Читайте! Дивіться! Обмірковуюте, думайте і гадайте!» [9, 2]. Тобто журнал позиціонував себе як інтелектуальне читання, як такий, що

може давати загадки читачеві. Строкатість оформлення матеріалу в «УЖі» слугувала саме цій меті – розумовій грі з читачем.

Важливим є ще один аспект щодо оформлення альманахів. Інтермедії «Літературного ярмарку» завжди мали наскрізну тему та єдину стилістику. В «УЖі» наскрізною темою об'єднаний лише один випуск – № 7 (9) за 1929 р., причому в гумористичному ключі: всі матеріали про зиму, оскільки це єдиний спосіб мистецької боротьби із липневою спекою. Окрім низки фотографій із зимовими пейзажами, нарисів про зимові види спорту та холодні краї вміщено навіть конкурс для знавців української літератури «А ти що зробив для боротьби зі спекою?». Уміщено фото письменників, зроблене взимку: П. Іванів, О. Досвітній, М. Хвильовий, М. Йогансен, М. Куліш, І. Сенченко, Ю. Смолич, О. Слісаренко, Ю. Шовкопляс, О. Копиленко. Під ним текст: «УЖ зробив все, що міг. Зважаючи на спеку, УЖ зібрав десятох найсміливіших, найхоробріших, найвідважніших, найрішучіших і найзапекліших із УЖ'івських письменників. Вони зібралися ось тутечки на снігу, в кожухах та шкіряницях. І запряглися, що кожний з них вже написав був щось, хоч із пару слів про зиму й холод. А під таку спеку – це єдиний літературний вихід з становища. Редакція УЖ'а пропонує, отже, читачам негайно взятися до творів цих борців із стихіями й вишукати в кожного з них якусь цитату про зиму й холод [...]» [10, 23]. Як бачимо, ігрова стратегія реалізується в тому самому ключі – загадки для читача, активізації його інтелекту наперед. Натомість ускладненість структури «Літературного ярмарку» апелює як до інтелекту читача (інтертекстуальна насиченість художніх текстів та інтермедій), так і до естетичних почувань, оскільки втілена у викінченій художній формі. У «Літературному ярмарку» органічно поєднувались високохудожні літературні тексти з ігровою, навіть балаганною, манерою їх подачі. З огляду на це Т. Гундорова робить висновок про альманах як форму творення т. зв. «серединної» культури: « [...] ярмарок – це особлива форма культурного дійства, у якому витворюється специфічне комунікативне поле серединної культури. Така зона – передусім медіальна, точніше, інтермедіальна. Її формальна основа – поєднання слова, видовища, реклами, цирку, естради. Її культурна основа – *ярмаркова різноманітність і взаємодія різних соціальних, культурних і мовних практик*. Така культурна практика виникає на перетині класів, національностей, статей і рас, є полем поєднання високого офіціозу і низького гротеску, сферою неконфліктного співіснування торгу і мистецтва» [1, 296].

Отже, і «Літературний ярмарок», і «УЖ» – журнали, виконані у виразно ігровій манері, багаті за наповненням та оригінальні за оформленням. Однак «Літературний ярмарок» постав як явище суто літературне, в якому в ігровій

формі зреалізувалася художня настанова. Ігрове обрамлення та вміщені в альманасі тексти творять єдине ціле. В «УЖі» ігрове начало виявляється насамперед в строкатості а різноманітті матеріалу, а також у широкому використанні можливостей візуального оформлення. «УЖ» не творив єдиної художньої конструкції, цілісного художнього тексту. Прикметне таке зауваження з мемуарів Ю. Смолича: «З “УЖа” пішла ціла плеяда художників-оформлювачів-графіків: Каплан, Бондарович, Брискін та інші. “УЖ” знайшов і пустив у світ журналістики кілька чудових нарисовців – Олександр Мар’ямов, Бородкін, той же Ковалів [...] Але, найголовніше, “УЖ” – з Майкової легкої, до чорта талановитої руки – встановив певний *еталон* для нарису в українській журналістиці, визначив *рівень*, нижче якого стало *непристоїно* писати. Якість нарису, його *цікавість* у читанні стали тоді неодмінною і найпершою умовою для публікації» [5, 138-140]. Принциповою відмінністю між цими журналами було те, що за «Літературним ярмарком» стояла естетична концепція, а за «УЖ» – журналістська стратегія. А своєрідна ігрова форма робить кожен із них оригінальним зразком журналу як особливої літературної форми.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Гундорова Т. Транзитна культура. Симптоми постколоніальної травми: статті та есеї / Тамара Гундорова. – К.: Грані-Т, 2013. – 548 с.
2. Жигун С. В. Гра як художній прийом в епічному тексті (На матеріалі прози українських письменників 10-20-х років ХХ ст.). – Автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.01.06 / С. В. Жигун; КНУ ім. Тараса Шевченка, Інститут філології. – К., 2008. – 20 с.
3. Літературний ярмарок. – 1928. – Кн. 131. – 247 с.
4. Літературний ярмарок. – 1929. – Кн. 132. – 260 с.
5. Смолич Ю. К. Розповідь про неспокій. – К.: Радянський письменник, 1968. – 285 с.
6. Універсальний журнал. – 1928. – № 1. – 100 с.
7. Універсальний журнал. – 1928. – № 2. – 108 с.
8. Універсальний журнал. – 1929. – № 3 (5). – 113 с.
9. Універсальний журнал. – 1929. – № 5 (7). – 97 с.
10. Універсальний журнал. – 1929. – № 7 (9). – 82 с.
11. Шкловский В. Б. Журнал как литературная форма // Шкловский В. Б. Гамбургский счет: Статьи – воспоминания – эссе (1914–1933). – М.: Советский писателель, 1990. – С. 384-387.

Стаття надійшла до редакції 10.04.2014.

Назаренко В. Н., асп.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко

ЖУРНАЛ КАК ПРОСТРАНСТВО ИГРЫ: «ЛИТЕРАТУРНАЯ ЯРМАРКА» И «УНИВЕРСАЛЬНЫЙ ЖУРНАЛ»

В статье рассматриваются две различные журнальные стратегии, что является характерным проявлением экспериментальной игровой установки украинской литературы 1920-30-х годов. «Литературная ярмарка» реализовывала в первую очередь эстетическую установку благодаря богатству представленных текстов и их оригинального комментирования. «УЖ» достигает игрового эффекта благодаря разнообразию наполнения и оригинальных приемов оформления, в т. ч. визуального.

Ключевые слова: *литературный журнал, игра, экспериментальная литература.*

Nazarenko V. M., postgraduate,
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

MAGAZINE AS A SPACE OF PLAY: “LITERARY FAIR” AND “UNIVERSAL MAGAZINE”

Two distinctive magazine strategies that is peculiar manifestation of Ukrainian experimental literature of 1920-1930s are observed in the article. “Literary Fair” represented phenomenon of play by the diversity of presented texts and their original comments. “UM” achieves play effect by the diversity of materials and original layout.

Key words: *literary magazine, play, experimental literature.*

УДК 821.531 «19/20»

Налимова А. О., асист.,
Институт філології КНУ імені Тараса Шевченка

ЛИТЕРАТУРНІ ТРАДИЦІЇ ТА НОВАТОРСТВО У ТВОРЧОСТІ КОРЕЙСЬКОГО ПИСЬМЕННИКА ЛІ МУНЬОЛЯ

У статті розглянуто жанрові, тематичні та стилістичні особливості творчості корейського письменника Лі Мунйоля з точки зору традиції та