

ЛІТЕРАТУРОЗНАВСТВО

ДІАЛОГІЧНІСТЬ БАЗОВИХ КОНЦЕПТІВ ЯК КЛЮЧОВА ХАРАКТЕРИСТИКА МОВНОЇ КАРТИНИ СВІТУ В ПУБЛІЦИСТИЦІ МИКОЛИ ХВИЛЬОВОГО

Григор'єв О. М.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

У статті розглянута одна з принципових властивостей публіцистичного дискурсу Миколи Хвильового – його антитетичність. Протиставлення взаємозаперечних концептів мовної картини світу в памфлетах письменника зрезонувало із загальнокультурною ситуацією 1920-х років, яка визначалася гострою дискусійністю. Саме підкреслена діалогічність публіцистики Миколи Хвильового стала вирішальним чинником, який визначив межі літературної дискусії 1925-28 рр. і заклав фундамент новітньої української публіцистики.

Ключові слова: антитетичність, дихотомічність, комунікативність, дискусійність.

The article deals with one of the fundamental properties of Khvylovyi's journalistic discourse – it antistatichnist. The juxtaposition of opposite language picture concepts of the world in pamphlets and essays reflected general cultural situation of the 1920s, which was determined acute discussions. It emphasized the dialogic M. Khvylovyi's journalism was the decisive factor that determined the scope of literary discussions 1925-28 biennium. And laid the foundation of modern Ukrainian journalism.

Keywords: antitheticalness, dichotomicness, communicativeness, polemicalness.

Сучасна наукова практика засвідчує зростання питомої ваги інтегральних методів дослідження, які розмикають вузькі межі окремих дисциплін і методологічних підходів і виходять на рівень широких інтердисциплінарних узагальнень. Сьогодні лінгвістика, яка демонструє виразне тяжіння до загальноантропологічних методів, дедалі активніше застосовує когнітивний підхід до аналізу мовних явищ, причому дескриптивні стратегії поступаються місцем інтерпретаційним. Це вводить мовну практику в широкий культурний контекст. Твір “як ідейно-художній комплекс, як повідомлення, здійснене за допомогою мовного матеріалу, по-перше, охоплює певні явища дійсності (об'єктивний момент) і, по-друге, виражає ставлення до неї письменника (суб'єктивний момент). У силу цього в ньому переплітаються комунікативний та експресивний моменти” [8, с. 22]. Таке розуміння специфіки художнього, зокрема публіцистичного мовлення, утвердилося в лінгвістичній теорії у працях М. Бахтіна [3, с. 169], Г. В'язовського [4, с. 121], Г. Золотухіна [5, с. 45], О. Морозової [6, с. 161], Ц. Тодорова [9, с. 73], стало панівним у дослідженнях останнього часу (Н. Арутюнова [1], С. Аскольдов (Алексеев) [2], А. Оганьян [7], О. Толочин [10] та ін.).

Одним із таких методологічних підходів до інтегрального вивчення мовленнєвої діяльності є концептуальний аналіз тексту. Серед низки категорій цієї дослідницької стратегії меті нашої розвідки найбільше відповідає поняття концептосфери як ієрархічної системи ключових смислів мовної картини світу.

Доцільність аналізу публіцистики М. Хвильового під кутом зору характеристики найважливіших базових концептів у загальнокультурному контексті зумовлена кількома чинниками. Памфлети М. Хвильового безпосередньо формували масову свідомість свого часу, причому парадоксальним чином письменник сам виступав проти “омасовлення” читача. Концептуально він підтримував ідею “олімпійського” мистецтва, ініціював організацію

ВАПЛІТЕ, обстоював принципи найвищого професіоналізму тощо. З другого боку, категорично заперечував “просвітянство”, “плужанство”, “масовізм” у своїх памфлетах, хоча за широтою популярності й визнання серед читацького загалу був наймасовішим публіцистом. Його нариси та памфлети дають цінний матеріал для дослідження публіцистики як феномену масової свідомості, колективного несвідомого, масової чи популярної культури, кризової суспільної свідомості.

Однією з найвиразніших ознак публіцистичної творчості М. Хвильового є трансформація концептуальної метафори на ідеологему. Виняткова роль політичних, культурологічних, світоглядних параметрів метафоричних концептів письменника, їхня структурна дихотомічність, підкреслена оцінність та інші індивідуально-авторські особливості змушують докладніше розглянути антитетичність публіцистичного ідіостилю М. Хвильового за двома напрямками: по-перше, як властивість художньо-публіцистичного мислення письменника, по-друге, як характерний прийом, троп, щедро використовуваний у його памфлетах і нарисах.

Цикли памфлетів М. Хвильового “Камо грядеши” (1925) (“Куди йдеш”), “Думки проти течії” (1926), “Апологети писаризму” (1926), полемічний трактат “Україна чи Малоросія?” (1926) сконденсували в собі все розмаїття думок та ідейно-естетичних шукань періоду літературної дискусії в Україні (1925–1928 рр.). Ці публіцистичні твори (а також його роман “Вальдшнепи”) викликали гостру реакцію вульгарно-соціологічної критики та партійних ортодоксів.

Саме в цих памфлетах переконливо й багатогранно постає ідеологія, яку пропагує автор. Ідеологеми, як частини ідеології, емоційно яскраво забарвлені, мають як позитивне, так і негативне маркування і можуть змінювати знак відповідно до мети, якої хоче досягнути автор.

У публіцистичному дискурсі виділяють такі номінації як “образ ворога” (внутрішнього чи зовнішнього), “образ друга”, “світле минуле / світле майбутнє”, “образ лідера”, “національна ідея” та інші.

Так, наприклад, ілюструючи ідеологему “світле минуле / світле майбутнє”, М. Хвильовий із повагою описує минулі досягнення держави, але прогнозує кардинальні зміни на шляху її розвитку: “Інститут “вчених хохлів” ? це був необхідний історичний етап в розвитку української комуністичної думки. Тепер цей інститут віджив себе, і молодь, яка не загубила почуття своєї людської гідності, сьогодні хоче вийти на радісний творчий шлях радянського будівництва в супроводі справжнього товариського оточення”, “Наша економіка наздоганяє західноєвропейську прискореним темпом, отже, і в нашому житті наступає період бурного оживлення” (“Україна чи Малоросія?”), “Але й ніколи не було такої безшабашної свистопляски в тій же українській літературі, як за наших днів”, “А в результаті “молода” молодь за кілька років не дала жадної путньої книжки, – це тепер, коли стільки можливостей, це тепер, коли йде доба відродження, коли ми стоїмо напередодні небувалого розквіту молоді літератури!”

Пропагуючи західноєвропейські орієнтири, вбачаючи єдиний шлях до української культурної ідентичності в запереченні російських впливів, М. Хвильовий став московським антагоністом, що не могло пройти непоміченим.

Розглянемо номінацію “образ ворога” у творах Хвильового. Можна розрізнити “внутрішнього” та “зовнішнього ворога”. “Зовнішній ворог” – це Росія, а саме “Москва”, яка намагається впливати на молоду українську державу. “Соціальні процеси, що їх викликано непом, логічно ведуть до конфлікту двох культур. Українське суспільство, зміцнівши, не помириться зі своїм, фактично, коли не юридично, декларованим гегемоном – російським конкурентом” (11, с. 591).

“Внутрішній ворог” – це літературні опоненти Хвильового та його соратників, що “розшаркуются” перед Москвою, дрібна українська буржуазія, міщани, які “завжди жахалися оживлення”, “москвофільствующа галицька інтелігенція” (“Україна чи Малоросія?”).

На думку письменника, дві основні сили вели боротьбу на культурному терені в умовах непу: це культура “столипінського отруба” та культура міського непмана. При чому першу він уважав особливо небезпечною. Загроза примітивізації української культури через проникнення до неї сільської “просвітянщини”, “яка, з “гітарою під полою”... потягла по городу стрічки та лантухи з віршами” (11, с. 414), змушувала митця бити на сполох та закликати “з 10 вовчих ям 8 рити на бік глитайського степу” (11, с. 452).

Однак, викриваючи у своїх памфлетах загрозу культури “столипінського отруба” – “гопаківсько-шароварської просвіти, що, намацавши несподівані для себе можливості (прискорену українізацію), робиться червоною і йде “селозувати” (певніш профанувати) міську пролетарську культуру”, М. Хвильовий чітко протиставляв її тому “чорноземові митцю, до якого Тичина “посилав свої нерви” (11, с. 394). Письменник неодноразово акцентував увагу на думці, що “треба бути обмеженою людиною, щоб скося поглядати на українське відродження і добачати в ньому тільки столипінський отруб” (11, с. 609).

Щодо “образу друга”, то силою, здатною протидіяти негативним впливам на процес творення української культури, М. Хвильовий бачив передову інтелігенцію міста. На відміну від тих, хто вважав пролетаріат головною силою в культурному процесі, М. Хвильовий твердив: “Робітнична класа на Україні була до цього часу настільки відірвана від української культури, що на сьогодні вона не може дати безпосередньо від себе своїх діячів для цієї ж таки культури” (11, с. 462). Звідси і його теза про “олімпійство” в літературі, боротьба проти примітивізму, масовості, намагання будувати в Україні “повновартісну кількاظверхову культуру” (11, с. 272).

М. Хвильовий заговорив про конкуренцію української та російської культур, він виступив проти “російського диригента”, закликав орієнтуватися на Європу і висунув теорію “відродження нації”. Цього було досить, щоб ідейні опоненти назвали його погляди “українською шовіністичною модифікацією націоналістичної теорії Лебеда” (11, с. 58).

В образі “зовнішнього друга” у творах письменника постає Європа: “І до чого ж не везе тій “психологічній Європі”. Скільки вже місяців ляскають по ній перами, а вона все жива і все вище д’гори підводить свою прекрасну голову” (11, с. 598).

Поняття “Європи” у Хвильового має такі мінус-характеристики: не провінціалізм, не народництво, не буржуазність, не капіталізм у культурі. Особливу увагу письменник приділяє народництву. Він прагне творити пролетарську літературу, а народництво відкидає, засуджує, бачить у ньому потенційну небезпеку провінціалізму.

Європа Хвильового – це передусім “досвід багатьох віків. Це – Європа грандіозної цивілізації, Європа – Гете, Дарвіна, Байрона, Ньютона, Маркса. Це та Європа, без якої не обійдуться перші фаланги азіатського ренесансу”. Хвильовий закликає орієнтуватися на Європу не як європеець, а як людина з-поза меж Європи. Для нього Європа – це психологічна категорія – “певний тип культурного фактора і в історичному процесі, певний революційний метод” [11, с. 894].

М. Хвильовий яскраво подає ідеологему “героїв епохи” – “молодих пролетарських письменників”, “талановиту літературну молодь”, які здатні змінити ситуацію на краще та яких він значно поетизує: “Нове мистецтво утворюють робітники й селяни. Тільки з умовою: вони мусять бути інтелектуально розвиненими, талановитими, геніальними людьми. Хто цього не розуміє, той – дурень. А хто це розуміє і мовчить – той спекулянт. Молодь мусить бути ще етично чистою”, “Отже, гряде могутній азіатський ренесанс в мистецтві, і його предтечами є ми, “олімпійці”. Як свого часу Петрарка, Мікеланджело, Рафаель і т. д. з італійського закутка запалили Європу огнем відродження, так нові митці, з колись пригноблених азіатських країн, нові митці-комунари, що йдуть за нами, зійдуть на гору Гелікон, поставлять там світильник Ренесансу, і він, під дальній гул барикадних боїв, спалахне багряно-голубим

п'ятикутником над темною європейською ніччю” (“Камо грядеши”), “Волею історії виїде зовсім навпаки: російська література для свого відродження зможе знайти чарівний бальзам тільки під буйним живим деревом відродження молодих національних республік, в атмосфері весни колись пригноблених народів. Але це трапиться тоді, коли національні генії України, Білорусії, Грузії і т. ін. побідним тріумфальним кроком будуть іти по Західній Європі під грім фанфар, які розбуркають віковий сон жидкобородого “богоискателя”, які навіки придушуть в нім почуття великодержавницького шовінізму й примусять його поважати сусіда” (11, с. 602).

Серед головних складників публіцистичної мови М. Хвильового можна виділити ідеологеми, як частини ідеології, яку пропагує автор. Вони завжди емоційно забарвлені, можуть мати як позитивне, так і негативне маркування і змінювати значення відповідно до мети, якої хоче досягти комунікант. Використання ідеологем є ефективним засобом впливу на свідомість найширших мас, адже має нечітке значення, легко запам'ятовується та створює ілюзію розуміння.

Ідеологему автор твору утверджує за допомогою найменування – номінації, через яку він транслює свою ідею адресатові. Конструктивним принципом мови є чергування експресії та стандарту, чим досягається ефект “одивнення”, через те в публіцистичному тексті стратегія найменування часто реалізується через чергування стереотипних та авторських номінацій. Цим прийомом майстерно користується М. Хвильовий. До стереотипних належить концептуальна лексика, серійні метафори, політико-ідеологічні стандартизовані фразеологізми, до індивідуальних – авторські метафори, трансформовані фразеологізми, ярлики.

Теми, що їх порушував Микола Хвильовий у своїх памфлетах, охоплювали соціальний, економічний, культурний та політичний процеси в Україні. Кожна із цих тем ґрунтується на своїх лексемах, які в межах публіцистичного тексту шикуються в певний словесний ряд, але найвдаліші гасла стають символами доби, за якими можна буде судити про специфіку конкретної епохи. Концептуальні лексеми складають каркас тексту, виокремлюють ідею, орієнтують читача в запропонованій автором темі та не мають оцінного змісту.

Так, найчастіше вживаними, наскрізними для памфлетів Хвильового, що були написані під час літературної дискусії, є нейтральні лексеми *пролетарська література, республіка Комуни, пролетарське мистецтво, вульгарний марксизм, ревізіонізм, класове суспільство, радянська інтелігенція, українізація, масовізм, масове мистецтво* (“Камо грядеши”), *російське міщанство, порожній псевдоінтернаціоналізм, класова диференціація, військовий комунізм, книжковий ринок, культура пролетаріату, культурний розвиток, національне відродження, національний радянський рух, молоді союзи республіки, незалежна, самостійна держава, соціалістичне будівництво, почуття національної гордості, українське відродження* (“Україна чи Малоросія?”). Ці слова-терміни, а також авторські концептуальні лексеми *азіатський ренесанс, романтика вітаїзму* створюють каркас тексту, формулюють ідею та допомагають читачеві розібратися в темі, що висвітлює автор.

На відміну від концептуальної лексики, яскраво виражена оцінна функція покладається на метафори, адже завдяки цьому тропу автор впливає на свідомість читача, реалізує свій комунікативний намір.

Вибір певної метафори в публіцистичному тексті – це вибір стратегії переконання, за допомогою якої автор створює у свідомості адресата потрібний йому образ події або явища. Одним із критеріїв, за яким можна визначити роль метафоричної моделі, є використання різних стилістичних фігур, а саме антитези, інверсії, парцеляції, повторів, синтаксичного паралелізму. Власне, метафорою цей тип образотворення у М. Хвильового можна вважати лише умовно, оскільки інтертекстуальна мотивація таких металогічних утворень надає їм властивості, дотичні до природи метафори, метонімії, символу. Еволюція метафори в цьому напрямі відбувається паралельно з розвитком інтертексту. Останній особливо характерний

для творчості М. Хвильового, у якого діалогічність, алюзії й багаторівневі асоціації є невід'ємною ознакою авторського стилю. Причому найважливішим структурним принципом у їхній побудові є пряма або імпліцитна антитеза.

Важливим для дослідження лінгвістичних аспектів публіцистичної творчості Хвильового є з'ясування кола читацької аудиторії тогочасної України. Сьогодні мало хто з дослідників враховує той факт, що Україна протягом десятиліття 1920-х років перетворилася з практично неписьменної держави на країну “поголовної грамотності”. Це означає вельми специфічну читацьку аудиторію, яка прийшла в імперію друкованого слова через лікнеп і мала при тому надзвичайно драматичний життєвий досвід. Світова війна, революція, голод, розруха, ентузіазм перших п'ятирічок – лише згадка про ці соціальні катаклізми дає уявлення про те, що тогочасний читач був постаттю не зовсім ординарною. Мабуть, основною ознакою тогочасної медіа-аудиторії була виразна кризова свідомість, здатна реагувати лише на сильні подразники. Ця аудиторія потребувала дискусії, конфлікту ідей, зіткнення інтересів – і це своєрідне “соціальне замовлення” було найкращим чином виконане: дискусія, розпочата М. Хвильовим, максимально відповідала горизонту сподівань тогочасної читацької аудиторії. Вона охопила всі прошарки українського суспільства – від робітників заводів до університетської професури, від робітників до партверхівки.

Микола Хвильовий задавав комунікаційний формат української культури свого часу, створював рамки жанрово-стильового і проблемно-тематичного “мейнстріму” української літератури 1920-х років, і не менш активно формував ядро новітньої української журналістики, закладав принципи побудови медійного простору, діалогу між пресою і читачем.

Основною особливістю мовної картини світу памфлетів М. Хвильового можна назвати її дихотомічність, тобто формулювання в ній альтернативних запитань, відповідь на які могла бути лише одна, компроміси не припускалися. Суспільство й культура послідовно й методично розколювалися на дві антагоністичні половини, протиставлені у взаємному запереченні. Окремі соціокультурні й політичні групи в безконечних політичних, мистецьких, культурних, соціально-побутових і т.ін. дискусіях мали відчутну тенденцію до поступового об'єднання у два основні антагоністичні табори. Це відбувалося не без драматичних локальних протистоянь і “місцевих” конфліктів, наслідком яких завжди було вирізнення й централізація єдиного основного конфлікту. Так стихійна полемічність культури першої половини 1920-х років набула в памфлетах М. Хвильового класичної оформленості у хрестоматійних антитезах. Основні питання тогочасного культурного розвитку України були сформульовані в містких афористичних формулах, т. зв. гаслах літературної дискусії 1925–1928 років. Фундаментальною ознакою цих “гасел” була дихотомічність: “Європа чи Просвіта?”, “Масовізм чи олімпійство?” тощо. Навіть такі безальтернативні на позір “формули”, як “Теть від Москви!” і “Азіатський ренесанс” засновувалися на очевидній, зрозумілій для кожного читача концептуальній антитезі.

Діалогічність мовної особистості М. Хвильового має виражену антитетичну природу, вона виявляється у фундаментальному поділі мовної картини світу на дві антагоністичні частини, на два полюси, експліковані у взаємозаперечних базових концептах публіцистичного дискурсу. Внутрішня конфліктність картини світу в творчості письменника – не лише зовнішня ознака, що виявляється в багатьох особливостях мовотворення. Це принципова світоглядна настанова, яка спричиняє драматизм світосприймання, кореспондує з модерними тенденціями тогочасного мистецтва й диктує основні властивості етнокультурного дискурсу. На першому плані в ньому – дискусія, неперевершеним майстром якої був Микола Хвильовий.

Література

1. Арутюнова Н. Д. Образ (опыт концептуального анализа) / Р. Д. Арутюнова // Референция и проблемы текстообразования. – М. : Наука, 1988. – С. 117–129.

2. Аскольдов (Алексеев) С. А. Концепт и слово / С. А. Аскольдов (Алексеев) // Русская словесность. От теории словесности к структуре текста : Антология. – М. : Academia, 1997. С. 267–279.
3. Бахтин М. М. Философия языка и объективная психология / М. М. Бахтин // Ars Vetus – Ars Nova. – 2-е вид. – К. : Гнозис, 1999. – С. 168–182.
4. В'язовський Г. А. Творче мислення письменників / Г. В'язовський. – К. : Вид-во худ. літ-ри “Дніпро”, 1982. – 334 с.
5. Золотухин Г. А. Литературно-критическая деятельность: диалектика объективного и субъективного / Г. А. Золотухин. – К. : Наукова думка, 1992. – 116 с.
6. Морозова Е. С. О семантике страдательного залога в английских художественных и научных текстах / Е. С. Морозова // Язык и стиль научного изложения. Лингвометодические исследования. – М. : Наука, 1983. – С. 160–168.
7. Оганьян А. М. Метафора как основной троп поэтической речи (на материале англоязычной поэзии XX века) / А. М. Оганьян // Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. – М., 2006. – 20 с.
- Поляков М. Я. Вопросы поэтики и художественной семантики : монография / М. Я. Поляков. – М. : Сов. писатель, 1986. – 480 с.
8. Тодоров Ц. Поэтика // Структурализм: “за” и “против”. – М. : Прогресс, 1975. – С. 37–95.
9. Толочин И. В. Метафора и интертекст в англоязычной поэзии. Лингвостилистический аспект: монография / И. В. Толочин. – СПб. : Изд-во Санкт-Петербург. ун-та, 2012. – 96 с.
10. Хвильовий М. Твори: У 2 т. [Тексти] / Микола Хвильовий. – К.: Дніпро, 1990. – Т. 2: Повість. Оповідання. Незакінчені твори. Нариси. Памфлети. Листи. – 904 с.