

## ЯРМАРОК У ЛІТЕРАТУРНО-АНТРОПОЛОГІЧНОМУ ВИМІРІ: МИКОЛА ГОГОЛЬ

*У статті досліджено ярмарок як форму карнавальної культури. Застосовано метод антропологічної інтерпретації літературного твору. Акцентовано увагу на соціально-рольовій поведінці персонажів та особливостях відтворення ярмарку М. Гоголем. Простежено механізми переосмислення ярмарку; можливостей існування як традиційної, так і модерної схем торгу.*

**Ключові слова:** антропологія, соціальний досвід, прагматизм, тілесне, ярмарок.

Непересічне значення ярмарку в культурі й літературі пояснюється його видовищністю, картинністю, яскравістю проходження. Це справді ігровий феномен, у якому акумулюються прикмети культури, соціального життя, традиційного укладу, економічного стану суспільства etc. Ярмарок у широкому трактуванні постає колективною соціальною дією, репрезентованою за допомогою поведінкових моделей, суспільних церемоніалів, ділового ринкового етикету, строкатої мовленнєвої комунікації. Зображення ярмарку в красному письменстві, механізми його «перенесення» у твір, засоби текстуалізації сприяють розумінню того, як текст може бути носієм соціального досвіду, адже це основна категорія антропології, що унаочнює повсякденні діяльнісні практики, міжлюдську комунікацію, переживання світу в тяглоті традиційних культурних форм. Досвід занурює в живе життя, сприяє розумінню його рухливості, мінливості в органіці існування. Змертвілі форми та схеми або відкидаються, або підлягають переінтерпретації з точки зору творчої діяльності людини. Цікавою є думка американського філософа Вільяма Джеймса про те, що «в потік свіжого досвіду ми занурюємось із багажем переконань наших предків» [10, с. 73].

Ярмарок – удала демонстраційна форма трансляції соціального досвіду, традиції, звичаєвих норм у вигляді колективного дійства. Це всезагальна публічна акція з репрезентацією знаково-символічного ряду культури, епохи, соціуму. Вона постає у «відкриванні особливого аспекту світу як цілого» [1, с. 533]. Його творять сфера тілесності, соціально-рольові сценарії, побутова поведінка, система правил гри за відповідними принципами. Саме в цій площині людина немовби вступає в перемовини зі сві-

том, її діяльність є «входженням у плідні відносини з дійсністю» [10, с. 73]. Діалог уможлиблюється на ґрунті досвіду, що постає як неупереджене спілкування, інтерпретація, розкодування й конструювання об'єктивної дійсності. Безсумнівно, людина опиняється в полоні прагматики, тобто потреби реалізації та достеменного проникнення в гушину культурної та соціальної практики. З точки зору М. Марковського, «антропологічна перспектива» окреслюється в царині саме «прагматичного», або «гуманістичного суб'єкта досвіду». Досвід «описує людину, занурену в життя, яка намагається про це життя розповісти щось іншим для того, щоб інші могли її зрозуміти» [8, с. 501].

Питома вага ярмаркових топосів у літературі певної доби є не випадковою. Неабияке значення мають частотність використання ярмаркової образності та введення в текстові структури різноманітних моделей торгу. У різні епохи їхнє семантичне навантаження розподіляється відносно загальнокультурного тезаурусу, тобто системи уявлень, концептів, національних пріоритетів, орієнтирів та перспектив розвитку. У першій половині XIX ст. статистика літературних описів ярмарку значно перевищує інші періоди з якісно відмінними акцентами цієї теми.

Ярмарок набуває певної знаковості, заґрунтованої на його серединній, масовій ролі в житті спільноти. Він дотичний до численних сфер функціонування соціуму: гастрономічної, предметно-уречевленої, соціально-ігрової, торговельної тощо. Безсумнівно, це квінтесенція масової культури в першій половині XIX ст., пропущеної крізь знаково-символічну структуру художнього тексту. Зображення зустрічі людини зі світом на публіці, у відкритому просторі комунікації має своїми наслідками фіксації в тексті надлишкової знаковості, ярих емблематичних рядів, закріплених на помежів'ї суб'єктивної та об'єктивної реальності. Найважливішим тут є сам момент узаємодії, діалогу між ними, а зрештою перетворення дійсності в антропоцентричній площині, надання їй рис незаангажованості, «неготовості», якоїсь експериментальності. Ця дійсність перебуває в постійному безперервному пізнанні, трансформаціях під владою суб'єкта. «Світ, який людину обходить, не дозволяє їй стати суб'єктом пізнання у вузькому значенні, тобто ви-



робником і водночас гарантом адекватних і детальних представлень світу, а творить із неї суб'єкт до-свіду» [8, с. 495]. Структура художнього тексту містить певний антропоцентр, через який твориться все довкола. Тому відносини зі світом або перемовини з ним постають як його інтерпретація, при цьому не лише об'єктивної дійсності, а й утілення її в тексті. Це своєрідний обмін між суб'єктом і об'єктом, що сприяє плідній творчій співпраці. Систему їхніх взаємин можна уявити у вигляді дихотомії: «“я” впливає на світ (тексти), а світ (тексти) впливає на “я”». Обмінна дія, процедура взаємного торгу, дарування – це ті акції, які визначають систему відносин суб'єкта зі світом у межах ярмаркового дійства.

Звісно, воно постає найхарактернішим різновидом соціально-рольової поведінки із притаманними йому кліше, сценічними амплуа, натуралістичністю філігранно виписаних картин та й жанровістю загалом. Саме на ярмарку торг як ритуал здійснюється в повному обсязі, він є наочною репрезентацією, або метафорою цього дійства. При цьому торг корелює з найпрямішими своїми відповідниками: ринком, базаром – як місцями зустрічі продавця і покупця, творця ідеї та її реципієнта, суб'єкта у вигляді художника, господаря, поміщика, купця з об'єктивною сферою матеріального світу: численними товарами, речами, предметами. У такому діалозі людини зі світом відбувається наочне пізнання та водночас творення нового культурного образу, тезаурусу епохи. Т. Гундорова зазначає: «Ринок загалом не є лише економічною структурою, але також культурною інституцією, яка передбачає цілий ряд ритуалів, жестів та виробляє свою особливу мову, яку легко розуміють і продавець, і покупець» [6, с. 316].

З огляду на почесне місце ярмарку у творах М. Гоголя, В. Наріжного, М. Погодіна, Г. Квітки-Основ'яненка, Є. Гребінки, В. Сологуба й ін. виявляється доцільним акцентування модерності його природи, докорінної зміни відносин між суб'єктом та об'єктом або між суб'єктом та предикатом, тобто висловлюванням про цей суб'єкт, його семантичним означенням. Інакше кажучи, денотати поступаються місцем більш віртуальним, фікційним відносинам між учасниками (суб'єктами) ярмарку та його об'єктами. Письменників першої половини XIX століття значно більше цікавить те, що виходить за рамки товарно-грошового обміну як такого. У полі зору опиняється радше те, що репрезентує ярмарок, є системою його знаків, емблематикою, культурно маркованою символікою. Численні вивіски, реклама, динамічна зміна картин створюють образ-імідж ярмарку, у якому купівля-продаж є лише передумовою для реалізації соціально-рольової по-

ведінки, перевірки свого статусу й інсценізації та програвання власних життєвих амплуа в широкому комунікативному середовищі. Традиційна патріархальна модель ярмарку з потужним тягарем різноманітної барокової семантики немовби поступається місцем модерному торгу образами, враженнями, судженнями, емоціями etc. Але зв'язок із традицією не втрачається зовсім, а зберігається в тягlostі культурних епох, у спорідненості глибинних структур віддалених у часі естетик. Ідеться про функціонування в культурі та літературі концепту, «того згустку українського часопростору, де його вже загальновідома бароковість настільки концентрується й набирає барв, що всі, хто брався ярмарок описувати, збивалися на програмово-бароковий, мало не карпентьєрівський стиль – і сентименталіст Квітка, і романтик Гоголь, і експресіоністичний сатирик Остап Вишня. У них усіх описи ярмарків сповнені довгих переліків та експресивних вигуків, залиті сумішшю барв та звуків, високого та низького, панських родзинок і кав'яру та “для нашого брата свинини”...» [6, с. 316].

Поєднання бароковості й модерності у відтворенні ярмарку має свої інваріанти. Звісно, усі вони є віддзеркаленням становлення нового антропологічного типу в українській та російській літературі означеного періоду. Людина на межі XVIII–XIX cc. дивиться вперед і водночас озирається назад, несучи тягар риторичної культури з притаманними їй канонами, санкціонованими традицією численними приписами й заборонами. Ця двоїстість усіяло позначається на поетиці, жанровій палітрі й семіотиці художніх творів.

Відкриває галерею ярмарків як утілення двоекторно орієнтованої культури М. Гоголь. Своїм «Сорочинським ярмарком» (1831) він начебто запрограмував подальшу рецепцію цього образу, і його першість, авторитет усіма визнавалися. Створюючи мальовничий епізод густинського ярмарку, Є. Гребінка апелює до попередника: «О, рудый Панько! Дай мне твоего волшебного пера начертать хоть слабую картину летней малороссийской ярмарки... <...> Прочитайте лучше “Сорочинскую ярмарку” нашего Панька, и вы будете иметь ясное понятие о том, что делалось в Густыне 15-го августа некоторого года» [3, с. 241].

Справді, Гоголь творить ярмарок передовсім не в площині нарації, а як поле для експерименту, простір різноманітних комунікативних дискурсів прагматичного спрямування. Тому літературне, словесно-міметичне є тут міцним знаряддям для конструювання видовищного драматургічного дійства з багатьма актами, сценами й мікросценами, жанровими картинками й анекдотичними вставками. Ефект



сугестивного навіювання, буквально ліплення соковитих образів сприяє зустрічі наживо людини зі світом через досвід, спілкування, пізнання та відкриття незнайомих сфер. У присутності всього світу герої переживають самоідентифікацію й перезавантаження, дивляться по-новому на старе, призвичаєне, загальновизнане. Тому ярмарок цілком справляється з метою «виконувати роль культурного інструменту, виводити людей і життя з автоматизму та задавати ігрові варіанти поведінки й критики, з допомогою яких можна відвоювати певну автономність і свободу та передомовитися про встановлені й укорінені межі (станів, класів, рас, статей, мов)» [6, с. 297].

Набуття людиною нового досвіду внаслідок повсякчасних перемовин із соціумом, світом як таким віддзеркалюється у вельми цікавій та оригінальній для того часу поезії твору. Автор удається до спеціальних прийомів та мистецьких технік, що демонструють перетворення тексту «Сорочинського ярмарку» на суцільний перформанс. Драматургічні картини послідовно змінюють одна одну, динаміка та рухи персонажів цілком узгоджені із загальною стилістикою тієї чи тієї частини дійства. Усі розділи повісті об'єднані мотивом торгу, який супроводжується різноманітними розважальними акціями й інтерпретується не як ритуал купівлі-продажу, а радше як угода, певна домовленість сторін щодо якоїсь умовної ситуації або події. Поєднання торгу із грою постає проявом «вільно-веселої святкової атмосфери» [1, с. 13], тобто карнавалізації, тотального змішування усього з усім: високого й низького, смішного й серйозного, живого й мертвого, людей і речей etc.

Такій стратегії слугує розчленування тексту на окремі акти, що нагадують старовинні інтермедії. Їхня функція в гоголівському тексті об'єднана, сполучальна й водночас розрізнявальна, відмежовувальна. Крім того, вони відіграють особливу роль у трансляції шарів традиційної народної культури в нові часи, в іншу естетику. Т. Гундорова слушно пише: «Гоголь ніби переводить інтермедіальну серединну культуру з XVIII ст. у XIX, а потім – у XX» [6, с. 333]. Інтермедії уможливають співіснування різного в межах одного структурного цілого. Профанне й сакральне, торг і гра, фантастичне й реальне, старовинне й новітнє постають у дифузійних відносинах.

Ця свідомо орієнтація на принципи барокової естетики, використання структури й образності інтермедій цілком відповідає настановам Гоголя на тотальне змішування, представлення світу як органічної цілісності. Ярмарок для нього – це тіло, у якому живе нація і яке має різні виміри: фізіологічний, національно-культурний, космологічний. Представлений у категоріях тілесного, він демонструє тотальні перетворення, трансформації, які

притаманні карнавальній культурі. Звісно, зображуване подається в гротесковій стилістиці. У своєрідній інтродукції до інтермедій читаємо: «... в вихре сельской ярмарки <...> народ срывается в одно огромное чудовище и шевелится всем своим туловищем на площади и по тесным улицам, кричит, гогочет, гремит... Шум, брань, бляение, рев – все сливается в один нестройный говор. Волы, мешки, сено, цыганы, горшки, бабы, пряники, шапки – все ярко, пестро, нестройно; мечется кучами и снуется перед глазами» [5, с. 26].

Збірний, нерозчленований, амбівалентний тілесний образ ярмарку цілком узгоджений з антропосферою Гоголя, у якій випробування досвідом, пізнання світу умовно проходить через додуховну й рефлексивну стадії. На думку В. Подороги, світ письменника складається з низки концептів-першофеноменів, серед яких неабияка роль належить купі. Це втілення хаосу, усього неоформленого, аморфного, невизначеного, що має у творах Гоголя широкий спектр значень. Асоціація ярмарку з купою виникає за принципом суміжності: «...те, чого занадто багато, те, що наділене надлишком, переливається через край; іноді це величне, чудове, величезне і надмірне, але іноді нечисте, брудне, те, що стосується тілесного низу...». Строката картина додуховного тілесного існування постає «фрагментом, вирізом хаосу, який ми можемо охопити поглядом і навіть нав'язати йому визначену, точно обчислювану форму <...>. Купа для Гоголя – це початковий стан буття (Природи), що набуває на мить одну форму, щоби відразу ж її втратити (Історія)» [9, с. 46–49].

Карнавалізоване бачення ярмарку як купи, гротескного тіла доповнюється інтермедіальною архітектонікою з яскравими, на кшталт рекламного навіювання, епіграфами-вивісками. Вони є своєрідними делімітаторами, які структурують текст між сценами-інтермедіями та задають алгоритм дій персонажів. Соціальні дії, програвання вже відомих ролей, маніпуляції з різними масками, перевдягання та перевтілення в інші статуси відбуваються в межах цього простору. Це справжній контент зі своїми зображеннями, звуками, запропонованими моделями поведінки й т. ін. Причому соціальна гра в Гоголя передбачає інкорпорований тип міжлюдської взаємодії. Представники різних класів та суспільних верств постають як єдиний соборний колектив, навіть живий організм, усенародне тіло, зафіксоване в момент «переходу від ментальної структури, сформованої соціалізацією, до соціальних практик...» [7, с. 38].

Карнавальні пари персонажів у тексті – це «диспозиції агентів» (П. Бурд'є), зумовлені не лише гендерною відмінністю, але й життєвими пріоритетами. Солопій Черевик та Хівря втілюють варіацію ман-



дрівного сюжету про недоумкуватого, простакуватого чоловіка й хитру дружину. Їхня поведінка вписана в готові інтерпретаційні схеми, які використовуються Гоголем як рамка, як текст-код для подальшої переінтерпретації. Безумовно, типажі П. Гулака-Артемовського прислужилися якнайкраще в сенсі трансплантації дидактичного сюжету байки «Солопій та Хівря, або Горох при дорозі» на карнавальний ґрунт тексту Гоголя. Не менш відчутним був вплив побутових комедій батька письменника, Василя Гоголя, передовсім це «Простак, або Хитрість жінки, яку перехитрив солдат».

Попри тяжіння до творів попередників (І. Котляревський, П. Гулак), численних мотивів «малоросійських комедій», фольклорної стихії, у тексті Гоголя також виявляємо «міжнародні», інтернаціональні смисли тих самих сюжетів. Творові властива багаторусність. Цілком анекдотична ситуація чоловіка під черевиком у дружини всіляко нарощує смисли й на очах читача перетворюється у шванк про хитру дружину, недолугого чоловіка та спритного священнослужителя. До карнавальної пари Черевик – Хівря приєднується ще й третій персонаж – Опанас Іванович, що не лише ускладнює їхні шлюбні стосунки, а й виводить гру на новий рівень. Це вже міжрольова взаємодія, яка передбачає повсякчасне перебирання масок і зміну стратегій поведінки.

Але, оцінюючи ситуацію з точки зору усталеної патріархальної моралі, персонажі змінюють свої «диспозиції» на «позицію», і така поведінка є успішним утіленням соціальності, перевіркою на відповідність суспільним стандартам. Незважаючи на привабливість поведінки «навиворіт», персонажі все ж таки вибудовують свій світ «під структурним впливом». П. Бурдьє, аналізуючи діалектику індивідуального й універсального в соціології людських взаємодій, зазначає: «...засвоєний світ мусить сприйматися як щось належне, що йде само собою. Якщо соціальний світ сприймається як очевидний <...>, диспозиції агентів, їхній габітус, тобто ментальні структури, через які агенти сприймають соціальний світ, є продуктами інтеріоризації структур соціального світу» [2, с. 96].

Отже, використовуючи усталені ракурси опису ярмарку, Гоголь створює своєрідне експериментальне поле міжсуб'єктної комунікації. Акції та дійства «пропускаються» в нього через структуру соціальних відносин, рольової поведінки. У категоріях антропології ярмарок позиціонований як тіло, купа, а його агенти-учасники не лише відступають від суворо регламентованої дійсності повсякдення, а й убачають у карнавалі її продовження, модифікацію соціальної ієрархії «навиворіт».

## Література

1. Бахтин М. М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура Средневековья и Ренессанса / М. М. Бахтин. – М. : Худож. лит., 1990. – 543 с.
2. Бурдьє П. Начала. Choses dites / П. Бурдьє. – М. : Socio-Logos, 1994. – 288 с.
3. Гребінка Є. Твори у трьох томах. Т. 1. Байки. Поезії. Оповідання. Повісті / Є. Гребінка. – К. : Наук. думка, 1980. – С. 224–245.
4. Гриценко О. Базар / О. Гриценко // Нариси української популярної культури. – К. : УЦКД, 1998. – С. 41–55.
5. Гоголь Н. В. Избранные произведения в 2-х томах. Т. 1. – К. : Дніпро, 1983. – С. 22–44.
6. Гундорова Т. Транзитна культура. Симптоми колоніальної травми : статті та есеї / Т. Гундорова. – К. : Грані-Т, 2013. – 548 с.
7. Луков Вал. Тезаурусы: Субъектная организация гуманитарного знания / Вал. Луков, Вл. Луков. – М. : Издательство национального института бизнеса, 2008. – 784 с.
8. Марковський М. Антропологія, гуманізм, інтерпретація / М. Марковський // Теорія літератури в Польщі. Антологія текстів. Друга половина ХХ – початок ХХІ ст. – К. : ВД «Києво-Могилянська академія», 2008. – 501 с.
9. Подорога В. Мимесис. Матеріали по аналітичній антропології літератури. Т. 1. Н. Гоголь. Ф. Достоевський / В. Подорога. – М. : Культурна революція. Логос, Logos-altera, 2006. – 688 с.
10. James W. Humanizm i prawda / W. James // Znaczenie prawdy, Ciąg dalszy «Pragmatyzmu». – Warszawa : Wydawnictwo KR, 2000. – 264 s.

*Artur Malynovs'kyj*

### FAIR IN THE LITERARY-ANTHROPOLOGICAL DIMENSION: MYKOLA GOGOL

*Fair – a successful demonstration form of the translation of social experience, tradition, customary rules in the form of collective action. This is an all-public public action with the representation of the symbolic series of culture, the era, and society.*

*The share of fairs in the literature of a certain age is not accidental. Of great importance are the frequency of using fair imagery and the introduction of text structures of various trading models. In different epochs, their semantic load is distributed in relation to the general cultural thesaurus, that is, the system of ideas, concepts, national priorities, orientations and developmental perspectives. In the first half of the nine-*





teenth century the statistics of the literary descriptions of the fair considerably exceeds other periods with qualitatively different accents of this topic.

Given the honorable place of the fair in the works of M. Gogol, V. Narizhniy, M. Pogodin, G. Kvitka-Osnovyanenko, E. Grebinki, V. Sollogub, etc., it seems expedient to emphasize the modernity of its nature, a radical change in relations between the subject and the object, or between the subject and the predicate, that is, the statement about this subject, its semantic definition. In other words, denotate gives way to a more virtual, fictitious relationship between the participants (subjects) of the fair and its objects.

Opening gallery of fairs as an embodiment of two-vector-oriented culture M. Gogol. His "Sorochinsky Fair" (1831),

he allegedly programmed the further reception of this image, and his primacy, the authority of all recognized.

Indeed, Gogol creates the fair primarily not in the plane of the narrative, but as a field for experiment, the space of various communicative discourses of pragmatic orientation. Therefore, literary, verbal-mimetic serves here as a powerful tool for constructing a spectacular dramatic action with many acts, scenes and microscales, genre pictures and anecdotal inserts. The effect of suggestive suggestion, literally the modeling of juicy images, facilitates a meeting of human life with the world through experience, communication, knowledge and the discovery of unfamiliar spheres.

**Key words:** anthropology, social experience, pragmatism, bodily, fair.

Надійшла до редакції 25.05.2019 р.

**Шановні лібералізнавці та мовознавці!**

Запрошуємо Вас опублікувати свої наукові дослідження  
у фаховій рубриці «Філологічні науки»  
«Альманаху Полтавського національного педагогічного університету „Рідний край“»  
(затверджена Наказом МОН України № 1328 від 21.12.2015 р.)  
Видання виходить двічі на рік – у січні та липні, ISSN 2075-1222 (Print), 2518-1424 (Online)

Рукописи раніше не друкованих наукових статей обсягом до 0,5 др. арк. надсилайте на рецензування на електронну скриньку альманаху – [ridny\\_kray@ukr.net](mailto:ridny_kray@ukr.net) – до 20 березня та до 20 вересня. Аспіранти, особи без наукового ступеня обов'язково додають до рукопису своєї розвідки відгук наукового керівника (або доктора філологічних наук), затверджений в установленому порядку.

Стаття за змістом і оформленням мусить відповідати сучасним науковим вимогам. Детальніше про особливості викладу, структурування, техніки набору тексту рукопису читайте на сайті нашого видання в розділі «Редакційна політика» – <http://pnpri.edu.ua/ua/ridnykrai.php>

Публікація наукових матеріалів платна (крім статей докторів наук), вартість – 40 грн. за сторінку тексту стандартного набору. Оплата здійснюється після того, як стаття успішно пройде рецензування.

Реквізити для оплати публікації наразі такі (можуть змінюватися):

Код ЄДРП	31035253
МФО	820172
Банк одержувача	Державна казначейська служба України м. Київ
№ рахунку р/р	31258270105954
Код послуги	25010100
Назва послуги	За публікацію статті в «Рідному краї»

**Будемо раді співпраці!**

З повагою – редакція «Рідного краю»