

### ***М. І. Слюсаренко***

ст. викладач каф. видавничої справи та редагування  
Одеського національного університету імені І. І. Мечникова

## **ТВОРЧІ ЗДОБУТКИ М. ХВИЛЬОВОГО — РЕДАКТОРА**

Відомий український письменник і публіцист Микола Хвильовий відбувся як талановитий редактор. Почергово створені ним (з кінця 1926-го — до грудня 1930-го року) три журнали «Вапліте», «Літературний Ярмарок» і «Пролітфронт» стали зразками нової національної журналістики. Кожне видання користувалося великою увагою читачів через власний неповторний облік, актуальний зміст та цікаве оформлення.

Об'єктом нашого дослідження є найбільш вибагливий, випестуваний часопис «Літературний Ярмарок», а предметом вивчення стали засоби редакторської майстерності М. Хвильового.

Альманах був створений для оприлюднення здобутків у царині словесної творчості та поширення кращих зразків літератури. Як зазначалося, «Традиція Ярмаркому... об'єктивність, позагруповість і колегіальність»[1, с. 15], а отже, у редколегії твір оцінювали за законами мистецтва і не зважали на партійні погляди чи художні уподобання письменника. Одночасно до матеріалів висувалися суворі вимоги, «наш ярмарок — трибуна для всіх, але не для всього: халтури, наприклад, ми б не хотіли друкувати» [8, с. 245]. У журналі дебютували новинки літератури, втілювалися нові жанрові форми, звучали дотепні зауваження, у гумористично-іронічній формі йшлося про літературні та суспільні справи. «Літературний Ярмарок» постав як високохудожнє періодичне видання, інтелектуально вивершене ціле, дбайливо продуманий, викоханий Миколою Хвильовим часопис. У всьому оформленні журналу відчувалася любов редактора до мови, історії, слова й дотепної думки.

Найперше альманах вирізнявся назвою, що помітно контрастувала із заполітизованими заголовками тогочас-

них видань: «Жовтень», «Життя і революція», «Більшовик України», «Пролетарська правда». Вибір назви мав своє пояснення. Для М. Хвильового ярмарок — це саме життя, рух, позитивна енергія, добрий крам, зустрічі, спілкування, цікаві новини, вільна думка, гумор і сміх. Словом, стара добра народна традиція. У редакторських матеріалах М. Хвильовий пояснює ярмарок як «строкатий натовп добродушних людей» [2, с. 6], передає дух давнини, нагадує про парубоцтво у добрім одязі: шевчики, кравчики, ковалі, свитники, що «позакручувавши уси ... йдуть лавою, з боку на бік перевалюються, люльки тягнуть» цитатою із Г. Квітки-Основ'яненка, [4, с. 176], із захопленням згадує «Сорочинський ярмарок» як творче надбання славетного М. Гоголя. Якщо ярмарок як торг розвиває сприятливі умови для здорової конкуренції, надає кожному можливість вибору товару за власним смаком, то «Літературний Ярмарок» уособлює простір для вільної творчої діяльності.

Журнал — явище строкате і барвисте, як сам торг і жвавий натовп на ньому. Він проповідує поважне ставлення до надбань попередників (творчий колектив порушує питання про письменників минулого) і пропонує нові літературні зразки. Журнал «виробляється із продукції найвищої якості, згідно із останнім словом техніки» [2, с. 155], популяризує найкращих вітчизняних і представляє зарубіжних авторів: Ю. Шпола, В. Сосюру, І. Дніпровського, М. Йогансена, В. Мисика, О. Досвітнього, Г. Косинку, Х. Гільдіна, А. Рейзена, М. Хвильового. Редколегія «Літературного Ярмарку» на чолі з вибагливим редактором вітає успіхи українських митців, демонструє право національної літератури на світове визнання.

Альманахівцями налагоджено добрий контакт із аудиторією, ефект живого спілкування редколегії і читачів забезпечували редакційні публікації у формі прологів, епілогів та інтермедій. Важливо, що до написання матеріалів залучалися всі ярмаркомівці: М. Хвильовий, М. Йогансен, І. Кулик, В. Юринець, О. Вишня, В. Підмогильний. Ними був створений цілком новий літературний жанр, у якому

«глибина думки поєднана із витонченим словом, каламбур із оригінальністю, сльозинка із теплою пародією на саму себе...» [9, с. 2]. Автори у невимушеній формі обговорювали велике коло питань: йшлося про літературно-мистецькі справи, нові твори та видання, цікавих белетристів, повідомлялося про буденні справи Харкова та здобутки західних країн, робилися екскурси у славне минуле України, звучала занепокоєність роз'єднаністю українських земель, порушувалося питання мови, повідомлявся зміст наступних номерів журналу, звучали дотепні зауваження про неналагодженість побуту письменників та їх велику занепокоєність. Це були змістовні та цікаві публікації, вони засвідчували ерудицію, обізнаність, компетентність авторів. Довільно побудована оповідь перемежовувалася веселими жартами (редакція — «наша фірма» [5, с. 155], «наша контора» [3, с. 4]), натяками («11-а річниця пролетарської диктатури» [3, с. 8]), дотепними висловами («М. Куліш пише прекрасні п'єси мабуть у недільний день, коли він вільний від громадських доручень і відвідує лазню» [8, с. 204]) та приповідками про діалог двох глухих чи про зустріч із У. Шекспіром у одному із трамваїв Харкова.

Звертаючись до передплатників, М. Хвильовий захоплювався поважними іменами: М. Куліш — «найніжніший і найпрекрасніший драматург наших днів» [8, с. 241], «роман Підмогильного зацікавив німців» [3, с. 4]. «Золоті лисенята» Ю. Шпола розходяться з такою швидкістю, як не розходились навіть романи П'єра Бенуа [3, с. 9]; навмисно перекручуючи імена та прізвища авторського колективу: Теодор Амадей Бажан, Уот Поліщук, Лев Панч, Майк Сервантес, Петро Толстой, Адам Шевченко, Тарас Міцкевич, Генріх Куліш [6, с. 200], дивує читача, спонукає його задуматися і посміхнутися. Такі прийоми М. Хвильового — це вияв довіри до читача, впевненість у його дотепності.

Залучення жанру інтермедії як легковажної п'єси сприяло театралізації друкованого слова, повідомленню думки у голосах, створенню своєрідної гри, алегоризації. М. Хвильовий вводить у повідомлення казкові персонажі:

Циган з батіжком, Золотий півник у синій свиті наопашки, Сірий Чортик Зануда; у наступних номерах журналу появляться Сірі миші, Окуляри, Оселедець. У мовленнєвій взаємодії дійових осіб відбувається обговорення важливих суспільних та літературних проблем. У такий спосіб М. Хвильовий уникає відкритої уїдливої сатири і вдається до прихованої, алегоричної оцінки; ущипливі думки про задрипанських філософів, парикмахерство у мистецтві, «гнилий Захід», гальмівну роль міщанства автор укладає в уста ярмаркомівських героїв.

Окреме театралізоване дійство відбувається у Парижі за участі української жінки, золотоволосої музи Зоце. У салоні героїні збираються знамениті письменники, артисти, художники, «тут зароджуються гострі епіграми на паризький уряд, злі карикатури, ущипливі пісеньки політичного змісту...» [2, с. 8]. Зоце, вона ж Жозефіна Стріха, любить театр та образотворче мистецтво, а в Україні відсутня картинна галерея, хоча є прекрасні художники. Автор залучає в якості експерта відомого майстра П. Пікассо, який, як виявляється, захоплений мистецтвом України і називає унікальними її старих майстрів, живопис дев'ятого століття, гравюру, портрет і зазначає, що московське мистецтво, на яке звикли орієнтуватися вітчизняні автори, на 50 % українське, «воно починається з вашої лаври, з ваших велетнів Левицького та Боровиковського й кінчається вашим Репіном» [2, с. 10]. Так у матеріалах у прихованій формі озвучується потреба відмежування національної літератури від впливу з боку Москви та її виходу на світову арену.

На сторінках «Літературного Ярмарку» вміщено організований силами Цигана, Півника та Чортика Зануди диспут «Зелена кобила». Подаються виступи письменників І. Кулика, А. Любченка, С. Пилипенка, Ю. Яновського, Ю. Шпола, М. Куліша, О. Вишні та інших. За намаганнями відомих літераторів з'ясувати суть самого поняття «Зелена кобила» приховані думки про проблеми у літературі, нетерпимість у суспільстві до інакомислячих, потребу нового літературного твору, і, як висновок, звучить натяк на те,

що у сучасній їм дійсності навіть думку про зелену кобилу можна підвести під фашистську ідеологію.

«Літературний Ярмарок» цікавий в аспекті художньо-технічного оформлення. Він має свій логотип, виконану іншим кольором у кожному номері карусель як необхідний елемент ярмарку та веселий і бадьорий заклик, заохочення придбати журнал. Дотепні малюнки, що їх виконували такі відомі художники як А. Петрицький, І. Падалко, І. Северін, М. Самокиш, В. Кричевський винесені на береги.

Редколегія засвідчувала свою повагу до видатних діячів мистецтва, одна полоса альманаху відводилася для виділення важливої дати, у такий спосіб відзначалися дні народження Г. Квітки-Основ'яненка, М. Гоголя, Л. Українки, М. Лисенка, К. Буревія, М. Коцюбинського, В. Блакитного.

Окремим елементом кожного журналу є виконаний у кольорі і розташований на задрукованій поверхні надпис, часто це спосіб повідомлення важливого (перший тракторний завод в Україні, перша музикальна комедія) чи інтригування читачів (зелена кобила) та заохочення до прочитання наступного номера.

Журнал «Літературний Ярмарок» — одна із вершин у творчій практиці М. Хвильового-редактора. Він оприлюднив кращі твори українських письменників, підтвердив їх високий рівень і конкурентоспроможність, сформував у масовій аудиторії поважне ставлення до національної мови й літератури. Редактор переніс на сторінки видання проблеми «Літературної дискусії», залучивши до участі казкових персонажів, перейшов від форми гострої сатири до примаскованої критики. Редакторський колектив на чолі із М. Хвильовим налагодив тісний контакт із читачами, наблизив письмово оформлені послання до живих промовистих виступів, забезпечив високий комунікаційний ефект повідомлень. «Літературний Ярмарок» став своєрідною територією свободи у межах тоталітарної імперії, його творці (плеяда вітчизняних митців) сіяли у народ добре і вічне, не втрачали власної гідності. Дотепний гумор засвідчив вищість ярмаркомівців над духовно убогими партійними керманичами, що призвело до закриття альманаху.

**Список використаної літератури**

---

1. Неврлі М. Літературний Ярмарок // Український календар. — Варшава, 1968. — С. 390-392.
2. Пролог до книги 138 // Літературний ярмарок. — 1929, № 8. — С. 3-15.
3. Пролог // Літературний ярмарок. — 1928, № 1. — С. 1-8.
4. Інтермедія // Літературний ярмарок. — 1928, № 1. — С. 177.
5. Циркуляр № 1 // Літературний ярмарок. — 1929, № 2. — С. 154-155.
6. Циркуляр № 2 // Літературний ярмарок. — 1929, № 2. — С. 200-201.
7. Диспут «Зелена кобила» // Літературний ярмарок. — 1929, № 2. — С. 238-254.
8. Епілог // Літературний ярмарок. — 1928, № 1. — С. 245-248.
9. Епілог // Літературний ярмарок. — 1929, № 9. — С. 2-8.