

2.6. ПОЛЕ УКРАЇНСЬКОЇ ХУДОЖНЬОЇ ЛІТЕРАТУРИ СЬОГОДНІ: КАНОН, ЧИТАЧ ТА АВТОР

В українському полі художньої літератури виявляються певні взаємно суперечливі тенденції: проєвропейська, що пов'язує це поле з глобалізаційними трендами, а також тенденція зосередження на етнонаціональній автентичності. Сконцентруємо увагу на варіюванні першої тенденції у регіональних субполях з огляду на літературний канон, обізнаність та художні смаки українських читачів, а також поглядах самих авторів на їх самоідентифікації в національному та світовому літературному просторах (детальніше див. *Тягло К.*, 2012, 2013).

Два бачення Європи: деякі базові наслідки

У різних регіонах країни Європа і «шлях до Європи» сприймаються у суттєво відмінні способи, що накладає відбиток і на специфіку регіональних субполів художньої літератури¹.

На Заході України «шлях до Європи» та – ширше – глобальної культури переважно уявляється як повернення до «старої доброї» Австрії (*Андрухович Ю.*, 1999)² з її самобутньою культурою та способом репрезентації дійсності. Саме через це уявлюване повернення і відродження порушених радянською добою традицій створюється сучасний *європейсько-український* (можливо, австрійсько-український) *літературний канон*. Натомість у інших місцевостях з

¹ В цьому розділі використовується поділі України на Східний, Західний, Північний та Південний регіони, окремо виділяється Донбас .

² Добре відомий вислів зі збірки Юрія Андруховича «Дезорієнтація на місцевості» (1999).

більшою або меншою силою виявляється відмінна тенденція. Тут теж наявні літературні течії «Європейської орієнтації». Вони можуть бути навіть потужнішими за західноукраїнські, проте їх культурне підґрунтя й прояви зовсім інші. Вищий «європейський» чи «світовий» стандарт тут традиційно репрезентувала і дотепер репрезентує російська література. Вона має літературний канон, утілюваний добре відомою у світі «високої культури» російською мовою. А українська мова «попускається» майже виключно для «фольклору» і «місцевого письменництва», тобто, коли використати термін Паскаля Казанови, для «малої національної літератури». Будь-який ґрунтований на українській мові літературний канон і відповідний культурний продукт вважаються існуючими поза «європейським вектором» буття, вони прирікаються на наголошення локальності, одиничного проти універсального, на відрив національного від глобального.

Частина письменників з України намагається подолати нав'язані вказаний спосіб рамки «малої національної культури» й долучитися до світових глобалізаційних трендів, вийшовши у потужніше літературне поле. Аби досягти цієї мети вони найчастіше переносять свою активність та літературний продукт до поля сучасної російської художньої літератури, котра у «світовій республіці літератури» заслужено посідає чільне місце. Так виникає якийсь *українсько-російський канон*. Але попри «місце свого походження» він відноситься вже до поля російської літератури, що є предметом подальших досліджень (Семків Р., 2013).

Російська художня література та російська культурна традиція в цілому відносно української довгий час домінувала – спочатку в межах Малоросії, потім – УРСР. По двох десятиліттях незалежності України, що включає і відокремлення національного поля літератури, це домінування підірване, але не

усунуте повністю. Це відбувається не тільки через наявність дотепер великої маси російської літератури, як класичної, так і сучасної. Існує ще й вагома частка *російськомовної української літератури* – української за змістом, що висловлює, пропагує чи критикує українські реалії та культурні тренди. Крім того, поширені російські переклади деяких українських книг, і інколи вони популярніші за оригінали. Твори Жадана, Забужко, Сняданко й низки інших авторів нерідко входять до кола читання українців завдяки перекладам російською. Тут знаходимо вже не чисто російський, а якийсь комбінований *російсько-український літературний канон*, адже зміст не може зовсім не впливати на своє оформлення. Так чи інакше, коли первинні смисли перекладаються і потім сприймаються читачами через більш або менш чисті коди іншої потужної культури, це накладає суттєвий відбиток на враження і соціокультурну компетентність читацької аудиторії.

Середньостатистична перевага кількості російськомовних книжок на національному книжковому ринку, їх більша проникливість до дилерських мереж і, відповідно, фізична доступність для читачів – усе це підтримує їх широке споживання. Тому, зокрема, читання україномовної художньої літератури в російському перекладі є не виключенням, а звичною практикою для доволі великої частини споживачів. До неї входять, перш за все, старші групи населення з радянською освітою, в якій російська мова мала універсальний і безумовний пріоритет, а також ті групи молоді, що вже за умов незалежності вчилися / вчаться у *de jure* чи *de facto* російськомовних навчальних закладах.

У контексті вивчення особливостей споживання художньої літератури поряд з регіональним чинником має значення врахування місця проживання читача – у мегаполісах з мільйонним населенням, містах середнього розміру

або у сільській місцевості. З результатів репрезентативних опитувань, наприклад з масового всеукраїнського опитування у межах міжнародного дослідницького проєкту «Регіон, нація та інше», видно, що міське населення зазвичай читає більше за сільське¹. Мегаполіси сконцентровані у Східному і Південному регіонах України, де традиційно побутує схильність до російської мови. Тому у цих регіонах російськомовна художня література у порівнянні з подібною літературою, але написаною українською мовою, має ширшу читацьку аудиторію.

Значну роль в цьому процесі відіграють видавництва, їх культурна політика видання, презентації та розповсюдження книг та популяризації авторів. Найбільша частина видавництв, орієнтованих на україномовних письменників та читачів, сконцентрована на Західній Україні (зокрема «Кальварія», «Видавництво Старого Лева», «Лілея-НВ», літературна агенція «DISCURSUS»). Видавництво «Фоліо» і «Клуб сімейного дозвілля» домінують на Сході. Вони друкують книжки російською й українською мовами, проте доля перших переважає.

Видавництва не диктують читацький вибір прямо, але їх пріоритети стимулюють вітчизняних авторів створювати відповідний культурний продукт. Це і впливає на асортимент книжкового ринку, врешті-решт – на споживача-читача. Українські книгарні, фестивалі, арт-заходи, де всі «говорять українською», нині з'являються на Сході. Це корегує ситуацію з українською мовою та літературою, але поки що не суттєво.

¹ Емпірична частина цього дослідження завершена у 2013 році: всеукраїнське репрезентативне масове опитування у березні (N = 6000); якісне дослідження (глибинні інтерв'ю з авторами, критиками та видавцями) тривало з березня по грудень у різних містах України – Київ, Львів, Ужгород, Харків.

Значна частина респондентів-читачів усіх регіонів, окрім Західного, визнають, що вони володіють українською і російською мовами практично в рівній мірі. Тобто тут поширений певний *білінгвізм*¹. З цієї причини мова вважається лише нейтральним інструментом втілення авторських задумів чи їх сприйняття читачами, який можна змінювати без істотних наслідків. Вирішального значення у виборі твору для читання набувають критерії, далекі від мовних, а скоріше естетичні та соціально-культурні, наприклад сюжет, характер героя, близькість читачеві описаного культурного середовища тощо.

Мовно-літературна гомогенність споживання художніх творів у Західному регіоні контрастує зі «*всеїдністю*» Сходу, яка укорінена у білінгвізмі². Не звужуючи цю «*всеїдність*» до сприйняття суржику, змішаної російсько-української манери висловлюватися, що суперечить і нормативній російській, і нормативній українській. «*Всеїдність*» включає толерантність до російськомовних авторів, зокрема тих, котрі позиціонуються як українські. Вона не передбачає свідомого заперечення усього суто українського, інколи виглядаючи як ситуативний вияв «*приспаної спадщини*» Малоросії та УРСР. А розумна «*всеїдність*», не закриваючи шляху до засвоєння скарбів української культури, відкриває шлях до доробку визнаної в світовій «*республіці літератури*» культури російської. Врешті-решт, двомовна «*всеїдність*» може стати кроком до формування «*всеїдності*», ґрунтованої на вільному володінні кількома мовами, що в сучасному світі вважається за норму.

¹ Поряд з найбільш масовим у нашій країні російсько / український білінгвізмом існують й інші його види, наприклад румунсько / український, як у місцевостях на кордоні України з Румунією. Вони заслуговують на низку окремих досліджень, що виходить за межі розділу.

² Уявлення про мовно-літературну гомогенність Заходу України є, звичайно, результатом певного абстрагування, прийнятним лише у першому наближенні. Це абстрагування не враховує можливість інших видів білінгвізму, про що йшлося вище. Береться до уваги тільки російсько / український білінгвізм та його соціокультурні наслідки.

У Києві ситуація зі споживанням культурно продукції, зокрема художньої літератури, досить специфічна. Географічно українська столиця належить до Північного регіону, але у порівнянні з Київською чи Сумською областями має суттєві відмінності. Тут набагато більше книгарень та різноманітних літературних заходів. До того ж, культурний «мікс» населення підштовхує місцеву читацьку аудиторію до «всеїдності». Та й, врешті-решт, позиції російської мови у Києві досить сильні – достатньо згадати хоча би художні свідчення Михайла Булгакова.

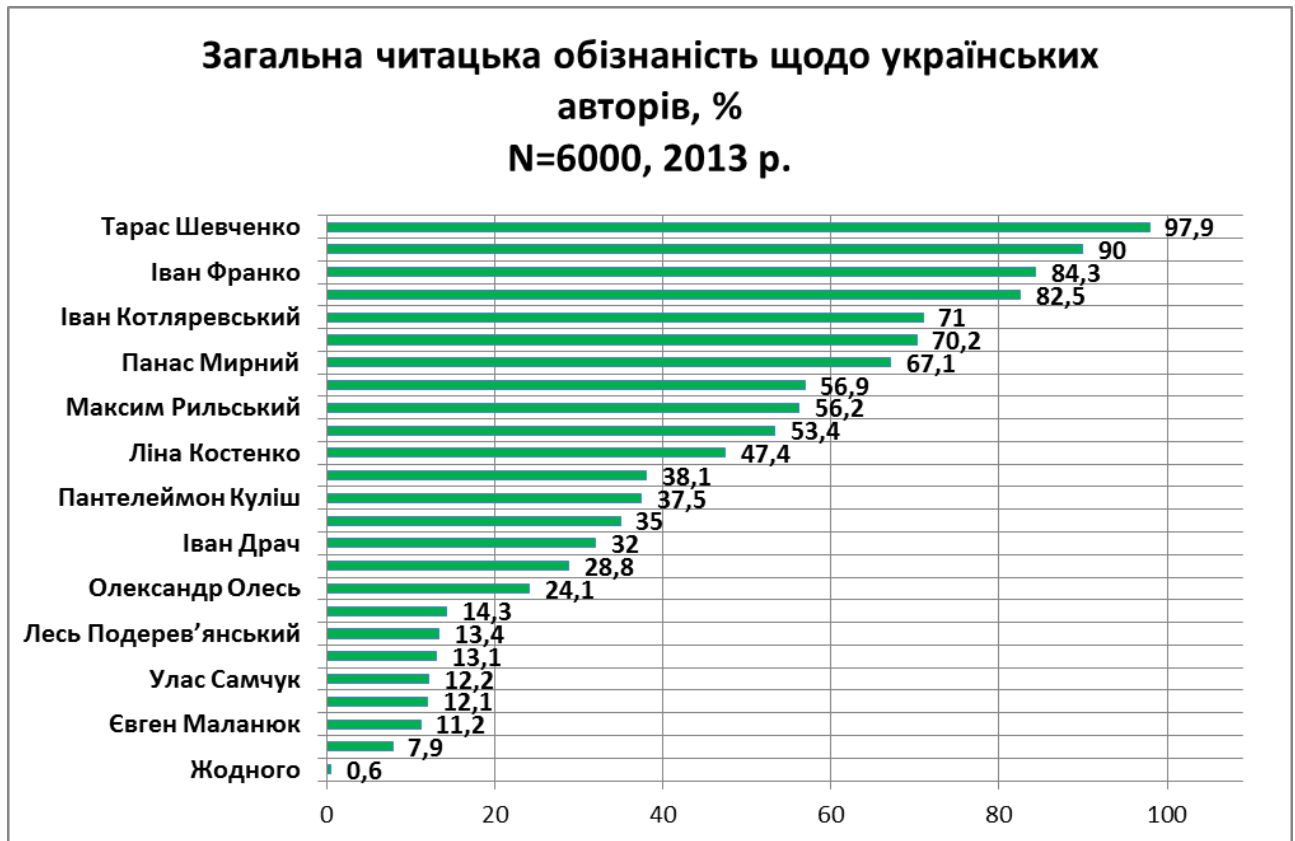
Отже, слід констатувати наступну ситуацію: сьогодні проєвропейський тренд в українському полі художньої літератури розгалужується на два річища, обумовлені баченням Європи і «шляху до неї» або через про-європейську або про-російську «оптику». Європейсько-український літературний канон написання та україномовне споживання літературного продукту типові для Заходу України і, частково, для Північного регіону. Схильність до творення за російсько-українським каноном, читання російською мовою чи практики «всеїдності» поширені, в першу чергу, на Сході та Півдні України, на Донбасі, а також у містах-мільйонниках по всій території України.

Не будемо наполягати, що схильність до гомогенного мовно-літературного споживання або, навпаки, до «всеїдності» визначається виключно регіональною особливістю та міським / сільським місцем проживання. Але в аналізі сучасного українського поля художньої літератури це справді має значення.

Регіональні читацькі аудиторії: смаки та обізнаність

Доцільно конкретизувати специфіку регіональних літературних полів у кількісний спосіб, почав з вивчення диференціації *читацької обізнаності* стосовно множини найбільш відомих українських авторів як класичних, так і сучасних художніх творів. Цю задачу можна вирішити через аналіз відповідей респондентів-читачів на закрите запитання: «Кого з українських поетів і письменників ви знаєте?» (Рис. 1). Питання передбачало множинний вибір – можна було обрати необмежену кількість відповідей. Загалом по країні перше місце посідають автори, котрі традиційно персоніфікують український народ, культуру, літературу: Тарас Шевченко (1814-1861) – 97,7%, Леся Українка (1871-1913) – 90%, Іван Франко (1856-1916) – 84,3%.

Рисунок 1



Високий рівень «знання» мають також наступні письменники: Микола Гоголь (1809-1852) – 82,5%, Михайло Коцюбинський (1864-1913) – 70,2%, Панас Мирний (1849-1920) – 67,1%, Олесь Гончар (1918-1995)– 56,9%, Павло Загребельний (1924-2009) – 53,4%.

З огляду на загальну обізнаність, Тарас Шевченко має абсолютний пріоритет. Це стосується усіх регіонів України (на момент опитування враховувалась також АР Крим та м. Севастополь). Наприклад, Закарпатська область має 99,4%, Донецька – 94,7%, тобто відповідна різниця в обізнаності у цих «протилежних» областях менша за 5%. У Києві та Севастополі різниця ще

менша: Київ – 99,2%, Севастополь – 100%. Таким чином, гомогенність високої загальної обізнаності щодо Шевченка є сталим фактом.

Дані щодо обізнаності всеукраїнської читацької аудиторії виявлено ще один важливий факт. Автор, чий твір написаний не українською мовою, але присвячений Україні, схоплюють актуальну реальність чи історію українців, може бути визнаний як український письменник. Таким чином, по всій Україні Гоголь йде одразу після зазначеної трійки. Більше того, в деяких регіонах України він посідає друге місце після Тараса Шевченка (АР Крим в середньому – 80,4%, Севастополь – 94,1%, Харківська область – 86,2%) або третє місце після Лесі Українки (Одеська область – 90,4%, Київ – 90,5%). Це опосередковано свідчить про вкорінення російськомовної письменницької традиції в українському полі художньої літератури, особливо в літературі Південного та Центрального регіонів. Російськомовні українські автори, як і російсько-український літературний канон з цього поля не виключаються.

З метою дослідження *читацьких смаків* щодо творів українських авторів, було поставлене питання: «Твори яких з цих авторів Вам подобаються?» з відповідним переліком авторів. Дані демонструють регіональну детермінованість преференцій читачів (Рис.2.).

У Східному і Північному регіонах найбільше подобаються твори сучасних авторів: Леся Подерев'янського (1951-), Сергія Жадана (1974-) тощо. Деякі з цих авторів не є канонічними, а відомі як «медіа-персони». Вони демонструють високий рівень активності в Інтернеті, зокрема у популярних соціальних мережах. Їх активність не обмежується тільки письменництвом: слід згадати перформанси Подерев'янського або аудіо-поетичні роботи Жадана у співавторстві з популярними рок-групами. Разом з тим, у Східному та Центральному регіонах прихильністю читачів користуються класичні автори –

Володимир Винниченко (1880-1951), Євген Маланюк (1897-1968), а також канонічні поети ХХ століття Максим Рильський (1895-1965), Ліна Костенко (1930-). У Західному регіоні, серед інших, перевагу віддають авторам, чия активність пов'язана з еміграцією – Уласу Самчуку (1905-1987), Олександрю Олесю (1878-1944) та ін.

Специфіка літературного споживання Півдня України полягає, по-перше, у прихильності до двох найвідоміших класичних авторів – Миколи Гоголя – (17,4%) й Тараса Шевченка (14,6%). Шевченко тут найбільш відомий, але не улюблений автор: перевагу в цьому відношенні має російськомовний Гоголь. Класичні автори є улюбленими читачів середнього віку.

По друге, на Півдні, як і на Сході України, значний відсоток читачів, котрі не відчують прихильності до жодного автора з пропонованої множини (39,6% – на Сході, 16,8% – на Півдні). Можна б припустити, перш за все, що їх улюблених українських авторів серед пропонованих немає. Інше пояснення може полягати у тому, що ці читачі взагалі не сприймають українських письменників – я класичних, так і сучасних.

Добре відомо, що прихильність до сучасного українського автора зазвичай вища у регіонах, до яких він належить за територіальним чи культурним критерієм. В цьому сенсі «близькими» авторами для Західної України є Юрій Андрухович (30,3%) і Оксана Забужко (26,6%); для Східної України – Сергій Жадан (38,8%) і Андрій Курков – найпопулярніший російськомовний український автор (35,5%); для Північної України – Лесь Подерев'янський (30,6%). А для Південного регіону сучасного «близького автора» такого рівня не виявлено. Навіть якщо він й існує, то не належить до пропонованої «множини» знаних українських письменників. Видається, що читацька аудиторія Півдня України не знайшла досі українському

літературному полі автора, який би у близькій для неї спосіб висловлював близькі їй погляди – після, зрозуміло, класика Миколи Гоголя.

Результати репрезентативного дослідження 2013 р. «Регіон, нація та інше» (N=6000) можуть бути пояснені не тільки внутрішніми смаками читачів, але й певними зовнішніми культурними чинниками. По-перше, це брак книгарень з повним асортиментом україномовної української художньої літератури. По-друге, місцевий книжковий маркетинг є консервативним, тому твори нових письменників – як україномовних, так і російськомовних – рідко отримують реальні можливості потрапити своєї вікової групи – читачів, молодших за 36 років. По-третє, найбільші літературно-мистецькі заходи – «Міжнародний форум видавців» (Львів), літературний фестиваль «Meridian Czernowitz» (Чернівці) тощо – традиційно відбуваються у Західній Україні. Останніми роками було здійснено кілька спроб створення подібні заходи на Сході (наприклад, «Йогансен-фест», «KharkivBookFest» у Харкові та ще низка молодіжних літературно-мистецьких заходів). На Півдні спеціалізовані заходи такого рівня дотепер майже відсутні, що зовсім не сприяє популяризації сучасної художньої літератури.

За умов якісної слабкості книжкового ринку й відсутністю знакових літературно-мистецьких заходів підвищується вага середньої освіти як чинника формування обізнаності й уподобань масової читацької аудиторії (див. *Скокова Л.*, 2014). Ще з радянських часів на території України існують «українські» і «російські» школи, причому в останніх обсяг вивчення і практикування російської мови та літератури значно переважає «українську складову». Більше того, останніми роками кількість «російських» шкіл зростає, зокрема у

Південному регіоні¹. Так відновлюється потенціал схильності до російської мови і літератури, а з урахуванням традиційного консерватизму освіти – до її визнаних класиків, зокрема до Миколи Гоголя.

У зв'язку з усіма перерахованими вище причинами найвідомішими авторами для абсолютної більшості українців залишаються Тарас Шевченко, Іван Франко та Леся Українка, у деяких регіонах до них додається ще Микола Гоголь. Сучасних авторів, або авторів другої половини ХХ ст. у перших стовпчиках рейтингів знання не знайдеш, хоча простежуються певні регіональні відмінності щодо знання інших авторів.

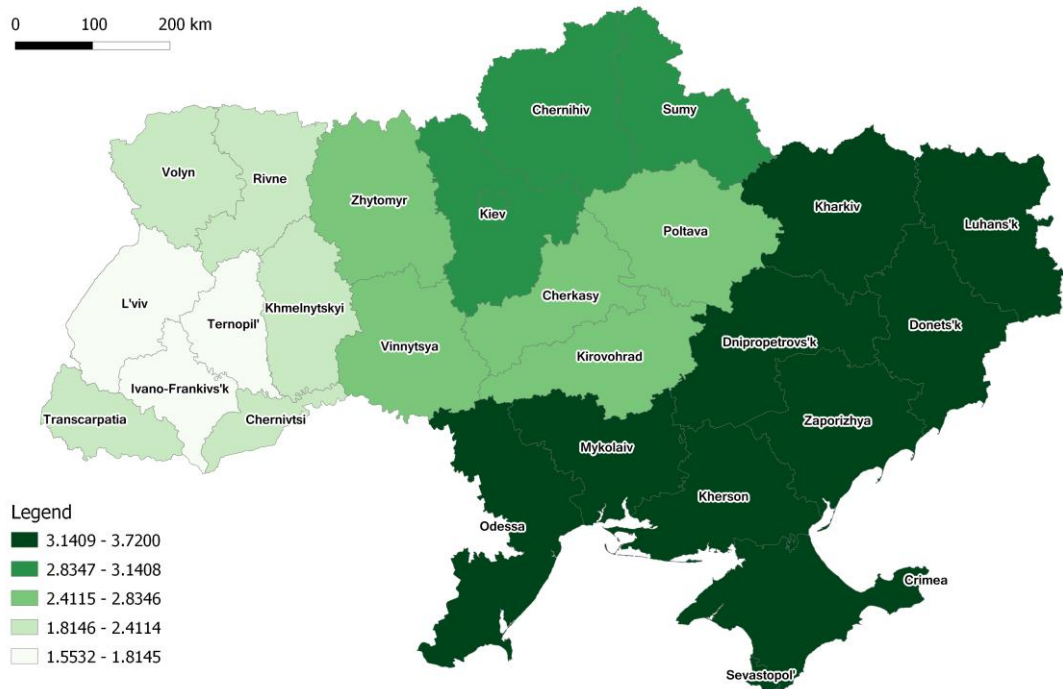
Рівень популярності новітніх та сучасних авторів найнижчий на Півдні України та на Донбасі, хоча і в інших регіонах він також невисокий. Вирішити цю проблему відсутності поінформованості щодо актуального літературного процесу, а відтак і популярності новітніх авторів можна за допомогою низки заходів, зокрема, вдосконалення структури літературного пол. Через появу нових акторів – таких як професійні критики, літературні агенти тощо, а також через вдосконалення методів літературно-видавничого маркетингу та книго розповсюдження, зокрема через нові культурні «технології», про як піде мова далі. Зменшення долі читачів, що не мають симпатій до жодного з українських авторів, свідчатиме про зрушення у цій сфері.

Автори: до питання самоідентифікації

¹ Ось один найновіший приклад: якщо в Одесі у 2011 році 64% школярів навчалися на українській мові, а 36% — на російській, то на 1 вересня 2013 року ці цифри були вже 53% до 47% на користь російської мови. Докладніше див. повідомлення: Ростислав Баклажанов. В Одессе русский язык за два года обошел украинский [Електронний ресурс] // Вести. – Понедельник, 13/01/2014. – Режим доступу: <http://vesti.ua/jdessa/32612-v-jdesse-russkij-jazyk-za-dva-goda-oboshel-ukrainskij>.

Російська мова визнається як в тій чи іншій мірі важлива здебільшого на всій території України (питання «Вкажіть, наскільки важливими у Вашому регіоні є наступні мови? Пропонувалась українська мова, російська та «інша»). Більше того, близько чверті українців на Півдні, Сході та Донбасі визнають російську «дуже важливою» мовою (Рис 3). «Скоріше важливою» станом на 2012 рік вважали російську мову у своєму регіоні від 12% (на Заході України) до 21% (на Півночі і Сході) українців. Найменшою мірою важливою вважали російську мову у своєму регіоні мешканці Західної України (74% - «взагалі не важлива»).

**Значимість російської мови у різних регіонах України
(N=6000, 2013 р.)**



Щодо мовно-лінгвістичної диспозиції письменників, то тут ситуація інакша. Чим далі на Схід та Південь, тим менш вирішальним для ідентифікації авторів як українських виявляється саме мовний критерій. Тобто ті поети і прозаїки, чиї твори за мовою належать російській культурі, з огляду на коло інших ознак можуть сприйматися читацькою аудиторією за українських.

Сучасні українські автори демонструють полярні точки зору стосовно важливості мови написання художніх творів. Перша з них полягає у нейтральності до мови. Замість цього підкреслюється пріоритет само-репрезентації автора як українського або російського. Так, для авторів з

культурно відмінних регіонів – Віка Коврея (Закарпатська область, зараз м. Київ) і Якова Житіна (Харків) – має значення не мова, а скоріше мовне позиціонування самого автора.

Інша точка зору наголошує базове значення української мови і для репрезентативних творів українського поля художньої літератури, і для автентичної української культури в цілому. Відповідно до цього писання українською / російською виступає символічною маніфестацією літературної ідентичності автора. Той або інший мовний вибір відіграє суттєву роль у внутрішній само-ідентифікації автора так само, як і у зовнішній його ідентифікації колегами, критиками, читачами.

Дехто наполягає, що якийсь твір є національним, належить до поля національної художньої літератури лише тоді, коли він написаний національною мовою. Відділити літературу від мови не можна, тому всі українські письменники повинні бути україномовними. «Російськомовні письменники України, звичайно, є українцями. Але я сам вважаю, що вони не можуть бути віднесені до цього українського поля творчого. Мова поета, письменника визначає його національну ідентифікацію (в полі літератури)» (інтерв'ю з Павлом Коробчуком – поетом, журналістом, м. Київ).

Існують і менш категоричні погляди, зокрема «...В основному вважається, що російськомовні твори, навіть якщо вони написані в Україні, навіть якщо вони написані добре, якщо вони написані авторами українськими, які при тому знають ще й українську, то вони (ці твори) не можуть бути зарахованими до української літератури. Я думаю, що тут можна сперечатись, але на даний момент не можу сказати, що в мене є якісь такі аргументи, які могли б усіх покласти на лопатки...» (інтерв'ю з Ганною Протасовою – поеткою, журналісткою, редакторкою, м. Київ).

Інколи українські поети та прозаїки, особливо з культурно неоднорідних регіонів, починають свою літературну кар'єру як білінгви. З часом вони обирають ту чи іншу мову, якою намагаються дістатися читацької аудиторії: коротко кажучи, вони перетворюються на монолінгвів. «Свого часу я був двомовний поет», – зауважує Вік Коврей, який нині мешкає у столиці. І це не є виключним випадком поступового мовного самовизначення, коли автор починає свою літературну кар'єру з експериментів з різними мовами, а потім робить вибір на користь однієї з них. «Зрештою, ми однією мовою переважно, думаємо, розмовляємо, якийсь менталітет у нас навіть попри мою таку половинчастість», – стверджує Коврей.

Певна ментальність і, отже, само-ідентифікація як українського автора виявляється в автентичних україномовних творах. Відмінна ментальність виявляється у творах російськомовних українських авторів. Вони не є автентичними, хоча й виражають певну «етнічну специфіку». Ця специфіка може бути представлена у сюжеті твору з національним колоритом, у характерах героїв першого чи другого плану тощо.

В українському полі художньої літератури сучасні автори демонструють використання різних мов і літературних канонів: від російсько-українського до європейсько-українського чи автентичного українського. Цей плюралізм покликаний задовольнити і відносно гомогенну читацьку аудиторію Західного регіону, і «всеїдність», більш або менш притаманну іншим регіонам.

Наявні два головних підходи до розуміння сутності ідентичності та (само) ідентифікації автора: у добре відомих теоретичних термінах маємо тут примордіалізм і конструктивізм. Який з них коректний? Відповідно до представлених даних і ідентичність, і (само-)ідентифікація автора може змінюватися, наприклад через перехід від білінгвізму то

російського / українського монолінгвізму. До того ж, варіація ідентифікації може визначатися змінюваною само-репрезентацією. Ці реальні можливості свідчать на користь більш або менш тривалого й вільного конструювання «авторського Я», як і (само-)ідентифікації автора. Звичайно, не можна абсолютно ігнорувати умови місця народження чи життя письменника. Але маємо розуміти їх саме як вихідні умови – разом з відповідними вікнами можливостей та шляхами їх утілення. Знаменитий вислів “No fate!” і в цьому відношенні видається цілком актуальним. Зокрема, те чи інше бачення Європи, відмічене на самому початку статті, становить суттєву умову процесу (само-) ідентифікації автора, проте в багатьох випадках не детермінує його результат остаточно і безповоротно.

Фундаментальним чинником розщеплення проєвропейського тренду в українському літературному полі є бачення Європи і шляху до неї. У Західній Україні Європа широко асоціюється з Австрією, Німеччиною, загалом німецькомовним, рідше – англomовним культурним простором. Тривалий час тут був розповсюдженим європейсько-український, або австрійсько-український, літературний канон. Бачення Європи «через російські окуляри» більш-менш впливає для інших регіонів, особливо на Донбасі, а також Східному і Південному (У останньому меншою мірою).

Європейсько-український канон представлений в оригінальних творах Андруховича, Винниченка, Забужко, Сняданко, Карпи. У Східному, Південному та – частково – Центральному регіонах спостерігається становлення комбінованого російсько-українського канону, що ґрунтується на спробах використати російську мову і російський літературний канон у зображенні українських реалій. Як вияв цього канону можна ідентифікувати, по-перше, твори російськомовних українських авторів, наприклад Андрія

Куркова. По-друге, він являється у російськомовних перекладах оригіналів творів Жадана, Забужко, також Сняданко, низки інших відомих українських авторів. Своїм витоком цей відносно новий канон має давню творчу спадщину Гоголя. Але його найближчим джерелом, принаймні з огляду на мову, видається радянсько-український попередник.

Відповідно до обізнаності читачів, символом єдності всеукраїнського поля художньої літератури є постать Тараса Шевченка. Але навіть ця єдність не є глибокою й усталеною. Зокрема, на Сході і Півдні присутній відносно високий відсоток читачів, котрі з пропонованої множини українських авторів не обрали за «улюбленого» жодного письменника. Ймовірно, їх преференції взагалі лежать поза українським полем художньої або взагалі поза літературним полем, реалізуючись у інших формах культурного споживання.

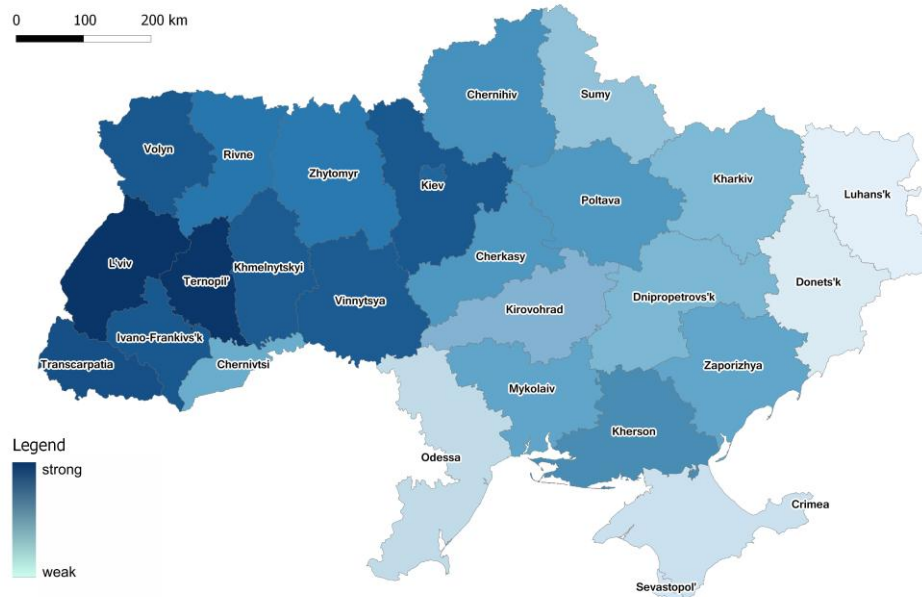
З огляду на читацькі смаки та прихильність читачів до певних авторів існує суттєвіша відмінність між українським Півднем і Північчю України, та Заходом і Донбасом, аніж між Сходом і Заходом.

Рівень регіонального книжкового маркетингу, доступність для загалу та якість літературно-мистецьких заходів впливає і на обізнаність, і на смаки доволі не численних читацьких аудиторій [див. *Шарьтьє Р.*, 2006 та *Хренов Н.*, 2002]. У цьому відношенні найбільш «просунутими» є Західний регіон та місто Київ, найменш розвинутим – Південний регіон України. Цим почасти пояснюється, чому популярність сучасних українських авторів – як російськомовних, так і україномовних – на Півдні низька, особливо в порівнянні із іншими регіонами країни.

З огляду на спосіб споживання літературного продукту відносна мовна гомогенність Західної України контрастує з «всеїдністю» інших регіонів, особливо Східного і Південного (рис 4).

«Всеїдність» укорінена у білінгвізмі, тобто у фактично рівному володінні українською та російською мовами. «Всеїдність» виявляється, зокрема, у сприйнятті чисто російського чи комбінованого російсько-українського канонів паралельно з українським, у легітимізації вітчизняних російськомовних поетів та прозаїків у сучасному українському полі художньої літератури.

**Читання книжок українською мовою різних регіонах України
(N=6000, 2013 р.)**



Мовно-літературна гомогенність споживання або, навпаки, «всеїдність» читацької аудиторії визначається не виключно регіональними особливостями, а й іншими значущими чинниками, наприклад місцем проживання – у мегаполісі, місті середніх розмірів, сільському поселенні, а також іншими соціально-демографічними параметрами аудиторій.

У самих творах українських письменників теж репрезентована певна регіональна особливість, але це не є закономірністю, а скоріше візитівкою певних текстів певних авторів. Вітчизняні автори практикують різні мови (принаймні, українську, російську та подекуди суржик, специфічний для кожного регіону) й літературні канони. Цей плюралізм покликаний

«обслуговувати» і відносно гомогенну читацьку аудиторію в Західному регіоні, і «всєдність», більш або менш глибоко укорінену в інших регіонах України.

Два різних підходи у розумінні глибокої природи ідентичності автора і, відповідно, бази самоідентифікації: примордіалізм й конструктивізм. Отримані дані свідчать на користь більш або менш тривалого і вільного самоконструювання «Я автора», як і відповідної самоідентифікації.

Формування ставлення до мовно-літературної «всєдності» є важливим кроком і для окремого читача, і для українського поля художньої літератури загалом. Що наразі доцільніше – обмежити це поле через суворе впровадження «мовної незалежності» або, навпаки, максимально розширити його через творення різними мовами і споживацьку «всєдність»? Аби цілком аргументовано відповісти на це питання, потрібно виконати дослідження «вищих наближень». Можна стверджувати напевно, що *de facto* в українському полі художньої літератури залишається велика маса різноманітної російськомовних творів. Ця обставина впливає на читачів, письменників, книговидавців по-різному, але, як правило, не настільки слабко, щоб таким впливом можна було знехтувати. «Мовне питання» разом з питанням щодо ідентифікації різних учасників українського поля художньої літератури стимулює сьогодні складні й суперечливі процеси змін [детальніше про це див. Гундорова Т., 2013; Воропай Т., 2014].

Новий тренд художнього споживання (на прикладі навколо-читацьких практик)

Мистецтво та література за умов транзиту та стану *emergency* (див. Вступ), втрачає частку традиційних та набуває деяких не притаманних йому раніше

рис. Соціологічні дослідження актуального мистецтва не ставлять собі за мету оцінку цих змін і відповідь на питання «добре це чи погано для соціуму взагалі» і яким чином здійснюється взаємовплив художньої реальності та соціальної [Bourdieu P., 1986; Бурдьє П., 1993]

Натомість завданням соціологів, що досліджують мистецькі практики та інститути є виявлення, описання і – що дуже важливо – пояснення тих суперечливих тенденцій, що наявні в сучасному мистецькому просторі окремих його субполях – літературі, театрі, кінематографі. Соціологів зазвичай цікавлять масові мистецькі сфери – тому дослідження відвідувачів кінотеатрів зустрічаються частіше, ніж театральної публіки, а, наприклад, соціологія літератури є більш усталено соціологічною проблематикою, ніж соціологія візуального мистецтва. Але сьогодні, за умов синтетичного й синкретичного поєднання жанрів, форм, способів художнього вираження ці обмеження і усталені норми також стають плинними, як і сам досліджуваний об'єкт – мистецтво.

Що до теоретичних підвалин аналізу, варто відмітити, що вивчення літератури й мистецтва з макросоціологічних позицій сьогодні відходить на другий план, в той час коли «мікросоціологічні» підходи до них тільки підсилюють свої позиції (Пешіо Дж., 2002). Виникають і поступово займають свою нішу соціологічні дослідження нових «синтетичних» жанрів – відеопоезії, театральних перфоменсів, різноманітних фестивалів, і далеко не всі вони здійснюються за допомогою звичних наукових методів, а переважно так само потребують їх поєднання або й винайдення нових.

Якщо хтось звик уявляти соціолога як особу в окулярах з нотатником та анкетною, що щось запитує і записує, наприклад «за кого ви будете голосувати», то ваше уявлення знаходиться десь на рівні 50-х років ХХ століття. Сучасні

методи дослідження змінюються так само швидко, як і світ, і його репрезентація – мистецтво – звіюється навколо. Дівчинка-хіппі на екологічному фестивалі може бути і учасником і спостерігачем, що проводить «включене спостереження» фестивального руху і потім пише про це звіт з презентацією на 100 слайдів, хлопчик-хіпстер з форуму, що уїдливо критикує «Музей покинутих секретів» чи «Записки самашедшого» може виявитись – не більше не менше – автором і координатором проєкту з дослідження читацьких смаків на спеціалізованих форумах. І немає нічого дивного в тому, що на багатьох мистецьки хепенінгах соціологи беруть участь і як дослідники, і як безпосередні учасники «дійства», при чому одна роль не тільки не заважає, а доповнює іншу. Як бачимо, стрімко змінюється світ, змінюється мистецтво, змінюються ті, хто його досліджують.

Щодо особливостей змін, при спробі визначити їх напрямок, тренд, варто відповісти на питання: «куди котиться мистецький світ?» з позиції тих, хто цей самий світ або мистецький простір рухає і уподібнює до дзиги. Повсякденні діячі, яких деякі високочолі дослідники назвали «обивателями» часто розпачливо констатують «Молодь взагалі не читає», «Майже ніхто не відвідує музеї картинні галереї», «Занепад театру, немає глядачів», а зі іншого боку уявних мистецьких барикад дослідники кажуть про вимкнення нових жанрів, появу нових технології і засобів їх впровадження, зокрема і в практики споживання мистецтва, досліджують сегментацію публіки/споживачів/відвідувачів тих чи інших заходів та установ, пов'язаних з трансляцією різних видів мистецтва. Це – опозиційні сторони. Таке враження, вони бачать один і той самий соціальний світ через зовсім різні фільтри, жоден з них не страждає на об'єктивність. Натомість основна цільова група всіх маркетингових планів – молодь – обирає собі за смаком мистецькі галереї

(«Pinchuk Art-centre», «Мистецький арсенал», «Єрмілов-центр»), театри – державні або незалежні, яких досить багато для такого вибору, принаймні у великих містах, читають в метро з рідерів улюблених авторів і інколи навіть ходять «під ручку» в кіно, як їхні батьки і бабусі. Щоправда, не на «Семнадцять мгновений весны», а, наприклад, FUTURE SHOTS, Джармуша чи Лінча. Але за формою культурне споживання залишається і – здебільшого – є культурним. В затишних кав'ярнях Києва чи розшарпаних арт-пабах першої столиці, не кажучи все про вишуканий і гламурний Львів, можна почути молодіжні балачки при ті самі фестивалі («Чи цього року «Джаз-коктебель буде платним?», Хто їде на «Сусідній світ?», де буде поводитись «Арт-поле цього року і кого запросили?»), виставки, перфоменси, і навіть театр. І дійсно, не завжди рівень цих обговорень сягає аналітичного огляду на якому-небудь порталі, але сама зацікавленість і залучення до цих заходів – різнопланових, різнорідних і різножанрових – вражає в позитивному сенсі, навіть намагаючись не робити ціннісних узагальнень.

Звичайно, не всі дослідники у повній мірі відповідають досліджуванним культурним явищам, не всі аналітики культури такі «просунуті», вишукані, з блокнотами moleskin і у футболках з популярного фестивалю. Є глобальні проблеми, зокрема і поширеності мистецьких продуктів (тих же актуальних молодіжних вистав, концертів), і доступу до нього серед молоді маленьких міста та інших населених пунктів, вартість споживання мистецьких благ – середня ціна квитка на спектаклі в Києві 50 гривень, на концерти та більш осучаснені заходи – набагато більше, не кажучи вже про закриті вечірки, куди взагалі не кожен бажаючий навіть при наявності фінансів може потрапити. Звичайно, в маленькому місті, де теж є молодь і певна «тусовка», вартість входу до клубу чи квитка до театру буде значно меншою, але й якість

культурно мистецької продукції часто не на вищому рівні (це зовсім не свідчить, що немає талановитих провінційних театрів або музичних гуртів, що виступають у будинках культури), а ще проблемою є взагалі поширеність таких заходів. Молодь маленьких міст тому залишається часто в культурній ізоляції, в той час як їхні однолітки з українських «мегаполісів» та культурних столиць з аристократичною втомою обирають собі різні дозвіллі практики, забарвлені мистецтвом. Але й тут не все так критично, як часто можна почути від представників старшого покоління суспільно-політичних активістів. Поширення інтернету і всіх сервісів, що ним обумовлені – соціальних мереж, форумів etc. дещо спрощує, якщо не вирішує, проблему соціально-мистецької ізоляції внаслідок місця проживання потенційного споживача. Більше того – популярна музика, література, кіно і деякі інші – проміжні – жанри – які не потребують безпосередньої фізичної включеності до аудиторії споживача, і тому збільшення варіантів культурних посередників (той же Інтернет, соціальні мережі, фестивалі, що зазвичай проводяться осторонь великих міст) сприяють інтеграційності сучасного мистецтва, якщо його засоби це дозволяють.

Музичні фестивалі та фестивалі сучасного мистецтва, де представлені і майстри, і літературний «цех», і land-art (знову такий мистецький продукт, що його не було на наших теренах в нас ще кілька років тому) є як не універсально українськими, то локально і часто опосередковано медіа-глобально відомими подіями. Згадаємо те саме «Арт-поле» або «Трипільське коло», які за популярністю виходять значно за межі тих населених пунктів, де вони проводяться, і їх околиць. Міжміські, міжкультурні, але часті між-субкультурні зв'язки і «культурні мости», як сказав би Жадан, наводяться саме на таких заходах. Семінари творчої молоді від «Смолоскипа» також можна залучити до інтеграційних факторів у сучасному мистецтві, особливо такому,

цільовою аудиторією якого є молодь. Вона ж і є спостерігачем процесу культурно-мистецького відтворення ідей і візнь, і споживачем того інтелектуального арт-продукту, що формується на семінарах і поза ними, на фестивалях і між ними, на репетиційних базах і за лаштунками арт-студій. Мистецтво передається «кілобайтами і пакетами» на YouTube і проглядається сотнями (якщо автору пощастить – тисячами – «фоловерів»), переглядається на планшетах в транспорті, звучить в аудіо записах і створюється, як в найкращі його часи – і на вулицях, і в бібліотеках, частіше вже – електронних. Але створюється і триває.

Молодіжний мистецький тренд сьогодення – «anything goes» – все підходить, що дозволяє досягати мети. Форма і рівень прийнятності («що – інтернет-роман?», «яка це відеопроєкція на джазовому концерті?») не мають значення, якщо аудиторія – досить таки вибаглива і спокушена вже полістилізмом – це мистецтво вбирає в себе і «одомашнює». Можливо, тут-і-зараз хтось робить відео проєкцію майбутнього перфоменсу «Мистецькі ігри». Це було б найкращим компліментом.

Український фестивальний «ландшафт»:

альтернативні форми літературного споживання.

Ринково-економічні закономірності вносять корективи у критерії успіху та визнання художнього твору. Успіх твору залежить від впізнаваності сюжету та доступності для широкого загалу присутніх у ньому ідей, бо широкий загал потребує постійного підтвердження «великих істин», а твори масової культури здійснюють це на доступному рівні. Сучасна масова культура створюється для мас, в чому полягає одна з основних її специфічних рис (Бурдье, 1993:27). Виключення становлять електронні ресурси мереживної літератури, де більша

свобода належить саме споживачам культурної продукції, але буде докладніше розглянуто далі.

Ринок та медіа сегментують читацьку аудиторію за допомогою маркетингових методів, змінюючи та конструюючи узагальнений «портрет» читача. Сьогодні вони формують межі в самому просторі літератури, створюючи кордон між «старою» й «новою» літературою. Читацька аудиторія структурується не тільки за тим, що вона читає, а за тим, кого вона вважає експертом у виборі та які форми читання обирає – читання класичної паперової книжки, тесту за допомогою рідера чи планшета, аудіо-книжки тощо. Звісно, всі ці форми можуть поєднуватись у читацькій практиці однієї людини, але прихильність до певної також розділяє читачів не менше, ніж прихильність до певного автору чи жанру. Так само й відвідування (чи не відвідування) літературних фестивалів, авторграф-сесій, інших подібних події сегментує читачів. Якщо на початку 2000-х років саме відвідування фестивалів вже було певною мірою «маркером» читацької поведінки, то зараз, у 2015 році, є значущим, що це за фестивалі, локальні чи всеукраїнські чи то міжнародні, саме присвячені українській літератури чи ні тощо. Розмаїття літературних і книжкових фестивалів та літературних заходів в рамках інших (літературні сцени на музичних фестивалях, народних святах тощо) дозволяє обирати з-поміж них саме ті, що відповідають певному смакові і певним читацьким уподобанням. Зовсім різні читацькі аудиторії є відвідувачами щорічного міжнародного «Форуму видавців» у Львові в фестивалю «Meridian Chernowitz», та, наприклад, «Київських лаврів». Хоча це не означає, що певна публіка «професійних читачів» та «професійних митців», не може бути помічена на усіх згаданих подіях. Але сегмент всеїдних споживачів літературного продукту є відносно невеликим, і, як правило, представлений самими письменниками,

видавцями та іншими акторами поля літератури. Звичайні ж компетентні читачі, як правило, обирають коло цікавих для них авторів та подій та слідкують виключно за ними.

Медіа формують письменницький образ культурного героя, продукуючи літературних «зірок» за тією схемою, що й зірок поп-музики та кіно, створюють репутації та рейтинги. Фестивалі продовжують цю традицію, обираючи в якості хед-лайнера широко відомого письменника, як-от, наприклад Андруховича чи Жадана, а особливо це ефективно, коли його виступ поєднується із музичним перфоменсом (що наразі практикується на найбільших літературних фестивалях України), та збираючи його прихильників під свої знамена. Якщо такої можливості захід не має, то обирається культове місто/місцевість, де певний письменник попередньої епохи мешкав та творив, і його ім'ям називається інколи навіть не пов'язаний тематично із його творчістю захід. Так, на заході України останні кілька років відбувається фестиваль Бруно Шульца (на батьківщині письменника, в Дрогобичі), на Харківщині успішно стартував у 2012 році і продовжує свою діяльність поетичний «Йогансен-фест», названий на честь Майка Йогансена, поета «Розстріляного Відродження», чия творчість зазнала значного впливу Слобожанщини як місцевості. Є і інші фестивалі або одноденні літературні заходи, присвячені поетам і письменникам минулих часів, так чи інакше дотичні до їхніх біографічних аспектів.

Підтримуючи літературу як культурне виробництво авторів та текстів, фестивалі, літературні сайти та медіа змушують літературне поле підпорядкуватись законам суспільства споживання, тобто гетерономним принципам поля. Поширюючи інформацію про конкурси, премії, фестивалі і рейтинги, вони сприяють гетерономності літературного простору – його

орієнтації на якомога більшому споживанні свого продукту, а не на внутрішні естетичні критерії «літературності».

Коли книга виходить друком, вона зазвичай вже відома читацькій аудиторії, її автор розповів про неї на презентації, поїхав із всеукраїнським туром по обласним центрам або – рідше – основним культурним осередкам. Часто влаштовуються масові заходи із залученням музичних гуртів або експериментальних театрів, якщо, звісно, символічний капітал автора достатній, аби привернути увагу для таких «хеппенінгів». Популярними стають тури авторів по різних містах в підтримку певного роману чи збірки, як правило, це супроводжується цільовою рекламою в літературних осередках. Останнім часом, у зв'язку з надзвичайним подіями на Сході України, свого роду промоцією художньої літератури стали поїздки авторів у зону АТО та виступу перед військовими. Поки що з українських письменників «першого ешелону» на це наважились М. Матіос та С. Жадан, але орієнтація на «культурний десант» на схід триває.

Показовий приклад зміни у технології просування художніх творів – актуальність нового роману «Записки українського самашедшого» Ліни Костенко. Він витримав п'ять накладів, що нетипово для поля сучасної української літератури, вартість книги у книгарнях зростала, відбувались насичені літературно дискусії в пресі та соціальних мережах, проте роман був негативно сприйнятий львівськими рецензентами, що змусило авторку припинити всеукраїнський тур у підтримку твору. Засоби презентації, популяризації художньої продукції змінюють багато у самих техніках письма. Це можна простежити на прикладі глобальної мережі Інтернет. Мереживна література і за формою презентації суттєво відрізняється від традиційної «друкованої».

В умовах кризи книговидання і зниження зацікавленості молодими авторами серед видавців, альтернативні засоби існування літературного поля є найбільш ефективними. Окрім збірок «за власний кошт» та локальних публічних виступів та інтернет-публікацій, участь у відомих або, принаймні, рекламованих, фестивалях є найдоступнішим засобом для молодих авторів популяризувати власні твори.

Читання, таким чином, переходить до принципово іншого типу культурних практик – від суто «одомашнених» дозвіллевих форм читання для насолоди до більш «суспільних», колективних та пов'язаних з іншими формами культурного життя – туризмом, подорожами, іншими комунікативними практиками (автограф-сесії, літературні фестивалі є одними з можливих прикладів цієї культурної модифікації читання). «Читання для задоволення», притаманне читачам ХХ ст., поступово наближається, хоча і не остаточно, до «читання для інформації» і надалі – «читання для комунікації». Зміни у читацьких практиках свідчать про те, що для того, аби вважатись експертом у читанні, не обов'язково бути ознайомленим із самими художніми тестами, контекстами їх створення та розповсюдження, а достатньо мати досвід взаємодії з автором, публікою, бути залученим до взаємодії у читацькій спільноті. Можливо, в подальшому дослідження літературних полів варто зосереджуватись на самих художніх текстах та авторах, що їх створюють, а на читацьких сприйняття і взаємодіях щодо цих текстів.

ЛІТЕРАТУРА

- Андрухович Ю. Дезорієнтація на місцевості: Спроби. Івано-Франківськ: Лілея-НВ, 1999. —
Бурдьє П. Рынок символической продукции / Пьер Бурдьє // Вопросы социологии. — 1993.
— № 1/2. — Режим доступа к журн.: <http://bourdieu.name/content/chast-pervaja>.

Воропай Т.С., Тягло К.О. Шевченко і Гоголь у полі сучасної української художньої літератури // Політико-правові погляди Т.Г.Шевченка (до 200-ліття з дня народження) : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції 21 березня 2014 року. – Харків: ХНУВС, 2014. – С. 131-134.

Гундорова Т. Транзитна культура. Симптоми постколоніальної травми: статті та есеї / Тамара Гундорова. – К. : Грані-Т, 2013. – 548 с.

Три чверті донеччан ніколи не відчували мовної проблеми [Електронний ресурс] // Тиждень. – 10 квітня 2014. – Режим доступу: <http://tyzhden.ua/News/107268>.

Демченко О. Південного Сходу більше немає [Електронний ресурс] / Олександр Демченко // Українська правда. – 22. 04. 2014. – Режим доступу: www.pravda.com.ua/articles/2014/04/22/7023182/

Мнения и взгляды жителей юго-востока Украины: апрель 2014. [Електронний ресурс] // Zn.ua. – 18. 04. 2014. – Режим доступу: http://zn.ua/UKRAINE/mneniya-i-vzglyady-zhiteley-yugo-vostoka-ukrainy-aprel-2014-143598_.html.

Пешіо Дж., Соціологічна уява і сучасному англomовному літературознавстві, 2002.

Семків Р. Культурна капітуляція. Як міцнішає російсько-українська літературна дружба [Електронний ресурс] // Український тиждень – 2013. – 5 серпня. – Режим доступу: <http://tyzhden.ua/Society/85477>.

Скокова Л.Г. Дисбаланси у сфері культурних практик в Україні// Тези учасниківВсеукраїнської науково-теоретичної конференції з міжнародною участю "Інституційні засади процесів культуротворення в Україні: ХХ–ХХІ ст. – етапи та напрямки розвитку". – Київ, 2014. Режим доступу: <http://www.saske.sk/cas/archiv/2-2004/skokova.html>

Тягло К. О. Образи «Єдиної Європи» та «Європейськості» в сучасній українській літературі/ К. Тягло//Смислова морфологія соціуму / за ред.. Костенко Н. В. – К.: Інститут соціології НАН України, 2012. – с.392-404.

Тягло К. О. Тяжіння до «великої» літератури в читацьких практиках – дві різні версії в регіональному аспекті// «Соціологія та суспільство: взаємодія в умовах кризи». ІІ конгрес соціологічної асоціації України (Харків, 17-19 жовтня, 2013 р.): тез. доп. Харків, 2013. – С. 161–162.

Хренов Н. Культура в эпоху социального хаоса / Н. Хренов. — М. : Эдиториал УРСС, 2002. — 448 с.

Шартье Р. Социология текстов и история письменной культуры: Дон Кихот в книгопечатне / Роже Шартье ; [пер. с фр. И. К. Стаф]. — М. : Рос. гос. гуманит. ун-т, 2006. — 351 с.

Bourdieu P. The Forms of Capital [Electronic resource] / Pierre Bourdieu // Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education. — New York : Greenwood Press, 1986. — P. 241-258. — Access mode: <http://www.marxists.org/reference/subject/philosophy/works/fr/bourdieu-forms-capital.htm>