

ТВОРЧІСТЬ АНДРІЯ КОКОТЮХИ ЯК ВЗІРЕЦЬ СУЧАСНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ МАСОВОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Статтю присвячено висвітленню основних категорій, властивих сучасній масовій літературі. Зокрема зосереджено увагу на поняттях читабельності, трафаретності, типізованості, формальності, жанрового канону, шаблону, бестселеру. Розглянуто творчість Андрія Кокотюхи у контексті сучасної української масової літератури, а також, що важливо, порушено питання формування власне українського культурно простору.

Ключові слова: сучасна українська масова література, елітарна література, масова література, жанровий канон, шаблон, бестселер, читабельність, естетичний шаблон, ідеологічний стереотип, культурний продукт, інформаційна політика.

Початок ХХІ століття примітний для України, окрім державницьких перетворень, процесами самоідентифікації, саморозвитку та самоутвердження власне українського літературного продукту. Однак на ниві, здавалося б, спільних дій протиборствують два допоки непримиренні титани: так звана елітарна та масова літератури. На прикладі творчості Андрія Кокотюхи пропонуємо присутній аналіз особливостей, стану, тенденцій розвитку, нагальних питань сучасної української масової літератури.

Нашою **метою** буде означити основні критерії масової та елітарної літератур, виявити труднощі, що з ними зіштовхнулася українська белетристика, розглянути творчість Андрія Кокотюхи в контексті сучасної української масової літератури, використавши філологічний, аналітичний та комперативний **методи**.

При розгляді заявленого питання ми послуговувались **літературно-критичними розробками** вітчизняних дослідників О. Голік, Я. Голобородька, А. Дімарова, Т. Гундорової, Н. Зборовської, А. Кривопишиної, О. Романенко, А. Таранової, С. Філоненко.

Актуальність запропонованої теми наукового дослідження вмотивована необхідністю активізації обговорення розвитку масової літератури в Україні.

Питання наявності, доцільності, особливостей творення й реценсії сучасної української масової літератури нутрують думку

літературознавців та читачів, які хоч інколи замислювались над сутністю сучасної української літератури як такої, вже близько двадцяти років. За точку відліку означимо вихід у світ "Польових досліджень з українського сексу" (1996) Оксани Забужко, що Ніла Зборовська у статті "Сучасна масова література в Україні як загальнокультурна проблема" доволі справедливо називає одним із перших "розкручених продуктів масової літератури" [5, 3]. Проте одразу ж зауважимо, що не вважаємо доречним використання поняття "проблема" в контексті аналізу сучасного масового літературного продукту, а послугуємось терміном "питання" (за умов його наближеності до семантичного поля поняття "задача"), що потребує роз'яснення та відповіді.

Проблема – це ситуація, що "потребує активних дій і є пробуджуючим чинником для діяльності людини (досліджень, проектування та виконання), щоб ліквідувати наслідки чи запобігти їх виникненню" [13, 637]. Однак ми не маємо на меті запобігати виникненню чи ліквідувати наслідки впливу масової літератури, що є неможливим, враховуючи панування загальнолітературного закону. За існуючих умов можливе лише корегування її подальшого розвитку на основі так званої культурологічної перкусії творів масової літератури. Окрім того, для "проблеми" характерна наявність невизначеності, що є суттєвою відмінністю у порівнянні із "питанням", метою якого є отримання конкретної інформації, чи "задачею" – проблемною ситуацією, що, однак, позначена конкретною ціллю і необхідністю її досягнення [13, 637].

У літературознавчих критичних заувагах щодо масової культури та зокрема літератури в Україні, висловлених вітчизняними вченими, знаходимо прямопротилежні погляди. Так, до прикладу, Оксана Забужко вважає, що "в умовах ринку, надто "дикого", тільки маскульт годен "підперти" звичайно неприбуткове "серйозне" мистецтво. [...] "Нам треба" не "голосу Тараса", а українського Стівена Кінга, [...] який продає свій Божий дар [...] підступному Мефістофелєві задля лакомства нещасного, задля нікчемних дукачів – побрязкачів – аби ми, такі чисті й непродажні могли [...] перейти до чистої поезії" [6, 198]. У той час як Ніла Зборовська розглядає масову культуру як суто імперське явище, що "несе в собі руйнівний характер для живої національної культури" [5, 6].

Натомість Софія Філоненко зосереджує свою увагу не так на тому, "маємо ми масову літературу чи ні?", скільки на питаннях її творення та рецепції, зауважуючи, що *"масова література – сукупність літературних творів, які адресуються широкому читачькому загалу й функціонують за законами літературної індустрії відповідно до своєї жанрової приналежності"* [15, 88]. А от на думку Тамари Гундорвої, таке розмежування елітарної ті масової літератур обумовлено перетворенням "культурних цінностей на товар, появою артистичної антрепризи" [3, 68].

У сучасному літературознавстві й досі актуальний ієрархічний підхід, відповідно до якого літературу поділяють на елітарну та масову, що орієнтована на літературні смаки широкої категорії читачів.

Для елітарної літератури характерна "гібридизація жанрів, складність мовних засобів, філософська наповненість змісту та образів, цитування, колажування, інтелектуальна гра з читачами" [10]. Висока література має конкретного читача, їй властиве доволі обмежене коло реципієнтів, спроможних декодувати складні внутрішні змісти та зрозуміти численні алюзії, що є неможливим при поверхневому прочитанні і вимагає знання інших художніх текстів. Тобто досвідчений кваліфікований читач зуміє осмислити та сприйняти не лише диктумний план, що передбачає сюжетну композицію, послідовність подій та їхнє тло, а й модусний, що відповідає системі взаємодії свідомостей автора і персонажів [12].

Особливістю творів елітарної літератури – є можливість їх багаторазового прочитання та відкриття нових смислів, у той час як масова – на різночитання не розрахована, а орієнтована на поверхнєве ознайомлення. Як наслідок, вмотивовано, що серед основних її ознак – тяжіння до стандартизації, типізації, пізнаваності сюжетів та образів, колізій, проблематики, наявності штампів, що і зумовлює формально-змістову єдність твору. Для масової літератури характерне послуговування каноном (особливо для детективів), що "передбачає як проблемно-тематичну визначеність, так і жорстку структуру, коли за кожним елементом форми закріплений певний зміст" [15, 106].

Масова література має свою особливу жанрову систему, законів котрої автор чітко дотримується, адже декларування конкретного

жанру слугує необхідним маркером для читача при виборі книги. Таким чином, жанр не просто окреслює тип твору, а постає "типом комунікації, типом художньої практики" [2, 116]. Тобто жанр, перш за все, виступає потужним комерційним інструментом.

Твори масової літератури "будуються за трафаретними сюжетними схемами, мають схожу тематику та наративну структуру, відповідають звичним естетичним шаблонам та ідеологічним стереотипам" [10]. Варто також зауважити, що і висока, і масова література послуговується особливостями сприйняття тексту читачем через ототожнення себе із літературними персонажами, але якщо елітарна література "акцентує увагу переважно на унікальності та оригінальності змальованого світу та персонажів", то масова надає перевагу "максимальному наближенню атрибутів дійсності, в якій живе читач, відтвореної за допомогою спрощених образів, символів, кліше і культурних кодів" [14, 22].

Проте, якої думки про таке протистояння елітарної та масової літератури на теренах України представники масового письменства? Сучасний український письменник Андрій Кокотюха пояснює таку опозицію "елітних письменників тим, що "вони бояться. Вони зайняли стійкі позиції в засобах масової інформації і міцно тримають оборону. Через це українська масова культура, зокрема – література популярних жанрів, переживає інформаційну блокаду" [8].

Натомість на знак оборони письменник заявляє, що "масова література – це той паровоз, який навіть у радянські часи тягнув на собі поезію, прозу та есеїстику "елітних авторів". Надрукувавши і продавши десять детективів, радянське видавництво могло за рахунок прибутку видати кілька поетичних збірок" [8].

Не варто забувати, що масова література – це, перш за все, індустрія, що послуговується принципами імітації, повтору (сиквели, приквели, триквели), серійності, що відображається у серійних назвах творів та іменах героїв, котрі мігрують із книги в книгу, а також категоріями брендовості, моди та піару. Так, розмірковуючи над жанрово-тематичними тенденціями сучасної белетристики, А. Кокотюха у одному із інтерв'ю наводить приклад такої трендовості, переповідаючи свою розмову із видавцями: "найкраще буде продаватися така книжка, де у самотньої

жінки вкрадуть дитину, і вона, ні до кого не звертаючись по допомогу, сама її знайде і все закінчиться хепі-ендом. І бажано, щоб це було в селі" [7]. Однак зізнається, що писати такої літератури не може: "Я роблю те, що подобається мені, і якщо це подобається комусь іще – я буду тільки щасливий!" [7].

Для характеристики твору масової літератури властива категорія читабельності, однак, як зауважує С. Філоненко, не варто зводити її лише до поняття зрозумілості мови та доступності для читача. Показовими у цьому контексті є також "здатність тексту захоплювати, утримувати увагу, що забезпечується яскравим конфліктом, наявністю інтриги, динамічним розгортанням дії" [15, 70]. Серед основних факторів, що надають твору масової літератури читабельності Марія Литовська називає наступні: упізнаваність сюжетних моделей; стереотипність іміджів героїв; містичний пафос зображення соціальних практик; умовна екзотичність фабули; правдоподібність деталей зображуваного; відсутність соціальної критики; відтворення "вічних" почуттів; співзвучність життєвим інтересам кожного читача [11, 60]. Так, для А. Дімарова читабельність – це, перш за все, емоційність: "Кожен по-справжньому читабельний твір має в собі захований гачок з наживкою. І цю наживку читач моментально ковтає" [4, 4].

Творчість Андрія Кокотюхи, на наш погляд, є безперечним зразком сучасної української масової літератури. Напевне, жоден інший автор не докладає настільки потужних зусиль, аби закріпитися на позиції масового письменства. Так, на кінець 2013 року у письменника відбулось всеукраїнське турне під назвою "43 у 43", тобто 43 книги видав автор за свої 43 роки, а от у 2014 році вийшли ще й історичні романи "Київські бомби" та "Справа отамана Зеленого. Українські хроніки 1919 року". Отож, як бачимо, творчої плідності письменнику не бракує. Так, у 2013 році бестселером було визнано ще один історичний роман Кокотюхи "Червоний" (за даними видавництва "Клуб Сімейного Дозвілля" він навіть обігнав новий роман "Вітер у замкову шпарину" "короля жахів" Стівена Кінга). Зауважимо, що для творів масової літератури наявність маркера "бестселер" – є надзвичайно важливою, ця відзнака здобувається, однак, не лише за умови наявності виразної художньої якості, часто її отримання супроводжується використанням добре відомих маркетингових технологій та дотриманням тенденцій так званої літерату-

рної моди. Як слушно зауважує С. Філоненко, поняття "бестселер" означає "незрівнянно більшу популярність книжки порівняно з іншими" [16, 13]. Андрій Кокотюха натомість констатує, що "Україна – споживач такого товару, споживач як бестселерів-одноденок, так і бестселерів світових, перевірених часом. Проте дивним і незрозумілим чином Україна не виробник таких бестселерів" [9].

Твори масової літератури орієнтовані на миттєвий успіх, вони не передбачають "писання у шухляду" і марень, що колись їх гідно поцінують нащадки. Навпаки, творці літератури такого штибу очікують на результат "тут і зараз". Проте варто зазнати чи, що цей успіх настільки ж швидкоплинний, наскільки і час його очікування, тому зазвичай автори популярної белетристики "кують поки гаряче", аби "свіжими слідами" читач підступив і до наступного, часто попередньо заявленого, бестселеру. Не секрет, що масова література більш комерційно спрямована, тому появу успіху миттєво використовують для отримання максимального прибутку. Цей факт не потребує схвалення, чи негативації, він є даністю і невід'ємною складовою сучасної популярної масової літератури.

Однак, як зауважує А. Кокотюха: "Говорячи про бестселер, ми повинні мати на увазі сотні тисяч або мільйони копій. А в Україні при всій повазі книжкової індустрії, стільки не мав і не має ніхто з нині живучих, принаймні від 1991 року" [9].

Попередньо ми згадували про необхідність використання маркетингових технологій, що ними послуговуються сучасні українські автори популярної белетристики, та й не тільки. Окрім активно впроваджуваних піар-акцій, активності у соцмережах та на відповідних електронних ресурсах, письменники використовують усі можливі засоби промоції, аби лише привернути увагу читача: від абсолютного епатажу і повної публічності, до показової відстороненості (так, наприклад, В. Пелевін демонстративно відмовляється давати інтерв'ю, що також слугує засобом самореклами). "Рекламні біг-борди, – як стверджує А. Кокотюха, – не вихід [...], бо це не шоколадки, які продають на кожному кроці. Навіть якщо книга є в усіх книгарнях – це не показник" [7].

Свою першу книгу – Кокотюха написав ще у віці 25 років, детективи української мовою критики тоді радили взагалі не писати, бо то, мовляв, уже масова література, і йому радше повернути свій зір до елітарної, однак митець мав абсолютно протилежні погляди.

Сьогодні, це письменник, котрий щорічно видає по добрій стосі книг і вільно розкошує у царині гостросюжетного роману.

Виразною ознакою творів масової літератури – є продукування доволі великої кількості творів за відносно короткий проміжок часу (згадаємо своєрідну промо-акцію "43 у 43" А. Кокотюхи). Так, наприклад, детектив "Тасмне джерело" Андрія Кокотюхи було написано за 28 днів. "Будучи безробітним, я усюди працюю, мене не годую література, годую кіно, телебачення, журналістика. За 4 години можу написати 20 тисяч знаків, це 32 сторінки в книзі. Написання, записування книги – процес механічний, основне відбувається в голові", – зізнається автор. Однак, випереджаючи інерційне питання щодо якості такого продукту, Кокотюха зауважує, що за таких умов "книжка обдумується довше, ніж пишеться. Я довго думаю, тому й пишу швидко. Кожну деталь обдумую до дрібниць. Сідаючи за написання, вже чітко знаю, чого і скільки мені треба".

Ми вже зауважували про так звану типізованість та формульність масової літератури. Говорячи принагідно про Кокотюху, мусимо віддати належне майстерному конструюванню зокрема детективних творів автора, що найяскравіше відображають ознаки сучасної белетристики. Письменник ретельно складає пазл детективного сюжету, відкидаючи усе, що могло б заважати стеженню читача за розслідуванням. Як результат, такий сюжет легко трансформується у телевізійну продукцію, тому закономірно, що тексти А.Кокотюхи лягають в основу документальних фільмів, авторами чи співавторами яких є сам письменник. Серед них детективний роман "Легенда про Безголового" (екранізований 2008 року кіногрупою "Film.ua" під назвою "Тривожна відпустка адвоката Ларіної", режисер Олександр Стеколенко), трилер "Повзе змія" (екранізований 2009 року компанією "Fresh production UA", режисер Максим Бернадський). Письменник також є автором сценаріїв до кількох документальних фільмів з циклу "Кримінальні історії" (ICTV), "Чужі помилки" (СТБ), "Стрингер" та "Одержимі" (1+1).

У багатьох журнальних публікаціях та інтерв'ю Андрій Кокотюха наполягає на необхідності створення популярної літератури. Наразі письменник долучається до розбудови у сучасній українській прозі жанрів детективу, авантюрного, пригодниць-

кого романів, містичного трилеру, експериментує з класичними формулами нуару та готики (наприклад, детективи "Темна вода" і "Легенда про безголового").

Письменник прагне заповнити цілу нішу сучасної белетристики, як результат "продукує один за одним захопливі, читабельні тексти; систематично рецензує всі, хоча й нечисленні, вітчизняні книжкові новинки, які вкладаються в рамці гостросюжетної літератури; уперто обороняє детектив, а разом з ним і все масове письменство, від несправедливих закидів "високочоліх" і просто літературних снобів – та мало не від усього світу" [15, 230]. Головне на втратити у такому темпі якісних орієнтацій.

Подібна ініціативність повинна отримати підтримку і заохочення, особливо за умов вмотивованої заборони російського масового культурного продукту, що донедавна заселяв український культурний простір. У контексті розмов про ефективну державну інформаційну політику, боротьбу з пропагандою і опір російському маскульту варто пам'ятати: головне, аби було, що запрявити українському споживачу натомість. Як слушно зауважив Ю. Андрухович: "Думаю, програмні боси і продюсери, насправді, не досить добре знають, яка кількість українського культурного продукту існує. Звичайно, він ще перебуває в так званому напівандеграунді, але його треба вишукувати, витягувати і популяризувати, щоб потім, при згадці словосполучення "український культурний продукт", нашою першою реакцією не було скептичне знизування плечима" [1]. Заохочення до наповнення сакральної чаші української культури, на наш погляд, неминуче приведе до активізації конкурентного середовища, що в свою чергу за законами літературного природного відбору закріпить на гідних позиціях лише якісні презентанти української масової літератури.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрухович Ю. Український культурний продукт знаходиться в напівандеграунді [Електронний ресурс] / Юрій Андрухович. – Режим доступу : <http://replika.com.ua/>

2. Голік О. Методологічний аспект теорії жанрів періодичних ЗМІ / О. Голік // Вісник Львівського університету. Серія "Журналістика". Вип. 32. – Львів : ЛНУ, 2009. – С. 113–120.

3. Гундорова Т. Кітч і література. Травестії / Т. Гундорова. – К. : Факт, 2008. – 284 с.

4. Дімаров А. "Про читабельність літератури і не тільки" : [розмова Анатолія Дімарова з Романом Кухаруком] // Кур'єр Кривбасу. – 2000. – № 125–126. – С. 3–9.
5. Зборовська, Ніла. Сучасна масова література в Україні як загальнокультурна проблема / Н. Зборовська // Слово і час. – 2007. – № 6. – С. 3–8.
6. Жінка як текст : Емма Андіївська, Соломія Павличко, Оксана Забужко : фрагменти творчості і контексти / Упоряд. Л. Таран. – К. : Факт, 2002. – 208 с. – (Літ. проект "Текст+Контекст". Знакові літ. доробки та навколо них).
7. Кокотюха А. Ні Андрухович, ні Забужко не напишуть детектив чи кіно-сценарій [Електронний ресурс] / Андрій Кокотюха. – Режим доступу : <http://sumno.com/article/andrij-kokotyuha-yakscho-ya-mozhu-sisty-i-narysat/>
8. Кокотюха А. Чому "елітні" українські письменники ненавидять масову літературу? [Електронний ресурс] / Андрій Кокотюха. – Режим доступу : <http://artvertep.com/print?cont=544>
9. Кокотюха А. Що таке "український бестселер" [Електронний ресурс] / Андрій Кокотюха. – Режим доступу : <http://bukvoid.com.ua/column /2010 /08 /25/082719.html>
10. Кривопишина А. Масова та Елітарна літератури в Україні: зауваги до теми [Електронний ресурс] / Анна Кривопишина. – Режим доступу : <http://oldconf.neasmo.org.ua/node/570>
11. Массовая литература сегодня : учеб. пособие / Н.А. Купина, М.А. Литовская, Н.А. Николина. – М. : Флинта : Наука, 2009. – 424 с.
12. Сидорова М.Ю. Квалифицированный читатель и массовая литература (лингвистический аспект проблемы) // Библиотека в эпоху перемен. – М., 2003. – Вып. 4. – С. 16–25.
13. Словник української мови : в 11 томах. – Том 6, 1975. – Стор. 367.
14. Романенко О.В. Семіосфера української масової літератури: текст. Читач. Епоха / Олена Віталіївна Романенко; Наук. ред. Анатолій Борисович Гуляк. – К. : Якубець А.В., 2014. – 362 с.
15. Філоненко С.О. Масова література в Україні: дискурс / гендер / жанр : [монографія / наук. ред. Т. І. Гундорова] / Софія Філоненко. – Донецьк : ЛАНДОН–XXI, 2011. – 432 с.
16. Філоненко С.О. Не творчість, а індустрія / С. Філоненко // Всесвітня література в середніх навчальних закладах України. – 2010. – № 1. – С. 11–15.

Стаття надійшла до редакції 16.04.15

Я. А. Бригадир, асп.

Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

Творчество Андрея Кокотюхи как пример современной украинской массовой литературы

Статья посвящена определению основных признаков, присущих современной массовой литературе. В частности сосредоточено внимание на понятиях читабельности, трафаретности, типизированности, формальности, жанрового канона, шаблона, бестселлера. Рассмотрено творчество Андрея Кокотюхи в контексте современной украинской массовой литературы, а также, что немаловажно, затронут вопрос формирования собственно украинского культурно пространства.

Ключевые слова: современная украинская массовая литература, элитарная литература, массовая литература, жанровый канон, шаблон, бестселлер, читабельность, эстетический шаблон, идеологический стереотип, культурный продукт, информационная политика.

Y. Brygadyr, PhD student
Institute of Philology Taras Shevchenko National University of Kyiv

The creation of Andriy Kokotyuha as an example of modern ukrainian popular literature

The article is devoted to the main categories of modern popular literature. It also focused on the concepts of readability, screen, formality, canon of the genre, template, bestseller. The creation of Andriy Kokotyuha is considered in the context of modern Ukrainian popular literature, and what is important, the question of forming of Ukrainian cultural space is also raised.

Keywords: modern Ukrainian mass literature, elite literature, popular literature, canon of the genre, template, bestseller, readability, aesthetic pattern, ideological stereotype, cultural product, information policy.

УДК 821.161.2]81'01

А. Бурутіна, студ.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, Київ

ПАРАДИГМА ОБРАЗІВ СВЯТИХ БОРИСА І ГЛІБА У СЕРЕДНЬОВІЧНИХ ЖИТТЯХ

У статті досліджується парадигма образів Бориса і Гліба у киеворуських житіях: "Повідання про святих князів Бориса та Гліба" невідомого автора та "Чтеніє про житіє і погублення блаженних страстотерпців Бориса і Гліба" Нестора. Аналізується авторська інтерпретація образів святих та риси їхньої індивідуалізації, визначається специфіка інтерпретацій образів у кожному із творів.

Ключові слова: парадигма, образи Бориса і Гліба, "Повідання про святих князів Бориса та Гліба", "Чтеніє про житіє і погублення блаженних страстотерпців Бориса і Гліба" Нестора, агіографічна література, святий.

На початку нашої ери, а саме християнської, священослужителів, які були визнані святими, після смерті стали записувати до окремого списку, який по-грецьки звався "канон", звідси походить термін "канонізація". Першими канонізованими на теренах Русі-України стали князі Борис і Гліб. Так почали творити