

УДК

Філоненко С.О.,
кандидат філологічних наук,
Тернопільський національний педагогічний
університет імені Володимира Гнатюка

БЕСТСЕЛЕР ЯК ПРОБЛЕМА СУЧАСНОГО ЛІТЕРАТУРНОГО ПРОЦЕСУ В УКРАЇНІ

Проблема українського бестселера виходить за внутрішньолітературні рамці, стосуючись болісного самоусвідомлення вітчизняної культури, доконечної необхідності її модернізації, долання постколоніального комплексу меншовартості. Адже питання про бестселер – це насправді питання про успіх і визнання національного письменства і навіть ширше – українства. Чи може українська книжка (і культура) бути сучасною, популярною, комерційно успішною? Чи здатна вона витримати конкуренцію із бестселерами зарубіжними, особливо ж російськими? Чи спроможуться вітчизняні автори пристосуватися до ринкових умов існування літератури, або їхня творчість залишиться явищем вузькоелітарним, створеним для нечисленних і відданих україномовних читачів? Отже, в українському бестселері, як і в масовій літературі загалом, убачають мало не засіб національної консолідації, зняття порятунку вітчизняної культури від забуття. Звідси – пильна увага критиків, журналістів, авторів до проблеми створення бестселера в Україні, починаючи з 1991 року, так, начебто бестселер є обов'язковим атрибутом державності.

Гарячковість подібних розмов і «заклинань» бестселера спародіював Юрій Андрухович у романі «Дванадцять обручів»: «Якось йому [Артуру Пені] спало на думку написати бестселер (у внутрішньопроцесуальному гетто з параноїчною нав'язливістю саме дискутувалася ця перспектива – і де наші бестселери? і чому ми не маємо бестселерів? і хто нарешті написав би для нас бестселера? здавалося, що на цьому ґрунті поїхали дахом усі навколо, від високочолих авторитетів-ідеологів до вічно дезінформованих і активних у пліткуванні газетних парвеню), таким чином йому захотілося показати всьому цьому кодлові півруки, язика і щось там ще» [1, 71].

Розгляд проблеми бестселера неминуче приводить до необхідності встановити чіткі термінологічні межі на літературному полі. Дефініція бестселера, ймовірно, має враховувати як власне літературні його ознаки, так і соціологічні (популярність). Загальновідомо, що термін «бестселер» походить із англійської мови: *bestseller* – від *best* – найкращий, *sell* – продавати, буквально «те, що продається найкраще». Дослідник сучасного російського літературного процесу Сергій Чупрін у праці «Життя за поняттями» наводить терміни-аналоги зі сфери інших видів мистецтва: «шлягер» або «хіт» у популярній музиці, «блокбастер» стосовно кінематографу [8, 70-71]. Насправді, термін «бестселер» не має чітких кількісних ознак, накладі проданих книжок можуть варіюватися значною мірою, в тому числі в різних країнах. Явище бестселера скоріше пов'язане із надзвичайно великою популярністю книги.

«Літературознавча енциклопедія», укладена Юрієм Ковалівим, визначає поняття «бестселер» у такий спосіб: «...книга, яка видається масовим тиражем, враховуючи невибагливий читацький попит чи комерційні інтереси, часто зумовлені модою, сенсаційною темою; зазвичай має м'яку обкладинку» [3, 125]. На наш погляд, така дефініція дещо обмежує значення терміна: адже бестселерами можуть ставати, та й стають, твори класичні, наділені високими художніми якостями, або й нехудожні тексти (так, серед списку ранніх бестселерів,

виданих до 1895 року і проданих накладом більше 1 млн. примірників, значаться Біблія, алегорична книга англійського протестанта Джона Беньяна «Шлях пілігрима», романи «Робінзон Крузо» Даніеля Дефо і «Мандри Гуллівера» Джонатана Свіфта, твори Чарльза Діккенса, Віктора Гюго, Лева Толстого...).

Дискусія про сутність поняття «бестселер» досі не вичерпалася в зарубіжному літературознавстві. Певну невпорядкованість у вживанні терміна фіксувала ще в 1990 році, приміром, Реза Л. Дудовіц у праці «Міф про супержінку: жіночі бестселери у Франції та Сполучених Штатах» (Resa L. Dudovitz, «The Myth of Superwoman: Women's Bestsellers in France and the United States», 1990): «Критики, видавці і публіка використовують і розуміють термін «бестселер» у численних різноманітних і часто суперечливих значеннях. Сьогодні лейбл «бестселер» автоматично прикрашає обкладинки багатьох щойно виданих книг... Як інтерпретувати це безладне вживання терміна «бестселер»? Чи дійсно всі ці книги написані авторами, чиї романи були продані в достатній кількості копій, щоб забезпечити собі місце в національних списках? Чи «бестселер» тепер позначає певну форму або жанр літератури, що передбачає специфічну публіку? І якщо це справді так, то які цінності, визначені межами жанру, приховані за цим ярликом? ...Що робить роман бестселером, і чи змінюються його критерії значною мірою в різних країнах? Чи означає термін «бестселер» те саме явище в інакшому культурному середовищі? Чи обов'язково підтверджується статус бестселера в одній країні, коли роман перекладають чи експортують до іншої?» [10, 19].

Оглядаючи функціонування терміна «бестселер» у сучасному літературознавчому просторі, Сергій Чупринін зупиняється на трьох його трактуваннях. Відповідно до **першого**, бестселер визначається залежно від великої кількості проданих копій (від 5 до 100 тисяч примірників). Однак при цьому не враховується зміст книги або її приналежність до літератури fiction чи non-fiction. Тому ми можемо зустріти в Інтернеті, поруч із художніми новинками, рекламу таких бестселерів, як посібники із бухгалтерського обліку, практичної психології чи кулінарного мистецтва. Так, серед списку американських бестселерів лідерами є книга про виховання дітей Бенджаміна Спока, кухарська книга, словник Вебстера, кишенькові атласи і «Книга рекордів Гіннеса».

Друге трактування стосується лише царини художньої літератури та «мідл»-літератури. Йдеться про тексти «вдалі», «особливо розкручені», «доступні розумінню людини будь-якої читацької кваліфікації». С. Чупринін наголошує, що таке розуміння близьке книгопродавцям і видавцям, на ньому базують певну стратегію (конкурси, премії, піар), яка спрямована на пошук і промоцію книг [8, 71-72].

Лише **в третьому трактуванні** йдеться про власне літературні, естетичні якості бестселерів. Тут бестселер набуває жанрового виміру, стаючи «історично особливим типом великого повістування», за висловом Ігоря П. Смірнова. С. Чупринін стверджує: «Жанротворчою ознакою бестселера слід визнати контрапунктну взаємодію тривіального з екстраординарним, тобто випробуваних, легко впізнаваних сюжетних, персонажних і стилістичних формул, узятих із літератури масового попиту, з результатами креативної авторської винахідливості» [8, 72]. Отож, бестселери в такому розумінні не можуть бути окреслені як явища суто тривіальної літератури, хоча й користуються її прийомами. Ігор П. Смірнов запроваджує поняття «інтелектуальний бестселер», часом ототожнюючи останній із

«бестселером узагалі» [8, 72-73]. Оригінально описала «рецепт бестселера» російська письменниця і критик Ольга Славнікова: «трохи трешу¹, трохи філософії» [6].

Однак інші вчені, зокрема згадана вище Реза Л. Дудовіц, заперечують жанрове тлумачення бестселера: дослідниця слушно зауважує, що серед бестселерів зустрічаються твори найрізноманітніших жанрів – «від трилера до детективу» [10, 34]. Джон Сазерленд у роботі «Читаючи десятиліттями: п'ятдесят років національних бестселерів» (John Sutherland, «Reading the Decades: Fifty Years of the Nation's Bestselling Books», 2002) запропонував говорити про «жанри-бестселери» (bestselling genres), тобто такі, що традиційно мають високі продажі – «романси» (рожеві дамські романи), детективи, наукова фантастика і «горори» (жахи). Скотт МакКрекен у монографії «Чтиво: читаючи популярну белетристику» (Scott MacCracken, «Pulp: Reading Popular Fiction», 1998) зазначає, що бестселери можуть становити «гібридні жанри, поєднуючи кілька елементів популярного наративу» [11, 40]. У такого роду творів, на думку вченого, навіть більше шансів стати бестселерами.

Вивчаючи феномен літературного успіху, французький соціолог літератури Роберт Ескарпі визначив три його типи, співвідносні із різновидами бестселерів:

1. «Фастселер» (*fastseller*, від *fast* – швидко), книга, яка швидко продається у великих обсягах, добре окупається, але швидко й забувається.
2. «Стедіселер» (*steadyseller*, від *steady* – постійно), книга, що починає продаватися повільно, але продається добре протягом тривалого часу.
3. «Бестселер» (*bestseller*), книга, що поєднує перші два різновиди: вона починає як «фастселер», а згодом стає «стедіселером» [За 10, 29].

Зауважимо, що існує й інше розуміння сутності бестселера, ближче до першого різновиду Р. Ескарпі – «фастселера»: так, Скотт МакКрекен наголосив, що «...термін «бестселер» звичайно описує великі продажі за короткий час, але не тривалу популярність» [11, 22].

У видавничій практиці бестселери розрізняються також за критеріями «художня / нехудожня література» (fiction / non fiction), а також за типом обкладинки – «тверда / м'яка» (hardcover / paperback). Із початку нового тисячоліття виділяють також субкатегорію «дитячого бестселера».

Звісно, феномен літературного успіху, особливої популярності існував віддавна. Однак до XIX століття накладі найчитаніших книжок зрідка перевищували кілька тисяч примірників. Поява бестселерів стала можливою лише зі здешевшенням книжки, коли вона стає загальнодоступною. Реза Л. Дудовіц наголошує, що вирішальними для існування бестселерів стало запровадження авторського права, а також відрахувань із продажу книжок (письменницьке роялті). Саме тоді літератори стали зацікавлені у створенні комерційно успішного продукту [10, 24].

Культура бестселерів прийшла зі США, де й зафіксоване перше вживання цього терміна (1889 рік, газета «The Kansas Times & Star»). У 1895 році Гаррі Тьюрстон Пек став друкувати – спочатку щомісяця, а згодом щотижня – у журналі «Букмен» списки книг, які добре продавалися в американських містах. Пізніше публікація списків бестселерів розповсюдилася в Європі – у Великобританії, Франції, Німеччині та інших країнах. Однак є національно-специфічні риси у формах культури бестселерів: так, у США списки бестселерів оприлюднюють загальнонаціональні газети, а у Франції – журнали.

¹ Треш – від англ. trash – сміття, макулатура, халтура.

Повернімося до вітчизняних реалій. Проблему створення українського бестселера в 90-х роках ХХ століття Оля Гнатюк пов'язала із процесом глобалізації, що, на її думку, «...видається шансом, а не загрозою для української культури». Адже саме масова культура здатна «розширити» «сферу використання української мови». У цьому контексті дослідниця позитивно оцінює дублювання зарубіжних серіалів державною мовою, визнає слушним заклик критиків «створити український бестселер» [4, 28], проте й зазначає із сумом, що цей заклик лишився без відповіді.

Про неспроможність української постколоніальної культури кінця ХХ століття народити бестселер міркує і Євген Баран у книзі «Навздогін дев'яностим», влучно назвавши відповідну її главу «Бестселер: шукання чорного kota у темній кімнаті». Критик згадує успішних авторів: Ю. Андруховича, В. Кожелянка, О. Забужко, П. Загребельного, В. Шевчука, чиї твори викликали резонанс у середовищі гуманітаріїв. Однак висновок Є. Барана невтішний: «Бестселер у нас поки що неможливий. Власне, сам твір може з'явитися (і, напевне, з'являється). Неможливий принцип бестселеру. Відсутня інфраструктура, яка б працювала на «мусування» читацької свідомості. Відсутня культура бестселеру. Відсутній національний простір» [2, 13]. На думку критика, в Україні існують культові автори, хоча розголос навколо деяких із них роздмуханий штучно; відсутні, проте, культові книжки.

У 2003 році Національна спілка письменників України на Творчому об'єднанні критиків провела обговорення питання «Що таке український бестселер?» (матеріали дискусії друкувалися у лютневому числі «Слова і Часу» того ж року). Власне, приводом для розмови стали твори Василя Шкляра «Ключ», «Елементал», які користувалися популярністю. Під час обговорення, в якому виступили Володимир Панченко, Володимир Даниленко, Олександр Яровий, Григорій Сивокінь та сам автор романів. Володимир Панченко окреслив бестселер як «результат поєднання кількох чинників: літературних достоїнств твору; урахування психології й смаків масового читача; промоції, «проштовхування» твору» [9, 41]. Критик слушно наголосив, що в українській ситуації діє і фактор мови («...україномовній книжці доводиться витримувати нерівну конкуренцію з російськомовною...»), саме тому «...поняття «український бестселер» дуже умовне, якщо не сказати – сумно-іронічне» [9, 41].

Солідаризувався із професором Панченком і Володимир Даниленко, який порушив під час дискусії гостре питання: «Чи можна заробляти на українській літературі?» [Що, 42], принагідно нарікаючи на «експансію російської книжки і динамічний розвиток російськомовних комунікацій в Україні» [9, 43]. Проте критик зазначив і труднощі створення якісного маскультного продукту сучасними письменниками: «...відчувся дефіцит авторів, що вміють цікаво закрутити простецький сюжет або видушити сльозу із сентиментальної жінки» [9, 43]. Володимир Даниленко вважає, що наявність власної культури є умовою створення «повноцінного суспільства» в Україні, без цього неможливо подолати колоніальну залежність від Росії. Тому перед українським бестселером стоїть завдання «розірвати три кола, які зводять його до маргінального явища: вузьке коло українських філологів та літераторів, коло масового українського читача й, нарешті, коло українського російськомовного читача» [9, 43].

Розглядаючи роман Василя Шкляра «Елементал» як певну «заявку» на вітчизняний бестселер, учасники дискусії наголосили на художній вартості твору, його відповідності канонам розважального письменства: фабульній напрузі, привабливому образу супергероя, кавказькій екзотиці, стильовій вправності (мова не «рафінована», але й не «примітивізована» – О. Яровий [9, 43]). Автор роману також вважає впізнаваність стилю чи не

головною своєю заслугою. Василь Шкляр зізнався, що ставив за мету створення читабельних книжок, адже, за його словами, «література і кіно... найсильніші чинники українізації» [9, 43].

Серед книжок, які претендують на звання українського бестселера, окрім романів В. Шкляра, називають і інші: «Польові дослідження з українського сексу» Оксани Забужко, «Перверзія» і «Дванадцять обручів» Юрія Андруховича, «Культ» Любка Дереша, «Солодка Даруся» Марії Матіос, «Кобзар 2000» братів Капранових, «Зелена Маргарита» Світлани Пиркало. Бестселерами можуть визнаватися і твори класичні (наприклад, «Тореадори з Васюківки» Всеволода Нестайка, історичні романи Павла Загребельного). Науковці віднаходять бестселери в історії вітчизняного письменства: так, у «Літературознавчій енциклопедії» як особливо успішні твори згадані «Маруся» Марка Вовчка, «Тигролови» Івана Багряного, «Чого не гоїть вогонь» Уласа Самчука [3, 125]. Однак ідеться скоріше не про шалені темпи продажів цих книжок (власне, під час їх виходу обсяги не фіксувалися), а про їх значну популярність серед україномовного читача.

Без сумніву, першим справжнім українським бестселером ХХ століття можна вважати роман Володимира Винниченка «Сонячна машина». Феномен його успіху проаналізував Микола Зеров у відповідній статті циклу «Від Куліша до Винниченка (нарис з новітнього українського письменства)», зазначивши таке: М. Зеров: «Сонячна машина» Винниченка має певний, недвозначний успіх. Про неї пишуть, говорять, упорядковують диспути, а головне – її читають, як ні одну українську книжку, як не читали навіть загально рекомендованих та обов'язкових Коцюбинського та Нечуя-Левицького в передіспитові українізаційні дні... книжка пішла і читацьку масу зацікавила» [5, 432].

Микола Зеров визначив складові успіху «Сонячної машини». Насамперед це оригінальний жанр – перший науково-фантастичний роман, «великий роман з елементами авантюри» [5, 433-434]. По-друге, привабила читачів екзотика чужоземного життя. По-третє, розмаїття людських характерів, різних психологічних і соціальних типів. По-четверте, «складне сюжетне плетиво» [5, 435], майстерність Винниченка у розбудові інтриги. Усі ці чинники, спрацювавши разом, призвели до великої популярності роману, причому і в читачів-інтелектуалів, і в широкій масі. На думку Миколи Зерова, «Сонячну машину» не можна вважати романом бульварним, вона відзначається художньою вартістю і не поступається якісним зразкам західноєвропейської прози.

Отже, чи можна за рецептом, описаним Миколою Зеровим, створити сучасний український бестселер? Вважаємо, що всі чинники, встановлені вченим, спрацюють і сьогодні. Однак погоджуємося із Євгеном Бараном у тому, що для появи бестселера має сформуватися розвинена інфраструктура: книжкові рейтинги, конкурси, премії, книжковий піар. Як стверджують дослідники, значну роль має відіграти так звана «бестселеризація»: за словами Рези Л. Дудовіц, книга має стати «медійною подією» [10, 34], її успіх підсилюється завдяки екранізації або участі автора в популярній телепрограмі (так, у Франції такою передачею є «Апострофи», в США – шоу Опри Вінфрі).

Таким чином, бестселер є доволі складним і цікавим соціальним і літературним явищем, ключем до сучасної поп-культури (І. Тартаковська). Дискусія про український бестселер, яка ведеться в сучасному літературознавстві, має привернути увагу суспільства до багатьох внутрішньолітературних та позалітературних питань. Плідним на вітчизняному терені може бути застосування європейських та американських технологій плекання бестселерів. Однак найголовніше, звісно, це поява такого тексту, який, відповідаючи всім вимогам

«читабельності», буде спроможним відповідати суспільним запитам, виразити «дух часу», цінності сучасного соціуму.

Література

1. Андрухович Ю. Дванадцять обручів: Роман / Юрій Андрухович. – К.: Критика, 2005. – 276 с.
2. Баран Є. Навздогін дев'яностим...: Проза бібліофіла / Євген Баран. – Івано-Франківськ: Тіповіт, 2006. – 192 с.
3. Бестселер // Літературознавча енциклопедія: У двох томах. Т. 1 / Авт.-уклад. Ю.І. Ковалів. – К.: ВЦ «Академія», 2007. – С. 125.
4. Гнатюк О. Прощання з імперією: Українські дискусії про ідентичність / Оля Гнатюк. – К.: Критика, 2005. – 528 с. – Бібліогр.: с.491-518.
5. Зеров М. Українське письменство XIX ст. Від Куліша до Винниченка (нариси з новітнього українського письменства). Статті / Микола Зеров. – Дрогобич: Видавнича фірма «Відродження», 2007. – 568 с. (Cogito: навчальна класика).
6. Славникова О. «Рецепт бестселлера – немного трэша, немного философии»: інтерв'ю / Ольга Славникова, Василина Орлова // Культура. – 2004. – №43 (7451) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.kultura-portal.ru/tree_new/cultpaper/article.jsp?number=526&rubric_id=1000188&crubric_id=1002081&pub_id=568264.
7. Тартаковская И.Н. Феномен бестселлеров и массовая культура. Обзор исследований по социологии чтения / Ирина Наумовна Тартаковская // Социологический журнал. – 1994. – №1 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sj.obliq.ru/article/40>.
8. Чупринин С. Жизнь по понятиям / Сергей Чупринин. – М.: Время, 2007. – 768 с.
9. Що таке український бестселер? / В. Панченко, В. Даниленко, В. Шкляр, О. Яровий, Г. Сивокінь // Слово і час. – 2003. – №2. – С.41-44.
10. Dudovitz Resa L. The Myth of Superwoman: Women's Bestsellers in France and the United States, 1990. – London; New York: Routledge, 1990. – 224 p. – Bibliography: p. 193-202.
11. MacCracken Scott. Pulp: Reading Popular Fiction. – Manchester; New York: Manchester University Press, 1998. – vi, 209 p.
12. Sutherland John. Reading the Decades: Fifty Years of the Nation's Bestselling Books. – London: BBC Worldwide, 2002. – 192 p.

Анотація

У статті розглядається проблема створення сучасного українського бестселера. Аналізуються матеріали дискусії з цього питання, публікації Євгена Барана, Володимира Панченка, Володимира Даниленка та ін. Йдеться про американські та європейські інтерпретації поняття «бестселер», типологію бестселерів. Висвітлюється досвід створення українського бестселера на прикладі роману Володимира Винниченка «Сонячна машина». Наголошено на необхідності розвитку інфраструктури для «бестселеризації» літературних творів.

Ключові слова: бестселер, масова культура, жанр, бестселеризація, популярна белетристика, сучасний літературний процес.

Аннотація

В статье рассмотрена проблема создания современного украинского бестселлера. Анализируются материалы дискуссии по этому вопросу, публикации Евгения Барана, Владимира Панченко, Владимира Даниленко и др. Речь идет об американских и европейских интерпретациях понятия «бестселлер», о типологии бестселлеров. Проанализирован опыт создания украинского бестселлера на примере романа Владимира Винниченко «Солнечная машина». Подчеркивается необходимость развития инфраструктуры для «бестселлеризации» литературного произведения.

Ключевые слова: бестселлер, массовая культура, жанр, бестселлеризация, популярная беллетристика, современный литературный процесс.

Summary

The article deals with the problem of creation of contemporary Ukrainian bestseller. The materials of literary discussion upon this issue are analyzed, the publications of Yevgeniy Baran, Vladimir Panchenko, Vladimir Danilenko. The attention is paid to the European and American interpretations of the bestseller concept, to the types of bestsellers. The experience of the Ukrainian bestseller creation – the Vladimir Vinnitcheko's novel "The Sun Machine" is outlined. The necessity of book market infrastructure for the bestsellerization of a literary work is emphasized.

Key words: bestseller, mass culture, genre, bestsellerization, popular fiction, contemporary literary process.