

УДК 821.161.2'06:659.168]:655.5(477)

ФУНКЦІЇ ТА ПРОБЛЕМИ СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКИХ ЛІТЕРАТУРНИХ КОНКУРСІВ

БОНДАР Ольга,

аспірантка,

Сумський державний університет, Суми, Україна, e-mail: bondar.olha.ms@gmail.com

Вступ. У статті окреслено основні функції та проблеми сучасних українських літературних конкурсів, які в 1990-х рр. з'явилися із необхідності наповнити національний книжковий ринок україномовними виданнями і здебільшого розглядаються в науковому дискурсі як інструмент просування.

Актуальність і мета. Оскільки надмір уваги до однієї функції літературних та книжкових нагород і водночас нехтування іншими негативно позначається на їхній інституціональній стійкості, на часі є потреба звернути увагу на інші функції, комплексом яких забезпечується стійкість інституції в кризові періоди. Мета статті – окреслити функції сучасних українських літературних конкурсів, а також основні проблеми, які позначаються на їхній інституціональній стійкості.

Методологія. Джерельною базою взято результати опитування авторів і авторок літературних творів, чії відповіді було проаналізовано та систематизовано з використанням методів статистики і контент-аналізу.

Результати. Результати показують, що літературні конкурси як інституція, окрім інформаційно-рекламної функції, виконують також експресивно-емоційну й мотиваційну функції, а також формування читачьких уподобань, комунікативну та маркетингову, функцію наповнення книжкового ринку. Унікальними функціями, притаманними лише літературним конкурсам, є посередницька функція, а також вираження особистої ідентичності, популяризації української мови та забезпечення гендерної рівності. Окреслено три групи проблем літературних конкурсів, як-от проблеми, пов'язані з організаційними процесами; проблеми, пов'язані із роботою суддів; не підпорядковані інституції проблеми.

Висновки. Літературні конкурси як інституція виконують або мусять виконувати багато функцій, які наразі мало вивчені на теоретичному рівні, а на практичному не реалізуються або реалізуються не повною мірою через певні проблеми, що ставить під загрозу їхню інституціональну стійкість.

Ключові слова: літературний конкурс, функції літературного конкурсу, проблеми літературного конкурсу, інституціональна стійкість

Вступ. Українські літературні конкурси з'явилися як відповідь на потребу незалежного книжкового ринку в художніх виданнях, написаних українськими авторами й авторками і, що важливо, українською мовою. Мотиви заснування в 1990-х рр. літературних конкурсів «Смолоскип» [12] і «Коронація слова» [10], інших проєктів, що сприяли розвитку української белетристики [6, с. 25], свідчать про тогочасну актуальність їхньої функції наповнення книжкового ринку. Ефективність у просуванні книжок була зауважена видавництвами, що зумовило подальше експлуатування нагород із цією метою й домінування в науковому дискурсі їхньої інформаційно-рекламної функції, різноаспектно представленої в роботах Е. Огар, О. Антоник, Т. Булах, Т. Єжижанської, І. Копистинської, Л. Танчин, В. Теремка, В. Хміль-Чуприни та ін.

© Бондар О., 2024

Українські дослідники здебільшого визнають наявність різних функцій літературних і книжкових нагород, проте вважають, що конкурси головню призначені для «просування конкретних літературно-видавничих проєктів» [13], мають на меті «популяризувати українські книги» [4] і забезпечують «розкрутку автору і книжці ще до появи на світ» [8]. Водночас спостерігається брак уваги до вивчення не менш важливих інших функцій.

Надмірна зосередженість на ролі нагород у просуванні творів і їхніх створювачів приводить до кількох серйозних проблем. По-перше, це спричинює недостатнє розуміння того, як працюють конкурси та премії в книжковому просторі. За словами В. Хміль-Чуприни, наприклад, «майбутнім видавцям книжок переможців і їх літературним агентам варто починати працювати з медіа ще на етапі підготовки до проведення конкурсів з метою рекламування українських авторів і їхніх художніх творів» [16, с. 86]. Статутні умови літературних конкурсів, предметом розгляду яких є неопубліковані твори, зазвичай забезпечують анонімність учасників до оголошення результатів, тому рекламування переможців у медіа починається після завершення конкурсу, а не на етапі підготовки до нього. Взаємодіяти з медіа доцільно під час оголошення довгих і коротких списків книжкових премій, предметом розгляду яких є опубліковані видання, однак у такому разі майбутні переможці вже мають не майбутніх видавців.

Друга проблема полягає в тому, що літературні та книжкові нагороди втратили значну частину свого справжнього призначення, оскільки здебільшого сприймаються як інструмент просування і стали схожими на рекламний флаєр. Таке розуміння нагород є поточним, але небажаним для забезпечення їхньої інституціональної стійкості. Зрештою, поява європейських літературних і книжкових премій була зумовлена необхідністю «захистити літературну легітимність від закону ринку, пропонуючи добірку на основі конкретних критеріїв і колегіального рішення» [3], натомість українські нагороди постали з необхідності національний книжковий ринок наповнити в той час, коли «гроші наших покупців ішли на розширене відтворення російського книжкового бізнесу» [14, с. 9]. Попри те, що теперішній стан українського книговидання значно кращий, нагороди все ще потребують інституційного підходу до їхнього вивчення.

Актуальність дослідження зумовлена проблемою інституціональної стійкості літературних і книжкових нагород, за якої навіть у кризових умовах мав би залишатись «незмінним їхній структурно-функціональний потенціал» [11]. Проблема виразнено кризами останніх років, спричиненими COVID-19 та ескалацією російсько-українського воєнного конфлікту в 2022 р., після чого наявні на той час літературні конкурси стали нерегулярними або припинили діяльність. Інституціональна нестабільність літературних конкурсів є, певною мірою, наслідком ігнорування і на теоретичному, і на практичному рівні їхніх організаційно-функціональних засад. Перший крок до розв'язання проблеми полягає в тому, щоби звернути увагу на інші функції, що їх мають літературні та книжкові нагороди як інституція в сегменті креативних індустрій.

Отже, *мета дослідження* – з'ясувати функції сучасних українських літературних конкурсів, а також окреслити основні проблеми, які позначаються на їхній інституціональній стійкості.

Методи дослідження. Для виокремлення функцій та проблем українських літературних конкурсів найдоцільнішим було зібрати думки їхніх безпосередніх учасників – осіб, у яких є опубліковані або неопубліковані художні твори і які надсилали свої роботи або планують надсилати на розгляд суддям літературних конкурсів. Джерельною базою для розв'язання завдання стали результати індивідуального опитування авторів та авторок, проведеного на 26 Форумі видавців у Львові 2019 р., а також результати анкетування через електронну форму, створену на базі Google Forms і поширену в спеціалізованих групах соціальної мережі Facebook, отримувані впродовж 2019–2021 рр. Опитувальник, окрім обов'язкової демографічної частини, містив основний блок запитань про досвід взаємодії з українськими літературними конкурсами, відповіді

на які опрацьовано з використанням методу *статистики*, і блок факультативних запитань про очікування опитуваних від літературних конкурсів та про зауважені ними проблеми, відповіді на які опрацьовано з використанням методу *контент-аналізу*. До аналізу взяті результати, отримані із загальної кількості анкет респондентів (N=241), із яких довільні відповіді на факультативні запитання про очікування надали 132 особи, а щодо проблем – 110.

Респондентам перед заповненням форми повідомлялось, що літературний конкурс розуміється як «регулярне або одноразове змагання, у якому складом професійного журі обирається найкращий неопублікований твір або кілька найкращих із переліку надісланих авторами власних творів і за перемогу в якому передбачено або не передбачено винагороду» [5]. Надане формулювання для зручності читачів використано в цій статті на позначення комбінації слів «літературний конкурс».

Результати й обговорення. Респондентів було розподілено за двома категоріями: невідомі автори й авторки (35,7 %; 86 осіб), у яких немає опублікованих творів, але є неопубліковані; і відомі щонайменше одним опублікованим виданням (64,3 %; 155 осіб). Принаймні один раз надсилали свої роботи на розгляд журі літературного конкурсу 85,1 % опитуваних із обох категорій. З них перемагали хоча б один раз 65,8 %. Учасникам було пояснено, що перемогою слід вважати здобуття задекларованого правилами того чи іншого літературного конкурсу призового місця, тобто звання лауреата, тому переможцями не вважалися фіналісти, дипломанти й номінанти. За результатами опитування, 20 % лауреатів так і не були в подальшому опубліковані.

Автори й авторки, які взяли участь у дослідженні, погоджуються, що літературний конкурс постає як можливість для просування їхніх творів (92,5 %), відкриває нові імена в літературі (87,6 %), є заходом із популяризації української мови (75,9 %) та способом задоволення потреб учасників у самовираженні (47,7 %), наповнює книжковий ринок (40,2 %), формує читацькі уподобання (30,7 %) і відстежує тенденції книжкового ринку (22,8 %), а також є зворотним зв'язком щодо творчості номінантів (12,1 %).

Розглядають літературний конкурс як можливість для просування своєї творчості 92,5 % усіх опитуваних. Авторки й автори, у яких ще немає опублікованих творів, активно шукають видавців, також у спосіб надсилання творів на конкурси. За словами засновників літературного конкурсу «Коронація слова» Ю. і Т. Логушів, у всіх номінаціях за двадцять років на розгляд «було надіслано приблизно 80000 рукописів, що свідчить про існування тисяч потенційних авторів» [10]. Аналіз довільних і необмежених за кількістю відповідей на факультативне запитання щодо очікувань від літературних конкурсів дав підстави вважати, що знайти видавця та видати книгу – провідна причина, з якої люди беруть участь у літературних конкурсах, оскільки електронні листи з пропозиціями творів від невідомих осіб видавництвами зазвичай ігноруються.

Однією з причин, якій літературний конкурс завдячує репутацією посередника, є приписана йому Е. Огар функція «відкриття нових творів і імен у національній та світовій літературі» [13]. Властивість відкривати нові імена в літературі зазначили 87,6 % опитуваних. Це підтверджується й тим фактом, що багато українських письменників і письменниць стали відомими після перемоги в літературному конкурсі. Так, наприклад, лише завдяки номінації «Романи» конкурсу «Коронація слова» в українському книжковому просторі з'явилося 36 невідомих доти авторів та авторок, сукупна кількість опублікованих творів яких склала 527 назв видань (кількість опублікованих видань 60 лауреатів I–III премій конкурсу «Коронація слова» у номінації «Романи» до отримання ними нагороди й після порохована станом на 01.11.2023 р. за бібліографічними відомостями, зареєстрованими у фонді Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського). Отже, літературний конкурс дає невідомим або мало-відомим авторам і авторкам можливість заявити про себе й почати свою літературну кар'єру, тож йому можна призначити *посередницьку функцію* – функцію «літературної агенції».

Визнали роль національних літературних конкурсів у підтриманні української мови 75,9 % респондентів. Потреба популяризації української мови була особливо актуальною в 1990-х рр. «в умовах панування на українському ринку продукції російських видавництва» [14, с. 7] і з причини того, що «мовне питання стало одним із ключових елементів політичної боротьби з перших років незалежності України» [9]. Після російського вторгнення на територію України в 2014 р. потреба збільшення кількості україномовних книг актуалізувалася знов. М. Жулинський, наприклад, поклав на літературний конкурс «важливу державотворчу роль, бо україномовна книжка будь-якого жанру, яка з'являється друком унаслідок здобуття премії в конкурсі, буде сприяти «вживленню» в суспільну свідомість тих ідей, цінностей і змістів, які схиллятимуть читача до ідентифікування себе з українською нацією» [7]. Оскільки літературні конкурси висувають суворі вимоги до мови написання творів і в такий спосіб заохочують російськомовних авторів і авторок писати українською та вдосконалюватись у цьому, виокремлюється важлива для постколоніальної країни їхня *функція популяризації української мови*.

Літературні конкурси для учасників є способом задоволення потреби в самовираженні, про що висловились 47,7 % опитуваних. Результати аналізу відповідей на факультативне запитання щодо очікувань авторів і авторок від конкурсів показали, що задоволення різних соціально-психологічних потреб є другою за важливістю причиною, з якої вони беруть участь у літературних конкурсах. *Для респондентів, за їхніми словами, участь у літературному конкурсі є чимось на кшталт ініціації письменника, за результатами якої вони можуть визначити для себе, чи варто їм писати взагалі, а також є способом поділитися зі світом своїми думками, задовольнити своє ego, повірити в себе, випробувати свої сили, прославитись, розповісти про себе у творі, знайти однодумців, відчутти підтримку тощо.* Заявлене разом зі змагальним азартом і бажанням перемогти свідчить про наявність *мотиваційної та експресивно-емоційної функцій*, а також *функції вираження особистої ідентичності* – функції, які не можуть бути реалізовані, якщо учасники не отримують зворотного зв'язку щодо їхніх творів. Хоча в правилах літературних конкурсів зазвичай повідомлено, що роботи не рецензуються, а адміністрація не веде листування з авторами, задля отримання фідбеку надсилали свої роботи на конкурси 12,1 % опитуваних – очікування, які повідомляють про проблему реалізації *комунікативної функції*.

Участь у літературних конкурсах зазвичай анонімна, тому стать номінантів не впливає на отримання ним чи нею перемоги. Результати розподілу переможців за гендерною ознакою, однаке, будуть цікавими в контексті гендерних студій, оскільки наявні дослідження пояснюють, чи різні шанси в чоловіків і жінок отримати нагороду, якщо їхня стать відома суддям [2], або, наприклад, висвітлюють зв'язок між гендерною належністю номінантів і суддів у контексті літературних премій [1]. Опитування щодо літературних конкурсів показало, що *чоловіки й жінки отримують приблизно однакову кількість перемог*. Так, із загальної кількості опитуваних надсилали свої роботи на конкурс 154 жінки та 51 чоловік. Із них перемагали 103 жінки (66,9 %) і 32 чоловіка (62,7 %). Приблизно рівна кількість переможців і переможниць у літературному конкурсі може бути пояснена анонімним розглядом рукописів, що сигналізує про важливе соціальне завдання – *забезпечення гендерної рівності*.

Потребою для успішного функціонування будь-якої інституції є створення умов для реалізації її функцій і зменшення впливу негативних чинників. За аналізом відповідей на друге факультативне запитання зауважені проблеми було консолідовано так: 1) проблеми, пов'язані з організаційними процесами; 2) проблеми, пов'язані з роботою суддів; і 3) не підпорядковані інституції проблеми, тобто зовнішні загрози.

До першої групи проблем належать ейджизм та інші види дискримінації, слабкий медіа супровід на всіх етапах літературного конкурсу, брак зворотного зв'язку та подальшого просування переможців, порушення прав учасників, думками про що поді-

лили 42,7 % опитуваних. До другої групи проблем належать недовіра до виборів і рішень журі й невимірні критерії оцінювання, думками про що поділились 30 % опитуваних. До не підпорядкованих інституції проблем можна зарахувати велику кількість робіт незадовільної якості й катастрофічно малу кількість власне літературних конкурсів, а також брак фінансування, коментарями про що поділились 42,7 % опитуваних. Деякі з перелічених проблем потребують коментування.

Найпоширенішою дискримінацією учасників, легітимізованою правилами конкурсу, є вікові обмеження. Наприклад, правилами літературного конкурсу видавництва «Смолоскип» встановлено «вік учасників: від 18 до 35 (поезія) та 40 (проза) років» [15]. Таке обмеження дослідниця Н. Герасименко пояснює бажанням організаторів «уникнути необхідності вибирати поміж відомими письменниками й початківцями» [6, с. 28]. За словами опитуваних, обмеження за віком не є аргументованим, оскільки перший твір автор або авторка можуть написати й після 40 років і поповнити категорію «початківців». За даними демографічного блоку анкети, респонденти перебувають у таких вікових категоріях: до 26 років – 12,9 %, 27–34 років – 31,1 %, 35–45 років – 30,7 %, 46 і більше – 25,3 %. Тобто приблизно 56 % осіб, які відчують у собі письменницький потенціал, не можуть надсилати твори на цей та інші конкурси, правилами яких передбачено обмеження за віком.

Учасники опитування зазначили, що літературним конкурсам не вистачає ширшого медійного висвітлення, унаслідок чого про них мало хто знає. Для ілюстрації проблеми недостатньої поінформованості й слабкої медійної підтримки авторам та авторкам було запропоновано назвати найпопулярніший, на їхню думку, літературний конкурс в Україні. Переліку українських літературних конкурсів, однак, запропоновано не було, щоби опитувані мали змогу зазначити той конкурс або кілька їх, які першими спадають на думку. За результатами висловлень, найбільше було згадано «Коронацію слова» – 78,4 % опитуваних; 10,4 % осіб вважають, що в Україні немає жодного популярного конкурсу; 4,1 % голосів отримав літературний конкурс видавництва «Смолоскип»; 1,2 % голосів отримали «Гранослов», Open World, «Зоряна фортеця». Великим відривом від інших літературних конкурсів «Коронація слова» завдячує безперервному інформаційному супроводу й церемоніям нагородження, які до карантинних обмежень у 2020 р. були регулярними й урочистими.

Респонденти також повідомляють про порушення адміністрацією різних літературних конкурсів заявлених зобов'язань щодо конфіденційності особистих даних учасників, про вимагання прав на використання надісланих робіт, хай навіть із некомерційною метою, і одноосібне право організаторів змінювати правила, а також про вимогу грошового внеску за участь. Наприклад, з усіх опитуваних 56 % зазначили, що не надіслали б роботу на конкурс, умовою якого є грошовий внесок за участь.

В українському книжковому просторі літературних конкурсів, судді яких оцінюють неопубліковані авторські оригінали, справді, катастрофічно мало, особливо в порівнянні з іншими нагородами, як-от літературні та книжкові премії. Після ескалації російсько-українського воєнного конфлікту в 2022 р. і дотепер ситуація поступово гіршає. Наприклад, зараз не відбувається конкурс «Гранослов» і конкурс від видавництва «Наш Формат». «Самовидець», єдиний у країні конкурс художнього репортажу, востаннє відбувся 2021 р., хоча саме тепер такий формат є вимогою часу. Більш менш регулярно відбуваються оголошення літературних конкурсів від видавництв «Смолоскип» і «КМ-Букс», з перебоями – «Коронації слова». З урахуванням того, що перемога в конкурсах збільшує шанси для невідомих авторів та авторок бути опублікованими, їхня нестача, за браком альтернативних каналів зв'язку з видавництвами, може призвести до герметизації книжкового простору й обігу в ньому одних і тих саме імен.

Висновки та перспективи. За допомогою аналізу результатів опитування авторів та авторок було окреслено функцій, що їх виконують або мусять виконувати літературні конкурси, а саме: інформаційно-рекламну, експресивно-емоційну, мотива-

ційну, комунікативну, маркетингову функції, а також функції формування читацьких уподобань, наповнення книжкового ринку. Унікальними функціями, характерними лише для літературних конкурсів, предметом оцінювання яких є неопубліковані твори, є посередницька функція – функція «літературної агенції», а також популяризації української мови, вираження особистої ідентичності та забезпечення гендерної рівності.

Виявлені в результаті контент-аналізу проблеми літературних конкурсів розподілено на три великі групи: проблеми, пов'язані з організаційними процесами; проблеми, пов'язані з роботою суддів; і зовнішні загрози. Організаційні проблеми виражено ейджизмом та іншими видами дискримінації, слабким медіа супроводом, браком зворотного зв'язку й подальшого просування переможців, порушенням прав учасників. Проблеми роботи журі конкурсів виражено недовірою до їхніх виборів і рішень та невимірними критеріями оцінювання. Проблемами, розв'язання яких не залежить від інституції, є велика кількість творів незадовільної якості, скорочення кількості власне літературних конкурсів, а також брак фінансування.

Окреслені функції та проблеми потребують уваги насамперед організаторів літературних конкурсів, які можуть порівняти бажаний стан із дійсним і вжити заходів щодо забезпечення інституціональної стійкості. Представлені в статті результати доповнюють наявну в науковому дискурсі інформацію про літературні конкурси й будуть цікаві дослідникам сегменту креативних індустрій та суміжних галузей знань. Функціям і проблемам надано мовно-термінологічне окреслення, однак у подальшому рекомендовано розробити та розширити понятійно-термінологічний апарат. Для повного окреслення функцій і проблем літературних конкурсів поточне опитування рекомендовано доповнити опитуваннями інших представників книжкового простору, зокрема організаторів, видавців, літературних критиків і читачів.

1. Dane, A., (2020), "Hierarchies of Legitimacy: Gender and Literary Prizes", In A. Dane, *Gender and Prestige in Literature*, Palgrave Macmillan, Cham, pp. 123–176. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-030-49142-0_5

2. Demoor, M., Saeys, F., & Lievens, S., (2008), "And the winner is? Researching the relationship between gender and literary awards in Flanders, 1981–2000". *Journal of Gender Studies*, vol. 17(1), pp. 27–39. DOI: <https://doi.org/10.1080/09589230701838370>

3. Sapiro, G., (2016), "The metamorphosis of modes of consecration in the literary field: Academies, literary prizes, festivals", *Poetics*, vol. 59, pp. 5–19. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2016.01.003>

4. Антоник О., & Жолдак О. Книжкові конкурси як засіб активізації попиту на книжкову продукцію. *Поліграфія і видавнича справа*. 2014. № 3. С. 73–81.

5. Бондар О. В. Концепт «літературна премія»: проблеми означення. *Поліграфія і видавнича справа*. 2019. № 2(78). С. 117–125. DOI: <https://doi.org/10.32403/0554-4866-2019-2-78-117-125>

6. Герасименко Н. Популярна література кінця ХХ – початку ХХІ ст. Тернопіль : Джура, 2010. 264 с.

7. Жулинський М. Тріумф українського слова. *Коронація слова : науково-довідкове видання*. Київ : Світ Успіху, 2019. С. 18.

8. Копистинська І. М., Гринівський Т. С. Засоби промоції книжкових видань: досвід незалежної України. *Наукові праці. Серія: соціальні комунікації*. 2015. № 1(50). С. 37–46.

9. Лебедева Ю. Гібридні війни Росії проти України 1917 – 1921 і 2014 – 2019 років та діяльність українських урядів щодо подолання наслідків агресії. *Українознавство*. 2019. № 2(71). С. 57–72. DOI: [https://doi.org/10.30840/2413-7065.2\(71\).2019.171753](https://doi.org/10.30840/2413-7065.2(71).2019.171753)

10. Логуш Т., Логуш Ю. 20-річчя «третьої хвилі» новітньої української літератури. *Коронація слова : науково-довідкове видання*. Київ : Світ Успіху, 2019. С. 20–31.

11. Масик М. З., Клименко О. В. Теоретичні основи дослідження проблем інституціональної стійкості у міждисциплінарному дискурсі. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Публічне управління та адміністрування*. 2022. С. 53–58. DOI: <https://doi.org/10.32782/TNU-2663-6468/2022.5/09>

12. Миколаєнко А. «Смолоскіп» як осередок самореалізації сучасної творчої молоді. *Діалог: Медіа-студії*. 2014. № 18–19. С. 492–502.
 13. Огар Е. І. Літературно-видавничі конкурси у просуванні дитячої книги. *Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка: Філологічні науки*. 2011. № 25. С. 233–236.
 14. Родик К. Сізіф ХХ: книжка vs політика. Київ : Балтія-Друк, 2019. 352 с.
 15. Умови участі. URL <http://www.smoloskyp.org.ua/umovy-uchasti/> (дата звернення 28.06.2024).
 16. Хміль-Чуприна В. В. Популяризація читання художньої літератури в українських засобах масової комунікації : дис. ... канд. іст. наук : 27.00.01 / Кременчуцький національний університет ім. Михайла Остроградського. Дніпро, 2020. 202 с.
1. Dane, A. (2020), "Hierarchies of Legitimacy: Gender and Literary Prizes", In A. Dane, *Gender and Prestige in Literature*, Palgrave Macmillan, Cham, pp. 123–176. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-030-49142-0_5
 2. Demoor, M., Saeys, F., & Lievens, S. (2008), "And the winner is? Researching the relationship between gender and literary awards in Flanders, 1981–2000". *Journal of Gender Studies*, vol. 17(1), pp. 27–39. DOI: <https://doi.org/10.1080/09589230701838370>
 3. Sapir, G. (2016), "The metamorphosis of modes of consecration in the literary field: Academies, literary prizes, festivals", *Poetics*, vol. 59, pp. 5–19. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2016.01.003>
 4. Antonyk, O., & Zholdak, O. (2014), "Book competitions as mean activations of demand on book products", *Polighrafija i Vydavnycha Sprava [Printing and Publishing]*, vol. 3, pp. 73–81.
 5. Bondar, O. (2019), "Concept 'literary prize': problems of description", *Polighrafija i Vydavnycha Sprava [Printing and Publishing]*, vol. 2(78), pp. 117–125. DOI: <https://doi.org/10.32403/0554-4866-2019-2-78-117-125>
 6. Herasymenko N. *Popular literature of the end of the XX-th – the beginning of the XXI-th century*, Dzhura, Ternopil, 264 p.
 7. Zhulynskyi M. (2019), "Triumph of a Ukrainian word", in *Koronatsiya slova : scientific and reference edition*, Svit Uspikhu, Kyiv, p. 18.
 8. Kopystynska, I. M., & Grynivskyi, T. S. (2015), "Book's publishing promotion ways: the experience of independent Ukraine", *Naukovi Praci. Serija: Socialjni Komunikaciji [Scientific Works. Serie: Social Communications]*, vol. 1(50), pp. 37–46.
 9. Liebidieva Y. (2019), "Russia's hybrid warfare against Ukraine in 1917–1921 and 2014–2019 and Ukrainian governments' activities for overcoming the results of the aggression", *Ukrainoznavstvo [Ukrainian Studies]*, vol. 2(71). pp. 57–72. DOI: [https://doi.org/10.30840/2413-7065.2\(71\).2019.171753](https://doi.org/10.30840/2413-7065.2(71).2019.171753)
 10. Logush, T., & Logush, Y. (2019), "The 20th anniversary of the 'third wave' of modern Ukrainian literature", in *Koronatsiya slova : scientific and reference edition*, Svit Uspikhu, Kyiv, pp. 20–31.
 11. Masyk, M., & Klymenko, O. (2022) "Theoretical fundamentals of research of institutional resistance problems in interdisciplinary discourse", *Vcheni zapysky TNU imeni V. I. Vernadskogo. Serija: Publichne upravlinnja ta administruvannja [Scientific Notes of Taurida National V. I. Vernadsky University. Series: Public Management and Administration]*, pp. 53–58. DOI: <https://doi.org/10.32782/TNU-2663-6468/2022.5/09>
 12. Mykolaienko, A. (2014), "Smoloskyp" as a center of self-realization of modern creative youth", *Dialogh: Media-Studiji [Dialogue: Media Studies]*, vol. 18–19, pp. 492–502.
 13. Ohar, E. (2011), "Literary and publishing contests in the promotion of children's books", *Naukovi праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка: Філологічні науки [The research papers of Kamianets-Podilskyi National Ivan Ohienko University: philological studies]*, vol. 25. pp. 233–236.
 14. Rodyk, K. (2019), *Sisyphus XX: book vs politics*, Baltija-Druk, Kyiv, 352 p.
 15. SMOLOSKYP (2024), "Conditions of participation", available at: <http://www.smoloskyp.org.ua/umovy-uchasti/> (last visited 28 June 2024).
 16. Khmil-Chupryna, V. (2020). *Popularization of reading literature in Ukrainian mass media*, PhD diss. (hist. sci.), Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskyi National University, Dnipro, 202 p.

UDC 821.161.2'06:659.168]:655.5(477)

FUNCTIONS AND PROBLEMS OF THE MODERN UKRAINIAN LITERARY CONTESTS

Bondar Olha, PhD student, Sumy State University, Sumy, Ukraine, e-mail: bondar.olha.ms@gmail.com
ORCID – <https://orcid.org/0000-0002-5608-1853>

Introduction. The basic functions and problems of the modern Ukrainian literary contests were drafted in this article. In Ukraine, the literary contests emerged in 1990th out of necessity to fill the national book market with books, written in the Ukrainian language. In the Ukrainian scientific discourse, they are still considered an advertising tool.

Relevance and goal. Since one function of the literary contests gets too much attention, while the others are ignored, that negatively affects its institutional stability. This explains the importance of paying attention to the other different functions, the complex of which supplies institutional stability in crisis periods. This study's purpose is to outline the functions of modern Ukrainian literary contests and the main problems affecting their institutional stability.

Methodology. The results of the survey of the Ukrainian authors served as source data. Their answers were analyzed and systemized by statistical and content analysis methods.

The results. The results show that the literary contests as an institution, except for the informational and advertising functions, perform expressive and motivational functions. The literary contests can also form reading preferences, provide communications, and monitor the book market trends. There are unique functions that belong only to the literary contests whose subject of evaluation is unpublished works. As was found, they work as a mediator between authors and publishers, as literary agencies do. They also support the Ukrainian language by establishing strict language requirements for submitted works. Determined three groups of problems of literary contests that stop the development of their functions: 1) the problems related to organizing processes; 2) the problems related to judges; 3) the problems, which are not under the control of the institution.

Conclusions. Literary contests as an institution must maintain many different functions that are still not studied enough on the theoretical level. Their functions are also implemented not sufficiently on the practical level, which caused the institutional instability of the literary contests.

Keywords: *literary contest, functions of literary contest, disfunctions of literary contest, institutional stability.*

Стаття надійшла до редакції 01.07.2024 р.
Рекомендовано до видання 06.09.2024 р.