

## **ФЕНОМЕН МАССОВОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

УДК 82.02 ББК Ш300.09

Т. Н. Маркова  
Екатеринбург, Россия

### **СПОСОБЫ КОММУНИКАЦИИ «ПИСАТЕЛЬ – ЧИТАТЕЛЬ» В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ**

**Аннотация.** Литература 2000-х поставлена перед необходимостью выстраивания новых стратегий по правилам проектов и презентаций. Это обстоятельство определяет существенную трансформацию коммуникативных механизмов. В условиях рынка писатель самостоятельно вырабатывает и постоянно корректирует индивидуальные формы взаимоотношения с читателем.

**Ключевые слова:** проза 2000-х, коммуникация, авторский имидж.

T. N. Markova  
Chelyabinsk, Russia

### **FORMS OF COMMUNICATION “WRITER – READER” IN MEDIA**

**Abstract.** Literature of the 2000s is confronted with the need of building new strategies according to the rules of projects and presentations. This circumstance contemplates a significant transformation of communication mechanisms. In the context of today's market a writer independently develops and continuously adjusts individual forms of relationship with his reader.

**Keywords:** prose of the 2000s, communication, author's image.

На рубеже столетий произошло решительное изменение статуса чтения и статуса художественной литературы. Оно обусловлено рядом причин, среди которых определяющей стало разгосударствление литературы и ее вхождение в сферу рыночных отношений. Пространство рыночной литературы обозначило ценности актуальных авторских стратегий: тираж, спрос, авторский гонорар. Сюда устремляются денежные потоки и наиболее предприимчивые беллетристы. Сегодня рынок – и только он – диктует условия существования (читай: выживания) российской словесности.

Катастрофическая динамика изменений в социально-экономической и культурной областях двух последних десятилетий привела к тому, что чтение, изначально требующее уединения, сосредоточенности, погружения, интеллектуальных усилий, заняло место всего лишь одной из форм проведения досуга, увы, не самой престижной. Слишком очевидно, что для юных – клубы и дискотеки, для старших – выбор из 200 каналов телевидения явно предпочтительнее чтения. Культура XXI века приобрела отчетливо аудиовизуальный характер и прочно утвердилась в нем.

Изменился и статус писателя. Он уже не учитель и наставник, не проповедник и «совесть эпохи», не «инженер человеческих душ», и «не больше, чем поэт», он – человек пишущий (скриптор), наблюдающий, фиксирующий, транслирующий, медитирующий, фантазирующий, играющий словом и т.д., причем количество пишущих увеличивается год от года. Так, в «Новом путеводителе по современной литературе» С. Чупринина представлено более 260 персоналий и более 30 литературных премий.

Литературный пейзаж сегодня чрезвычайно разнообразен, многолик, многостилен, многозвучен и т.п. Однако никто из сегодняшних авторов всерьез

не претендует на лавры классиков, зато литература в целом пребывает в состоянии непрекращающегося – с переменной степенью напряжения – диалога с русской классической литературой. Творческое наследие Пушкина, Тургенева, Чехова, Толстого, Достоевского остается неисчерпаемым источником идей, образов, сюжетов, мотивов, жанровых моделей. В условиях рынка классические модели способствуют узнаваемости, а значит, продвижению книжной новинки, но одновременно служат способом оживления классического текста, его присутствия в сегодняшней нашей жизни.

Для большинства современных писателей основной тенденцией становится движение в направлении массовой литературы. На границе экспериментальной и массовой культуры функционируют наиболее известные авторские стратегии, все активнее использующие приемы коммерческой литературы. Параметрами успеха становятся не столько реакция и оценка культурного сообщества, сколько деньги, слава, власть. И с этой точки зрения любая литературная практика может рассматриваться как авторская стратегия в конкурентной борьбе за умножение этих ценностей [Берг 2000].

Сегодня можно говорить о ряде испытанных приемов, которые определяются сознательным выбором адресной читательской аудитории и форм личного присутствия писателя на книжном рынке и в медиaproстранстве как поле функционирования своих текстов. Иначе говоря, значение имеет не только художественный текст, где автор использует различные жанровые формы, стили, повествовательные стратегии; важен выбор имиджевых практик, форм и способов самопрезентации. В этом смысле несомненный интерес представляют стратегии писательского поведения Б. Акунина, В. Пелевина Е. Гришковца, З. Прилепина и др.

Профессиональный филолог Григорий Чхартишвили своим проектом обозначил ту самую золотую середину, которая в европейских литературах составляет основную долю книжного рынка. Как справедливо утверждает А. Ранчин, в России до него «никто не декларировал свои книги как осознанный литературный проект, не демонстрировал столь решительно, смело и откровенно собственную стратегию успеха» [Ранчин 2004]. М. Липовецкий акунинский проект рассматривает как показательный случай «массовизации» русского литературного постмодерна.

Подчеркнем, что вопрос о принадлежности массовой беллетристике или «серьезной» литературе зачастую всего лишь вопрос позиционирования текста. А. Латынина в этой связи пишет: «Случись Григорию Чхартишвили отдать роман «Там» или «Креативщика» в толстый журнал – и он бы шел по ведомству серьезной литературы, выдвигался на премии» [Латынина 2012]. В ряд коммерческих изданий книги ставит массивная реклама. Б. Акунин – это, прежде всего, издательско-книготорговый эксперимент, активно использующий рекламные принципы продвижения новых проектов Чхартишвили под новыми именами: А. Брусникин, А. Борисова.

Современное состояние словесности во многом определяется необычайно интенсивным развитием средств массовой коммуникации. И литература 2000-х поставлена перед необходимостью выстраивания новых стратегий по правилам проектов и презентаций, в терминах «брендов» и «имиджей». И это не тяга к шоу-эффектам, а важный симптом, характеризующий существенную трансформацию коммуникативных механизмов.

Так, выход романа В. Маканина «Испуг» (2006) издательство «Гелиос» анонсировало зазывно и провокационно: «Асимметричный ответ набоковской «Лолите». Газета «Метро» мгновенно отреагировала: «Прикольный старикан, кочующий по постелям особ, годящихся ему во внучки, вызывает сочувствие, симпатию, доверие и, наконец, неподдельный интерес. Читателя ждет несколько интригующих ночей». Скандальный резонанс книге был обеспечен. Но что это – только ли коммерческий ход издательства, или сознательный авторский ход?

В одном из интервью на вопрос корреспондента, есть ли искушение писать «для публики», В. Маканин уклончиво отвечает: «Так получилось. Внешне». Живой классик сетует на то, что читательские запросы сегодня упрощены, огрублены, сведены к самым простым и понятным потребностям в сильных, грубых и непосредственных ощущениях. Форма взаимодействия писателя с читателем сегодня представляется Маканину как «бартер в чистом виде. Дашь на дашь»: «Читатель хочет, чтобы его «трахнули» или «пристрелили», – пожалуйста. На первых же страницах – пожалуйста. Писатель сделает, как ты хочешь. Но зато и сам выскажется от души» [Маканин 2000]. В условиях рынка признанный, успешный писатель тоже поставлен перед необходимостью коррекции собственной стратегии взаимоотношения с читателем и издателем.

Для большинства современных писателей это означает принятие характерных для рыночной литературы критериев успеха: тиражи, популярность, внимание желтой прессы и т.п. Сила притяжения celebrities culture очень велика. На этой территории оказываются и представители так называемой элитарной культуры. Яркий пример – журнал «Сноб», к участию в котором были приглашены писатели, ранее печатавшиеся в толстых литературных журналах: Л. Петрушевская, М. Шишкин, Т. Толстая, З. Прилепин, С. Шаргунов, и др.

Как справедливо указала Н. Иванова, «Сноб» закрепляет за своими авторами статус модных писателей [Иванова 2010]. Появление нового журнала означает повышение писательских гонораров и расширение круга читателей. Для авторов это еще и приглашение в мир celebrities, о чем свидетельствуют роскошные глянцевые фотографии. Художественные достоинства текстов от этого не страдают, но по правилам продвижения в celebrities за фотосессией должна следовать информация о личной жизни писателя, кулинарных пристрастиях, светских развлечениях и т.п. Хочется надеяться, что «Сноб» – новая упаковка для серьезных авторов, приведенная в соответствие с запросами новой целевой аудитории.

Читательская аудитория 2000-х – это в большинстве Интернет-пользователи. Электронные коммуникации наилучшим образом удовлетворяют потребности мышления нового типа, они уже приобрели настолько универсальное значение, что могут служить самым разным когнитивным стилям. Интернет, ридеры и другие электронные средства могут открыть второе дыхание и книжной культуре.

Бесспорным лидером привнесения в художественный текст компьютерных технологий является Виктор Пелевин. Мир Интернета в его произведениях является формой и способом отсылки к принципиально другим мирам, а компьютерные приемы предоставляют автору дополнительные возможности для воплощения новой концепции человека, связанной с кризисом традиционного сознания. Из текста в текст у Пелевина повторяется ситуация неравенства субъекта самому себе, которая по-разному репрезентируется в рамках использования той или иной технологии.

В последних книгах Пелевина – «t» (2009), «Ананасная вода для прекрасной дамы» (2010), «S.N.U.F.F.» (2012) – Интернет-среда и компьютерный мир уже не столько влияют на собственно поэтику, сколько становятся привычным местом действия – даже не предметом изображения, а его фоном. Так, виртуальный по сути персонаж граф Т («t») путешествует по виртуальным ландшафтам, воспринимая их как должное. Идеальным представляется выход за пределы логоса – в пустоту, чистое созерцание. Таким образом, комбинируя традиционные литературные стратегии и структурные элементы компьютерной виртуальности, Пелевин вовлекает в ряды читателей все новые и новые поколения, рожденные и сформировавшиеся в эпоху Интернета, одновременно способствуя обновлению художественного языка современной литературы.

Не менее ощутимой тенденцией компьютеризации литературы 2010-х является обращение литераторов к сетевому блогу. Яркий пример – книжная серия Е. Гришкова «Год жизни» (2008), «Продолжение жизни» (2009), «151 эпизод жизни» (2011), «От жизни к жизни» (2012).

В предисловии к первой, состоящей из записей сетевого дневника, автор пишет: «В этой книге хорошо видно, как я осваивался в интернет-пространстве, как долго и мучительно выбирал стиль и язык высказываний в Интернете» [Гришковец 2008: 5]. Книга, выстроенная таким образом, рассчитана на читательскую аудиторию, которой Гришковец давно и хорошо знаком как писатель и актер. Он вступает в привычный диалог со своими сетевыми «фрэндами», как это делает актер со зрительным залом. Неслучайно, сюжет всей серии Ф. Катаев определяет как «путь развиртуализации героя-рассказчика» [Катаев 2012]. И действительно, проект завершился закрытием сетевого блога на livejournal.com, обозначив ту границу интерактивности, за которую нельзя перейти, не разрушив авторской самости. Гришковец и сегодня продолжает вести дневник на персональном сайте [odnovremennno.ru](http://odnovremennno.ru), но уже без возможности его комментирования интернет-пользователями.

Заметим, что движение от печатного слова к интернет-аудитории имеет место и в региональной литературе. На сегодняшний день мы можем назвать имена уральских писателей, чье творчество органично переходит в Интернет-среду. Для Большого Урала в этом смысле показательно творчество Н. Горлановой, для Южного Урала – литературная блоггерская интернет-жизнь А. Попова («Дневник директора физико-математического лицея №31 г. Челябинска») и К. Рубинского («Разыскание существа»).

Литературная известность ряда писателей поддерживается их общественно-политической активностью, как-то: авторство проекта «Гражданин поэт» и участие в митинге на Болотной площади критика, телеведущего, колумниста, поэта и прозаика Дмитрия Быкова или участие в боевых действиях в Чечне и работа в нижегородском отделении НБП Захара Прилепина, молодого писателя, удостоенного ряда крупнейших литературных премий, востребованного и читаемого. Пресловутое нацбольство Прилепина отнюдь не следствие подпольности натуры, а проявление чувства стыда за Россию, богатую,

сильную и при этом прозябающую в ничтожестве. А его проза вызывает желание жить и дышать полной грудью, она переполнена счастьем, радостным удивлением перед собственным существованием и возможностями, которые оно открывает (читайте повесть «Грех»).

Подводя итоги, перечислим некоторые из отчетливо обозначившихся авторских стратегий 2010-х: это книгоиздательские проекты, участие в глянцевого журналах, различные имиджевые практики, общественно-политическая активность, непереносимое присутствие в интернет-пространстве в форме авторских сайтов, литературных блогов, твиттеров и т.п.

Предпринятый анализ коммуникативных механизмов и способов достижения признания современными российскими писателями свидетельствует о том, что никакой универсальной, беспроблемной стратегии успеха в литературе не существует. В условиях рынка каждый поставлен перед необходимостью выработки и постоянной коррекции собственной, индивидуальной стратегии взаимоотношения с читателем. А игра в поддавки всегда сопряжена с определенным риском.

#### ЛИТЕРАТУРА

- Берг М.* Литературократия. Проблема присвоения и перераспределения власти в литературе. – М., 2000. – 352 с.
- Богуславская О.* Селебритиз и поклонники // Знамя. 2011. № 3. С. 209–213.
- Гришковец Е.* Год жизни. – М., 2008. – 317 с.
- Иванова Н.* Дорогое удовольствие // Знамя. 2010. № 11. С. 183–189.
- Катаев Ф.* Русская проза в эпоху Интернета: трансформации в поэтике (1990–2000-е годы): автореф. дис... канд. филол. наук. – Пермь, 2012. – 18 с.
- Латынина А.* «Так смеется маска маске»: Борис Акунин и проект «Авторы» // Новый мир. 2012. № 6. С. 172–181.
- Липовецкий М.* ПМС (постмодернизм сегодня) // [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://magazines.russ.ru/znamia/2002/5/lipov.html>.
- Маканин В.* Интервью А. Солнцевой с писателем // Время новостей. 2000. № 148. 17 окт.
- Маркова Т.* Компьютерные технологии и компьютерные приемы в новейшей русской прозе // Филологический класс. 2009. № 21. С. 17–19.
- Ранчин А.* Романы Б. Акунина и классическая традиция: повествование в четырех главах с предупреждением, лирическим отступлением и эпилогом // НЛЮ. 2004. № 67. С. 235–267.

#### Данные об авторе

Маркова Татьяна Николаевна – доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой литературы и методики преподавания литературы Челябинского государственного педагогического университета (Челябинск).

Адрес: 454080, г. Челябинск, пр. Ленина, 69.

E-mail: makavelli@hotmail.ru

#### About the author

Markova Tatiana Nikolaevna is a Doctor of Philology, Professor of the Chelyabinsk State Pedagogical University (Chelyabinsk).