

ФЕНОМЕН «ГЛЯНЦЕВОГО ПИСАТЕЛЯ» В МАССОВОЙ ЛИТЕРАТУРЕ

В определение «массовая» вкладываются значения: «популярная», «бульварная», «коммерческая», т. е. массовая литература – это всегда литература как минимум вторичная по отношению к «высокому», «серьезному», «элитарному» искусству. В литературоведении традиционно выделяются так называемые «шедевры» мировой литературы, произведения, вошедшие в «литературный канон», т. е. безоговорочно относящиеся к «высокой литературе». К «массовой литературе» в этом случае относятся практически все прочие литературные произведения – любовные романы, беллетристика, «наивная» литература, большинство детективов и т. д.

Особенностью массового читателя становится то, что он не только отвлекает от умственных усилий, но и часто предпочитает иллюзию действительности. Массовая литература заменяет истинную картину мира его упрощенными схемами. Такая картина мира отражает тревожность современного человека и его растерянность перед решением жизненных проблем. Этой растерянностью во многом объясняется потребность читателя в особой системе средств по «переводу» литературного текста с языка высокого искусства на уровень обыденного понимания.

Системное исследование феномена массовой литературы требует обращения к категории автора. Понятие «автор» в массовой литературе меняет свою «онтологическую» природу, что связано с возникшей в «переходные эпохи» многоукладностью в литературе и расширением круга читателей. Известный литературовед, культуролог и семиотик Ю. М. Лотман (1922–1993) справедливо определял специфику читательского заказа в подобные «переходные эпохи»: «Читатель хотел бы, чтобы его автор был гением, но при этом он же хотел бы, чтобы произведения этого автора были понятными». Массовый читатель требует «своей» литературы; его установки и стратегии могут соответствовать закономерностям развития того или иного

литературного процесса, а могут ему противоречить. «Упрощение» литературных ожиданий читателя, возможно, связано и с характерным для культуры конца XX века «сжатием», сокращением больших культурных масс с целью приспособить их к малому масштабу человеческой жизни [1].

Необходимость изучения феномена массовой литературы как особой, живущей по своим законам части литературного процесса требует серьезного внимания к формирующемуся новому типу создателя массовой литературы, т. к. современные издательства ежемесячно выпускают книги 10–15 новых авторов. Однако лишь некоторые из «раскрученных» имен известны читателю. Свобода от цензуры и идеологического заказа заменяется в массовой литературе заказом не только коммерческим, но и социальным. Хотя это уже не социальный заказ эпохи, а рыночный заказ массового читателя.

Особенности восприятия массовой литературы определяются тем, что известное имя часто интересует читателя (и издателя) лишь как гарантия предлагаемого товара, поэтому издательство иногда сохраняет за собой право выпускать рукописи разных авторов под общим псевдонимом. Также проблема анонимности связана с одной из самых устойчивых практик бытования текста массовой литературы – наличием псевдонима. Эта тема становится доминантной в самих текстах массовой литературы [2].

С псевдонимами авторов массовой литературы сегодня происходят порой курьезные случаи. Так, например, известному литературоведу и поэту, автору многочисленных работ по творчеству Ф. М. Достоевского Игорю Волгину пришлось подать иск в суд на издательство «ЭКСМО», выпустившее два триллера, подписанных псевдонимом «Игорь Волгин». Адвокат издательства честно признался, что в «ЭКСМО» даже не подозревали о существовании литературоведа, поэтому при заключении контракта с автором триллеров Игорем Волнозным не возражали против псевдонима «Волгин». Двойник есть и у автора женских детективов Анны Малышевой, поэтому ее тезка, автор иронических романов «Тело в шляпе» и др., вынуждена указывать на обложке отчество: Анна Жановна Малышева. Вспоминаются гоголевские строки из

«Невского проспекта», где он пишет, что перед ним (поручиком Пироговым) сидел Шиллер – не тот Шиллер, который написал «Вильгельма Телля» но известный Шиллер, жестяных дел мастер в Мещанской улице, а возле Шиллера стоял Гофман – не писатель Гофман, но довольно хороший сапожник с Офицерской улицы.

В минской серии «Черный квадрат» псевдонимы для авторов серии выбирались по любопытному принципу – имена генералов царской армии – Брусилов, Корнилов, Краснов. В. Новиков справедливо отмечает, что псевдоним работает тогда, когда создается «большая псевдолитература», с могучей творческой и информационной поддержкой, с участием Больших денег. Здесь псевдоним – уже не столько литературное имя, сколько фабричная марка, а точнее торговый знак. На существование «всегда» он при этом не рассчитан и в любой момент по коммерческим резонам может быть заменен на другой.

Причина появления огромного количества современных «глянцевых писателей» кроется и в клишированности, стереотипности массовой литературы. У опытного читателя, прочитавшего несколько детективов или любовных романов, создается ощущение четкой структурированности этих произведений. Одной из первых работ, в которой были сформулированы принципы историко-функционального исследования литературы, была статья А. Белецкого «Об одной из очередных задач историко-литературной науки» (1922). А. Белецкий пишет о феномене «читателя, взявшегося за перо»: «Придет, наконец, эпоха, когда читатель, окончательно не удовлетворенный былой пассивностью, сам возьмется за перо». Характеризуя эпоху и ее читателей, А. Белецкий писал, что они сами хотят творить, а если не хватает воображения, то на помощь придет читательская память и искусство комбинации, приобретаемое посредством упражнений и иногда развиваемое настолько, что мы с трудом отличим их от природных настоящих писателей. Такие читатели-авторы чаще всего являются на закате больших литературных и исторических эпох.

Автор массовой литературы, если он хочет быть востребованным рынком, практически «обречен» на серийность — еще одну особенность массовой литературы. Наличие серийного героя (следователя, сыщика, писателя — детективщика или даже преступника) с одной стороны, привлекает читателя, с другой, — снижает качество литературы (повторяемость приемов, изнашиваемость постоянных персонажей). Кроме того, необходимость постоянно быть на книжном рынке требует от «глянцевого писателя» очень большой скорости работы, многие вынуждены прибегать к помощи так называемых «литературных негров». Абстрагированность от собственного текста, некое автоматическое письмо, присущее массовой литературе, сделало возможным существованию в Интернете гипертекста «Роман», который продолжают все, кто хочет. Сам читатель выбирает варианты развития сюжета, ходы ассоциаций, отсылок, т. е. включается в процесс развития другими разветвленного до бесконечности романного дерева. Критики считают, что перспективы этого нового явления настолько безграничны и удивительны, что могут коренным образом повлиять на всю литературную ситуацию в целом. Ведь сегодня система массовой коммуникации предлагает читателю участвовать в создании собственного текста. Человек читающий превращается в человека участвующего, человека пишущего.

Таким образом, авторы массовой литературы все же необходимы для большой литературы, т. к. они, составляя «питательный канал и резонирующую среду» [3], по-своему питают корневую систему литературы.

Литература:

1. Лотман, Ю. М. Массовая литература как историко-культурная проблема / Ю. М. Лотман. — Т. 3. Таллинн, 1994. — 290 с.
2. Черняк, М. А. Феномен массовой литературы XX века / М. А. Черняк. — СПб.: Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2005. — 178 с.
3. Пульхритудова, Е. М. Литература, беллетристика и паралитература / Е. М. Пульхритудова. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1987. — 29 с.

