

М. А. ЧЕРНЯК,

доцент кафедры новейшей отечественной литературы Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена, кандидат филологических наук

СУДЬБА КНИГИ В XXI ВЕКЕ: К ВОПРОСУ О ФЕНОМЕНЕ МАССОВОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

В последние годы произошли серьезные изменения в «литературном пейзаже». Полифония сегодняшнего дня внесла серьезные коррективы в фабульно-тематический и жанровый диапазон современной литературы. На наших глазах изменяются маршруты литературного формотворчества, привычный об-

раз литературного пантеона. Резкое расслоение читательской аудитории, сужение каналов культурной коммуникации, изменение доминантного кода культуры определяют актуальность не только эстетических, но и социокультурных характеристик современной литературы. Очевидным становится и то, что

картина истории литературы XX в. будет поистине полной лишь тогда, когда в нее будет включен литературный поток, называемый массовой литературой. Ведь еще в 1924 году В. М. Жирмунский справедливо отмечал, что «вопросы литературной традиции требуют широкого изучения массовой литературы эпохи». Исключение из поля исследования этой литературы лишает литературный процесс фона и контекста, так как существование массовой литературы — знак крупномасштабных социальных и культурных перемен в обществе. Развитие литературы коррелируется с развитием общества.

На рубеже веков, когда оппозиция «массовое — элитарное» обостряется, становится знаком эпохи, происходит своеобразный «спуск в основания» (Гегель), взрываются исторически слежавшиеся пласты художественного мышления. Вспоминаются слова Б. Эйхенбаума: «Слова и вещи существуют в двух планах: конкретность перерастает в символику, малое — в большое, бытовая мелочь — в формулу эпохи».

В массовой литературе, современном аналоге фольклора, городского эпоса и мифа, как правило, можно обнаружить описание общественных нравов, картину жизни города. Эта словесность обращена к современности, а поэтому содержит самые броские, хроникальные приметы нынешнего дня. Герои действуют в узнаваемых социальных ситуациях и типовой обстановке, сталкиваясь с проблемами, близкими массовому читателю. Не случайно критики говорят о том, что массовая литература в какой-то степени пополняет общий фонд художественного человековедения. Ю. М. Лотман определяет массовую литературу как понятие социологическое, которое «касается не столько структуры того или иного текста, сколько его социального функционирования в общей системе текстов, составляющих данную культуру». Сама технология коммерческой литературы позволяет отразить сегодняшний день, так как по заказу издательства работа над текстом идет 4–5 месяцев. Поэтому в какой-то степени массовую литературу можно сопоставить со средствами массовой информации: детективы, мелодрамы, фэнтези и др. прочитываются и пересказываются друг другу, подобно свежей газете или глянцево-му журналу. На страницах отечественных детективов герои посещают узнаваемые, престижные рестораны и магазины, встречаются с действующими политиками, обсуждают те же проблемы, которые только что будоражили средства массовой информации, пьют разрекламированные напитки, одеваются в мод-

ные одежды. Современные «глянцевые писатели» настолько привыкли апеллировать к кинематографическому опыту читателей, что портрет героя может ограничиться фразой: «Она была прекрасна, как Шерон Стоун», или «Он был силен, как Брюс Уиллис». «Горизонт читательского ожидания» сегодня прочно связан с визуальными образами. Так, например, А. Маринина в интервью «Книжному обозрению» (сентябрь 2000 г.) рассказывала о создании нового произведения и реакции на него слушательницы: «Когда я зачитывала первые 12 страниц вслух подруге, та сразу сказала: “Героиня — это типаж понятно какой, писатель — типаж понятно какой, а маму как себе представлять, такую маленькую, типа Ахеджаковой, или дородную, типа Мордюковой?”»

К концу XX века благодаря кинематографу, телевидению, рекламе, Интернету возникла новая оптика видения человека. Очевидно, что за последние десять лет в России сложились устойчивые структуры поведения читателей, во многом продиктованные рекламой, формирующей определенные имиджи. Можно говорить о разных секторах массовой культуры, со своей совокупностью транслируемых значений и образцов. В фокусе внимания массовой литературы стоят, как правило, не эстетические проблемы, а проблемы репрезентации человеческих отношений, которые моделируются в виде готовых игровых правил и ходов. Разнообразие массовой культуры — это разнообразие социального воображения (например, любовный роман и детектив помогают читателю вырабатывать свою стратегию поведения).

Если оттолкнуться от идеи современных философов о том, что искусство XX века посвящено теме невозможности чуда в современном реальном мире, то можно сказать, что массовая литература стремится восполнить эту лакуну. Следует согласиться с Т. Чередниченко, которая видит особенность современной культуры в «сплющивании» идеалов бытия в плоскостную фактуру повседневного быта.

Зависимость современной массовой литературы от внелитературного контекста, от кинематографа, рекламы, Интернета и других форм выражения коллективных желаний и фантазий читательского большинства неизбежно трансформирует «горизонт ожидания читателя».

Завершается ли с экспансией массовой культуры, стремительным развитием новых информационных технологий и очевидной утратой литературоцентризма эпоха Гутенберга? Находится ли судьба книги как инструмента трансляции культуры под угрозой? На эти вопросы даст ответ только время.