

как времяпровождение медитирующего у сада камней Кузьмича из «Особенностей национальной охоты».

Способность к «всемирной отзывчивости и перевоплощению»; умение войти в положение другого человека, который страдает; ненасильственность, мягкость характера, смирение, способность к подчинению; терпеливость в страдании.

Внутренние аудитории российской корпорации всегда готовы пойти на некоторое ухудшение своего положения, но только при условии сохранения лояльности к корпорации и уважения к ее первым лицам.

Живое чувство зла.

Никакая софистика, логические построения и казуистика не способны поддержать репутацию, если аудитории почувствуют (именно почувствуют) обман, исходящий от управления. Ощущением правды социального мифа необходимо управлять. Правда корпоративного социального мифа – это один из объектов стратегического управления в этой области.

Открытость будущему и способность поверить в осуществление несбыточного.

Образы будущего являются одним из сильнейших мотиваторов в России. Это позволяет Г.Л. Тульчинскому утверждать, что наиболее привлекательной чертой глобального социального мифа России является способность страны дарить Мечту каждому. Реализация такого мифодизайна предполагает чрезвычайно масштабную разработку, но является задачей в высшей степени благодарной.

ОТ «ГЛЯНЦА» К «АНТИГЛЯНЦУ»: ОСТАНОВКА ПО ТРЕБОВАНИЮ

М.А. ЧЕРНЯК

Концептуально важный взгляд на природу массовой литературы содержится в «Эссе о книгах и читателях» Г. Гессе: «Даже в «самом китчевом» произведении происходит откровение души – души его автора, и даже самый плохой

сочинитель, не способный обрисовать ни один образ, ни одну коллизию человеческих взаимоотношений, все же непременно достигнет того, о чем сам и не помышляет, — в своей поделке он обнажит свое “я”¹. Сведения об этом «обнаженном “я”», действительно, в ряде случаев становится источником точной информации о разнообразных явлениях жизни общества.

Современный литературный ландшафт свидетельствует о том, что массовая литература стала универсальным социокультурным пространством для ассимиляции и распространения разнообразных идей, она по-своему комментирует все аспекты современной жизни, формируя определенный контекст ценностей. Социокультурная ситуация кардинальным образом влияет на литературные формулы, реализующиеся в популярных текстах. Последние несут в себе все ее коды и в свою очередь предлагают их потребителям. Изучение текстов массовой литературы в высшей степени репрезентативно для понимания ценностного содержания массовой культуры вообще. Поэтому представляется симптоматичным выявление определенных стратегий в литературе последнего времени.

В этом году впервые в России проходили выборы Слова года, слова, которое может наиболее адекватно подвести итог минувшего года и конспективно запечатлеть его в памяти потомков. Список слов, бывших на слуху в 2007 г., был составлен читателями электронной рассылки «Дар слова»². Всего на голосование поступило около полусотни слов, но с большим отрывом вперед вырвалось слово «*гламур*», которое почти все члены экспертного совета, состоящего из писателей и ученых, сочли ключевым для минувшего года.

Наталья Иванова в статье 2007 г. «Сюжет упрощения» также называет гламур и глянец проводниками, агитаторами и пропагандистами определенного образа жизни, «прежде всего — чистоплотной, гигиенически и телесно совершен-

¹ Гессе Г. Пять эссе о книгах и читателях // Иностранная литература. 2004. №10.

² См.: Эпштейн М. Гламурный год под знаменем политконкретности // Независимая газета. Январь 2008 г.

ной жизни, в которой нет места болезни и смерти»³. Очевидна и явная гламурная экспансия в отечественной массовой литературе.

В контексте сегодняшнего разговора, конечно, необходимо назвать последний роман Виктора Пелевина «Empire V». В творчестве В. Пелевина довольно полно выражена аксиология массового сознания и массовой культуры, свойственных российскому обществу в ситуации интенсивной трансформации, обостренного переживания и маргинальности. Автор называет современную культуру «анонимной диктатурой»: «Ваше поколение уже не знает классических культурных кодов. Илиада, Одиссея – все это забыто. Наступила эпоха цитат из массовой культуры, то есть предметом цитирования становятся прежние заимствования и цитаты, которые оторваны от первоисточника и истерты до абсолютной анонимности». Гламур как национальная идея России становится одной из главных идеологических посылов романа. Empire V, держава вампиров, – это не империя зла, а первая разумная цивилизация Земли. Пелевиным иронически представлены две главные вампирические науки: гламур и дискурс. Жонглируя этим словами, герои Пелевина убеждают друг друга в том, что, все, что человек говорит, – это дискурс. А то, как он при этом выглядит, – это гламур. И гламур, и дискурс погружают своих потребителей в убожество, идиотизм и нищету, в переживании которых проходит вся человеческая жизнь. Дискурс – нечто вроде колючей проволоки, отделяющей территорию, на которую нельзя попасть, от территории, с которой нельзя уйти. Гламур всегда окружен или дискурсом, или пустотой, и бежать человеку некуда⁴. Роман Пелевина, вызвавший неоднозначные оценки критиков, убеждает в справедливости слов современного французского философа и социолога Жюль Липовецки: «Эпоха 2000-х – это фаза «разочарований», массового опустошения, всеобщего равнодушия, всеобщей потерянности, тотальной

³ Иванова Н. Сюжет упрощения // Знамя. 2007. № 6.

⁴ См. об этом: Балод А. Иронический словарь «Empire V» // Новый мир. 2007. № 9.

фрустрации»⁵. Массовая культура проявляет необычайную способность к мутациям, позволяющим ей адаптироваться к постоянно изменяющимся условиям функционирования, к социальным трансформациям, технологическим новациям, политическим и идеологическим изменениям эпохи. Современной «цивилизации видения», замещающей книжную цивилизацию Гуттенберга, свойственно клиповое, образное мышление, характеризующееся способностью «скользить» и воспринимать большие объемы информации без ее осмысления. Основным содержанием социальной идеологии массовой культуры является создание иллюзорной, мифологизированной, псевдореалистической картины мира.

«Современная ситуация характеризуется как системный кризис читательской культуры, когда страна подошла к *критическому пределу пренебрежения чтением*» — этот грустный приговор озвучен в «Национальной программе поддержки и развития чтения». Увлечение читателей выходящими миллионными (!) тиражами глянцевыми журналами «Караван историй», «Семь дней», «Hello», «Домашний очаг» и др., которые скорее не читают, а пролистывают, подтверждают правоту слов Н. Ивановой: «В результате дефолта читатель делается подозрителен к подлинному литературному капиталу — он теперь всего боится, боится, что его надувают и здесь, не хочет более быть лохом. И — перестает читать. Перестает быть читателем. Освобождается от этой необязательной теперь привычки — как от вредной. Раз обманули, два подсунули... больше не читаю. Бесплезная трата времени. Собирает диски, грибы, ягоды, слушает музыку. Смотрит видео. Он — в курсе, он — продвинутый. Стало не стыдно быть не читателем, — ведь существует множество других, более полезных и практичных не только занятий, но и развлечений»⁶.

При этом современные издательства объявляют о появлении новых имен практически каждый месяц. Явление,

⁵ Липовецкий Ж. Эра пустоты. Эссе о современном индивидуализме. М., 2001. С. 77.

⁶ Иванова Н. Литературный дефолт // Знамя. 2004. № 10.

которое можно было бы рассматривать как новое и типичное для современной социокультурной ситуации, было отмечено еще в 1920-е гг. Б. Эйхенбаумом: «Положение писателя приблизилось к положению ремесленника, работающего на заказ или служащего по найму <...>. Явился особый тип писателя — *профессионально действующего дилетанта*, который, не задумываясь над существом вопроса и над самой своей писательской судьбой, отвечает на заказ «халтурой»⁷ (курс. мой. — М. Ч.).

Неквалифицированный, ориентированный на глянцевый читатель сегодня формирует литературные вкусы. Именно на него рассчитаны современные названия книжных серий «Лекарство от скуки», «Легкое чтение», «Смотрим фильм — читаем книгу», «Отдохни» или реклама любовных романов «Отправь голову в отпуск».

Особую роль в формировании гламурной эстетики, безусловно, играют женские журналы, в которых транслируется миф о «новой русской женщине». Обилие появляющихся в женских журналах мини-любовных романов представляет собой род *медийной словесности*. Такие тексты характеризует установка на бессознательную репродукцию профессиональных, усредненных и трансформированных (под воздействие законов массовой ментальности) культурных образцов. Ее характеризует клишированность на всех уровнях словесной организации. Очевидно, что на рубеже XX—XXI вв. медийная словесность активно ищет разнообразные ходы для легитимизации и самообнаружения, что проявляется в идентичности некоторых подходов к созданию художественных образов с массовой литературой.

Особый образ писателя в полной мере может быть обнаружен в проекте издательского дома «Семь дней», который в журнале «Караван историй» стал публиковать автобиографические романы звезд шоу-бизнеса: «*И жизнь, и слезы, и любовь*» Валерии, «*Заложница*» певицы Жасмин, «*Кольцо для Одетты*» балерины Анастасии Волочковой, «*Танго втроем*» Наташи Королевой, «*Мой жаркий лед*» фигуристки Татьяны Навка и др. Создается устойчи-

⁷ Эйхенбаум Б. О литературе. М., 1987. С. 57.

вое впечатление, что некий «фантомный автор» один, и все романы созданы по одному лекалу: трагические истории о предательстве и кознях коллег по цеху, об одиночестве и страхе, преследованиях со стороны мужчин, недоброжелателях и т.д. Стилистика этих романов напоминает русские народные женские плачи. Ср.: «Добрый и милосердный Боже! Дай мне отдохнуть! Я же ничем перед тобой не провинилась... Я устала страдать, жить с мыслями о побеге. В чем я провинилась?» (Валерия); или: «После той стычки с мужем я проснулась вся в синяках и ссадинах, но жалости у него ни мой внешний вид, ни душевное состояние не вызвали. Я, как и прежде, пыталась найти оправдание его поступку, но на этот раз ничего не получалось. Решила, что, видимо, такова моя судьба и придется это все терпеть» (Жасмин); «И ... раз, и...два, и ... три, и... четыре. Выше ногу, девочка! Ну давай, Волочкова! Что с тобой делать? В нашем деле упорства мало. Тут данные нужны. И ты, Волочкова, сколько ни бейся, балериной не будешь. Никогда» (Волочкова). Тема женского горя и страданий становится тем шампуром, на который нанизывается все: и жизнь, и слезы, и любовь. Но все без исключения истории оказываются историями прекрасных Золушек. Итогом страданий становятся профессиональный успех, слава, деньги, любовь. Так как современный массовый читатель представляет собой некий гибрид между читателем и телезрителем, переключающим кнопки, то все истории щедро проиллюстрированы глянцевыми фотографиями звезды в разных позах, разных нарядах на фоне разных интерьеров.

Глянцевый журнал строится по принципу экрана (плаката, фильма, комикса и т.п.), предполагающего плоскостное восприятие действительности. Именно эти принципы выступают как важные приметы жанра и в современном гламурном романе. Симптоматично утверждение главного редактора русскоязычного журнала Vogue: «Мне все же кажется, что Vogue — это аналог фабрики грез. Возможно, устроенный даже более жестко, чем киномир, потому что из глянцевого мира исключена, например, смерть. Из него исключены болезни. Из него не исключена бедность лишь потому, что бедность входит в миф о Золушке. То есть ключевые для любого человека экзистенциальные категории из него оказываются исключенными»⁸. Автор сценария филь-

⁸ Долецкая А. Vogue — это не только журнал. Это эстетика бытия // Критическая Масса. 2004. № 4.

ма «Глянец» Д. Смирнова к объекту своих исследований относится крайне негативно: «Гламурные журналы – министерство пропаганды... Именно они навязывают внешние и поведенческие стандарты, униформу, вытаптывая индивидуальности. Они до полного уже безумия раскручивают маховик консьюмеризма, они делают из людей рекламоносители. Они создают новые символы и, соответственно, новую религию, в которой на месте счастья – богатство, на месте поступка – покупка, вместо любви – половая физкультура, вместо самопознания – тесты, вместо борьбы с грехами – диеты, вместо семьи – фитнес-клуб, вместо мировоззрения – сезонная мода»⁹.

Создается ощущение, что «нулевые годы» XXI века по своему «обнулили» и культуру. Хотя еще в начале 1990-х киновед О. Дондурей ввел термин «культура ноль» для обозначения некой начальной культуры, опирающейся на архаическую систему восприятия, благодаря которой «базовая прасистема восприятия транслируется сквозь время»¹⁰. Еще одним маршрутом появившейся в последние годы гламурной литературы становится женский дневник. Так, в романе Н. Левитиной «Великолепная корпоративная вечеринка» главная героиня Соня Орешкина начинает подобно Бриджит Джонс вести дневник. Очевидно, что современные дневники строятся по матрицам, заданным предшествующей традицией, репрезентативно иллюстрируют изменения манипулятивных механизмов отечественной массовой культуры уже нового века. Приобретают особое значение новые смысловые коннотации, заимствованные из повседневной жизни. Ведение дневника становится для героини лишь данью моде, но никак не способом самоидентификации, героиня подчеркивает легкость и гламурность сочинительства.

Ср.: «Соня достала из сумки ноутбук и бросила его на диван. Ей нравилось предаваться сочинительству в разных точках интерьера: ей казалось, она похожа на Кэрри, героиню модного сериала. Правда, у той ножки с явными последствиями рахита, да и носки как у Депардьё... Но зато какой блистательный ум! Какое

⁹ Там же.

¹⁰ Дондурей О. Культура ноль // Знание – сила. 1993. № 3.

внимание к деталям! Соня открыла ноутбук и написала в дневнике: «Боже мой, какой ужас! Что же случилось?! И как мы будем жить дальше?!!».

«Гламур обеспечивает общество дымовой завесой иллюзий ...Glossy-идеология, ставшая в России доминирующей, может объединить и примирить самые разные слои общества и служит мощным инструментом для интеграции страны в мировое сообщество. Благодаря глянцу, завоевавшему лидирующие позиции в культурном, идеологическом, экономическом, социальном и медийном пространствах, в России идет стремительный процесс создания новой реальности, формируется новая модель отношения к себе и миру», – говорит героиня романа Н. Осс «Антиглянец».

Одним из требований к артефактам массовой культуры является сериальность. Каждый проект диверсифицируется, ветвится в великое множество других событий, каждое из которых ссылается на другие, отсылает к ним, отражается от них, множится. «Ценностная вертикаль традиционной культуры в условиях массовой культуры «уплощается» в соответствующие рыночные сегменты. Бывшие ценности превращаются в тематические рубрикаторы: «про любовь», «про знания», «про веру», «про добро», «как стать счастливой», «как добиться успеха», «как стать богатым». Массовая культура, начиная с обеспечения обыденного комфорта, втягивает в орбиту обыденного потребления все более высокие уровни иерархии ценностей и потребностей. Будучи ориентированной на спрос, массовая литература выступает как точным индикатором специфики нормативно-ценностного содержания конкретной культуры, так и одним из мощных факторов его воспроизводства»¹¹.

На презентации нашумевшего в 2007 г. романа Э. Багирова «Гастарбайтер» представитель издательства «Популярная литература» в беседе с корреспондентом обронила следующую фразу: «Сами знаете, интерес к чтению угасает, читают все меньше и меньше. Мы хотим попытаться что-то

¹¹ См. об этом: *Биричевская О.Ю.* Аксиология массовой культуры. Сравнительный ценностно-смысловой анализ. М, 2005.

с этим сделать». Произошло то, что у маркетологов называется «*перепозиционированием товара*»¹². Совсем недавно вложившись в новейшее оборудование для показа, отделку кинозалов и, главное, рекламу, прокатчики перепрограммировали восприятие потребителей. Поход в кино из скучной рутины в одночасье стал модным и престижным времяпрепровождением и ныне процветает. Тот же самый процесс, похоже, начинается и на книжном рынке — с той разницей, что вместо блокбастеров у нас будут бестселлеры. Современные издательские стратегии убеждают в справедливости слов В. Беньямина, полагающего, что «произведение искусства становится, из-за абсолютного преобладания его экспозиционной ценности, новым явлением с совершенно новыми функциями, из которых воспринимаемая нашим сознанием, *эстетическая, выделяется как та, что впоследствии может быть признана сопутствующей*».

Внятность базовых понятий и идей массовой литературы являются в какой-то степени реакцией на состояние коллективного бессознательного с инвариантностью его архетипов и его жадной стабильности. Массовая литература становится неким эсперанто, стирающим границы национальным литератур. Этим может быть объяснено появление такого большого количества «двойников» и зеркальных текстов, заимствований у ставших успешными западных бестселлеров. Как известно, сейчас телевизионные продюсеры предпочитают закупать программы с американскими лицензиями. Считается, что те программы, которые имели успех в США, будут успешным и у нас. Подобная стратегия используется и в массовой литературе. Достаточно убедиться в том, что практически у любого современного бестселлера есть «*западный прототип*»:

Катя Метелица. Дневник Луизы Ложкиной (2005).
Сергей Минаев. The Тёлки (2008).

Хелен Филдинг. Дневник Бриджит Джонс.
Брет Истон Эллис. Гламорамы (1999). Фактически Минаев создал ремейк «Гламорамы».

¹² *Нестеров В.* Понаехали тут. www.gazeta.ru

<p><i>Ю. Высоцкая.</i> Глянец (2007). <i>Наталья Осс.</i> Антиглянец. Роман о том, что вы всегда хотели купить (2007). <i>Мария Царева.</i> Ненавижу? Хочу! или Кое-что о мачо; Силиконовые горы, и др.) считается в современной российской литературе одной из ведущих представительниц жанра <i>chiklit</i> (литература для пыпочек).</p>	<p><i>Лорен Вайсбергер.</i> Дьявол носит Prada.</p>
<p><i>Арина Холина.</i> Дорогой, я стала ведьмой в эту пятницу!; Законы высшего общества; Настольная книга сердеечки; Хроники амбициозной брюнетки.</p>	<p><i>София Кинселла.</i> Тайный мир Шопоголика; Шопоголик и брачные узы; Шопоголик и сестра; Шопоголик на Манхэттене, и др. <i>Кэндесс Бушнелл.</i> Секс в большом городе.</p>

Согласно Б. Эйхенбауму, отличие плохого писателя от хорошего часто связано с нарушением границ личного и общественного пространства, с излишним одомашниванием или, наоборот, чрезмерной театрализацией литературного поведения. В связи с этим возникает закономерный вопрос о **феномене графомании**, который в определенной степени размывает границы между литературой и повседневностью. «Графоман угрожает престижу высокой литературы, нарушая не только эстетические нормы, существующие в данном обществе, но и этикет поведения. Страх графомании со стороны русских писателей был страхом перед массовой любовью к писанию и писателям, страхом перед эпигонством, превращением искусства в китч»¹³. Любопытно в этой связи признание Т. Устиновой: «Я – законченный графоман. Всегда писала, все подряд. У меня две ярко выраженные степени идиотизма: первая – боязнь высоты, а вторая – я все время должна что-то писать» (интервью «В моих романах нет гурманов» // www.komok.ru). Героиня романа О. Робски «День счастья – завтра» воспринимает писательство как хобби богатых ленивых дам: «*Жалко, что я не люб-*

¹³ *Бойм С.* Общие места: мифология повседневной жизни. М.: Новое литературное обозрение, 2002. С. 224.

лю читать книги. Авторы в них постоянно пытаются умничать. Я бы тоже могла стать писателем. Это так же, как многие мои знакомые ни с того ни сего становятся модельерами или дизайнерами интерьеров».

Можно считать определенной тенденцией, проявившейся в текстах последних двух лет, появление произведений, в которых обретение себя стало синонимом ощущения себя как писателя, причем, что симптоматично, автора массовой литературы. Так, в романе *Елены Колиной* «Профессорская дочка» современная Золушка, питерская переводчица Маша тридцати семи лет, одинокая фантазерка, живущая в огромной квартире на Фонтанке, встречает современного принца – успешного продюсера. Маша пишет роман и сама же становится героиней романа, создаваемого в голове у Вадима: «Вообще эта Маша, она как будто вписана в ткань романа. Все проезжают мимо нее по Фонтанке и знают, что всегда можно остановиться и зайти во флигель во дворе. А там кусок другой жизни, неспешной, внимательной. Все едут мимо нее по жизни, а она сидит в этом флигеле, как утес... героиня романа – Маша Суворова-Гинзбург, правнучка губернатора Петербурга и неизвестного местечкового еврея... советская принцесса, нищая профессорская дочка с коллекцией на миллион!». Машу переполняет любовь, причем в самых разнообразнейших своих ипостасях. Это и любовь дочерняя к уже ушедшему отцу, связь с которым, тем не менее, не утрачена, поскольку он существует в памяти постоянно. Это и любовь ко всему живому, в первую очередь к друзьям, и их детям, и участие к каждому случайно встреченному человеку, и любовь к пронизанному литературными токами Петербургу. И, конечно, любовь к слову, и умение наслаждаться своим воображением (к концу книги Маша становится популярной писательницей): «Мою любовь к литературе невозможно описать словами – как будто у меня в жизни нет ничего, кроме книг, как будто я старая дева в спущенных чулках и ботинках на разные ноги, как будто... Я так хочу, так мечтаю стать писателем!».

В романе *Андрея Жвалевского и Евгении Пастернак* «Я достойна большего! Жизнь и грезы бухгалтера Петровой» автором бестселлеров становится одинокая бухгалтер Петрова: «В ее тридцатидвухлетней душе уже давно царил непролазный февраль. С бухгалтером Петровой никогда и ничего не происходило. В тот день она, как обычно, шла после безупречного трудового дня в безупречно пустую квартиру... Но Ирина Николаевна ничего анализировать не стала. Она села за стол и включила ноутбук. Пока

он загружался, она сидела с закрытыми глазами и ни о чем не думала. Услышав призывный звяк системы, Петрова открыла Word и написала: «Сладкие грезы». Словосочетание ей жутко не понравилось, но придумывать новое значило потерять запал, расплескать ту отчаянность, что горела у Ирины Николаевны внутри». Весь роман представляет собой чередование двух текстов «Жизнь» и «Грезы». Героиня, записывая свои мечты, переживая со своей героиней Мариной недоступное ей самой женское счастье, часто путает реальность и мечты: «На этом месте Ирина Николаевна прервала чтение с бешено колотящимся сердцем. Отошла к окну, залпом выпила остывший чай. Она настолько сжилась с Мариной, что уже практически чувствовала удивительно нежные поцелуи Володи. Она зажмурилась, чтобы получше рассмотреть его лицо, но оно выглядело размытым. И тут она впервые задумалась о том, как выглядит ее герой. Безусловно, высок. Конечно, брюнет. И плечи широченные».

Роман *Натальи Сорбатской* «Литературная рабыня: будни и праздники» написан от первого лица, а его главная героиня работает редактором в одном из крупных издательств. Весь роман — это воспоминания, которым Даша предается, проходя обследование на магнитно-резонансном томографе. Лежа в темной трубе аппарата, она перебирает в памяти события своей жизни: учеба в литературном институте, любовь, жизнь в Грузии, работа на почти-олигарха, решившего издать книгу о своей компании, история поющей Айдан, написавшей книгу о своей судьбе. Эта история, безусловно, отсылает к нашумевшей наивной, но необыкновенно искренней книге продавщицы с вещевого рынка, узбекской танцовщицы Бибиш. История мытарств этой женщины, выросшей в нищете узбекского кишлака в окружении «почти маркесовских персонажей», заставила критиков говорить о «феномене Бибиш». Ее книга «Танцовщица из Хивы, или История простодушной» была номинирована на премию «Национальный бестселлер». Настоящее литературное рабство начинается, когда в жизни Даши появляется вышедшая замуж за испанца русская эмигрантка Каталина Хуановна, которой вздумалось написать автобиографию. Работая редактором, Даша встречается с разными людьми, некоторые из них приходят в литературу, вовсе ничего не умея. Что заставляет человека взяться за перо — вопрос, который, безусловно, волнует автора, прекрасно знающего «кухню» современного издательского бизнеса (издательский план, поставленный на поток выпуск книг, кризисы перепроизводства и т.д.). Но однажды Даша понимает, что пора освободиться от всего лишнего, сиюминутного, начать все сначала. Она пишет книгу, устав

от компромиссных решений, устав быть заложницей своего профессионализма, переписывая чьи-то заведомо слабые тексты, устав быть литературной рабыней.

При разнице в уровнях упомянутых выше текстов близость авторских стратегий очевидна: счастливый финал связан с рождением популярной писательницы¹⁴. Литература становится не только «лекарством от скуки» (название одной из существующих ныне серий), но и лекарством от несчастной и неуспешной жизни. Кроме того, транслируется мысль о легкости написания «легкой» литературы, о необременительности и гламурности самого литературного труда. Здесь уместно вспомнить несправедливо забытый роман американского писателя-фантаста Фрица Лейбера «Серебряные яйцеглавы», написанный полвека назад, в 1958 г. Лейбер описывает общество будущего, которое во многом узнается. Книги пишут электронные машины — «словомельницы». Писатель же обязан по заключенному с издательством контракту нажимать пусковую кнопку словомельницы, экзотически выглядеть, чтобы объемная фотография на задней обложке отвечала образу «творческой личности», вести богемный образ жизни. «Важна словомельница, а не писатель, — говорит один из героев романа. — Я читаю все до единой книги, смолотые на первом агрегате издательства «Скрибер», независимо от того, какую фамилию они потом ставят на обложке. Эта машина придает своей продукции особую сочность. Иногда приходится немало потрудиться, прежде, чем найдешь книгу с маркой АС-1, но оно того стоит. Только книги с маркой АС-1 создают полный и восхитительный вакуум у меня в голове, ощущение теплого и непроницаемого безмыслия». Фантасты часто предугадывали будущее. И нас уже практически не удивляет, что сегодня словомельницы не только активно работают, но и определяют литературные стратегии сегодняшнего дня.

¹⁴ См. также: *Холина Арина*. Законы высшего общества. М., 2007. «Я просто подумала, что писать книги — это ведь так легко. Сел и написал. Все пишут об одном и том же. Что такого сделала Робски, чего не могу я?» (Автор будущего бестселлера Галя, содержанка бизнесмена Антона).

«Мы живем в очень простое время: слушаем простые песни, читаем и принимаем всерьез простейшие и пустейшие книги, забываем простейшие правила и отказываемся даже от простейших моральных ограничений. Все забыто. Такое чувство, что не было ни богатых и сложных семидесятых, ни счастливых и трагических шестидесятых. Русская жизнь после десяти лет гниения, распада и торговли всем, чем можно, в который уже раз началась с чистого листа», — пишет в одном из своих эссе Д. Быков¹⁵. Что будет написано на этом чистом листе, покажет время.

РЕФЛЕКСИРУЯ ПРОБЛЕМУ

Григорий ТУЛЬЧИНСКИЙ:

Реальные опасности масскульта описаны М.А. Черняк на конкретном материале и с глубоким знанием этого материала, а главное — динамики развития российской литературы, которая давно уже предстала в ипостаси, к которой стремилась давно — литературы массовой.

Стоит напомнить, что первый образчик масслита в русской литературе принадлежит А.С. Пушкину. Речь идет о «Повестях Белкина», в предисловии к которым «наше все», выступая в роли некоего публикатора, формулирует целую программу массовой литературы. С тех пор прошло не так уж много времени — всего полтора столетия, но ситуация изменилась радикально. Пушкинский текст, содержащий практически все жанры масслита от женского романа («Метель», «Барышня-крестьянка») до триллера («Выстрел») и хоррора («Гробовщик») стал высокой классикой. Если раньше высокая литература хотела стать массовой, то теперь мы имеем дело с полным торжеством массовой культуры, которая поглотила все и вся. Магазин «Буквоед» — яркий пример этого торжества: классика на этой полке, детективы — на этих стеллажах, фэнтези — на тех, про любовь — здесь, про божественное — тут, про дьявольское — там... Но беда даже не в этом, а в полном торжестве дилетантизма и нео-

¹⁵ *Быков Д.* На пустом месте: статьи, эссе. М., 2008. С. 105.