

КРИТИКА CRITICISM

УДК 82

КАК ОРИЕНТИРОВАТЬСЯ В МОРЕ СОВРЕМЕННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ?

© Рудалёв Андрей Геннадьевич (2019), независимый исследователь, главный редактор, Информационное агентство «Беломорканал» (Северодвинск, Россия), rudalev@list.ru

Статья посвящена таким значимым проблемам, как статус критика в современном литературном процессе и влияние издательского бизнеса на выстраивание писательских иерархий и репутаций. Целью статьи являются установление актуальных тенденций развития литературного процесса и определение назначения литературной критики в наши дни. Подчеркивается, что наделение литературного произведения определенной эстетической ценностью подменяется сегодня продвижением книжного продукта посредством разнообразных маркетинговых стратегий, нацеленных исключительно на извлечение прибыли. В связи с этим роль критиков, которыми в настоящее время становятся серийные рецензенты, состоит в регулярном выполнении менеджерской функции сотрудника корпорации продвижения текстов. Определяющее воздействие на литературный процесс сейчас оказывает издательский бизнес, ориентированный на превращение книгопроизводства в сферу услуг, на массовость наименований, а не тиражей. В результате традиция систематической коммуникации между автором и читателем разрушается, сакральный статус текста профанируется, литература утрачивает естественную иерархичность и насыщается искусственно созданными и монополизированными литературными репутациями, брендами. В статье аргументировано доказывается необходимость сохранения активной роли профессиональной литературной критики как деятельности по формированию духовной парадигмы общества, по выявлению вневременных ценностных критерии отбора текстов, которая сегодня подменяется составлением «рекомендательных списков» и простым обменом впечатлениями. Делается вывод, что в данных условиях главные задачи критики – открытие современной литературы для читателя, инициирование диалога, который позволит перейти от потребления книжного продукта к познанию и генерации смыслов художественного произведения.

Ключевые слова: книжный бизнес, книжные блоги, литературная критика, стратификация литературного процесса, формирование читательских вкусов и предпочтений.

В конце 2018 года автор этих заметок получил приглашение принять участие в очередном выпуске программы Виталия Третьякова «Что делать?» на телеканале «Культура». В ее анонсе говорилось, что профессиональные критики дадут рекомендации по поводу ориентации в современном книжном море. Условно говоря, как выявлять пустоту под ореховой скорлупой, выбирать только самое ценное и не прогадать.

Наверное, такие рекомендации должны быть подобны советам спасателей, подробно разъясняющим, как вести себя на тонком льду или при встрече с медведем, или если ты заблудился в лесу. Действительно, вопрос ориентации в современной литературе сегодня первичен, потому как он, в первую очередь, прикладной. Мало кому интересно переговорить с «профессиональными критиками» на предмет получения советов по вдумчивому чтению, опыту погружения в текст и понимания произведения, все это принимается за чистой воды схоластику.

Ориентация же важна: как не заблудиться и не пропасть в неизведанном пространстве современной литературы, которая обрела реальность книжного моря? От рукописи до типографского станка рукой подать – один прыжок, и заветный томик в руках. Другое дело раскрутка и вложения в продвижение, но это уже дело издательской стратегии, и критик на это никак не влияет. Его могут подключить позже, когда уже сделана ставка на тот или иной текст, чтобы обосновать эту стратегию, этот выбор и облечь его в удобоваримую для читателя обертку. В этом плане роль критика свелась к менеджерской функции сотрудника корпорации продвижения текстов. Он не в издательском штате, но работает на подрядах. В принципе и эту единицу можно сократить в силу невеликого значения по сравнению с издательским станком, генерирующими книжное море, но её оставляют по традиции и в силу того, что все-таки речь идет о художественной литературе, а критическая инстанция придает ей интеллектуальный флер, без которого никуда. Поэтому и в качестве критиков у нас выступают серийные рецензенты, на постоянной основе сотрудничающие с тем или иным топовым изданием. Нельзя сказать, что они пишут исключительно рекламно-заказные тексты, наоборот, даже вольны в оценках и вроде как оценивают тексты, исходя из собственного литературного вкуса или убеждений. Но близость к издательскому бизнесу, включенность, пусть и опосредованная, в

него рано или поздно ведут к определенной инерции и стремлению потрафить (осознанно или нет) издательскому маxовику. Если книжный бизнес подминает сегодня всех и вся, начиная с литератора, который так или иначе подстраивается под его запросы, почему от этого должен быть свободен литературный критик, у которого к тому же присутствует ощущение «свой среди чужих, чужой среди своих»: не литератор, но претендующий на многое?

На сегодняшний день главная и основная реальность в нашем литературном процессе – издательский бизнес, своеобразная книжная олигархия. Все прочее, от премиальных институтов до литераторов и критиков, зависит от нее, находится в жестком притяжении к ней. Даже институт толстых журналов, который последние десятилетия и без того дышит на ладан, воспринимается как фарм-клуб для книжных монополий. Публикация в журнале сейчас ни на что не влияет, кроме того, что может служить заявкой на издание книги. Уже известно несколько историй об удачливых дебютантах, публикации которых никем не были прочитаны в журналах, а книга и издательское вложение в раскрутку сделали имя²³.

Книжный бизнес форматирует сам литературный процесс, существенно видоизменяя его. Художественному произведению при этом навязывается совершенно не свойственный ему временной ритм: начиная от временных рамок деятельности автора, который будто привязан к станку, должен по-пелевински выдавать текст по календарю, и завершая временем жизни самого текста и режима существования его в качестве новинки, который ориентирован на жесткие рамки от одного премиального цикла до другого. Ах да, тиражи... Это ведь также важная категория литературного процесса: сделана ставка на массовость не тиражей, а наименований. Тут можно уви-

²³ Из этих историй самая, пожалуй, известная связана с громким успехом романа Алексея Сальникова «Петровы в гриппе и вокруг него». По собственному признанию Сальникова, роман этот был отвергнут всеми журналами, за исключением саратовской «Волги» [Сальников, 2016]. Реакция читателей на журнальное существование «Петровых...» была предельно спокойной, не предвещавшей никаких массовых восторгов. Однако после выхода книжной версии [Сальников, 2017], получившей соответствующее медийное сопровождение, автор Петровых стал настойчиво упоминаться в одном ряду с Гоголем и Булгаковым. И Николаю Васильевичу, и Михаилу Афанасьевичу, лишенным собственных аккаунтов в социальных сетях, ничего не оставалось, как безропотно терпеть конгениального собрата из Перми.

деть подспудный отказ от просвещения масс и переход к удовлетворению потребностей. Сфера услуг... Почему нет, таким же образом ведь назвали и школьное образование.

В широчайшем книжном ассортименте – полная свобода: минимум ГОСТов, практически без ОТК – книжный бизнес давит многообразием. Соответственно, в этом многообразии, как на блошином рынке, можно найти все что угодно: от совершенно ненужных и даже непотребных вещей до уникальных и важных. Риск для последних состоит в том, что читатель может не увидеть, не заметить их под толщей литературного хлама. И это серьезная проблема, если помнить о том, что условное время жизни литературного произведения сейчас все больше приближается к сроку журналистской статьи (что уж говорить здесь о критическом высказывании, которое в этой ситуации должно ориентироваться на не глубину, а на первичные эмоции, стать блогерским).

Тут мы получаем и другую проблему: создается иллюзия, что писатель перестает писать в стол, книги-то выходят, но контакта с читателем нет, нет и традиции прочтений его текста. Получается, что книга уходит «в стол» не в виде рукописи, а уже в книжной обложке и там пропадает, «выгорает».

Поэтому сейчас дело литературного критика состоит не во включенности и подчиненности диктату книжного бизнеса, а в попытке ему противостоять. Критик тут, по сути, один, и он в поле воин. Будем на это надеяться.

Что ему остается? Создавать топы, списки, рейтинги? Но все-таки задача критика другая, нежели быть путеводителем в мире книг, он на самом деле не занимается путевождением. Такая путеводная звезда была бы крайне тенденциозной, так как он сам предельно субъективен. Его дело не ограничивается рецензированием новинок, он пишет историю современности, если хотите, поэтому и должен быть мыслителем, публицистом, высказывающимся на актуальные общественные темы, книжный же бизнес все пытается загнать его в рамки банального рецензирования и наклейки особого клейма, как в программе «Ревизорро».

Сейчас книжный бизнес пытается монополизировать право (если уже это не произошло) на написание истории современной литературы (именно поэтому в образе критика он видит главного конкурента). Этому необходимо противостоять. И вовсе не из-за того, что

в первые ряды будут выведены не те, а достойные оттеснены, а потому, что сама литература подвергается очень серьезной деформации и подрубается ее корневая система. Профанируется сакральный статус текста, ведь таковых высказываний не может быть многие десятки в каждый сезон, при том что именно на пестроту делают ставку издательства. В этом плане критик должен быть консерватором по отношению к литературному процессу и новатором по отношению к произведению.

Сейчас мы имеем дело с совершенно иным характером бытования художественного текста, который подчинен издательскому бизнес-маховику. При этом запрос на книгу, в том числе на современные новинки, велик, но идет неумолимый процесс десакрализации книги, вплоть до того, что она воспринимается как «пылесборник» или элемент декора. Это также последствия действия современного издательского станка, превращающего текст в одноразовый продукт быстрого приготовления с непродолжительным сроком хранения. Происходит и потеря иерархичности в литературе. Каждый может писать, рецензировать, рекомендовать, а если вложиться в раскрутку, то к этому мнению еще и будут прислушиваться.

Каков путь решения проблем? Усиление роли государства, которое давно уже махнуло на литературу рукой? Это простое решение, но и его отторгать категорически не стоит, ведь речь о сфере искусства, и государство не имеет права оставаться в стороне. Ждать, что все решит рынок и останутся только лучшие, также не приходится, ведь в нынешних реалиях образ современной литературы может быть существенно деформирован.

Издательские корпорации создают репутации, бренды (например, «Редакция Елены Шубиной»), которые претендуют на то, чтобы стать безусловным литературным мерилом, особым знаком качества, а также путеводителем на любой вкус. Так постепенно монополизируют пространство современной литературы. Все прочие репутации если не маргинализируются, то оттесняются на территорию самодеятельности. Что такое сейчас этот самый «профессиональный критик» – несколько постоянных авторов при популярном издании? Для всех остальных критика – личное дело, к тому же неблагодарное, и тут дело даже не в гонорарах, а в площадках. Все они из оставшихся, как правило, малотиражные и по значимости равносильны реплике в блоге. Поэтому и регулярно говорят о «смерти критики», проводя

через эту броскую и демагогическую формулу мысль о том, что критика сегодня не нужна. Было бы издание, которому это интересно, появится и критик-рецензент. Зачем критик «профессиональный», если любой читатель может разместить в соцсети свое мнение и эффект от него будет не многим меньше, чем высказывание критика в малотиражном издании.

Разговор о книгах все больше переходит в блоги, соцсети (есть даже книжный Instagram – Букстаграм), куда, впрочем, смеется и журналистика. Книжные блогеры набирают авторитет. Их главные плюсы состоят в вирусном высказывании по принципу «сарафанной почты» и возможности сделать перепост. Для издательских корпораций это опять же перспективное поле для работы, и они не будут убивать время на критиков. Мы помним, что в ситуации огромного выбора на любой вкус главное – себя подать и продать, поэтому нужна не критика, а маркетинг. Критик же не рекомендует, иначе он превращается в маркетолога, пиарщика.

Критик не дает рекомендаций, он не синтезирует «философский камень» текста, удобоваримого для всех, универсального. Дело критика – чтобы что-то осталось в вечности, он вписывает автора или произведение в историю, как, например, Достоевский в своей известной речи о Пушкине. Или тот же Достоевский разве может быть безусловно принят всеми, если его рекомендовать с гарантией, что не разочаруешься и время читательское не будет потеряно? Задача критика в том, чтобы обосновать, что Достоевского необходимо прочесть, даже если этот автор тебе не близок и этот продукт ты бы не положил в свою корзину с полки супермаркета. Потому что после знакомства с ним сам человек уже не остается прежним. Это повышение планки, что и делает литература, если, конечно, мы говорим о ней, а не о чтиве.

Совершенно профанным является восприятие критика как профессионального читателя-лоцмана, читателя-дегустатора, готовящего нам рекомендательные списки. Критика абсорбирует ценностные критерии, помогает формировать духовную парадигму общества, вписанную в контекст тысячелетней традиции. Она же ведёт диалог (но сейчас с этим проблема), через который произведение начинает расцвечиваться интерпретациями и вдумчивыми прочтениями.

В рекомендациях, так же как и в книжном море, делается ставка на массовость. Это приводит к ситуации, когда рекомендация ни к

чему не обязывает. Долой авторитеты, долой диктат, просто я так вижу и имею право. Виват, вкусовщина! А все остальное – тоска зеленая.

Сейчас вообще пошла мода на книжные рекомендации. Рекомендуя, ты как бы повышаешь свой статус, а в обществе эта статусность важна. Медиаперсоны ринулись в рецензенты (например, Тина Канделаки пишет: «Сегодня рекомендую два романа, сборник рассказов и биографию: Людмила Улицкая, "Лестница Якова" и "Медея и её дети"; Владимир Сорокин, "Белый квадрат"; Брайан Бойд, "Набоков. Американские годы". Моя рецензия на "Медею" есть в "Телеграме". Если читали, делитесь впечатлениями»). Отсюда мы и получаем то, что разговор о книгах переходит в разряд обмена впечатлениями, а эта эмпирея очень ситуативная и личная.

Не стоит также недооценивать такие понятия, как политика и идеология. Так или иначе, но наши оценки художественного произведения часто зависят от них. Мы формируем круг единомышленников, в том числе в литературе и через нее. Поэтому вполне допускается практика рекомендаций книг, исходя из политических или идеологических соображений, впрочем, об этом в свое время писал ещё Джордж Оруэлл.

Роль советов и рекомендаций не надо преувеличивать. Это всегда упрощение, а с литературой не надо упрощать. Критика открывает диалог и диалогическое пространство. Необходимо понять, что открытие литературы, особенно современной, – это гигантский труд, он не может быть легким. На этот труд и надо настраивать читателя, чтобы он избавлялся от инстинктов, приобретенных в супермаркете. Путь неимоверно сложный, чреватый многими огорчениями и долгими блужданиями, но в итоге победа любит заботу. Пройдя через тернии, можно обрести звезды²⁴.

Литература

Роль критики в современной литературе. Круглый стол на Форуме молодых писателей // Вопросы литературы. 2017. № 3. С. 88–111.

²⁴ Проблемы, поднятые Андреем Рудалевым, осознаются современным литературным сообществом как принципиально важные [Роль критики, 2017]. Разговор о них будет продолжен в следующих номерах «Палимпсеста». Прим.ред.

Сальников А.Б. Петровы в гриппе и вокруг него //Волга. – 2016. – № 5–6. – С. 5–145.

Сальников А.Б. Петровы в гриппе и вокруг него. – Москва: ACT, Редакция Елены Шубиной, 2017. – 411 с.

HOW TO NAVIGATE IN THE SEA OF MODERN LITERATURE?

© Rudalev Andrey Gennadyevich (2019), editor-in-chief, Belomorkanal News Agency (Severodvinsk, Russia), rudalev@list.ru

The article is devoted to such significant issues as the status of a critic in the modern literary process and the influence of the publishing business on building writing hierarchies and reputations. The purpose of the article is to establish the current trends in the development of the literary process and to determine the purpose of literary criticism today. It is emphasized that endowing a literary work with a certain aesthetic value is being replaced today by promoting a book product through various marketing strategies aimed solely at making a profit. In this regard, the role of critics, who are now becoming serial reviewers, is to regularly perform the managerial function of an employee of a text promotion corporation. Today, the publishing business has a decisive influence on the literary process and focuses on the transformation of book production into the service sector, on the mass character of titles, not their circulation. As a result, the tradition of systematic communication between the author and the reader is being destroyed, the sacral status of the text is being profaned, and literature loses its natural hierarchy and becomes saturated with artificially created and monopolized literary reputations and brands. The article proves the need to preserve the active role of professional literary criticism as an activity in the formation of the spiritual paradigm of society, in identifying timeless value criteria for the selection of texts, which is now replaced by the compilation of “recommendation lists” and a simple exchange of impressions. It is concluded that under these conditions, the main task of criticism is the discovery of modern literature for the reader, the initiation of a dialogue that will allow to move from the consumption of a book product to understanding and generation of meanings of a work of art.

Key words: book business, book blogs, literary criticism, stratification of literary process, formation of reader's tastes and preferences .

Поступила в редакцию 23.01.2019