

Министерство культуры Российской Федерации
Федеральное государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Челябинская государственная академия культуры и искусств»

***МОДА В КНИЖНОЙ КУЛЬТУРЕ:
ГРАНИЦЫ ДОЗВОЛЕННОГО***

Сборник научных статей

Челябинск

2010

УДК 002
ББК 76.10
М74

Научный редактор, составитель: В. Я. Аскарова

М74 **Мода в книжной культуре: границы дозволенного** : сб. науч. ст. / ФГОУ ВПО «Челяб. гос. акад. культуры и искусств» ; науч. ред., сост. В. Я. Аскарова. – Челябинск, 2010. – 207 с.

ISBN 978-5-94839-243-1

В сборнике представлены статьи, освещающие различные проявления феномена моды в сфере книжной культуры. Это первая попытка осмыслить особенности влияния моды на литературный процесс, читательское поведение, книгоиздание, книгораспространение, содержание библиотечной деятельности, архитектуру и дизайн библиотечных зданий.

Издание адресовано специалистам книжного дела, социологам, читателеведам, профессионалам, непосредственно связанным с литературой, а также всем тем, кого интересуют проблемы моды, книги и чтения.

Печатается по решению редакционно-издательского совета ЧГАКИ

ISBN 978-5-94839-243-1

© Челябинская государственная академия культуры и искусств, 2010
© В. Я. Аскарова, 2010

СОДЕРЖАНИЕ

От составителя	4
Аскарова В. Я. Мода в чтении: постижение смысла всестороннего исследования	5
Аскарова В. Я., Матвеева И. Ю. Возможности институционального влияния на моду в чтении	33
Терентьева Н. П., Баталова Е. В. Внеклассное чтение в школьном блоге	64
Селютина Е. А. Реализация гуманитарной литературы как культурная проблема: опыт челябинского кнайп-клуба «book-вари» (на примере проекта «Пять вечеров»)	81
Сафонова Н. К. Существует ли детская читательская мода?	87
Бобина Т. О. Фактор моды в жанровых предпочтениях детских авторов рубежа XX–XXI веков	99
Андреева И. В. Вещно-предметный мир ребенка: модные тенденции в зеркале детской литературы	113
Сокольская Л. В. Женщины как читательницы в «зеркале» моды (на материалах XVIII–XIX веков)	129
Селютина Е. А. Мода на verbatim в современной русской драматургии: европейская тенденция и ее русское преодоление (на примере пьесы М. Дурненкова «Хлам»)	140
Запекина Н. М. Современный российский «глянец»: мода в полиграфическом оформлении	150
Лаврова К. Б. Мода в современной архитектуре и дизайне библиотек	157

ОТ СОСТАВИТЕЛЯ

Одна из примет нынешней научной жизни – всплеск публикаций о моде. Ее движение пытаются понять не только специалисты по истории костюма; задумались о моде исследователи культуры повседневности, семиотики и символики общественных отношений, индустрии досуга... Более того, ставится дерзкая задача создать непротиворечивую междисциплинарную теорию моды. Наиболее ярко отражает это стремление новый гуманитарный журнал «Теория моды: одежда, тело, культура», выпускаемый с 2006 г. издательским домом «Новое литературное обозрение». Профессионалы книжного дела должны сказать о моде свое слово.

Книжная культура не может быть территорией, свободной от моды: здесь также наблюдаются циклическая смена предпочтений и их стандартизированность в определенные промежутки времени, демонстративные формы поведения, их знаковость и другие характерные атрибуты названного феномена. Изучение различных проявлений моды в сфере, связанной с чтением, литературой, институтами книжного дела – необходимый шаг для понимания сути происходящих в ней процессов; это имеет особое значение в наше время глобальной ломки социальных стереотипов, изменения системы ценностей, кризиса социальной идентичности. Важно понять: как мода проявляет себя в книжной культуре, каковы границы ее влияния, поддается ли она целенаправленному воздействию, каковы ее негативные и позитивные стороны? Как с ней, наконец, поступать: формировать, развивать, вытеснять, пытаться удержать в определенных пределах?

Материалы сборника не раскрывают всю богатейшую палитру проявлений моды в книжной культуре, а лишь очерчивают некоторые проблемные зоны, приглашают к размышлению о взаимодействии с этим феноменом, создают пространство для дискуссии о его роли в общественной жизни. Это маленький шаг к пониманию сложного, многообразного, неуловимого, трудного для полноценного осмысления, но такого могущественного ФЕНОМЕНА МОДЫ.

Мода в чтении: постижение смысла всестороннего исследования

В нынешней ситуации снижения роли и места чтения в жизни общества, изменения коммуникационного, информационного и в целом культурного поведения людей профессиональное книжное сообщество ищет пути стимулирования читательской активности, настойчиво стремится сделать чтение более распространенным, повсеместным и престижным видом деятельности, культурной привычкой значительной части населения. Именно на это нацелена принятая в 2006 г. Национальная программа поддержки и развития чтения в России.

Три прошедших года показали, что ее реализация затрудняется затянувшимся системным кризисом, который затронул практически все аспекты общественной жизни. О современной ситуации в России можно сказать словами Г. Флоровского: «Все сорвано, сдвинуто с мест». Произошли изменения практически во всех сферах общественной жизни, обострились противоречия между поколениями, трансформировалась шкала ценностей, на глазах формируются новые элиты, радикально изменились все стороны коммуникационной деятельности. Естественным следствием сложившейся социокультурной ситуации стал разрыв между традиционными и модернизированными моделями культурного поведения, что, в свою очередь, не могло не повлиять на отношение к книге и чтению.

Проблема чтения в современной России остра, противоречива и нуждается в непредвзятом и объективном осмыслении. С одной стороны, очевидно, что структура досуговой деятельности различных возрастных групп, особенно молодежи, изменилась, с другой – вызывает сомнение, что современную ситуацию в сфере чтения можно оценивать с позиции прошлых лет, используя ранее наработанные методологические подходы и инструменты исследования. Современную картину чтения практически невозможно выявить без комплексного анализа всех аспектов коммуникативного и информационного поведения людей, доминирующего воздействия визуальных медийных средств, внимательного изучения различных проявлений субкультуры. Отсутствие представительного эмпирического материала, собранного с помощью комплекса методов и учитывающего разнообразные проявления читательской деятельности, в том числе вос-

приятие размещенных в сетевом пространстве материалов, аудиокниг, текстовых версий произведений, считываемых с монитора мобильных телефонов и иных информационных носителей, порождает мифотворчество, особенно – по поводу отношения к чтению в молодежной среде.

Вместе с тем совершенно очевидно, что чтение – это сфера деятельности, объективная трудность, напряженность и в то же время высочайшая социальная значимость которой определяют необходимость систематических культивирующих воздействий поддерживающего, направляющего и стимулирующего характера. Это делается во всем цивилизованном мире, так должно происходить и в России. Однако невооруженным глазом видно, что Национальная программа «буксует» еще и потому, что со всей неприглядностью обнажился кризис инфраструктуры поддержки и развития чтения, ее неготовность к адекватному реагированию на вызовы времени. Вместо внимательного анализа процессов, происходящих в читательской и литературной средах, постижения глубинной сути различных феноменов восприятия книги, поиска новых путей ее продвижения, разработки адекватных для различных слоев населения аргументов рекламы – громкие, шумные пиар-акции, различные массовые шоу и т. д. На углубленную, малозаметную, но такую необходимую содержательную работу не остается времени и сил, – «фестивалим»...

Радикальное изменение ситуации в сфере чтения не может быть достигнуто без системного анализа факторов, определяющих отношение к разнообразным проявлениям письменности и различным процессам, происходящим в читательских средах. В частности, очевидна необходимость исследования проявлений феномена моды в данной области человеческой деятельности, изучения социально-психологических механизмов и особенностей распространения этого явления. Только в этом случае представится возможность обоснованно говорить об усилении позитивных и нейтрализации негативных сторон моды, выявлении возможностей регулятивного воздействия на поведение читателей с использованием ее движущих сил.

Как правило, внимание к названному феномену обостряется, когда возникает необходимость осмыслить какие-то новые тенденции массового и группового читательского поведения, найти способы и механизмы воздействия на него. Характерная для начала XXI столетия вспышка профес-

сионального интереса к моде со стороны специалистов сферы книжной культуры связана именно со стремлением преодолеть кризисное состояние чтения, поставить его в ряд значимых (на личностном уровне) ценностей.

Это нашло отражение в соответствующем словоупотреблении; термины *чтение* и *мода* ставятся рядом преимущественно в таком контексте: «чтение снова в моде», «сделаем чтение модным занятием!», «мода на чтение не перевелась» или, напротив, «читать не модно», «как сделать, чтобы чтение снова вошло в моду» и т. д. Другой контекст употребления термина *мода* применительно к сфере чтения – «модные книги», «модные писатели», «модные имена», «модные жанры», «модные темы».

Мода вообще и ее проявление в сфере чтения – один из самых запутанных и сложных для изучения объектов. Исследовательские поиски затрудняют так называемая терминология здравого смысла, обилие эмоционально-оценочных суждений, множество различных ассоциаций, связанных с модой, и ее некоторая расплывчатость, невозможность четко отделить моду от интересов, вкусов, предпочтений, стереотипов и т. д. Исследователи моды отмечают, что она не поддается краткому логическому определению в силу своей многозначности, полифункциональности и правомерности применения разнообразных теоретических подходов. А. Б. Гофман, автор книги «Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения», заметил, что мода как объект исследования неуловима и возникает даже подозрение, что относится к категории вечных, всегда решаемых и никогда не решенных проблем, таких как счастье, любовь или благо (3).

В самом общем виде мода рассматривается как целостное и универсальное социально-психологическое явление, которое имеет ценностную (аксиологическую) природу; проявляется в разных сферах общественной жизни, в том числе в чтении. В педагогическом, культурологическом и философском словарях, вышедших в последние годы, мода характеризуется в основном как периодическая смена культурных образцов, непродолжительное господство определенного вкуса в какой-либо сфере жизни или культуры. Именно такое понимание моды перекочевало в работы по социологии чтения. Однако вряд ли можно согласиться с тем, что мода в чтении – смена культурных образцов, поскольку для образцов характерна

устойчивая конфигурация связей, которую мы не обнаруживаем в сфере читательской деятельности, во всяком случае на уровне общества в целом и отдельных групп населения.

Под модой подразумевается и непродолжительное господство определенного типа стандартизованного поведения, в основе которого лежит относительно быстрое и масштабное изменение внешнего (прежде всего, предметного) окружения людей. Соглашаясь с тем, что мода – именно непродолжительное господство определенного типа массового поведения, выразим сомнение в том, что применительно к сфере чтения она носит массовый характер, т. е., обращена ко всем и каждому. На уровне здравого смысла ясно, что моде в чтении подвержены отнюдь не все люди (хотя бы потому, что не все читают) и когда она формируется, то своеобразно преломляется в различных социальных средах.

Усомнимся и в правомерности акцента на изменение внешнего предметного мира. мода не является чем-то исключительно внешним по отношению к людям: она – производное их настроений, вкусов, социальных ожиданий, стремления к новизне и социальной идентификации. Достаточно очевидным представляется и то, что мода изменяет не только предметный, но и духовный мир: существует мода на научные подходы, исследовательские методы, художественные стили, вкусовые пристрастия и т. д.

Прежде чем рассматривать возможности использования этого феномена в регулятивных целях, попытаемся охарактеризовать наиболее очевидные и обсуждаемые его проявления. При характеристике последнего будем исходить из наиболее распространенных представлений о нем; с вынужденной краткостью обозначим основные эмпирические индикаторы моды: это стандартизованность, динамичность и демонстративность различных элементов поведения по отношению к различным объектам, процессам, явлениям. Личностный смысл деятельности человека, подверженного моде, отражен в мотивах, ориентированных на окружающих, и установках реагирования на те или иные объекты моды с учетом нормативных требований референтной группы. мода формируется в процессе непосредственного и опосредованного общения с включением таких социально-психологических механизмов, как заражение, подражание, внушение, конформность, идентификация, и распространяется путем наибо-

лее предпочтительных и привычных для того или иного сообщества коммуникационных каналов. В основе формирования и распространения моды лежат неочевидные причинно-следственные связи; она развивается стихийно и в то же время испытывает на себе влияние различных факторов общественной жизни и целенаправленных регулятивных воздействий.

Мода в чтении, как частное проявление феномена моды, обладает общими характерными для этого феномена признаками и особенностями, подчеркивающими ее специфичность. К числу последних относится ярко выраженный групповой характер этого явления, локальность его распространения в различных средах, замедленный ритм изменений, завуалированный характер моды, ее стремление к маскировке под индивидуальные интересы и вкусы.

Попытаемся охарактеризовать наиболее очевидные проявления феномена моды в исследуемой нами сфере. Таковыми представляются мода на чтение, читательская мода, литературная мода.

Мода на чтение – это своего рода питательная среда, обуславливающая вовлечение людей в книжное пространство; явление в основе своей позитивное, свидетельствующее о высоком авторитете книги, поддерживающее в обществе систему позитивных представлений о читательской деятельности. Наличие моды на чтение означает, что оно является престижным, одобряемым, значимым для многих занятием; включенность в чтение означает обладание ценными в обществе характеристиками. В условиях, когда названное явление достигает стадии господства, даже люди, для которых чтение не является жизненной потребностью и культурной привычкой, стараются подчеркнуть свою принадлежность к печатному (или электронному) слову, стыдятся признаваться, что не любят читать. Сам факт проявления феномена моды в данной сфере стимулирует, ускоряет процессы, связанные с чтением: беседы о прочитанном, обсуждение литературных явлений, обмен книгами, приобретение их в личное пользование. Она выступает в качестве проводника культурных ценностей, стимулирует их воспроизводство и потребление.

Проявление социально-психологических механизмов моды (заражения, подражания, внушения, идентификации, конформности) может привести и к позитивным последствиям, когда воспроизводятся, а впоследствии усваиваются, становятся неотъемлемой частью образа жизни соци-

ально ценные образцы поведения, в данном случае – в сфере чтения и взаимодействия с институтами книжного дела. В частности, конформизм может выступать в качестве инструмента сплочения, расширения читательских групп и механизма передачи культуры, традиций, значимых для личностного развития установок по отношению к книге и чтению.

Обратим внимание на то обстоятельство, что подверженность области чтения названному феномену стимулирует интерес к различным проявлениям книжной культуры, создает питательную среду для развития читательского общения. Когда какие-то явления литературной жизни становятся широко обсуждаемыми, быть «не в теме» становится просто неприлично. Что плохого в том, что под влиянием моды люди начинают следить за конкурсами «Большая книга», «Русский Буккер», «Золотая строфа», «Национальный бестселлер», «Алые паруса», обсуждать их идеологию, обоснованность выдвижения номинантов, высказывать свои суждения о лауреатах премий, спорить о модных авторах, книжных новинках, парадоксальных оценках современных властителей литературных дум? Чем больше разговоров по поводу книги и чтения, чем больше споров по поводу книжных новинок, тем настойчивее в подсознание внедряется мысль: не читать, не следить за литературным процессом – значит отставать от социального авангарда, обрекать себя на роль аутсайдера в общении.

Как правило, чтение воспринимается как модное, престижное занятие в тех социальных средах, где востребованы и высоко ценятся качества, достигаемые с его помощью: эрудиция, интеллектуальность, высокая культура, богатая речь, скорость и острота мышления, развитое воображение, коммуникативные способности и т. д. Поэтому наличие или отсутствие моды на чтение связано, прежде всего, с глубинными процессами, происходящими в общественной жизни, сформированными конкретно-исторической ситуацией, потребностями социума, которые могут быть им осознаны в той или иной мере. Таким образом, благое пожелание «создать моду на чтение» безотносительно к объективной реальности, морально-психологическому климату в стране, доминирующим у больших социальных общностей ценностным ориентациям, усиливающимся и распространяемым посредством различных коммуникативных средств, выглядит, по меньшей мере, утопичным.

Кроме того, подчеркнем, что достижение модой стадии господства не может быть стратегической целью системы деятельности по развитию и поддержке чтения, ожидаемым результатом. Мода по природе своей недолговечна, изменчива; сущность ее заключается в непостоянстве, извечном стремлении к новизне. Мода развивается в соответствии с собственной логикой; неизбежно проходя циклы становления, господства и угасания, она стремится к непрерывному обновлению своих объектов. Таким образом, стремясь «создать моду», мы должны понимать, что на этом пути можем достичь лишь временного эффекта.

Обратим внимание и на то, что применительно к духовной сфере (науке, ценностным ориентациям, чтению и т. д.) слово *мода* обозначает нечто поверхностное, несерьезное, свидетельствующее об отсутствии индивидуальных убеждений, вкусов, обоснованных предпочтений, критериев оценки различных явлений. Поэтому правильнее, на наш взгляд, стремиться не к созданию моды на чтение, а к использованию этого феномена в инструментальных целях в качестве средства, которое может исполнить роль пускового механизма в стимулировании читательской активности, постепенного закрепления устойчивой потребности в книге и чтении. Моде может быть отведена роль своеобразного «агента влияния», с помощью разнообразных социальных приманок вовлекающего людей в читательскую деятельность.

Рассмотрим взаимосвязь моды на чтение и читательской моды.

Мода на чтение создает условия для ускоренного развития и усложнения различных процессов в данной сфере. В ситуации общественного признания значимости чтения, вовлечения в него различных социокультурных слоев населения формируются различные стратегии читательского поведения, культурные нормы взаимодействия с книжной культурой. Чтение берет на себя, помимо содержательной нагрузки, обусловленной его объективной ценностью (средство образования, личностного роста, художественного развития; инструмент приобретения профессионализма, базовая интеллектуальная технология), функцию инструмента социальной дифференциации. В этих условиях наблюдается некоторая избыточность читательского поведения; в данном случае она проявляется в том, что используется книжно-журнальная и газетная продукция (в традиционном и электронном виде) не только в качестве средства образования, приобрете-

ния профессиональных знаний, освоения социального опыта, источника эмоций, но и в качестве знака, символа, позволяющего улучшить собственный имидж, повысить социальный статус, примкнуть к определенной социальной общности. Иными словами, чтение осуществляется не только ради собственно чтения, но и ради достижения определенных социальных выгод. Это, в свою очередь, создает питательную почву для развития вариативности читательского поведения, появления в нем элементов, не связанных напрямую с изначальным предназначением чтения: обуславливает присутствие в нем элементов игры, знаковости, используемой в целях уподобления-обособления в социальном взаимодействии.

В результате формируется социальный фон, необходимый для зарождения читательской моды. Взаимозависимость этих явлений (мода на чтение и читательская мода) можно понять на примере моды на одежду; только в том случае, если одежда является не просто средством прикрытия наготы и спасения от непогоды, а своего рода институтом, объектом ценностного отношения, атрибуты которого используются в целях социальной стратификации, выполняют знаковую функцию, эксплуатируются в качестве символов. Иными словами, для возникновения моды на определенную длину платья, того или иного кутюрье, различные бутики, цветовую гамму и форму обуви, временные стандарты поведения, формирования модных стилей, нужно, чтобы в обществе существовала мода на одежду вообще. Эта сфера может быть территорией моды лишь в том случае, если атрибуты вещного мира являются объектом общественной оценки, средством социальной дифференциации, «ярмаркой тщеславия»; если есть возможности развития избыточности, некоторый «жирок» в потреблении носильных вещей.

Попытаемся понять, что же такое читательская мода.

В конце 70-х – начале 80-х гг. предыдущего столетия автором предпринималась попытка исследования читательской моды; это было связано со стремлением выявить разрыв между институциональной регулирующей поведением читателей, осуществляемой корпусом идеологических структур в духе советского «руководства чтением», и неинституциональной регулирующей, осуществляемой «кухней», стихийным книгообменом, «черным» книжным рынком и т. д. (1).

Термином *читательская мода* подчеркивается, что это явление формируется в среде читающей публики; модны, прежде всего, не конкретные произведения печати, авторы, а отношение к ним, проявляющееся в действиях, суждениях людей. Произведения печати становятся модными или перестают быть таковыми в зависимости от того, какие стандарты поведения по отношению к ним приняты в обществе в определенный промежуток времени. Читательская мода в данном контексте выступает как явление, производное от объективно обусловленной популярности, вторичное по отношению к ней. Вместе с тем мода делает объективно обусловленную популярность более зримой, закрепляя круг чтения и выражая в утрированном, преувеличенном виде наиболее характерные особенности читательской деятельности на каждом этапе общественного развития.

В качестве эмпирических признаков читательской моды в изложенной интерпретации феномена выступают синхронная стандартизированность читательских предпочтений и их диахронная изменчивость, динамичность; одним из ее индикаторов является и демонстративность поведения читателей (завышение признаков собственной начитанности, подчеркивание обладания книгами, причастности к модным именам и т. д.). Личностный смысл читательской деятельности, стимулируемой модой, отражается в мотивах чтения и установках по отношению к определенным авторам и их творениям. У человека, подверженного данному явлению, доминируют мотивы ориентации на окружающих (чтение не столько для удовлетворения собственных познавательных, эстетических, эвадистских, эмоциональных и иных потребностей, а для приобретения социальных выгод в общении со значимыми лицами) и установки реагировать на произведения письменности под влиянием культурных норм референтных групп.

Читательская мода, таким образом, понималась как *динамичная стандартизированная форма поведения различных групп читателей, проявляющаяся в демонстративно избирательном отношении к произведениям печати в соответствии с принятыми в них культурными нормами*. В результате исследования удалось выявить объекты моды, особенности ее распространения в различных средах и показать на эмпирическом материале, что читательская мода – явление групповое, своеобразно преломляющееся в различных социальных средах (2).

Со временем стало ясно, что теоретические трудности, связанные с интерпретацией читательской моды, не преодолены – этот феномен не поддается однозначному пониманию и логическому определению; чем больше размышляешь над ним, тем больше находится опровержений сложившихся теоретических конструкций. Всегда есть нечто неуловимое, не укладывающееся в прокрустово ложе дефиниций. Возможно, это один из тех случаев, когда явление невозможно охарактеризовать посредством набора основных признаков, четко обозначить границы его проявления.

Кроме того, сегодня представляется очевидной и неправомерность сужения многообразия проявлений феномена моды в чтении до демонстративно избирательного отношения к произведениям печати. Если в качестве объектов читательской моды рассматривать только определенное отношение к произведениям печати, за пределами анализа и возможностей использования категориального аппарата и механизмов моды останется целый спектр ее проявлений: содержание и структура чтения, взаимодействие читателей с различными институтами книжного дела, использование определенных носителей информации, каналов распространения сведений о литературе и др.

С неизбежной в данном случае неполнотой попытаемся обозначить основные области проявления читательской моды. Это мода на следующие явления:

- нормы читательского поведения;
- литературные объекты;
- авторов;
- литературные течения, темы, жанры, стили;
- институты книжного дела:
- общественные или личные формы потребления книги;
- носители информации;
- коммуникативные каналы распространения сведений о литературных явлениях;
- характер высказываний о произведениях печати и т. д.

Таким образом, о читательской моде можно говорить не только в узком смысле, обозначая данным понятием определенное отношение к произведениям печати, но и в широком, охватывая разнообразный спектр элементов читательского поведения. Формируется мода и антимода на оп-

ределенные произведения; бывает модно или немодно читать фантастику, посещать те или иные библиотеки, тратить крупные суммы денег на книги, коллекционировать литературные раритеты, создавать домашние книжные собрания; и т. д. Иными словами, читательская мода распространяется практически на все внешние проявления деятельности, связанной с книгой и чтением, и развивается «изнутри» уже сформировавшейся моды на этот род занятий. В этом смысле можно говорить о расширительной трактовке читательской моды и можно определить ее как *динамичную стандартизированную форму поведения различных групп читателей, проявляющуюся в демонстративном следовании нормам этих групп с целью приобретения определенных идентификационных знаков.*

Ввиду ограниченных возможностей дефиниции предложим развернутую интерпретацию исследуемого явления.

Читательская мода является отражением духовной атмосферы общества, выбирая и выделяя из огромного массива культурных ценностей наиболее соответствующие этой атмосфере, и доводит их потребление до предельного, утрированного выражения, оформляя в виде временно действующих культурных норм. Читательская мода – своеобразное внешнее выражение внутреннего содержания общественной жизни; поскольку она является объективным явлением и подчиняется ряду «внемодных» факторов, пытаться управлять этим феноменом можно, лишь приспособившись к нему, относясь к названному явлению как к данности. Видимо читательская мода, как и мода в иных сферах жизнедеятельности, формируется стихийно, но в то же время, подчиняется объективным процессам социальной жизни, логике изменяющегося общественного сознания.

Кроме того, нельзя забывать и о том, что мода обладает собственными законами саморазвития, особенностями распространения в различных средах и только ей присущими признаками. В частности, только ей свойственными, атрибутивными характеристиками или внутренними ценностями называют игру и демонстративность.

Явление читательской моды зачастую путают с литературной модой, употребляют данные словесные обозначения как синонимы. Это представляется ошибочным, потому что читательская мода формируется в сфере потребления продукта культуры (в данном случае книги, журнала, газеты и других произведений печати в традиционном или электронном

виде), а литературная мода бытует в сфере создания разнообразных текстов, складывается в авторской среде. Литературная мода формируется в основном писателями, популяризаторами, публицистами, учеными; она проявляется в процессе написания и издания разнообразных текстов; ей подвластна научная, научно-популярная, учебная и иная литература.

Однако в большей степени литературная мода влияет на написание художественных произведений; большая подверженность моде художественного, а не научного и научно-популярного творчества связана с его более широкой адресацией; авторы и издатели в погоне за признанием в большей степени ориентируются на непредсказуемого имплицитного читателя, существующего в их воображении, подсознательно учитывают капризы и предпочтения читающей публики. На это обратил внимание Л. Свендсен: «... искусство, само того не осознавая, подчиняется влиянию моды, между ними нет четкой границы» (12, с. 164). Эта область проявления моды в основном является предметной областью искусствоведения, исследующего художественное творчество, в том числе различные явления литературы. мода во многом определяет распространенность различных родов литературы в том или иной временной период; прозы, поэзии, драматургии; разновидностей художественных произведений в той или иной период (роман, повесть, очерк, рассказ, поэма, сонет и др.). Она же влияет на литературные течения, господство в литературе конкретных жанров, тем, стилей, интонаций.

Примером может быть активное создание произведений в жанре фэнтези, иронического детектива, любовного романа на рубеже XX–XXI столетий, характерное для современности переключение внимания авторов с «гламура» на жесткий реализм и т. д. Модным явлением, в частности, стала драма *verbatim* (от лат. «дословно»); она основана на использовании неотредактированных, «живых» материалов интервьюирования определенной социальной группы и активно практикуется в современном документальном театре (Е. Исаева, И. Вырыпаев, А. Родионов). Очевидны и модные темы современной отечественной прозы: уход от реалий, добровольное или вынужденное выпадение из действительности (А. Иличевский, З. Прилепин), нерасторжимая общность, единство судьбы человека и природы, неотвратимость наказания за ее поругание, пренебрежение неписаными законами человеческого общежития (О. Славникова, А. Гела-

симов). Литературная мода также является отражением различных процессов общественной жизни, поиска ответов на трудно формулируемые вопросы сегодняшнего существования; развивается в русле сложившихся на данный момент эстетических предпочтений.

Литературная мода тесно взаимосвязана с книгоизданием и читательской модой; возможно, имеет смысл говорить и об издательской моде, диалектической взаимосвязи названных проявлений феномена моды.

Таким образом, феномен моды в сфере чтения имеет самые разнообразные проявления: он влияет на ценностное отношение к этой области человеческой деятельности, создает определенные нормативы читательского поведения применительно к институтам книжного дела, различным произведениям письменности и их создателям, коммуникационным каналам распространения сведений о различных текстах, информационным носителям, определяет темы общения, диктует жанровые, стилевые предпочтения, выполняет функцию социальной дифференциации и обогащает знаковую систему взаимодействия в различных социальных общностях.

Обратим внимание на высочайшую степень информативности данного феномена. мода – кладезь сведений об общественной жизни, концентрированное выражение ее сути; ее изучение обладает мощным когнитивным потенциалом. Она соотносится с содержанием общественной жизни как пена с рекой: она – не суть, но поверхностное проявление этой сути, своеобразное отражение, визуальная фиксация происходящих глубинных процессов, наглядное представление о «русле», «ландшафте» и «скорости течения» «реки» общественной жизни. Соответственно, изучение названного социально-психологического явления и коммуникационного феномена в сфере чтения позволяет глубже понять процессы, протекающие в социальной жизни, выявить глубинные, скрытые, неочевидные явления. мода, словно вершина айсберга, обозначает наличие явно выраженных или латентных ценностных ориентаций, настроений, потребностей, групповых предпочтений, вкусов, ожиданий – широкого спектра явлений общественной жизни, протекающих с разной степенью осознанности. Это касается степени выраженности моды на чтение, взаимодействия с определенными институтами книжного дела и каналами распространения литературы и информации о ней, характера высказываний о книге и

чтении, а также формирования читательской моды на отдельные произведения печати.

Для того чтобы исследовать спектр широчайших проявлений феномена моды в чтении и литературном процессе, научиться грамотно взаимодействовать с этим явлением, необходимо выявить наиболее плодотворные для его познания теоретические подходы.

Сложилась традиция эмпирического изучения моды в сфере одежды с позиций историко-эстетического подхода. В области чтения очевидно отождествление читательской моды с ее объектами, и в этом случае выполняется преимущественно искусствоведческий анализ литературно-художественных работ; мода маркируется как «хорошая» или «плохая» в зависимости от идейно-художественных достоинств. Нами мода рассматривается более широко: как символический и культурный продукт, результат отношений человека и окружающего его социума, в котором каждый индивидум имеет свое место и играет определенную роль. Феномен моды – на это указывает Ю. Кавамура – является объектом культурологии, социологии, психологии и социальной психологии (5). Однако изучение проявлений моды в чтении невозможно без привлечения всей системы гуманитарного и отчасти – экономического знания; поэтому к перечню японского социолога добавим теорию социальных коммуникаций, педагогику, теорию книготоргового и книгоиздательского маркетинга, библиотековедение, искусствоведение, читателеведение.

Рассмотрим вопрос о привлечении подходов различных наук к изучению моды на чтение, читательской и литературной моды. Четкая дифференциация исследовательских подходов невозможна из-за многомерности явления, размытости предметных областей общественных наук, пересечения научных интересов различных дисциплин; тем не менее попытаемся обозначить точки приложения их усилий.

Невооруженным глазом видно, что в читательской деятельности существуют определенные эталоны поведения: в разные промежутки времени в различных социальных средах модно или немодно читать. Это невозможно объяснить без обращения к широкому социальному контексту. Чтение является своеобразным внешним оформлением внутреннего содержания общественной жизни. Вспомним, что выдающийся российский книговед Н. А. Рубакин в свое время заметил, что в чтении, настроениях и

предпочтениях читающей публики, как в капле воды, отражается общественная жизнь (11).

Таким образом, необходим прежде всего социологический анализ общественной жизни, особенностей культурного поведения отдельных общностей, направленный на выявление широкого спектра причинно-следственных связей в сферах, так или иначе связанных с чтением, воздействующих на него – прямо или косвенно.

Социологический анализ лежит и в основе изучения факторов, влияющих на читательские предпочтения. В числе таковых исследователи называют историческую эпоху с ее социально-политическими и эстетическими особенностями. Политические тенденции, общественные настроения обуславливают определенные требования к литературной продукции. И, естественно, в круг актуального чтения включаются те произведения печати, которые в наибольшей степени отражают исторически обусловленное содержание эпохи. Общественный интерес к произведениям тем выше, чем острее они отражают назревшие социальные проблемы, нравственные и философские искания современников. Судьбу научных, научно-популярных произведений в каждый конкретно-исторический период определяют уровень развития науки, потребности научно-технического прогресса, познавательные потребности общества. Эстетические запросы эпохи, накопленные в коллективном опыте художественного потребления и отражающие стереотипные представления о требованиях к литературе, каждому отдельному ее жанру, влияют на судьбу художественных произведений и ее авторов; здесь социологический анализ непременно должен дополняться элементами искусствоведческого анализа.

Историческая эпоха с ее общественными условиями, познавательными потребностями, эстетическими и прочими запросами порождает некоего обобщенного читателя, который как бы «распадается» на социальные слои и группы, различающиеся по образовательным, национальным, гендерным, эстетическим и прочим признакам. Поэтому судьба книги, попавшей в круг актуального чтения, своеобразно преломляется в среде каждой категории читателей, что, безусловно, требует внимания социологии групп.

Велики и возможности культурологии. В последние годы в данной области научного знания наблюдается переход от фиксации влияния моды

на различные сферы жизнедеятельности к пониманию необходимости осознанного взаимодействия с этим феноменом. Активная позиция, направленная на повышение привлекательности чтения, его престижа («создания моды»), побуждает к поиску различных культуротехнических средств и приемов, направленных на восстановление ценности чтения. Эти поиски уже идут; специалисты, исследующие моду, ищут возможности влияния на нее, объясняя это интересами гуманистически ориентированного социального проектирования, «создания образа завтрашнего дня». В частности, рассматривается вопрос о возможности придания объекту символической ценности путем помещения его в среду других, уже ставших модными, ценными и значимыми предметами и явлениями; в этом случае мода выполняет функцию рекламы.

Результативные поиски возможностей воздействия на феномен моды в чтении находятся в области социально-психологического подхода, изучающего особенности общественной жизни, связанные с взаимодействием людей, их влиянием друг на друга. Отношение к чтению во многом определяется групповыми нормами, потому что социум разобщен, сегментирован, ориентирован на различные системы ценностей; бытует разделение на «мы» и «они».

Разделение на «мы» и «они» означает, что наряду с общепринятыми, люди ориентируются на групповые ценности, интересы и нормы поведения. Человек в моде находит то пространство, где удовлетворяется его желание быть с другими и желание быть другим. Каждый член сообщества не только принимает определенные ценности, интересы и нормы поведения; идентифицируясь с группой, он становится проводником нормирующего воздействия. В данной ситуации для нас значимо обособление от нечитающей массы и ситуации пренебрежения к чтению, которое мы наблюдаем на протяжении последних 10–15 лет. С помощью названного механизма можно постепенно добиться обособления от массовой культуры развлечений, которую агрессивно распространяет телевидение, и идеологии потребления, которая вышла на господствующие позиции в общественном сознании; отказа от абсолютизации техногенных достижений современной цивилизации, когда новые информационные технологии и их возможности противопоставляются традиционной книжной культуре, нанося ущерб печатному слову и ставя под сомнение ценность чтения.

Социально-психологический подход при изучении разнообразных проявлений феномена моды в чтении неизбежно пересекается с подходом с позиции теории социальной коммуникации.

Мода – феномен, немислимый вне непосредственной и опосредованной коммуникации; мода формируется и распространяется благодаря коммуникативной стороне общения (состоит в обмене информацией между общающимися индивидами), интерактивной (заключается в обмене действиями между общающимися индивидами) и перцептивной (обозначает процесс восприятия и познания друг друга партнерами).

В процессе коммуникации люди обмениваются знаками; в качестве таковых могут выступать модные предметы, суждения, оценки, особенности поведения. Они сообщают посредством системы кодов информацию о человеке, который их использует. Отношение к книге и чтению как к средству знаковой самохарактеристики было известно еще в Древнем Риме. Здесь считалось признаком хорошего тона иметь собственную библиотеку и это породило не только библиофилию, но и библиоманию, т. е. собирательство книг не ради их чтения, а из тщеславия, стремления выставить их напоказ как предмет убранства жилища. Крайнее проявление подобного отношения к книге описал М. Н. Куфаев в своей знаменитой «Библиофилии и библиомании», характеризуя тип тщеславного библиомана, любящего книги не за содержание, а за возможность их демонстрации в подтверждение своей образованности (6).

Поведение людей в наше время приобрело высокую семиотичность; выражая свою позицию по отношению к объектам моды, они заявляют о своем месте в новой социальной иерархии, гражданском кредо, эстетическом самоощущении. мода формирует имидж человека, помогает ему выразить субъективную ценностную ориентацию. Знаковая функция моды позволяет осуществить самопрезентацию личности, подчеркнуть ее принадлежность к группе или сообществу. Одним из таких знаков, используемых как средство самохарактеристики, идентификации с определенной социальной общностью, является чтение. Книга, чтение или наоборот, игнорирование тех или иных произведений печати используются в качестве знака, несущего информацию о социальных качествах ее читателя (или владельца) и особенностях субкультуры, к которой он принадлежит или хотел бы принадлежать.

Рассматривая процесс распространения информации о литературе как коммуникацию, можно с помощью выявления наиболее авторитетных коммуникаторов, особенностей передачи сообщений о модных явлениях в сфере книги и чтения, используемых при этом каналов находить кратчайшие пути доведения сведений о заслуживающих внимания произведениях, подбирать наиболее весомые аргументы в пользу той или иной книги. Отдельной темой исследования, эвристичной для всей системы работы по стимулированию читательской деятельности, может быть исследование воспринимающей стороной отражения сообщений о событиях в мире книги на информационном и эмоциональном уровнях. Таким образом, анализ особенностей формирования и распространения различных проявлений моды в сфере чтения позволяет повысить эффективность коммуникации в области пропаганды книги, достичь лучшего взаимопонимания коммуникатором и реципиентом, обеспечивает достижение целей с оптимальным расходом ресурсов.

В процессе формирования моды исключительно велика роль общения: она развивается в процессе общения, благодаря общению, ради него, с использованием его каналов и механизмов. Российский специалист в области историко-социологических и социально-психологических исследований Б. Ф. Поршнев утверждал, что люди приобщаются к моде не независимо друг от друга, а перенимают ее при непосредственном контакте. Ближайшее окружение человека является как бы ретранслятором информации, полученной из различных каналов, придает ей личностную окраску и многократно усиливает тем самым интенсивность воздействия.

Взаимодействие и взаимовлияние людей в процессе общения осуществляются посредством его социально-психологических механизмов: заражения, подражания, внушения, убеждения, конформности и идентификации. Названные механизмы весьма условны, часто переплетаются и не проявляются в чистом виде; тем не менее, попытаемся кратко рассмотреть роль каждого из них в формировании и распространении моды на чтение, читательской моды.

Люди заражают друг друга стремлением приобщиться к читающему обществу, прочесть нашумевшее литературное произведение, восторженным или отрицательным отношением к определенным авторам. Отсюда любопытство к тем или иным книгам, согласованность суждений о них.

Механизм подражания побуждает людей читать то, что читают «значимые другие», воспринимать и оценивать произведения печати так, как это делают они. Особенно охотно люди подражают авторитетным лицам, чье поведение хотели бы сделать и своей культурной нормой. Авторитетные для читателя лица внушают ему определенное отношение к произведениям печати, конкретным авторам, институтам книжного дела и т. д. Их замечания, суждения, мнения настолько значимы для предполагаемого читателя, что формируют у него установку реагировать подобным образом. Экспериментально выявлено внушающее воздействие авторитета имени («галло-эффект»). Конформизм стимулирует желание быть как все, что зачастую лежит в основе одинаковости мнений, оценок, не критичности по отношению к «значимым другим». Механизм идентификации побуждает человека выбирать для чтения книги, одобряемые в его референтной группе, высказываться о них так, как это здесь принято, чтобы чувствовать себя своим. Следуя той или иной моде, человек ориентируется на значимую для него, т. е. референтную, группу. Совокупность свойственных ей взглядов, ценностей используется индивидом как система эталонов, приобщение к которым позволит ему принять «социальную окраску» этой группы.

Изложенное позволяет определить и место психологии личности в изучении проявлений феномена моды в чтении. Каждый человек имеет свою меру внушаемости, в той или иной степени подвержен заражению, подражанию, конформности; в этом случае речь может идти об индивидуальной подверженности моде, предрасположенности к ней. Обращение к психологии личности уместно и при изучении ценностных ориентаций личности, индивидуальных потребительских стратегий, обуславливающих то или иное отношение к моде.

Рассмотрим возможности педагогического подхода. Первые упоминания о читательской моде имели оттенок морального осуждения этого явления, носили оценочный характер и явно отражали педагогический подход к данному явлению. Пионер демократического книгоиздания в России Н. И. Новиков сатирически характеризовал тип читателя, в котором легко угадывается модник, – Чужемысл; В. Г. Белинский противопоставлял моду, прихоть – разумной, глубоко осмысленной потребности в книге и старался уберечь читающую публику от книг, которые «отзыва-

ются толкучим рынком». Преимущественно педагогический подход к различным проявлениям феномена моды в чтении был характерен и для первой половины XX столетия. А. А. Гинкен, автор трех выпусков издания «О чтении и книгах», предостерегал читающую публику от увлечения модными писателями, имеющими шумный успех (3). Английский просветитель Ч. Ричардсон, чье произведение «О выборе книг» стало известно российскому читателю в 1913 г., также заметил, что часто люди при выборе и оценке книг руководствуются «механическим вкусом», и предостерегал от рабского подражания, погони за модными новинками (9).

Как видим, сторонниками педагогического, оценочного подхода к читательской моде это явление рассматривается как негативное, свидетельствующее о читательской незрелости, неумении сформировать круг чтения, отвечающий индивидуальным духовным потребностям. Современный взгляд на моду позволяет интерпретировать ее проявления в чтении более гибко, рассматривать в широком социальном контексте и искать возможности активного взаимодействия с этим феноменом.

Представляется очевидным следующее: чтобы с позиции «педагога нации» сформировать моду на чтение, нужно попытаться повлиять на систему общественных ценностей, повысить престиж видов деятельности, требующих эрудиции, развитого интеллекта, широкого кругозора, культуры речи, коммуникабельности, интеллигентности – характеристик, развитие которых напрямую связано с чтением.

Нетерпимые реалии современной жизни, когда читатель остался в литературном потоке «без руля и ветрил», требуют активного культурного посредничества между ним и книжной продукцией. Педагогическое воздействие, основанное на искусстве «управлять не руководя», призвано помочь человеку осознать наиболее благоприятные для него пути развития, содействовать наиболее полной реализации личности. Оно базируется на умелом использовании механизмов формирования и каналов распространения данного явления, что предполагает синтез педагогики, теории социальной коммуникации, социальной синергетики, социальной психологии и психологии личности.

Педагогический подход требует изучения возможностей с помощью системы психолого-педагогических воздействий усиливать позитивные и нейтрализовать негативные стороны моды в области чтения. Иными сло-

вами, применять социально-психологические механизмы общения для побуждения к чтению, формирования интереса к конкретным произведениям печати; использовать характерные для нее коммуникационные каналы; всемерно развивать общение по поводу книги и чтения; исследовать влияние моды на развитие личностного потенциала; вскрывать потенциал моды для запуска механизмов саморазвития читательской деятельности.

В рамках педагогического подхода предполагается и опора на моду с целью стимулирования читательской деятельности. Очевидна и необходимость выявления потенциала воспитательно-образовательных учебных заведений в этом процессе, особенностей их регулятивного воздействия на модообразование.

Таким образом, для изучения каналов и механизмов формирования моды на чтение необходимо использование как минимум достижений социологии, культурологии, социальной психологии, психологии и педагогики. Однако поскольку в данном случае речь идет о таком материале проявления моды, как чтение, необходимо сосредоточить исследовательские усилия и на возможностях институтов книжного дела, в первую очередь библиотек.

Рассмотрим, в чем в данном случае заключается суть библиотековедческого подхода. Он родствен педагогическому, потому что предполагает активное воспитательное воздействие и так же должен базироваться на достижениях ранее перечисленных наук. В то же время он должен опираться на специфические условия библиотечного воздействия.

Библиотека, как основной институт организации чтения, имеющий длительный непосредственный контакт с читателями, имеет наибольшие возможности усиления влияния моды на чтение: на это ориентирована практически вся система ее работы и целенаправленной программно-проектной деятельности по поддержке и развитию чтения. Внимание к различным проявлениям моды в чтении позволяет более четко выстроить стратегию комплектования книжных фондов, тематику различной библиографической продукции, определить содержание массовой работы с читателями.

Вспомним, что советский библиотековед А. А. Покровский еще в 30-е гг. XX в. просил библиотекарей не ограничиваться порицанием «бульварной» литературы, не смешивать модные книги «в одну облитуую

презрением кучу», а изучать их. Он считал, что если в библиотеке нет модных книг, вряд ли это будет способствовать притоку читателей.

А. А. Покровский призывал изучать причины успеха модных книг, выяснять, в чем их сила, подход к читателю. Привлекая внимание читателей к особенностям литературы, обеспечивающим ее притягательность, специалисты книжного дела нашли бы кратчайший путь к сердцу читателя. Иными словами, полагалось, что библиотекарям нужно изучать модные книги и модообразующие признаки произведений, чтобы активнее воздействовать на содержание чтения, способствовать проникновению в круг чтения социально ценной литературы (7).

Эта проблема сохраняет актуальность и по сей день: библиотечному сообществу необходимо максимально использовать социально-психологические, в частности имитационные механизмы моды, чтобы внушить читателям представления о высоком престиже чтения, заразить стремлением прочитать те или иные книги, привлекать внимание к высоким образцам литературы, находить адекватные для той или иной категории читателей каналы распространения информации о ней. Выявление причинности массовых читательских предпочтений поможет найти точные рекомендуемые признаки, аргументы рекламы той или иной книги. Отсюда – путь к продвижению социально ценной книги, искусству создания бестселлера, в чем так преуспели западные коллеги.

Для специалистов в области чтения важно обратить внимание на то, что синхронное восприятие модных книг различными категориями читателей стимулирует обмен информацией о прочитанном, что в свою очередь создает условия для целенаправленной работы в области развития культуры чтения. Конференции, обсуждения нашумевших публикаций, встречи с их создателями обречены на внимание читающей публики; они притягивают людей и, словно круги на воде, распространяют «молву» по поводу определенных книг, заражают людей стремлением приобщиться к модному явлению. «Двиденды» подобной работы – привлечение внимания к библиотеке, ее возможностям.

Отдельная библиотековедческая проблема – выстраивание взаимодействия с читателями, подверженными моде на литературу, художественный уровень которой невысоко оценивается экспертным сообществом. В этой связи важно вспомнить и предостережение выдающегося россий-

ского книговеда Н. А. Рубакина о недопустимости однозначного разделения книг на «хорошие» или «плохие»; нередко «библиологические парадоксы», когда «дрянные» книжки идут нарасхват, а «хорошие», напротив, гниют на складах и полках (11).

Наиболее правильным в современных условиях представляется вариант взаимодействия, при котором профессионалы идут от сложившихся предпочтений читателей, пытаясь разобраться в причинах популярности того или иного произведения. Игнорирование этой проблемы может привести к социальному отчуждению массы читателей и профессионалов книжного дела, что неминуемо заведет в тупик культурную политику.читающая публика и корпус специалистов, экспертирующих книжную продукцию, не должны уподобляться потокам, движущимся по параллельным улицам. Представляется неправильным абстрагирование от сложившихся реалий мира читательских предпочтений; отталкиваясь от них (в данном случае от моды на определенных авторов, конкретные книги), можно способствовать продвижению неискушенных книголюбителей в «зону ближайшего развития».

Исследовательский потенциал библиотек связан с выявлением возможностей информационных технологий. Интернет как наиболее доступное коммуникативное пространство поможет организовать диалог, понять причинность и мотивацию читательских запросов, особенно, молодых людей, попытаться сформировать интерес к заслуживающим внимания произведениям. Модные книги, к которым уже сформировался обостренный интерес, могут создать основу для такого взаимодействия. Участие различных возрастных групп в этой работе позволяет снять барьеры между поколениями, сформировать приемлемое поле взаимодействия.

Изложенное основано на реализации постулата, в соответствии с которым можно управлять модой, лишь приспособившись к ней; действуя в ее пространстве, используя ее средства и каналы распространения.

В условиях коммерциализации книжного дела в последние 10–15 лет интуитивно стала ощущаться необходимость развития маркетингового подхода к изучению различных проявлений моды в чтении.

Основу маркетингового подхода заложили в первой половине XIX в. так называемые «коммерсанты от литературы» – Ф. В. Булгарин, Н. И. Греч, О. И. Сенковский. Они явно обладали чутьем, позволяющим

угадывать спрос, создавали моду на выпускаемые ими произведения. Литераторы использовали механизм приспособления к уже сложившимся массовым ожиданиям, запросам читающей публики, умело использовали рекламу, не брезговали различными приемами «заманивания» потенциальных потребителей своей книжно-журнальной продукции.

В полной мере феномен моды в сфере чтения осознавался деятелями книжного бизнеса в России второй половины XIX столетия. Талантливые российские книжники понимали, что успех книгоиздательского и книготоргового дела в основном зависит от того, будет ли точно угадан спрос на литературу и насколько будет удовлетворен читатель. Нужно было учитывать потребности пестрой по социальному составу читающей публики; издателям следовало удовлетворить и примитивные потребности малограмотного читателя, и желание буржуа иметь в своем «шкапу» хотя бы в виде украшения красивую книгу.

Российские пионеры товарно-денежных отношений в книжном деле – братья Глазуновы, династия Кольчугиных, И. В. Сленин, А. Ф. Маркс, А. С. Суворин, И. Д. Сытин – вынуждены были учитывать влияние моды на поведение читателей. Они умели отыскать ниши на книжном рынке, что предопределяло финансовый успех издания и распространения выпущенных ими книг. Издатели в своей деятельности руководствовались принципом «что закажут», стремлением следовать моде, угодить массовому вкусу. В соответствии с запросами массового читателя из народа выпускались книги «под Комарова», «под Гоголя», сонники, песенники. Российским «миллионерам книжного дела» уже в те годы было ясно, что успех реализации специфического товара – книги – во многом зависит от капризов моды.

В современной практике книгоиздательской и книготорговой деятельности читательская мода используется для достижения экономического эффекта. Современные деятели книги овладели искусством создания бестселлера, в том числе мирового; ярчайший пример здесь – цикл произведений Дж. Роулинг о Гарри Поттере. Сложившаяся ситуация создала максимально благоприятные условия для коммерциализации взаимодействия с читателями, воскрешения социального опыта, накопленного во времена Ф. Булгарина и Н. Греча. Главным критерием качества поставляемой на рынок литературной продукции становится количество продан-

ных экземпляров, мерилом литературного успеха – бестселлер, хит. Основными средствами продвижения литературы к читающей публике стали реклама, предпродажные шоу, умело используемая читательская мода и другие действия маркетингового характера, а также ангажированное премирование и коммерциализированная критика.

Развиваются разнообразные технологии рекламного воздействия. Получили распространение различные манипулятивные приемы, эксплуатирующие возможности влияния на поведение людей посредством таких уже называвшихся социально-психологических механизмов общения, как внушение, заражение, подражание, идентификация, конформность и др.

Отдельной темой междисциплинарных научных исследований может быть роль того или иного института инфраструктуры поддержки и развития чтения в формировании моды в области чтения, изучения специфических возможностей воздействия на это явление, усиление его позитивных и нейтрализация негативных свойств. Возможности различных учреждений, связанных с созданием, распространением и потреблением моды, не выявлены в полной мере; исследование Ю. Кавамуры позволяет найти подходы к построению институциональной системы модообразования, потому что данный феномен – плод коллективного творчества (5).

Для изучения различных проявлений литературной моды наиболее адекватным представляется искусствоведческий подход, поскольку он отражает эстетическую оценку художественных произведений, попавших в круг модного чтения, исследует конкретные модные течения в литературе.

В связи с чтением модных книг может рассматриваться и такая категория, как временная эстетическая норма. Эстетические запросы эпохи, накопленные в общественном опыте художественного потребления и отражающие стереотипные представления о требованиях к литературе, каждому отдельному ее жанру, влияют на формирование круга чтения.

На последнее обратил внимание И. Розанов, автор известной книги «Литературные репутации», вышедшей в 1928 г. (10). Историк литературы рассмотрел читательские настроения, вкусы, определившие судьбу художественных произведений и их авторов; памятные взлеты популярности писателей и поэтов, которые впоследствии были признаны малозначительными и, более того, освистаны читающей публикой. Например, замечает И. Розанов, в 30-е гг. XIX в. литературная слава обрушилась на без-

вестного ранее В. Г. Бенедиктова; ему было суждено несколько лет затмевать А. С. Пушкина, Е. А. Баратынского, Н. М. Языкова, Ф. И. Тютчева, а затем в течение нескольких десятилетий быть объектом самой ожесточенной литературной травли. Противоположный путь – от безвестности – к славе – проделал Ф. Тютчев. Ставший известным как поэт в 1818 г., он около тридцати лет не пользовался вниманием читающей публики; молчали и литературные критики. И только в 50-е гг. XIX столетия, когда надо было создать противовес «бенедиктовщине» (появилось такое бранное слово), можно говорить о появлении культа Ф. Тютчева. И. Розанов объясняет это эстетическими запросами, сложившимися у читающей публики в тот период (10).

Отдельного рассмотрения заслуживает и вопрос о соотношении литературной моды и социально-психологических аспектов создания художественных произведений: как они взаимосвязаны? Так, украинский писатель, публицист и общественный деятель И. Франко в статье «Интернационализм и национализм в отечественных литературах» рассматривал зависимость создания произведений, зарождение литературных течений от научных открытий, преобладающих общественных настроений, потребностей (12).

Неизведанная область – соотношение и пересечение литературной и читательской моды; как модные тенденции в создании художественных текстов отражаются на их потреблении? Является ли одно зеркальным отражением другого? Совершенно очевидно, что в данном случае возможности искусствоведческого подхода должны дополняться эвристическим потенциалом социологии культуры.

Таким образом, каждая названная наука имеет свою сферу компетенции, но ни один из названных исследовательских подходов не в состоянии решить собственные задачи без обращения к наукам, которые исследуют разные грани проблемы чтения и моды. Целостное представление обо всем многообразии проявлений моды в чтении может сложиться лишь на основе интегрирования достижений всей системы междисциплинарного гуманитарного знания. Только в этом случае возможно создание целостной теории названного феномена.

Очевидно, синтезированием достижений различных наук и созданием теории моды в чтении должно заняться читателеведение – составная

часть книговедения, исследующая взаимодействие с читателями на линиях *автор – читатель, издатель – читатель, книгораспространитель – читатель* и обобщающая достижения смежных наук, о которых речь шла выше. В результате должна появиться теория, обобщающая достижения гуманитарного знания и рассматривающая моду в чтении как подсистему общественной жизни, развивающуюся в соответствии с детерминантами социальной жизни, и в то же время как явление относительно самостоятельное, подчиняющееся законам развития феномена моды и своеобразию материала его проявления, в данном случае сферы чтения.

Таким образом, исследование различных проявлений моды в сфере чтения необходимо для познания особенностей общественной жизни, развития читателеведческой мысли, обогащения смежных научных дисциплин. Наиболее весомым аргументом в пользу всестороннего изучения названного феномена являются практические нужды всей системы инфраструктуры поддержки и развития чтения, озабоченной проблемой активизации читательской деятельности. Читательская мода может стать одним из стимулов обращения к литературе и повышения качества ее восприятия, если каждый институт книжного дела разработает систему деятельности по формированию моды на чтение на основе психолого-педагогических экспериментов, рекламных усилий при включенности различных коммуникационных каналов в пропаганду книги.

В данном случае не имеет большого значения, что мода – это явление, замешанное на подражании, культурном заимствовании, и представляет собой несколько суррогатный способ повышения престижа, слабо отражающий личностный смысл читательской деятельности. Мода непродолжительна, сиюминутна, реагирует на быстро изменяющиеся в обществе вкусы и настроения, но ее нужно использовать как инструмент для стимулирования читательской активности. Пусть для некоторых читателей интерес к книжной новинке будет данью моде, игрой. Не так важно, с чего начинается интерес к чтению; главное – чтобы оно стало важнейшим элементом личностного становления человека, обязательной нормой социального поведения. Как говорил Иммануил Кант, и из игры вполне может получиться что-нибудь дельное. И тогда заклинания «Читать – модно!», «Читать – престижно!» будут постепенно вытеснены пониманием того, что чтение жизненно необходимо.

Литература

1. Аскарлова, В. Я. Использование читательской моды в целях руководства чтением художественной литературы : дисс. на соиск. ученой степ. канд. пед. наук / Ленингр. гос. ин-т культуры им. Н. К. Крупской. – Л. : ЛГИК, 1984. – 250 с.
2. Аскарлова, В. Я. Динамика концепции российского читателя (конец Х – начало ХХI вв.) / В. Я. Аскарлова ; С.–Петербург. гос. ун-т культуры и искусств. – СПб. : Изд-во СПбГУКИ, 2003. – 420 с.
3. Гинкен, А. А. О чтении и книгах : в 2 вып. / А. А. Гинкен. – СПб. : [б. и.], 1913. Вып. 1. – 122 с.
4. Гофман, А. Б. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения / А. Б. Гофман. – М. : Наука, 1994. – 158 с.
5. Кавамура, Ю. Теория и практика создания моды / Ю. Кавамура. – Минск : Гревцов Паблишер, 2009. – 192 с.
6. Куфаев, М. Н. Библиофилия и библиомания / М. Н. Куфаев. – Л. : [б. и.], 1927. – 122 с.
7. Покровский, А. А. О работе с беллетристикой / А. А. Покровский // Сборник статей по библиотечной работе. – М. : [б. и.] – Вып. 3. – С. 5 – 40.
9. Ричардсон, Ч. О выборе книг / Ч. Ричардсон. – СПб. : Изд-во Р. А. Травина, 1913. – 100 с.
10. Розанов, И. Литературные репутации / И. Розанов. – М. : Никитинские субботники, 1928. – 147 с.
11. Рубакин, Н. А. Этюды о русской читающей публике / Н. А. Рубакин // Рубакин Н. А. Избранное : в 2 т. – М. : Книга, 1975. – Т. 1 – С. 35 – 104.
12. Свендсен, Л. Философия моды / Л. Свендсен. – М. : Прогресс-Традиция, 2007. – 256 с.
13. Франко, И. Интернационализм и национализм в современных литературах / И. Франко // История эстетики. Памятники мировой эстетической мысли : в 5 т. / Акад. художеств СССР, Науч.-исслед. ин-т изобразит. искусств. – М. : Изд-во Акад. художеств СССР, 1964. – Т. 5. – С. 594 – 601.

*В. Я. Аскарова,
И. Ю. Матвеева*

Возможности институционального влияния на моду в чтении

Явление моды в чтении на пороге XXI в. связано с глобализацией общественных процессов и изменением общей стратегии отношения современной цивилизации к различным ценностям, видам деятельности и явлениям социокультурной жизни. Еще 20–30 лет тому назад возможности взаимодействия с феноменом моды, в том числе в области чтения, исследовались в минимальной степени, только обозначались как проблема, требующая решения. Очевидно, это было связано с тем, что различные социальные процессы жестко направлялись властными структурами; возможности общественной самодеятельности четко дозировались и регламентировались.

В современных социокультурных условиях различные проявления моды в сфере чтения представляют значительный интерес, причем в основном с позиции возможности влияния на нее и использования в целях стимулирования и повышения качества читательской деятельности. Неспроста изменились взгляды на моду у ведущих исследователей этого явления: если раньше внимание акцентировалось на ее стихийности, то сегодня ставится задача установления контроля за модой, ее коррекции, использования в целях регуляции поведения различных социальных общностей (7).

Мода является одним из эффективных инструментов управления коммуникативной эпохи, поэтому так важно применение ее возможностей в целях стимулирования читательской активности, создания спроса на такой специфический товар, как книга. В последние годы предпринимаются попытки сознательно сформировать моду на чтение: оттачиваются различные технологии библиотечного воздействия; опытным путем выявляются возможности книжного бизнеса; в школах и иных учебных заведениях проводятся различные педагогические эксперименты; активизируется деятельность СМИ в данном направлении, в Интернете создаются соответствующие сайты и ведутся блоги.

Однако насколько реалистичны попытки создания моды на чтение и проникновения внутрь этого явления, воздействия на читательскую моду и ее объекты?

Обращение к социологии и социальной психологии показало, что различные, на первый взгляд стихийные процессы и явления, происходящие в сфере чтения, в том числе различные проявления моды, порождены широчайшим контекстом социальной жизни. Она подчиняется трудно просчитываемому, подчас причудливому сочетанию «внемодных» факторов объективного и субъективного характера и в то же время имеет собственные закономерности развития, социально-психологические механизмы и коммуникационные каналы распространения. Поэтому пытаться управлять ею, вмешиваться в механизм модообразования можно лишь на основе глубинного понимания атмосферы общественной жизни с доминирующими в социуме настроениями, ценностями, потребностями; путем приспособления к уже определившимся объектам, механизмам и каналам распространения моды. Однако подобному стремлению должно предшествовать осмысление идеологической и этической основы своего вмешательства.

Перед специалистами, пытающимися оказать определенное влияние на моду в чтении или использовать ее как средство стимулирования и совершенствования читательской деятельности, неизбежно встает вопрос: как выстроить взаимодействие с читателями и какими словами его обозначить? Управление, руководство, манипуляция, посредничество, регулятивное воздействие? Где проходит граница допустимого вмешательства в жизнь человека, ведь различные технологии, связанные с рекламой, включением таких механизмов общения, как заражение, подражание, конформность, предполагают активное воздействие на читательское поведение человека, его ценностные ориентации, выбор определенных культурных образцов? Не становимся ли мы на малопочтенные позиции манипулятора? Не следуем ли рациональной поведенческой технологии Б. Скиннера, в соответствии с которой общественное благо достигается путем манипулирования операторами остальными людьми на основе собственных представлений об оптимальном поведении (1)? Попытаемся поразмышлять над этими вопросами.

В современном интересе к различным проявлениям моды в области чтения и возможностям использования этого явления в регулятивных це-

лях просматриваются две основные составляющие: коммерческая и социально ориентированная.

Для институтов книжного бизнеса, нацеленных исключительно на извлечение коммерческой выгоды, характерно доминирование финансовых интересов: в этом случае читатель рассматривается преимущественно как средство достижения собственных экономических целей. В ходе такого взаимодействия выстраивается субъект-объектная идеология, основанная на манипулировании, достижении своих целей безотносительно к интересам партнера или в ущерб им. Манипуляция в переносном значении – это стремление «прибрать к рукам», «заарканить», «поймать на крючок»; цель таких усилий – установление контроля над людьми (4).

Манипуляция – это вид психологического воздействия, искусное исполнение которого ведет к скрытому возбуждению у другого человека намерений, не совпадающих с его актуальными желаниями. Она направлена на побуждение человека к совершению определенных действий. Обязательное условие манипуляции: у человека должно создаться впечатление, что он сам управляет своим поведением. Именно это проявляется в практике создания ажиотажного спроса, использования маркетинговых стратегий, основанных на эксплуатации механизмов внушения, заражения, подражания, идентификации, конформности. В этом же ряду – введение в заблуждение относительности реальной смысловой и художественной ценности книг, разнообразные варианты пускания пыли в глаза; различные уловки побуждения к покупке и т. д.

Естественно, что такой способ взаимодействия с людьми унижает человеческое достоинство и не может быть принят. Моральное оправдание людей, принимающих эту модель коммуникации, базируется на вере в правомерности неравенства и собственное превосходство над другими. Линия, отделяющая манипуляцию от воздействия в интересах личности, располагается на размытой, не всегда очевидной, меняющей свои очертания границе между двумя подходами к человеку: к нему можно относиться либо как к средству для достижения каких-либо целей, либо как к личности. Социальные психологи утверждают, что в чистом виде эти два варианта существуют редко, поэтому имеет смысл говорить о преобладающем виде взаимодействия (1).

Социально ориентированная стратегия предполагает открытое диалогическое гуманистическое общение. В среде специалистов книжного дела крепнет идея необходимости более активного вмешательства в систему «читатель и книга»; это должно происходить без сдерживания рыночных механизмов в книжном деле, на основе создания максимально благоприятных условий доступа к книге всех членов общества. Искусство управлять не руководя предполагает стимулирование, поддержку читательской и информационной деятельности с целью обеспечения самоуправления и саморазвития каждого субъекта социально-коммуникативного процесса на основе признания главенства его интересов. Такое взаимодействие предполагает желание и умение выразить четко свою точку зрения, готовность учесть позиции других. Открытая коммуникация эффективна, если есть сопоставимость позиций – обмен мнениями, замыслами; предполагается полное взаимопринятие с позиции «я хочу тебя понять», готовность принять другого как равноценного партнера, сотворца. Для открытого диалогического гуманистического общения характерны равноправие, положительный эмоциональный тонус взаимоотношений; оно дает возможность самораскрытия, саморазвития, самореализации и самоактуализации партнеров, выявления их потенциальных возможностей (6).

Это субъект-субъектный вариант взаимодействия, который состоит в признании ценности другой личности как свободной, ответственной, имеющей право быть самой собой. В идеале оно должно быть позитивно окрашенным и подразумевать двустороннее взятие ответственности и заинтересованность в совместном результате. Представляется уместным направлять свои усилия не в сторону предписаний, что и как делать каждому человеку, но в сторону развития таких отношений между людьми, при которых каждый может свободно осуществить свой выбор, оптимальный и с позиций общества, и с точки зрения конкретной личности.

На смену изжившей себя теории руководства чтением должна прийти идеология культурного посредничества, основанная на понимании обязанности профессионалов, ответственных за развитие книжной культуры, предоставить в распоряжение читателя накопленные человечеством духовные ценности и помочь осуществить их оптимальный выбор (2, 3). Та-

кая идеология полагает своей главной целью подталкивание индивида на один из благоприятных для него путей развития.

Эти размышления о культурном посредничестве, навевающие иронические ассоциации с «городом солнца», резко контрастируют с нынешними реалиями общественных отношений (от пассивного «пусть читают что хотят» – до агрессивного стремления навязать что-либо). Однако словесно выразить эту систему взглядов, основанную на либерально-гуманистической концепции читателя Н. А. Рубакина, необходимо хотя бы затем, чтобы побудить специалистов институтов книги и чтения к рефлексии, осмыслению своей профессиональной позиции, принципиально гуманистической сущности всех усилий по поддержке и развитию чтения. Только такой подход вкупе с высокой квалификацией и общей культурой создаст идейную платформу для использования позитивного потенциала читательской моды в целях регуляции читательского поведения.

Рассмотрим возможности институционального подхода к данному явлению. Правомерность его обоснована в работе японского социолога Ю. Кавамуры; она предостерегает от игнорирования институциональных факторов и доказывает, что формирование моды, обеспечение ее существования – результат коллективной деятельности всех участников процесса (в нашем случае книжного – В. А.), профессиональных коллективов и институтов (5).

Мода может исполнить позитивную роль «агента влияния», если каждый институт инфраструктуры поддержки и развития чтения использует свои специфические возможности пропаганды книги и чтения. Не ставя перед собой невыполнимую задачу исчерпать все возможные технологические приемы деятельности в данном направлении, покажем на некоторых примерах и рекомендациях, как с помощью социально-психологических механизмов моды, ее объектов и каналов распространения можно активизировать читательскую деятельность.

Библиотека как учреждение, имеющее длительный непосредственный контакт с читателями, обладает наибольшими возможностями усиления моды на чтение: на это нацелена практически вся система ее деятельности, особенно – по его поддержке и развитию. Встречи с писателями, столь популярные сегодня фестивали книги и чтения, различные кампа-

нии и акции по пропаганде книги, клубы по интересам вносят свою лепту в формирование читающей нации.

Внимание к различным проявлениям моды в чтении позволяет более четко выстроить стратегию комплектования книжных фондов, тематику различной библиографической продукции, определить содержание массовой работы с читателями. Вспомним: А. А. Покровский говорил, что если в библиотеке нет модных книг, вряд ли это будет способствовать притоку читателей. Как правило, наличие и возможность обсуждения модных новинок может быть стимулом притока читателей и их участия в различных библиотечных мероприятиях.

Любопытный опыт сознательной попытки формирования моды на чтение описан в проекте Централизованной библиотечной системы № 2 Северо-Восточного административного округа г. Москвы «Читать сегодня модно!» Среди декларируемых целей и задач проекта – повышение статуса чтения как творческого процесса, позиционирование чтения как модного времяпровождения, поиск партнеров, способных представлять ценности и престиж чтения в различных социальных группах общества.

Другой путь – информирование о модной литературе. В центрах чтения при библиотеках Удмуртии, например, для этого организуются выставки «Модное чтение». Привлечение внимания к модным книгам оказывает внушающее воздействие: читать – модно! Результативным может быть и слегка ироничное вовлечение читателей в игру: «А что нынче в моде? Не отстать бы...». Уместно делать акцент на необходимости быть в курсе, в теме, иметь возможность говорить о литературе в деловом и приятельском общении. Известно, сколь значимо в деловом мире впечатление, которое производит человек в первые 10 минут общения. Разговор о модных книжных новинках может выполнять знаковую функцию, представляя собеседника как образованного, культурного человека. Библиотечным приемом вовлечения в чтение деловых людей могли бы быть тренинги, обучающие искусству беседы на литературные темы.

В последние годы в некоторых организациях создаются своеобразные клубы, чья деятельность направлена на повышение культурного уровня сотрудников, их профессиональной эффективности. Так, в информационной интернет-компании «Челябинск-74.ru» практикуется обсуждение модных книжных новинок. Сотрудники, не принимающие участие в

этих беседах, воспринимаются как малокультурные, не следящие за своим интеллектуальным ростом, и оцениваются как бесперспективные с соответствующими управленческими решениями. Библиотеки могли бы принять участие в этой работе на договорной основе, взяв на себя функции информирования о лучших модных книгах, обеспечения коллектива необходимым количеством произведений, а еще лучше – включившись в непосредственное проведение подобных дискуссий.

Важное место в привлечении внимания к литературе отводится библиографическим средствам. Библиографическая деятельность генерирует многообразие продукции, направленной на продвижения книги и чтения: печатные, карточные и электронные каталоги, картотеки и базы данных, библиографические пособия всех форм и жанров, рекламная библиографическая информация от издательств и книготорговых организаций, информационно-аналитические издания (дайджесты, библиографические журналы, досье и т. д.), комплексные тематические медийные продукты и др.

Особо следует отметить опыт подготовки текущих рекомендательных библиографических указателей по новинкам художественной литературы, в том числе модным, отмеченным жюри различных конкурсов и вниманием авторитетных лиц. После продолжительного «библиографического молчания» профессиональную общественность и читателей библиотек порадовал проект массово-информационных библиографических пособий Свердловской областной библиотеки для детей и юношества «Литературный странник. Современный круг чтения. (Зимние, весенние, летние, осенние странствия)», представляющий собой рекомендательный библиографический указатель сезонных новинок художественной литературы. Инициативу библиотеки подхватили в других регионах страны. Вариантами подобных пособий могли бы быть «Книги, о которых говорят», «Фавориты книжной моды» и др. В ЦБ ЦБС Екатеринбурга, например, уже издаются буклеты «Модные книги».

В современных крупных библиотеках и общественных библиотечных организациях имеется опыт подготовки и издания библиографических журналов. С 2004 г. ежеквартально выходит журнал «У книжной полки» Некоммерческого фонда «Пушкинская библиотека», ориентированный в основном на любителей художественной книги и библиотекарей.

Содержание этого журнала отличает многообразие форм литературоведческого, литературно-критического и библиографического материала: интервью с современными писателями, рецензии на книги современных зарубежных и отечественных авторов, презентации издательств, их книжной и журнальной продукции, обзоры книжных серий, представление бестселлеров, собраний сочинений классиков, хроника литературной жизни (литературные премии), обзор юбилейных событий и дат, итогов литературоведческих конференций и фестивалей. Особый интерес представляют анонсы изданий, готовящихся к печати. Журнал может быть использован в качестве авторитетного, престижного эксперта литературного процесса; он дает возможность апеллировать к оценкам популярных писателей, литературных критиков, результатам литературных конкурсов и т. д.

С 2005 г. раз в полугодие выходит приложение к журналу «Школьная библиотека» – альманах «Библиогид. Книги и дети», где публикуются лучшие статьи, рецензии, обзоры и тематические списки художественных книг, составленные по материалам одноименного сайта Российской государственной детской библиотеки (<http://www.bibliogid.ru/>). Издание ориентировано на библиотекарей, педагогов, детей и их родителей, оно также может быть рекомендовано как экспертное издание, источник весомых мнений, к которым имеет смысл прислушаться.

Успешное развитие получил тематический ресурс, сочетающий фактографическую и библиографическую информацию, – электронная выставка, часто практикуемая именно юношескими библиотеками. В связи с тем, что это сетевой, а не внутрибиблиотечный проект, особую ценность представляет размещенная на них полнотекстовая информация. Среди наиболее удачных назовем выставки, посвященные М. А. Светлову (ЦГЮБ Москвы), А. П. Гайдару (ЮБ ЦБС Петроградского района Санкт-Петербурга), многочисленные электронные выставки Челябинской ОЮБ («Жить, думать, чувствовать, любить, свершать открытия: молодежные литературные объединения города Челябинска», «Нина Александровна Ягодинцева», мультимедийные презентации «Учение с увлечением: образовательная коллекция мультимедийных изданий», «CD в библиотеке: выставка-презентация мультимедийных изданий», «Феншуй» и др.). Подобные электронные выставки могли бы быть посвя-

щены и модным явлениям современного литературного процесса: книгам, их создателям.

Библиотечные сайты являются динамично развивающейся технологической инновацией. В условиях интенсивного развития сетевых информационных ресурсов и технологий библиотеки получили принципиально новые возможности продвижения чтения в едином мировом информационном пространстве, обеспечения взаимодействия с сетевыми пользователями. Совокупность сетевых библиографических (электронный каталог, библиографические базы данных универсального и проблемно-ориентированного характера, тематические библиографические списки и обзоры, коллекции ссылок и др.) и фактографических продуктов (электронные выставки, дайджесты прессы, полнотекстовые базы данных и др.) обеспечивает библиотеки инструментами продвижения чтения в электронной среде. Сайты библиотек могли бы стать площадкой для проведения читательских форумов, интернет-конференций, посвященных модным литературным произведениям. Как правило, их обсуждение вызывает мгновенный интерес пользователей Сети.

Использование интернет-технологий с целью формирования моды на чтение все активнее практикуется в библиотеках. Например, в Интеллект-центре ЦДБ г. Москвы была разработана программа «К чтению через компьютер». Она предусматривает анкетирование пользователей интернет-кабинета по вопросам читательских пристрастий, приоритетов и интересов; практикуется составление рекомендательного списка интернет-ресурсов, связанных с публикацией книг, представление сетевых библиотек, тематических сайтов и порталов, сайтов издательств, сайтов и страничек различных писателей или их фан-клубов; проводятся практические занятия с пользователями по поиску интересующих их книг в Интернете.

Свердловская областная детско-юношеская библиотека поставила перед собой задачу «оживления» литературы посредством интернет-технологий. На сайте библиотеки ведется «Литературная страница», которая включает рубрику «Испытано на себе»: здесь содержатся рекомендации наиболее авторитетных читателей – литературных критиков, писателей, издателей, библиотекарей. С целью создания моды на определенные книги на странице создана рубрика «Читает весь город», на которой каж-

дый посетитель сайта может увидеть рейтинг наиболее популярных книг по результатам продаж Дома книги (<http://www/child-librari.ru/teenager-bibliolist-3.html>).

Библиотеки могут использовать возможности Интернета, новые информационные технологии в усилении позитивного потенциала моды в области чтения более эффективно. Прежде всего – путем изучения содержания общения и обмена информацией. В Интернете сравнительно легко найти людей со схожими интересами и взглядами на мир. Известно, что в Сети стихийно создаются виртуальные читательские клубы, форумы; открыто даже книжное кафе «Модное чтение».

Существуют социальные сети Интернет, основная функция которых – продвижение книги и чтения. Их совокупность можно разделить на две группы в зависимости от средств, используемых для рекомендаций. Первая группа сайтов использует автоматические рекомендации, основанные на схожести оценок пользователей сайтов, и читательские рекомендации: «Imhonet», «Моя библиотека». В основе их работы лежит рекомендательная система, которая позволяет экономить время пользователю при выборе книги, не проигрывая в качестве этого выбора. Эти системы функционируют на основе метода коллаборативной фильтрации (от английского collaboration – сотрудничество), дающего автоматические прогнозы относительно интересов пользователя по собранной информации о вкусах множества пользователей.

Вторая группа сайтов использует читательские рекомендации как основное средство продвижения книги и чтения: «BookMix.ru», «X-libris», «LiveLib», «БукРивер», «Reader2», «Либриссимо».

Содержательное наполнение и технологическая платформа перечисленных сайтов идентичны. Отличительными свойствами являются их поисковые возможности, реализация различного спектра сервисных функций (написание отзывов, ведение читательского дневника, рейтингов, цитатников, организация интеллектуальных знакомств и др.) и активная включенность пользователей.

Кроме того, интенсивно развиваются тематические сообщества по обмену информацией о мире книг на сайтах универсальных социальных сетей: например, «ЖЖ» (<http://www.livejournal.ru/>), «Мой Мир@mail.ru» (<http://my.mail.ru>) и др. Анализируя содержание сообщений подобных вир-

туальных сообществ, можно зафиксировать несколько основных поводов для обмена информацией: уточнение данных о книге и установление места ее нахождения, рассказ пользователей о любимых авторах и произведениях, сообщения о купле-продаже и обмене книг с развернутой их характеристикой, рекомендация книг к опубликованию, вовлечение пользователей в современный литературный процесс.

Содержание диалоговых форм по поддержке и продвижению чтения составляют читательские отзывы, которые приближены к критике, но не могут претендовать на статус профессиональных рекомендаций. Читательский отзыв в большей степени характеризует не произведение, на которое он пишется, а самого читателя. Диалоговые формы обеспечивают контент для выявления читательских предпочтений, социальной роли чтения и читательской культуры общества.

Всемирная паутина – это новая среда существования текста. Она дает возможность комментировать модные произведения печати, участвовать в читательских форумах, вступать в дискуссию с авторами и литературными критиками. Уже сегодня значительную известность в web-пространстве получили литературные конкурсы, сетевые журналы и издания, которые существуют только в электронном виде, а также on-line версии толстых литературных журналов. В России это несколько десятков Интернет-проектов, в частности, виртуальный клуб СТИХИ.RU, журнал «Сетевая словесность», литературный клуб «Коробка сюрпризов», проект «Журнальный зал», объединяющий свыше 30 on-line версий популярных печатных толстых журналов («Иностранная литература», «Новый мир», «Новое литературное обозрение», «Вопросы литературы» и др.). Кроме того, появилась сетература, т. е. произведения, предназначенные исключительно для чтения в Сети – роман-картинка, рамочная поэзия, гестбуки (гостевые книги), блоги, «бессвязный роман» и т. д. Познакомить читателей с ними, научить ориентироваться в литературном пространстве Сети, развить общение по поводу модных книжных новинок – задача библиотек.

Профессионалам в области поддержки и развития чтения необходимо регулярно отслеживать форумы, блоги, сайты, на которых обсуждаются проблемы чтения и конкретные книги; это важная социологическая информация, которую практически невозможно добыть в условиях непосредственного контакта. Необходимо фиксировать, на каких сетевых ре-

сурсах и как часто представители различных возрастных и социокультурных групп обмениваются суждениями о литературе, на какие произведения печати ориентируются, о чем и каким образом высказываются, какие книги рекомендуют друг другу, с использованием каких лексических средств и т. д. Это один из эффективных путей к пониманию культурных запросов различных социальных общностей.

На основе выявления, фиксации и анализа подобного материала необходимо в Сети как наиболее демократичном коммуникативном пространстве организовать диалог по поводу книги и чтения. Модные книги, к которым уже сформировался обостренный интерес, могут создать основу для такого взаимодействия. В частности, отталкиваясь от сложившихся предпочтений и стереотипов читательских стратегий, можно попытаться привлечь внимание к определенным книгам, обнаруживая в них значимые для определенных групп достоинства и используя понятные, привычные для них средства языковой выразительности при формулировке аргументов рекламного воздействия.

Участие различных возрастных групп в этой работе позволит снять барьеры между поколениями, сформировать приемлемое поле культурного обмена и межличностной коммуникации. Известно, что Интернет как площадка общения в наибольшей степени обжит молодыми людьми. Можно по-разному строить взаимодействие с юными читателями: с позиции «сверху вниз», «снизу вверх», «на равных» и т. д. Наиболее правильным в современных условиях представляется вариант, при котором взрослые идут от сложившихся предпочтений юных читателей, пытаясь в них разобраться. Отношение молодых людей к культурным ценностям нужно рассматривать в контексте их собственной субкультуры, не занимая позицию обладателя безусловной истины. Отталкиваясь от сложившихся реалий, в данном случае моды на определенных авторов, конкретные книги, можно способствовать продвижению юных в «зону ближайшего развития». Реализуется постулат, в соответствии с которым можно управлять модой, лишь приспособившись к ней.

Интернет используется молодыми людьми и как пространство сверстнической рекомендации книг. Так, на сайте Новоуральской центральной городской библиотеки (Свердловская область) ведется страница для тинейджеров «Мода читать!» Здесь содержится список авторов для модного

внеклассного чтения, составленный девочками-подростками. Список литературы содержит неформальные рекомендации в виде непринужденных ответов на вопросы: кого читать, какие именно произведения, почему их нужно обязательно включить в круг чтения? Свой интересный вариант сверстнической рекомендации предложили подростки Вяземска. Учащиеся создали на школьном сайте страницы «Библиотечная тусовка», «Отзывы о книгах», «Мода читать!». На последней размещаются рекомендации модной литературы, адресованной тинейджерам. Рекомендации отвечают на вопрос, что нужно читать и почему; мотивировки ироничны, лаконичны, отражают особенности субкультуры подростков, написаны привычным для них языком.

Особый исследовательский и практический интерес вызывают поиски молодых в области создания рекламы книги, ориентированной на сверстников; здесь отчетливо проявляются мотивы отбора литературы для чтения, критерии их оценки. В частности, на сайте «Успешное чтение» опубликован проект «Реклама книги», разработанный школьниками с целью создания моды на чтение (http://wiki.lik590.ru/doku.php/o_proekte_reklama_knigi). Замысел проекта отражает стремление обогатить школьную жизнь эмоционально окрашенными событиями, связанными с книгой и чтением, распространить мотивированную рекламу книги среди сверстников, способствовать расширению круга чтения, содействовать самореализации учащихся с разными типами мышления. Реклама основана на личных читательских впечатлениях, ассоциациях по поводу прочитанного. Ее формат подразумевает характеристики автора, времени и места создания книги, предполагаемые характеристики человека, которому она может понравиться, краткое описание сюжета, мотив рекомендации книги, отзывы о ней других людей, изложение особенно понравившегося отрывка, музыкальные ассоциации, связанные с этим произведением. Здесь же дается и информация о ее местонахождении (возможности найти, купить, скачать из Интернета, взять почитать и т. д.).

Остроумные находки приемов рекламы книги содержатся и на подростковом сайте «Чары книг» (Читательское Агентство Рекламы Книг) (<http://charu.samtel.ru/sozrek.htm>), который создан в рамках программы «Конкурс социальных проектов НК «ЮКОС». Здесь рассматриваются такие способы создания рекламы книги, как «дотягивание» услышанного,

увиденного, вспомненного до целей агентства (книга и чтение – это необходимо, здорово и модно) и выстраивание логических размышлений, цепочек с применением ассоциаций почти на каждом этапе построения логической связки. Среди целей рекламы – убеждение сверстников в том, что чтение – это великолепный и модный досуг, создание ажиотажа вокруг определенной книги, формирование моды на чтение, уверенности в том, что чтение выгодно, полезно и интересно. Информационный вид рекламы ставит задачу возбудить желание подростка прочитать книгу как можно быстрее, закрепить в его сознании позитивный образ книги и агентства, вызвать обсуждение, разговоры и споры о книге; увещательная реклама побуждает подростков к действию – прочитать, купить книгу, посоветовать ее другу, сформировать положительную реакцию на книгу и чтение; напоминающая – не дать молодым людям забыть о том, что книга может пригодиться в ближайшем будущем, нужно удерживать книгу в памяти в периоды спада читательской активности, поддерживать осведомленность сверстников о книгах на высоком уровне. Чтобы реклама была действенной, используются разнообразные средства рекламы, приемы позиционирования книги, создания рекламной идеи и ее зрительного образа. Анализируются и ошибки, которые обычно допускаются при рекламировании книг. Ценность проекта видится в том, что подростков учат грамотно представлять книгу, находить ее ценностные свойства и побуждать сверстников к содержательному чтению.

Изучение сверстнических рекомендаций в Интернете – один из наиболее перспективных путей поиска ответа на вопрос, что такое хорошая книга для современного молодого человека, что для него наиболее значимо в литературе, на какие рекомендательные признаки нужно опираться специалистам в процессе побуждения к чтению.

Подчеркнем, что библиотека в наибольшей степени заинтересована в выявлении факторов, сформировавших массовый спрос на книжную продукцию; причин, обуславливающих популярность той или иной книги; значимых для определенной категории читателей средств характеристики модной литературы; каналов распространения информации о ней. Это может стать отправной точкой для поиска кратчайших путей пропаганды других, не модных, но заслуживающих внимания книг, поиска необходимых и значимых для определенной категории читателей рекомендуемых

характеристик, аргументов рекламного воздействия и коммуникативных средств.

Школа, школьная библиотека. В современной школе, которая в плане развития читательской деятельности представляет собой весьма неоднородное явление, важно развивать общение по поводу книги и чтения. Чтение должно стать постоянной темой дискуссии. Необходимо создавать атмосферу, в которой не читать нельзя, невозможно, неприлично, а читать, напротив, необходимо, увлекательно, престижно.

В последние годы в лучших российских школах стало модным читать книги; ученики младших классов соревнуются, кто быстрее прочтет последний бестселлер, а их родители штурмуют книжные магазины в поисках нужных книг. Как правило, дети читают там, где взрослые демонстрируют свою увлеченность литературой и передают ее детям. Есть классы, где все дети читают; одним из таких стал класс учителя-филолога челябинской школы-лицея № 2 М. И. Макиной. Получив в школе импульс к чтению, выпускники талантливого учителя всю жизнь не расстаются с книгой. Никаких особых технологических приемов здесь нет: просто учитель увлеченно говорит о литературе каждый день, приносит книги в класс, дает их почитать и просит поделиться впечатлениями, не стесняясь при этом делиться своими собственными.

О внушающей силе авторитета умного взрослого человека, который вызывает интерес и доверие, свидетельствуют результаты эксперимента, проведенного в челябинской школе-лицее гуманитарного профиля № 11. Доцент Челябинской государственной академии культуры и искусств Н. К. Сафонова провела с учащимися цикл бесед «О прелести чтения», в которых рассказала о том, какие книги любит читать сама, что ей в них особенно дорого. В результате дети непременно захотели прочитать любимые ею произведения: книги тиражировались с помощью ксерокса, передавались из рук в руки, оживленно обсуждались и т. д.

Подобным целям может способствовать и организация буккроссинга внутри класса или внутри школы. Педагоги, библиотекари и сами учащиеся могут «вбрасывать в оборот» наиболее интересные, содержательные книги и тем самым стимулировать развитие общения по поводу литературы, включать механизмы взаимодействия и взаимовлияния, формирования лидеров мнений.

Интересным приемом, направленным на развитие межчитательского общения, могло бы быть ведение читательского блога класса, где обсуждалось бы летнее чтение, программные литературные произведения, спорные модные новинки. Вкрапление высказываний учителей могло бы способствовать решению различных педагогических задач, в том числе побудить школьников к подражанию уважаемым педагогам, вызвать желание перенять их культурные нормы.

В американских школах для развития моды на чтение, повышения престижа читающих детей включаются механизмы подражания и элементы соревновательности. Здесь на протяжении нескольких последних лет реализуется программа «Reading is a key!» Каждый день дети записывают среди прочих и такое задание: читать! У каждого ребенка есть дневник чтения, куда записывается все прочитанное с указанием автора, названия, количества прочитанных страниц за день. За каждые прочитанные 50 страниц ребенку дают звездочку-наклейку, которую они прикрепляют на висящий у классной доски ключ (у каждого ребенка есть вырезанный из черного картона ключ, на котором красуется его портрет). После прочтения каждых 500 страниц вводится новый атрибут: дается право на картинку. Ребенок рисует иллюстрацию к одной из прочитанных книг, а потом ее перерисовывают на специальную «читательскую» майку специальными фломастерами. Дети, у которых к концу года вся грудь изрисована, гордо носят свою майку: они много прочитали, они умные! Кроме того, в американских школах организуются соревнования между классами (кто прочитает больше книг), проводятся радиопередачи о наиболее читающих учениках. Используется и заразительная сила примера старших детей, которые на уроках рассказывают о своих любимых книгах, читают вслух детям младшего возраста. Позитивное воздействие оказывает и побуждающая сила примера значимых лиц. В американские школы приходят наиболее успешные, публичные люди (к примеру, мэр города); они читают учащимся книги вслух и рассказывают, какую роль чтение сыграло в их жизни, профессиональном становлении. В США практикуются и такие приемы, как соревнование классов, выявление лидеров и демонстрация лучших результатов чтения; все это вызывает желание не отстать от активно читающих сверстников и символически отмежеваться от тех, кто далек от книги.

Книжный бизнес. Издатели и книготорговцы объективно заинтересованы в формировании моды на чтение; читательская активность определяет активность покупательскую. В связи с этим участие деятелей книжного бизнеса в проектах, направленных на поддержку и развитие чтения, формирование моды на этот вид деятельности, является экономически оправданным и отвечает интересам долгосрочной маркетинговой стратегии. Практика проектной деятельности в данном направлении показывает, что необходимым условием ее успешности является тесное взаимодействие институтов книжного бизнеса с библиотеками, властными структурами, общественными организациями и образовательными учреждениями. Проблема партнерского взаимодействия названных институтов зачастую обострена противоречиями на региональном уровне, когда предприятия книжного бизнеса мыслят исключительно соображениями немедленной экономической выгоды и не ощущают себя участниками культурной политики. В качестве примера книготорговых учреждений, более широко представляющих масштаб своей деятельности и меру собственной социальной ответственности, назовем санкт-петербургскую книготорговую сеть «Буквояд» и московский «Библио-глобус».

Усилить социальную ориентированность книжного бизнеса можно и с помощью экспертного медийного сообщества, включающего творческие союзы, профсоюзы и корпорации (Союз журналистов, худфонд, литфонд). Распоряжаясь такими способами поощрения, как премии, конкурсы, гранты, они могут стимулировать выпуск литературы, представляющей художественную и познавательную ценность. Примерами влияния на книгоиздательскую деятельность являются конкурсы «Русский Буккер», «Анти-Буккер», «Нацбест», «Большая книга», «Добрая лира», «Алые паруса» и др.

Читательская мода оказывает мощное влияние на маркетинговую политику институтов книжного бизнеса – издательств, книготорговых учреждений; они отслеживают тенденции текущего спроса на литературную продукцию и разрабатывают новые издательские стратегии: создают образцы серий, партий, имеющих четкую читательскую адресацию и обретающих значение торговой марки, рекламного бренда. Как отмечают специалисты в сфере социологии чтения, интерес издателей к модной книготорговой продукции обострился в 1990-е г., когда появилась модная, чи-

таемая литература и им стало интересно вкладывать деньги в издание подобных книг, их продвижение на рынке. Успешность их деятельности в данном направлении определяется прибылью; финансы являются одним из индикаторов моды, указывая, на что потребителю не жаль тратить деньги.

Издатели как производители книжной продукции могут формировать спрос на литературу с помощью различных инструментов маркетинга и рекламы. Конкуренция на рынке заставляет их выпускать модные книги в самых разных форматах (твердом переплете, карманном формате, в цифровом и аудиовариантах); активнее использовать Интернет для рекламы соответствующих изданий; формировать бренды, которые способствуют успешной реализации печатной продукции. Получили распространение и издания, публикующие не оригинальные тексты, а упрощенные пересказы классических литературных произведений, своего рода поп-книги, которые помогают читателю избежать трудностей усвоения идейно-художественного содержания и в то же время «быть в курсе».

С целью продвижения товара, создания моды на него используется вводящая (предварительная) реклама, которая опережает и предупреждает появление книжной продукции, способствуя тем самым скорейшему доведению товара до потребителя. Предварительная реклама помогает субъектам рекламной деятельности заблаговременно подготовиться к появлению товара на рынке и к мероприятиям по их реализации. Получили распространение разнообразные предпродажные шоу, стимулирующие покупку модной книжной новинки.

Одной из проблем современного книжного бизнеса является его слабое представление о потребителе книжной продукции; как правило, отслеживается лишь текущий спрос, отраженный в процессе реализации товара. Отсутствие содержательного, систематического диалога с адресатом издательской деятельности не позволяет получить достаточно полное представление о его ожиданиях, запросах, настроениях, пристрастиях, не совсем осознанных желаниях. Отсюда ориентация на издания среднего уровня риска, предназначенные удовлетворить ожидания массового покупателя, текущий краткосрочный спрос и ставшие очевидными потребности. Деятельность акцентируется на извлечение максимальной сиюминутной прибыли; по данным опроса участников книжного рынка, который

проводился в 2007 г., работники книжной торговли наиболее важным направлением маркетинговых исследований назвали изучение своей потребительской группы, целевой аудитории, развития маркетинговых стратегий, ориентированных на потребителя.

Специалисты книжного бизнеса – в том числе российского – уже осознали необходимость активного диалога с потенциальными клиентами, использования коммуникационных технологий и каналов, направленных на взаимодействие с читателями, выявления их потребностей; не приспосабливаясь к уже сложившимся ожиданиям, а прогнозируя их появление. Перед российским книжным бизнесом стоит задача развития интерактивных технологий и диалога, формирования трехсторонних коммуникаций на линии «производитель-поставщик-покупатель».

Удачным примером такого диалога стала организация справочного сервиса «Дежурный библиотекарь» на сайте «Дети@mail.ru» (<http://deti.mail.ru/consult/db>) издательством «Дрофа-Плюс». Данный ресурс содержит два сервиса: первый – ежедневные консультации библиотекаря (редакторов издательства), второй – доступ к «библиотеке», представляющей собой тематический аннотированный перечень книг издательства. Консультации о тематическом подборе книг, установлении местонахождения книги, психолого-педагогических приемах поддержки и развития чтения предоставляются всем пользователям сайта: родителям, школьникам, будущим мамам и папам и др. Сервис пользуется популярностью у посетителей сайта. Ежедневно к услугам консультантов обращаются 2-5 читателей. Поскольку данный проект связан с издательством «Дрофа-Плюс», очевидна тенденция продвижения его книг, однако, это не влияет на качество информационного обслуживания. Ответы консультантов составлены корректно, профессионально и полно. Ни один из вопросов не остается без внимания.

Изучение модной литературы, причин ее притягательности для различных категорий потребителей может сделать различимыми издательства и предприятия книжной торговли, специализирующиеся на психологическом, философском романе, ироническом детективе, жанре фэнтези, литературе определенной отрасли знания, тематики и т. д. В этом случае в распространение модной книги, ориентированной на различные категории

потребителей, могут включиться самые разнообразные книготорговые заведения: от мелких киосков – до респектабельных магазинов.

В последние годы среди модных книг встречаются преимущественно издания массовой литературы, однако, в числе модных книг оказываются и литература усложненного характера, не соответствующая стереотипам распространенного спроса, покупатели вырабатывают свои потребительские стратегии, определяющие выбор авторов, издателей и распространителей книжной продукции. Издательства, книжные магазины могут позиционировать себя в качестве производителей и распространителей престижных брендов в виде модной серии, партии книг модных сочинителей.

Один из возможных вариантов усиления собственного позиционирования в социально ориентированном книжном бизнесе – создание читательских клубов при книжных магазинах. Сейчас на Западе устанавливается мода на интеллектуальное общение, в частности, Великобритания переживает «бум серьезности». Здесь открываются клубы для тех, кто жаждет усложненных форм времяпрепровождения: это литературные клубы, клубы геополитики и др. В таких клубах содержательные дискуссии по поводу литературы и чтение поэзии весьма быстро становятся одним из самых романтических видов неформального общения. Клубы модной книги могут представлять собой симбиоз книжного магазина и библиотеки; здесь читателям предлагают приобретать книги или брать за небольшую плату во временное пользование с возвращением ее залоговой стоимости, обсуждать модные новинки, знакомиться с объектами читательской моды в различных социальных группах и разных странах. Такой клуб мог бы стать исследовательским центром изучения динамики популярности произведений печати и выявления факторов, обуславливающих предпочтение той или иной книги; постоянной формой обратной связи мог бы быть читательский форум на сайте клуба.

Подобные клубы существуют и в России. Это преимущественно опыт создания книжных магазинов, соединенных с кафе, или музыкальных клубов, в которых проводятся и различного рода перформансы. Получили известность интересные проекты вроде московских «ПирОГИ» (ныне закрытого), «Dodo-space», книжного магазина «Фаланстер» на территории «Винзавода» или сети заведений «Еда и культура» в Нижнем Новго-

роде. Они отражают стремление соединить в себе максимум возможных вариантов интеллектуального досуга.

Один из таких клубов – челябинский кнайп-клуб «book-вари». Отправной точкой его создания стала идея создать книжный магазин, в котором была бы собрана коллекция гуманитарной литературы (по философии, антропологии, социологии, культурологии, феноменологии, филологии и т. п.) и продавалась по доступным ценам. Для этого были налажены контакты с ведущими российскими издательствами (Новое литературное обозрение, Ad-Marginem, РГГУ, Нестор-История), которые, заинтересовавшись проектом, предоставили уникальные условия для закупки книг. Так в Челябинске появилось единственное в городе место, где продаются в розницу толстые литературные журналы и необычные авторские журнальные проекты («НЛО», «Неприкосновенный запас», «Теория моды» и т. д.). Для деятельности клуба принципиальны были идеи о соседстве книги с широким спектром интеллектуальных удовольствий: музыка, изобразительное искусство, перформансы, инсталляции; еда изначально понималась как социокультурный феномен, некая составляющая повседневного быта, и такой же повседневной составляющей мыслилась книга.

Подобные клубы воспринимаются молодыми людьми как элитарная интеллектуальная коммуникационная площадка, находиться на которой престижно; сам факт участия в работе клуба или его эпизодического посещения позволяет молодым людям позиционировать себя как «продвинутых», избранных, приобщенных к чему-то высокому и отнюдь не общедоступному. Это в свою очередь сигнал окружающим: «самые умные – самые начитанные»; «самые умные – здесь». Находясь в клубе, впитывая в себя принятые здесь нормы поведения, невозможно не участвовать в разговорах по поводу книги, не приобретать их, не участвовать в дискуссиях, обсуждениях, поэтических лабораториях. Это один из путей формирования моды на чтение, которая может стать толчком для вхождения книги и чтения в практику повседневного существования.

Еще одним важным коммуникационным инструментом поддержки и продвижения чтения являются информационно-рекламные издания книготорговых организаций и издательств, распространение которых позволяет приковывать внимание читателей к достойным явлениям литературного процесса.

С 1995 по 2005 г. общественной организацией «Союз книжников “Слово”» ежемесячно издавался журнал «ПИТЕРbook плюс», содержание которого было связано с правовым обеспечением и тенденциями развития книжного бизнеса Санкт-Петербурга. В каждом номере журнала публиковались систематизированные перечни книг по основным отраслям знаний (художественная литература, гуманитарные науки, экономическая и юридическая литература, медицина и т. д.) и конкретным издательствам; здесь же размещались сезонные рейтинги продаж Санкт-Петербургского «Дома Книги», рецензии на произведения отечественной и зарубежной художественной литературы, книги отраслевой тематики. В журнале было представлено изобилие рекламной информации с презентацией книжных серий и отдельных изданий. Интервью с современными авторами сопровождалось выдержками из их произведений. В журнале анонсировались издания, готовившиеся к выходу в свет. В 2005 г. «Союз книжников “Слово”» принял решение ограничиться электронным форматом журнала и на базе редакции создать информационно-справочную службу Книжной ярмарки ДК им. Крупской. Теперь журнал существует в электронном виде на сайте Книжной ярмарки (<http://krupaspb.ru/>).

В 2006 г. при поддержке Российского книжного союза и московского «Дома книги» вышел в свет ежемесячный журнал «Читаем вместе», который позиционирует себя как «навигатор в мире книг». Это красочно оформленный иллюстрированный журнал, продвигающий отраслевую и художественную литературу. Он имеет ярко выраженную книговедческую направленность: в нем анонсируются российские и зарубежные события в мире книжного бизнеса; имеется материал об истории и современном состоянии книгоиздательской и книготорговой деятельности; публикуются интервью известных деятелей науки, культуры, писателей о творчестве, роли книги и чтения в их становлении (А. Макаревич, Я. Вишневецкий, Н. Фоменко и др.), используется заразительная сила их примера.

Постоянной является рубрика «Почитаем?» Здесь представлены рецензии и аннотации на книги художественной и отраслевой направленности (история, культура, политика, религия, деловая книга и др.). В журнале размещается анонс аудиокниг, образовательных программ, лучшие из которых также сопровождаются рецензиями и аннотациями. В каждом номере представлены тематические обзоры книг, предназначенные раз-

ным читательским аудиториям (любителям фантастики, приключенческой и исторической литературы, краоведам и т. д.). Журнал содержит игровые формы коммуникации, например, викторины. Каждый номер журнала включает список анонсированных в нем книг.

С осени 2008 года стал выходить ежемесячный журнал издательского дома «Книжное обозрение» «Что читать. Обо всем на свете через книги». Высокий уровень полиграфии, цветное исполнение, авторство и индивидуальное художественное оформление материалов издания, громкие имена экспертов чтения (Н. Сванидзе, А. Генис, М. Сегельман, К. Цю и др.), стильная реклама раскрученных брендов создают впечатление гламурного журнала о ... книгах и чтении?! Основной формой представления книг здесь являются авторские литературоведческие и критические статьи. Среди малых форм информирования и формирования общественного мнения активно используются суждения рядовых читателей журнала (рубрика «Ярлыки»), известных политических и культурных деятелей («5 книг о русской истории: выбор Александра Гениса», «5 книг о светской жизни: выбор Евгении Миловой», «5 автобиографий: выбор Николая Сванидзе» и т. д.) и, наконец, самой редакции (рубрика «Выбор редакции»). Справочный аппарат издания представлен «Списком книг, рассказы о которых вы найдете в этом выпуске».

Такие издания сочетают в себе литературоведческие, критические, библиографические, художественные, публицистические, журналистские, рекламные материалы, целиком и полностью направленные на информирование читателей о новейших, интереснейших книжных новинках, персонах истории литературы и тенденциях развития современного литературного процесса, читательской моде и т. д.

Электронные и печатные СМИ могут установить свои «правила игры» и нормы поведения в коммуникативном пространстве, на котором действует читательская мода. Их роль в формировании моды на чтение могла бы выглядеть следующим образом. Они внедряют в общественное сознание мысль о высокой роли чтения в жизни общества, пропагандируют институты книжного дела, доводят информацию о литературе до адресата, стимулируют ее обсуждение и побуждают потенциальных читателей к чтению, дальнейшему информационному поиску.

Обсуждения произведений печати, встречи с писателями в медийной среде, теле- и радиорепортажи с фестивалей книги и чтения, передачи об институтах книжного дела, беседы с авторитетными для общества людьми о литературе способствуют созданию позитивного имиджа человека читающего, привлекают внимание к определенным авторам, произведениям печати и институтам книги и чтения, содействуют внедрению в массовое сознание определенной модели читательского поведения.

Возможности СМИ в социальной рекламе, направленной на стимулирование читательской деятельности, практически безграничны. Они могут достичь самых разнообразных эффектов рекламного воздействия: когнитивного (формирование знаний людей об объекте читательской моды – модном имени, книге, литературном произведении); коммуникативного, направленного на интенсификацию межчитательского общения по поводу модного произведения в печати; ценностно-ориентирующего, обусловленного необходимостью навигации людей в потоке печатной продукции, совершенствованию их читательского вкуса, формированию и изменению читательских интересов; социокультурного, заключающегося в повышении культурного уровня населения, степени его компетентности в вопросах, связанных с книгой и чтением; потребительского, стимулирующего рост потребления книжной продукции. Рекламные материалы должны содержать сведения о значимых для определенной категории читателей качествах, свойствах, особенностях предлагаемой печатной продукции, о месте и сроках ее появления на книжном рынке или в библиотеке. В настоящее время социальная реклама книги и чтения находится в зародышевом состоянии; возможные резервы ее развития помогает уяснить наиболее совершенная на сегодняшний день реклама – автомобилей, которая использует разнообразные приемы внушения, методы убеждения и эксплуатации престижной функции моды. Она поддерживается совокупными усилиями электронных и печатных СМИ и различными вариантами наружной рекламы.

В медийном мире читательская мода может создаваться целенаправленно. Современные коммуникативные технологии позволяют пропагандировать произведения печати так, чтобы информация о литературе бросалась в глаза, а сама книга буквально «лезла в руки». Автор, жанр, конкретное произведение печати могут стать модными, если получают

положительный отзыв репрезентативных для массового или группового сознания личностей и регулярно упоминаются в СМИ как модные. Србатывают и такие приемы, как распространение читательских мнений о книгах, реклама модной книги, имеющейся в интернет-магазинах, привлечение внимания к «хорошим книгам» из числа модных с помощью экспертов и других авторитетных лиц. В данном случае србатывают «эффект доверия» и «эффект молвы»; коммуникаторы и привлеченные ими представители экспертного сообщества из мира книги выступают как своего рода суггесторы, побуждающие читателей к определенному поведению с использованием механизмов внушения и подражания. Причем современная коммуникационная ситуация требует наряду с монологическими формами (от коммуникатора к реципиенту) поиска диалогических, интерактивных форм взаимодействия в пространстве СМИ.

Деятельность по использованию механизмов и объектов читательской моды в целях стимулирования чтения в СМИ имеет свои особенности: коммуникатором здесь выступает не отдельный индивид, а группа, участвующая в подготовке сообщения (режиссеры, аналитики, редакторы, журналисты, ведущие, администраторы). Аудиторию составляют различные по количественному составу и степени организованности группы: массовая совокупность телезрителей и радиослушателей, семья, участники фестиваля книги и чтения, пользователи различных институтов книжного дела, читатели определенного издания и т. д. Это определяет необходимость дифференцировать материалы о книге и чтении применительно к предполагаемой целевой аудитории, ее ожиданиям и возможностям, побуждает продумать механизм обратной связи. Важны и специфические особенности коммуникационного канала: радио, телевидение, печать, устные публичные выступления. Рассмотрим возможности каждого из них.

Телевидение. Отрадное явление последних лет – повышение популярности телеканала «Культура», рост числа передач, прямо или косвенно связанных с литературой, книгой и чтением. Это «Разночтения. Хроники литературной жизни», «Культурная революция», «Апокриф», «Школа злословия». Все более популярными становятся телепроекты, посвященные литераторам, писателям, поэтам – И. Андроникову, Ю. Нагибину, А. Битову, А. Галичу А. Солженицыну. Получают распространение и передачи, представляющие институты книжного дела. Среди наиболее со-

держательных проектов – «Фабрика памяти» А. Архангельского, рассказывающего о национальных библиотеках мира; внимание телезрителей было привлечено к колоссальной культуросберегающей роли библиотек в общественной жизни; показана их титаническая работа по хранению и систематизации достижений человеческого духа, организации мирового знания.

Немало возможностей для привлечения внимания к литературе и формирования массового спроса на высокохудожественную литературу содержат экранизации таких шедевров мировой литературы, как «Мастер и Маргарита» М. Булгакова, «В круге первом» А. Солженицына, «Братья Карамазовы» Ф. Достоевского. Уже сложившийся интерес к этим произведениям делает их объектами читательской моды, создает позитивную обстановку для углубленной работы с литературными произведениями. Это могли бы быть их обсуждения с участием литературных критиков и обычных читателей, репортажные передачи с высказываниями представителей различных социокультурных групп об этих произведениях. Изучение опыта основных организаторов чтения – библиотек – показывает, что они пока не готовы оперативно реагировать на аудиовизуальную художественную продукцию; как правило, они ограничиваются удовлетворением уже возникшего спроса. Работа на линии «театр-кино-телевидение-книга» требует возрождения на основе переосмысления этого культурного синтеза и объединения усилий различных коммуникационных каналов и институтов книги и чтения.

Региональные теле- и радиокomпании располагают немалыми ресурсами формирования моды на чтение, основываясь на местном материале. В республике Марий Эл (г. Йошкар-Ола), например, с целью формирования у населения привычки к чтению художественной и профессиональной литературы, повышения привлекательности библиотек создается телепередача «Арт-мари». Благоприятную ситуацию для демонстрации возможностей чтения создают теле- и радиопередачи, посвященные выдающимся людям; здесь может быть запущен механизм подражания. На телевидении Челябинской области, например, огромный интерес вызывают так называемые антигламурные проекты: «Сделано на Урале» и «Светлое прошлое». Первый из них посвящен людям, которые благодаря смекалке и золотым рукам сделали что-то выдающееся; второй – землякам, внесшим

мощный вклад в процветание Южного Урала. В телепередачах было бы важно показать, каким образом они добились высоких результатов, какую роль сыграли книга и чтение в их профессиональном и личностном становлении. Зрители должны увидеть параллель между чтением человека и его достижениями, понять, что и они могли бы полнее реализовать себя с помощью книги. Чтение в данном случае может выступать как жизненная стратегия, модный элемент поведения «продвинутого», успешного и уважаемого в обществе человека, причем в данном случае важно сделать акцент на формировании «антигламурного» содержания чтения.

Внушающим воздействием обладают и показы модной одежды, потому что за ними стоит определенная жизненная философия. В демонстрациях мод могли бы быть представлены платья, костюмы для посещения библиотеки, сумочки, в которые удобно складывать книги. Книга, наконец, может просто находиться в руках модели как модный аксессуар, своего рода антипод банке пива или пачке сигарет. Кстати, успешность рекламирования названных предметов привела к тому, что они стали непременным атрибутом городского молодежного стиля. Используя механизм уподобления-обособления, можно постепенно добиться отказа от знаков приверженности расслабленному, бездумному времяпровождению в пользу содержательного досуга, в котором есть место книге и чтению.

Книга как элемент дизайнерского решения может быть активнее использована и в рамках телепередач, посвященных домашнему дизайну, например, «Квартирный вопрос». В этом случае необходимо усиление акцента на мебели, используемой для чтения и хранения книг. Возможный вариант – конкурс на лучший дизайнерский проект книжного шкафа, обустройство домашней территории для чтения. Главное, внушить, что чтение – важнейший элемент достойной жизни, повседневная привычка современного человека, незыблемая ценность, которую необходимо культивировать самыми различными средствами и для которой в каждом доме должны быть созданы определенные условия.

Радио. Радио поддерживает интерес к литературе и чтению посредством бесед с писателями, поэтами, художественных чтений поэзии и прозы, радиоспектаклей. Региональное радио имеет возможность вести работу прицельно, учитывая особенности культурной деятельности населения, проживающего в определенной территории. В Челябинской области, к

примеру, сложилась система радиопередач («Чтение в семьях Урала», «Я расту», «Чтение для сердца и разума»), связанных с книгой и чтением, которые выполняют функцию экспертирования книжной продукции, поддерживают общение по поводу литературы, формируют позитивное отношение к институтам книжного дела, развивают межчитательское общение и распространяют опыт поддержки читательской деятельности в различных институтах: семье, школе, библиотеке. В последние два года в радиопередаче, спонсируемой Челябинской государственной академией культуры и искусств («Брось все и читай!», которая при смене формата в марте 2008 г. получила название «Чтение для сердца и разума»), активно участвуют сами читатели. Они делятся своими впечатлениями о литературе, мыслями о книге и чтении. Школьники, например, рассказывают о том, как учителю удалось создать класс, в котором все читают, как происходит постепенное втягивание в процесс чтения, за что они любят определенные жанры и т. д. В дальнейших планах – передачи дискуссионного характера, посвященные книгам, модным в молодежной среде.

На радио Марий Эл по инициативе Национальной библиотеки им. С. Г. Чавайна выходит удивительная по своей креативности и уровню осмысления передача «С миру по строчке, или Читать не вредно!», которая звучит в марийском эфире с 2002 г. и ставит своей целью регулярный обзор художественной литературы и библиотечной жизни. Здесь ведется речь об отдельных писателях, бестселлерах, жанрах, премиях, экранизациях. Подсказками в выборе персон зачастую являются литературные премии, рейтинги продаж, читательская мода, отраженная в спросе. Главными персонажами передач из российских авторов были Т. Толстая, Л. Улицкая, Д. Рубина, В. Токарева, В. Пелевин; из зарубежных – Д. Роулинг, У. Эко, А. Перес-Реверте, Д. Браун, Ф. Бегбедер и др. Успех передач во многом зависел от того, насколько популярен тот или иной автор, говорят ли о нем, иными словами, является ли он объектом читательской моды. Эксплуатируя внимание к модным, нашумевшим книжкам, создатели радиопередачи постепенно переходят к произведениям, которые выдержали проверку временем, отражают веками сформированные ценности. При отборе литературы библиотекари вводят критерий художественности, сопротивляясь натиску тотальной коммерциализации и трэш-литературы.

Печать. Страницы периодической печати вносят свой вклад в развитие моды на чтение, если будут помещать на своих страницах острые материалы о проблемах чтения, книгах и авторах, популярных в различных социальных средах. Они могут использовать и позитивно-мотивирующую рекламу, направленную на развитие интереса к книге и чтению. В арсенале средств воздействия периодических изданий также реклама, предваряющая выход определенных книг и побуждающая к их чтению, а также рецензии и отзывы авторитетных лиц.

Доминирующей формой продвижения чтения в печати до последнего времени была литературная критика. Критик в своей работе обращается к читателю, стремится формировать его литературный вкус, оказать определенное нравственное воздействие, повлиять на его общественную позицию, побудить к сопереживанию эмоциям автора и его самого. Критика субъективна, требует профессионального подхода; предметом анализа она имеет исключительно литературу – художественный текст, а не личность и мировоззренческие особенности его создателя. Вопросы сущности критики и ее места в современном литературном процессе в последние годы разносторонне обсуждаются на страницах традиционной и сетевой прессы. Следует отметить преобладание пессимистических настроений критиков; профессиональное уныние в этой среде во многом объясняется ситуацией «кризиса критики», сложившегося в постперестроечный период; сейчас она практически не влияет ни на литературный процесс, ни на судьбы книг и их репутацию.

В сложившейся ситуации интересным приемом могло бы быть привлечение к рецензированию нашумевших произведений печати непрофессиональных критиков, т. е. обычных читателей, представителей социокультурных групп, для которых характерно увлечение подобной литературой. Это усиливает эффект идентификации, обеспечивает использование аргументов и лексических средств, значимых именно для этой группы. Непрофессиональная критика важна еще и потому, что, как показали эксперименты, профессиональная литературная критика в ее нынешнем состоянии малоэффективна для читающей публики; она не учитывает ее смысловое и лингвистическое поле, ожидания по отношению к художественной литературе. В результате в литературоведческих и литературно-критических статьях используются средства характеристики, не значимые

для читателей, и, напротив, игнорируются критерии и мотивы оценки массового читателя. Профессиональные и непрофессиональные читатели говорят, таким образом, каждый о чем-то своем и на разных языках. В результате причины модности, популярности определенных книг остаются невыясненными, а их почитатели остаются наедине со своими пристрастиями. Читатели склонны в большей степени руководствоваться мнениями людей, которые представляют близкую им субкультуру и доступно выражают свои суждения.

Газеты вузов, объединений, различных корпораций могут еще точнее работать со своей читательской аудиторией. Например, в газете Марийского государственного технического университета «Инженер» усилиями научно-технической библиотеки вуза в газете ведется рубрика «С миру по нитке, или Читают все!» Здесь публикуются библиографические обзоры, литературные викторины, рассказы о популярных писателях, модных книгах. Повышению авторитета библиотеки способствуют публикации материалов о печатных новинках, поступивших в фонд, электронных ресурсах и услугах библиотеки.

Приведенные примеры и изложенные рекомендации могут стать отправной точкой, материалом для самостоятельных поисков на пути от создания моды на чтение к формированию устойчивой культурной привычки ежедневного общения с книгой. От случайного интереса к модной книжке, вызванного ажиотажным спросом и всеобщим интересом, к самостоятельному отбору литературы, значимой для личностного роста. Необходимо не только использовать различные детерминанты читательской деятельности, но и создавать те из них, которые сокращают человеку путь к книге, а значит – к широкому, бесконечно разнообразному миру. Различные стимулы развития чтения (в данном случае читательская мода) могут оказаться могущественным средством приобщения к книжному богатству. Чтение модной книжки, ее оживленное обсуждение, участие в различных акциях, посвященных нашумевшему произведению, могут стать началом пути к систематическому, основательному труду читателя.

Беглый перечень различных возможностей использования феномена моды в целях стимулирования читательской активности показывает, сколь плодотворными и разнообразными могут быть попытки обращения к социально-психологическим механизмам общения и различным коммуника-

тивными средствами. Намеченные технологические приемы можно развивать, усовершенствовать, дифференцировать применительно к различным категориям читателей и возможностям каждого института, участвующего в регуляции читательской деятельности; практически каждое предложенное направление работы может стать пространством экспериментального поиска. Особое значение в данном контексте имеет выявление авторитетных лиц, референтных для соответствующей категории читателей; использование наиболее значимых для определенной аудитории коммуникационных каналов; применение адекватных приемов рекламы и средств психолого-педагогического воздействия с включением механизмов межличностного взаимодействия.

Литература

1. Андреева, Г. М. Социальная психология : учеб. пособие / Г. М. Андреева. – М. : Аспект-Пресс, 2006. – 363 с.
2. Аскарова, В. Я. Динамика концепции российского читателя (конец X – начало XXI в.) / В. Я. Аскарова ; СПб. гос. ун-т культуры и искусств. – СПб. : Изд-во СПбГУКИ, 2003. – 420 с.
3. Аскарова, В. Я. Юный читатель и книга: проблема культурного посредничества / В. Я. Аскарова // Библиотекосведение. – 2004. – № 6. – С. 62 – 66.
4. Доценко, Е. Л. Психология манипуляции : феномены, механизмы и защита / Е. Л. Доценко. – М. : ЧеРо ; Изд-во МГУ, 1996. – 343 с.
5. Кавамура, Ю. Теория и практика создания моды / Ю. Кавамура. – Минск : Гревцов Паблшер, 2009. – 192 с.
6. Парыгин, Б. Д. Анатомия общения : учеб. пособие / Б. Д. Парыгин. – СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 1999. – 301 с.
7. Столяренко, Л. Д. Социальная психология / Л. Д. Столяренко, С. И. Самыгин. – Ростов-н /Д. : Феникс, 2009 – С. 147 – 152.

Н. П. Терентьева,

Е. В. Баталова

Внеклассное чтение в школьном блоге

Кризис книжной культуры – выпадение книги из системы духовных ценностей современного человека, в том числе и школьника, – реальность нашей эпохи. С другой стороны, кризис становится катализатором обновления, модернизации: фиксируются новые установки на чтение и его модели в условиях информационного общества. Чтение стало рассматриваться как социально-педагогический феномен открытого образования, реализующийся при условии диалогической позиции всех его участников. Эти обстоятельства с особой остротой обнажили проблемы качества чтения и руководства внеклассным чтением. Современные проекты, инициированные библиотечными работниками, педагогами, открывают многообразие новых направлений и форм организации досугового чтения (В. Я. Аскарлова, Т. Г. Браже, Е. О. Галицких, Т. Г. Галактионова, О. Л. Кабачек, Е. И. Казакова, Н. К. Сафронова, Н. М. Свирина, Н. Н. Сметанникова, И. И. Тихомирова и др.).

Судьба же традиционных для отечественной методики и школьной практики уроков внеклассного чтения, имеющих своим истоком «литературные беседы» XIX в., складывается драматично: вследствие общего сокращения часов на изучение литературы в школе уроки внеклассного чтения оказались на периферии литературного образования. У учителя, согласно учебному плану, как правило, не остается времени на их проведение. В условиях открытого общества создание школьных читательских блогов (ШЧБ) может стать одним из способов разрешения сложившегося противоречия.

В социологии чтения, библиотековедении в качестве значимого регулятора читательской деятельности современного человека рассматривается читательская мода. Этот феномен многомерен и характеризует не только определенный круг чтения, но и мотивы, способы общения читателя с книгой.

В наши дни привычно звучит констатация: книга не выдерживает конкуренции с компьютером. С другой стороны, не менее осознана необ-

ходимость использовать его возможности: во-первых, для привлечения внимания к книге, во-вторых, для создания коммуникативной среды, объединяющей читателей. В частности, общение в блогах, чатах особенно притягательно для молодежи. Это тоже своего рода мода, которая может стать стимулом к педагогическим инновациям.

Почти в каждом учебном учреждении сейчас существуют свои сайты. Место свободного общения на нем называется форумом». По определению Википедии, блог (англ. blog, от «web log» – сетевой журнал или дневник событий) – это веб-сайт, основное содержимое которого – регулярно обновляемые записи, изображения или мультимедиа. Потому можно встретить еще одно (метафорическое) определение блога – Живой журнал (ЖЖ). Для блогов характерны недлинные записи временной значимости. Блоги обычно публичны и предполагают сторонних читателей. Если содержанием блога являются литературные произведения, читатели могут вступить в диалог с автором, с позицией героев книг, а также общаться между собой. Таким образом, блог становится средой сетевого общения. В Интернете много разного рода блогов, есть среди них и читательские. Однако школьный читательский блог – явление особое: он ориентирован на ученическую аудиторию, имеет просветительскую и воспитательную направленность. Появление тех или иных текстов в блоге иницируется учителями, самими учащимися.

В ходе эксперимента школьные читательские блоги были созданы в лицеях № 11 («Post scriptum») и № 31 («Ex libris») Челябинска (организатор и координатор – учитель-словесник Е. В. Баталова).

Цели создания ШЧБ:

- стимулировать внеклассное чтение учащихся, побуждать их к интерпретации, оценке прочитанного, активному диалогу с автором, друг с другом, культурными собеседниками (учителями, родителями, выпускниками школы);
- формировать читательское самосознание;
- создавать и поддерживать читательскую среду в школе.

Встречи читателей с книгой, автором, друг с другом – все это находит место на сайте и определяет его структуру. Выделены следующие информационные блоки: «Сведения об авторе», «Аннотация книги», «Представление книги автором», «Критические статьи о творчестве писателя»,

«Отклики». Школьный читательский блог позволяет разрешить извечную проблему поиска достаточного количества экземпляров книги для внеклассного чтения; самая главная часть раздела содержит полный текст произведения. В зависимости от объема он может выставляться на сайте полностью или постепенно: по 15–20 страниц с интервалом в 1–2 дня. Такое предъявление текста рождает эффект ожидания, интригу восприятия и дает возможность обсуждать не только произведение, но и отклики о нем. Установка на читательскую рефлексию в блоке «Отклики» задана незаконченным предложением: «Когда я прочитал(а) книгу...».

Читатели-школьники, родители зачастую упрекают школу в консерватизме, когда речь идет о круге чтения, формируемом школой. Признаемся, этот упрек по-своему справедлив. Школьные уроки литературы не реагируют на современные, в том числе «модные» тексты, которые школьники открывают для себя самостоятельно: Б. Акунина, В. Пелевина, С. Лукьяненко, Я. Вишневского, П. Коэльо, Х. Мураками и др. (6). Какие произведения должны стать предметом обсуждения в блоге? Во-первых, это книги о главном – о ценностях жизни, о том, что составляет смысл человеческого существования вообще. Во-вторых, это книги, не входящие в школьную программу. В-третьих, представляющие собой заметные явления в сегодняшней культуре, в том числе, и в качестве книг, отмеченных модой и потому особо притягательных для современного читателя. В-четвертых, это тексты, современные по формату. Их чтение экономно: нужно сравнительно немного времени, чтобы прочитать эти тексты, но оставляемый ими след значителен настолько, чтобы возникло желание высказаться, поспорить, поделиться своими впечатлениями, оценками, а также при желании познакомиться с другими произведениями автора, рекомендованными в блоге.

Первая книга на сайте – роман (по авторскому определению) современного французского драматурга, прозаика Эрика-Эммануила Шмитта (р. 1960) «Оскар и Розовая Дама» из цикла «О незримом». Стремление «поймать всю широту человеческой души», обратиться к «последним вопросам» роднит его с русской классикой. «Оскар и Розовая Дама» (2002) – это произведение об умирающем мальчике. Экзистенциальный план повести явлен как откровение. Шмитт, проводивший из этого мира многих людей, которых любил, и сам переживший приближение смерти, размыш-

ляет о том, как надо болеть и относиться к смерти. Это открытие совершает его юный герой.

Учителю, решившему предложить книгу детям, как и автору, предстоит преодолеть внутреннюю преграду. Детям о смерти? Но произведение об отношении к смерти дает шанс открыть ценность жизни, умение жить, в том числе в сложных жизненных ситуациях. Смертельная болезнь обрекла десятилетнего Оскара на невиданное одиночество. Благодаря Розовой Даме (герой называет ее Розовой Мамой), он открывает для себя Бога, пишет ему письма – их одиннадцать. И проживает свои последние двенадцать дней как целую жизнь! И уходит, оставив табличку: «Только Богу дано право разбудить меня».

Что происходит с читателями, когда в их душу входит это откровение? Готов ли современный школьник к размышлениям о смысле жизни, вере, о жизни и смерти – о вечном? В чем природа света, исходящего от книги? Об этом отклики, оставленные посетителями сайта. Обратимся к некоторым из них. Часто это мощный эмоциональный выплеск – отношение, откровенная оценка как результат «значащего переживания»:

«Не думала, что я до такой степени сентиментальна, но после прочтения повести слез сдержать невозможно».

«Автор в мельчайших подробностях описывает мир вокруг ребенка, больного раком... Действительно страшно, ведь и в нашем обществе есть такие люди, но мы их не замечаем. Не замечаем, потому что нет времени, желания, потому что боимся... А чем я отличаюсь от героев повести? Такие книги полностью переворачивают взгляд на многие вещи, многое заставляют пересмотреть в себе».

Чтению сопутствуют важные жизненные открытия. Чувствуется, как читателям важно сформулировать и поделиться ими. Обращает на себя внимание активность рефлексии, иногда на грани инсайта:

«Читая первое письмо, я поняла, с какими просьбами можно обращаться к Богу».

«Я думаю, эта повесть научит многих по-другому смотреть на жизнь... Я научилась... Стало намного интереснее и "умнее" жить, потому что, описывая прожитый день (хоть и мысленно, а не в письменных обращениях к Богу), невольно задумываешься о "вечном"... Эти «беседы с

самим собой» очень помогают, ведь начинаешь понимать так много и это все так неожиданно...»

«Игра мальчика превращается в реальную жизнь. Можно за 12 дней прожить все...»

«По-моему, говорить, что данное произведение сентиментально, не совсем верно. Скорее, оно жизнеутверждающе, хотя и грустно. И хотя это не высокая литература, но явно – жизнь!»

Общение выходит на смысловой уровень. Очевиден значительный смыслообразующий потенциал диалога в читательском блоге. Ученики решают «задачи на смысл» (А. Н. Леонтьев). Каждый – свои. Читатели делают свой выбор в практически безграничном смысловом пространстве: «актуализируется та часть смысловой сферы ученика, которая находит «нужные» ей ценности и обретает форму движения мыслей, переживаний, чувств» (1). Смыслообразование, смыслопорождение, смыслообновление – приметы читательской позиции в блоге. Инициатива диалога, его содержательные импульсы порождаются самими читателями, занимающими позицию субъектности. В данном случае можно говорить об аутентичности литературного образования.

А. М. Лобок, определяя феномен открытого образования, так комментирует в его контексте характер диалогической позиции ученика: «Я вступаю в диалог потому, что мне интересно, и я сам, в меру своей субъектной ограниченности (а субъектность по определению не может не быть ограничена!) определяю предмет своего интереса в своем культурном собеседнике – будь это живой человек или шекспировский “Гамлет”. Но это мой, собственный, а не навязанный мне интерес, и это мое, собственное открытие и прочтение своего собеседника или “Гамлета” (4). Такова, как мы видим, диалогическая позиция читателей в блоге. Суждения не замыкаются на учителя, как в привычной учебной ситуации. Учитель участвует в диалоге на равных с учениками. Его авторство скрыто за псевдонимом. Диалог становится многомерным, обретая черты полилога. Проявляется синергетическое правило: «Лучшее управление – это самоуправление» (2).

«Пишущий всегда активен» – этот краеугольный постулат технологии чтения и письма для развития критического мышления в полной мере реализуется в ШЧБ. Блог побуждает развернуть, объективировать обычно скрытую, сокровенную, а потому «свернутую» читательскую интерпрета-

цию. Заметим, что по содержанию и структуре речевого высказывания отзывы различны. Они могут быть более или менее аналитичны, развернуты – от нескольких слов до нескольких страниц. Главное – в них отсутствуют безликие стереотипы, привычные для школьных сочинений клише. Отзывы несут в себе приметы интерпретации, обнаруживая переживание, рождение личностного смысла, ценностного отношения к прочитанному.

Они включают и советы собеседникам по блогу относительно того, что нельзя не прочитать:

«...А еще рекомендую Э.-М. Ремарка “Три товарища” и Я. Л. Вишневского “Одиночество в сети”. Вот действительно произведения, которые заставляют тебя все переосмыслить, а душу просто выворачивают наизнанку... И поплакать нужно, это действительно полезно. Если бы любовь можно было тренировать, как тело, мышцы. Это – обязательные компоненты программы тренировки души, любви, по моему скромному мнению».

«Того же Маркеса прочитать, гораздо большее количество мыслей в голову придет».

«Мой любимый Э. Севела... К примеру, “Почему нет рая на земле”.

«Предлагаю закончить споры и почитать на сайте www.lib.ru “Орфографию” Дмитрия Быкова».

Как видим, в этом ряду оказались произведения, отмеченные печатью моды, адресованные читателю-интеллектуалу. С другой стороны, в восприятии такого произведения, как «Оскар и Розовая Дама», неизбежен и скепсис – о вкусах не спорят:

«Может, лучше Паланика читать? Там очень жизненно написано» (Заметим, что Паланик – это тоже мода, но с противоположным полюсным знаком).

«Мне вот кажется, что в книге должны привлекать не проблемы, а все-таки более позитивные, полезные факторы. Как я понял, это унылая, душераздирающая, пробивающая скупую мужскую слезу история, пусть жизненная, но не более того».

Читатели, тем не менее, начинают спорить, литература ли это, как соотносятся литература и жизнь, художественный вымысел и реалии существования. Резких, на грани цинизма и даже сквернословия, эпатирую-

щих откликов достаточно много, вплоть до: *«Захотели лицей подсадить на Шмитта?»*. Может показаться странным, но они имеют свой положительный эффект – становятся толчком для обсуждения произведения и различных жизненных проблем, побуждая к заинтересованной диалоговой активности, эмоциональности тех, для кого цинизм неприемлем.

Взрывоопасной интригой в блоге стало развернутое письмо ученицы, назвавшей себя *«Неистребимая»*. Она не по-детски мудро и на редкость тактично вступила в диалог с теми, кто глух к страданию, душевной боли. Она делилась своим опытом понимания книги – глубинно духовного, сердечного, пережитого. Собеседники не поверили, что ей 14 лет! Предположили, что это учительница выступает под маской школьницы. А она в надежде на взаимопонимание продолжала убеждать, не срываясь и проповедуя свое. Урок живой толерантности! Но расследование, кто же она и можно ли быть столь умной и образованной в 14 лет, продолжилось. Читатель-лидер задал высокую планку смыслопорождения и понимания произведения, что побудило скептиков смягчить свой тон и удивиться тому, как может быть прочитан текст. Блог открыл возможность понимания, самопознания. В ответ – реплика выпускника: *«Сильно... Ничего другого сказать не могу. Именно после таких рассказов я продолжаю гордиться школой, в которой я учился. У меня нет слов»*.

При обсуждении повести популярной сегодня французской писательницы Анны Гавальды *«Тридцать пять кило надежды»*, представляющей исповедь школьника-неудачника, первым оказался отзыв читателя Djoged, потрясший своей беспощадной откровенностью и решимостью вершить суд над героем и выносить ему приговор: *«Не думаешь ли, что ты... дохлак и тебе пора покончить жизнь самоубийством? Догадываешься ли ты, что дед все равно умрет, и что ты будешь тогда делать? Таких людей всегда будет много, и они не достойны того, чтобы их описывать. Если человек только в мечтах каких-то и переживаниях живет – его проблемы, значит, что debil он и не более. Зачем читать подобное, не совсем мне ясно. Одно дело прочитать про то, как у человека проблемы были, и он их сумел преодолеть, наверное, может как-то мотивировать к деятельности. А тут сплошная проблема всю жизнь. Шлак полный, мое такое мнение»*. Точка зрения прагматика и циника находит поддержку: *«Меня всегда поражало, как можно так писать про лузеров. Че-*

ловец просто лузер по жизни, а тут так прям расписали, что такая непростая личность, такие внутренние переживания...» (сохранен стиль оригинала). Подобные признания вряд ли возможны на уроке или в школьном сочинении. Общение в блоге дает учителю возможность «научиться видеть, что скрывается за учеником и научиться понимать его» (2).

Действительно, книгу А. Гавальда открывает ошеломляющее откровение героя: «Я ненавижу школу. Ненавижу ее пуще всего на свете. Нет, даже еще сильнее... Она испортила мне всю жизнь». У главного героя «аллергия на учебу в школе». Между тем у него «голова как решето, золотые руки и большое сердце». Родители решают свои проблемы. Мальчик находит понимание только у бабушки.

В процитированных откликах читателей примечательна форма открытого обращения к герою, свидетельствующая о равнодушии к прочитанному, остроте и личностной значимости обозначенной проблемы для читателей, не принявших повесть и ее героя. Условная анонимность располагает к предельной свободе самовыражения. Читая отзыв, понимаешь, как важно учителю, расширив пространство диалога, вовремя прочесть с учениками на уроке «Доброго Кузю», «Юшку» А. Платонова, «Преступление и наказание» Ф. Достоевского. Вспомним слова Юшки: «А по надобности мы все равны». Более того, высказывания учащихся показывают, что жизнь и литература воистину не разъяты и что «последние вопросы» о «властелинах судьбы» и «тварях дрожащих», «юродах негодных» – отнюдь не примета лишь литературной классики.

Вместе с тем важно, что противостояние цинизму инициируется в блоге самими учениками, а не учителем, как это чаще случается на уроке. В данной ситуации это более весомый аргумент. Так, ученица, обращаясь к оппонентам, написала:

«Читая отзывы, именно отзывы, а не саму книгу, я столкнулась с расхождением во мнениях, и это, кстати, похвально. На мой взгляд, книга, не вызывающая противоречий, не стоит внимания, она не задевает наших чувств... Я не заставляю вас соглашаться с моим мнением, не заявляю, что оно единственно верное. Помните о том, что я имею полное право в отношении вашего мнения поступить точно так».

В ШЧБ спонтанно возникает дискуссия, является ли герой повести А. Гавальда лузером? Такой поворот проблемы – «методический подарок» учителю для продолжения диалога на уроке:

«Эта повесть о самоопределении маленького человека. На самом деле он вовсе не слаб, не глуп и не безнадежен. Просто этот мальчик не совсем вписывается в общепринятую систему. Современное общество зачастую пытается уравнивать всех, заставить соответствовать каким-то требованиям. Произведение поднимает вопрос об уникальности каждого человека. Пусть мальчику не дается учеба, но у него близкий, понимающий человек – дед, который направляет его и дает почувствовать себя талантливым. Он не тупица, не лузер! Просто у каждого человека свои цели в жизни, свой смысл. Он все умеет, может. Просто ему это не нужно. А правда, зачем голову набивать тем, что не нужно?».

Коллизии судьбы героя ассоциативно соединяются с самопознанием, осмыслением читателем собственного жизненного опыта. Диалог окрашен откровенной аксиологичностью и являет собой момент активного ценностного самоопределения. В отзывах крайне ценны переживание, эмпатия, желание понять и защитить героя. Читательский опыт «жизни в искусстве» становится индивидуальным опытом, фактором личностного развития. Акцентируются значимые для читателей проблемы выбора жизненного пути, человеческой уникальности, самоутверждения и личностной реализации, взаимопонимания отцов и детей, взаимоотношений личности и социума.

Отзывы в школьном читательском блоге убеждают, что «в диалоге человек не становится учеником другого, усваивающим чью-то позицию и чьи-то взгляды, или воспринимающим какую-то информацию. В диалоге человек вырабатывает свою собственную позицию, свое собственное «Я», удерживая на дистанции позицию и «Я» другого. В диалоге человек – сам инициатор своего образовательного движения и сам автор той траектории, которую он выстраивает внутри той или иной культурной реальности...» (4). Самый важный результат – переживание художественной реальности, свободное самовыражение участников диалога, движение к обретению ценностных ориентаций в общении с книгой и друг с другом.

Ценностное самоопределение в ШЧБ, как свидетельствуют отклики, сопряжено с формированием читательского самосознания, что стихийно

проявилось в оценке литературного «качества» книг, их сюжетных коллизий, характера связи с реальной действительностью, осознании читателем степени значимости для него прочитанной книги, права на выражение своей позиции в диалоге. Вместе с тем в ШЧБ различными приемами методически целенаправленно создается установка на актуализацию читательского самосознания.

Интересным в плане формирования читательской мотивации, определения учениками своей читательской позиции представляется обсуждение в блоге «прав читателя», сформулированных Даниэлем Пеннаком. Даниэль Пеннак, в одном лице учитель-словесник и писатель, в книге «Как роман», ставшей современным педагогическим бестселлером, написал, что по части чтения взрослые признают за собой все права, начиная с тех, в которых отказывают юному поколению, полагая, что приобщают его к чтению:

1. Право не читать.
2. Право перескакивать.
3. Право не дочитывать.
4. Право перечитывать.
5. Право читать что попало.
6. Право на боваризм.
7. Право читать где попало.
8. Право читать вслух.
9. Право втыкаться.
10. Право молчать о прочитанном (5).

Обратим внимание на справедливое замечание Д. Пеннака о том, что взрослые читатели отказывают в этих правах детям, полагая, что знают, как «правильно» читать. Как педагогический афоризм звучит утверждение писателя: «Глагол “читать” не терпит повелительного наклонения».

Посетителям блога было предложено высказать свое мнение о правах читателя по Д. Пеннаку:

- Какие права читателя показались важными для вас?
- Какими правами как читатель хотели бы обладать вы?
- Может быть, у вас есть свой кодекс (свод правил) читателя?

В обсуждении сразу обозначился главный конфликтный узел, который определяется извечным противоречием между свободой и необходимостью и обнаруживает два читательских типа: *«Интересно, права читателя опровергают представления о нормальном отношении к книге. Разве это нормально не дочитывать, читать что попало, где и когда попало?»*. Итак, с одной стороны, это традиционное представление о *«правильном отношении к чтению»*, которое отмечено определенным пониманием «нормы», а также обязательностью (обязательностью чтения или чтением по обязанности). С другой стороны, представление о свободе читателя, который руководствуется своими читательскими вкусами, непосредственными реакциями, готовностью читать все, *«что попадет под руку»*, читать одновременно три книги на разных носителях и отказываться от книги, которая не увлекла (*«книга в наших руках – это не учебник с обязательными параграфами, которые мы должны знать»*). Для такого читателя чтение – проба себя и жизни через удовольствие, доверие книге и себе, но не через насилие и чувство долга.

Самой болезненной, драматичной в обсуждении стала дилемма, сформулированная мамой ученика, – соотношение прав читателя по Пеннаку и обязанности осваивать школьный курс литературы *«с программами, двойками и насилием»*. В диалог вступили и ученики, и учитель с вечными вопросами: *«Да, тяжеловата классика. Она не по возрасту. Она не ко времени. Это «наше все» надо переводить. Что же, получается, подождать надо, пока человек дорастет? Или культуру перекроить?»*. И вновь поиск того, как через обязательное, программное чтение выйти к душе читателя и помочь ему увидеть себя в зеркале классики. Этот путь осознается как редкий, идеальный, возможный при посредничестве Учителя и вместе с тем реальный.

Диалог в школьном блоге показал: ученики признают, что обладают правами, перечисленными Д. Пеннаком (правда, не задумываясь о них как о правах). Есть сомнение в кажущейся привлекательной позиции писателя: *«зачем читать что попало?»*. Не все принимают стилистически фривольный разговорный тон прав читателя у Д. Пеннака, что ощутимо при их изъятии из контекста. Вместе с тем очевиден поиск читательского компромисса между свободой и необходимостью: *«не дочитывать, если это не домашнее задание»*, *«если взял книгу, нужно обязательно дочитать»*.

Посетители блога дополняют перечень указанных прав своими: «пересказывать то, что хотелось читать дома», «право на понимание», «читать “про себя”», «задавать вопросы по книге», «слушать книгу», «цитировать автора книги», «не соглашаться с автором». Содержание и тон этих прав приближены к норме.

Неизбежен интерес к «экзотическому» праву на «боваризм». В пространстве блога его объясняет не учитель. Сами читатели ищут в книге суть понятия и находят неожиданные «компьютерные» аналогии, очевидно, более весомые для нового поколения, связывая боваризм с состоянием реальности-ирреальности: *«Книга дает такую возможность. Но если раньше человек погружался в это счастливое состояние с помощью книги, то сейчас аудиовизуальные средства (телевидение, компьютерные игры) позволяют человеку находиться в том же состоянии боваризма. Появилась альтернатива. Поэтому чтение отходит на второй план, ведь телевизор и компьютер намного удобнее... Даниэль Пеннак, предлагая “право на боваризм”, очевидно, имел в виду счастливое состояние человека от сопереживания героям, событиям книги»*. Читатели ждут встречи с книгой, которая подарит такое состояние. С другой стороны, предостерегают: неразличение мира реального и вымышленного далеко не всегда благо, особенно, когда компьютерные игры переносятся в мир реальный или когда виртуальный мир становится единственной реальностью. Звучит оценка телевидения в сравнении с книгой: *«Телевидение в некоторых случаях – это фаст-фуд... Уже все готово, потребляешь и не фантазируешь, чего не скажешь о книге»*. Таким образом, свободный диалог о правах читателя в школьном блоге обнаружил заинтересованность школьников в осознании собственной читательской позиции.

С целью формирования читательской среды, сообщества читателей школы, их самосознания в школьной библиотеке была организована выставка книг учителей «Любимые книги детства». Обложки книг были воспроизведены в блоге, что дало импульс диалогу о любимых книгах разных поколений читателей. Книга стала восприниматься как визитная карточка учителя, которого знаешь как наставника, но, благодаря книге, открываешь с неожиданной стороны:

«Смотрю на виртуальную книжную полку и думаю: “Надо же, как все сбылось!” Трогательный “Маленький принц”... В выборе – изящество,

вкус и детская открытость. Это Т. П. Швеммер. “Дикая собака Динго” – все настоящее: любовь, разлука, высота и чистота помыслов, еще нравственная категоричность. И удивительное сходство. Посмотрите на обложку. Узнаете? Почему-то была уверена: “Овод” – это И. А. Иоголевич. Оказалось, все сложнее – «Конармия». Конечно, Островский и А. Е. Попов. Тут страсть, служение идее до растворения себя, до самозабвения! Что за “Повесть о суровом друге”? Но название – точное попадание в яблочко. Это С. В. Ефремцев. Надо книгу почитать и убедиться».

На сайте открыт раздел «Ex libris». Это приглашение через замысел экслибриса для семейной библиотеки или для ШЧБ выразить свое представление о ценности книги. Предложенные графические варианты экслибрисов передают поиск образных деталей, символов: змея, цветок, дерево, часы, спасательный круг, ступени из книг для восхождения к солнцу, разбитая колба песочных часов, из которой появляются песчинки-звезды. Текстовая составляющая экслибрисов, выражая отношение к книге, тяготеет к афористичности:

«Питая ум, наполнить душу» (семья Путян).

«Книга – это мир приключений, в которых мы проживаем жизнь героев и становимся мудрее» (семья Митрофановых).

«Дом, в котором нет книги, подобен телу, лишённому души» (семья Сабировых).

«Книга – солнце, которое дарит нам тепло и свет» (семья Петровых).

«Книга как змея: хитра, но умна».

Некоторые экслибрисы сопровождаются комментариями. Таков, например, один из вариантов экслибриса для ШЧБ лица № 31: *«Идея следующая: дерево с кроной в форме круга. Круг символизирует гармонию, единство, солнце, жизнь. Дерево также является символом жизни, модели мироздания, связи земного и небесного (корни держатся за землю, ветви тянуться к небу). Корнями дерево впитывает книжные строки и питает ветви и листья. То есть чтение дает питание душе. Листья дерева изображены в форме сердец. Множество сердец символизируют всех нас. В круге центральное место занимает открытая книга. Страницы изображены в форме крыльев (символ воображения, свободы, движения, одухо-*

творенности, полета). На странице в нижней части стоит номер... 31, конечно, 31. Тут, я думаю, объяснений не требуется».

Следует отметить, что у ШЧБ на сайте физико-математического лицея есть и противники, выражающие свою позицию – сомнение в целесообразности читательского блога: «Я считаю, что рубрика “Ex libris” не нужна на этом сайте. Изучать литературу очень важно, но профиль нашего лицея физико-математический. Мне кажется, что не всем будет интересно заниматься нелюбимым делом. В лицее гораздо больше учеников, любящих физику и математику, чем литературу и русский язык!!! Тем более, что мы этим занимаемся на уроках литературы. Как раз обсуждаем и делимся впечатлениями о прочитанном. В Интернете есть подобные сайты, более глобальные, где твоё мнение может услышать гораздо больше людей»

И эта позиция имеет как сторонников, так и противников, которые вступают в открытый диалог, дискуссию: «Конечно, есть предмет литература, конечно, есть более масштабные и содержательные сайты. Конечно, можно любить все что угодно: хочешь физику с математикой, хочешь прогулки при луне... Все свободны. Особенно в таком деле, как чтение. Не хочешь – не обсуждай. Нравится позиция своей ясностью и определенностью. Но как личная. Как знать, может, это дело с обсуждением книг и не заладится. Но знаете, если откровенно, хочется о хорошем с близкими поговорить: не с критиками и абстрактными читателями, а с людьми, которых знаешь, а некоторых любишь...».

Как видим, общение в блоге обретает признаки самоорганизации с нелинейным развитием ситуации, спонтанными точками бифуркации. Можно говорить о синергетических способах организации самого процесса обучения и воспитания. Происходит пробуждение внутренних сил личности через малые, резонансные влияния. В школьном читательском блоге создаются условия, при которых «становятся возможными процессы порождения знаний самим обучающимся, его активное и продуктивное творчество. Это – нелинейная ситуация открытого диалога, прямой и обратной связи, солидаристического образовательного приключения, попадания – в результате разрешения проблемных ситуаций – в один и тот же, самосогласованный темпомир. Последнее означает, что благодаря совместной активности в такого рода ситуации учитель и ученик начинают

функционировать с одной скоростью, жить в одном темпе. Обучение становится интерактивным...» (2).

Школьный читательский блог обнаруживает новое качество воспитания, которое реализуется не через традиционные однонаправленные формирующие воздействия или передачу опыта и представлений о ценностях от старшего поколения к подрастающему. Оно возникает изнутри, на уровне субъектной реальности, и понимается «как глубинное межличностное взаимодействие и сотрудничество взрослых и детей в сфере их совместного бытия» (3).

Об интересе к блогу, книге, о потребности в общении, обсуждении и самовыражении свидетельствует количество посетителей. На сайте 11 лица зафиксировано 5913 просмотров повести «Оскар и Розовая Дама» и 2651 просмотр книги «35 кило надежды». За первые две недели существования блога было зарегистрировано более трех тысяч посетителей: среди них учащиеся лица, выпускники, родители, педагоги. Признаемся, не все из них вышли на общение в блоге. Но форму своего присутствия в нем каждый выбирает сам. Резонанс проявился и за пределами сайта. Звонили родители, спрашивали, где можно купить рекомендованные книги (не для всех психологически органично чтение такого художественного текста с экрана, что зафиксировано и в признаниях посетителей сайта). Спонтанность, динамичность, демократизм, открытость – вот качества свободного диалога о книге, проявившиеся благодаря блогу.

Уже первый опыт организации блога показал, что его жизнеспособность и степень активности читателей во многом определяются выбором произведений, которые предьявляются в блоге, и тем, насколько они захватят читателей-школьников. Читательский сайт в идеале представляется саморазвивающейся системой. Его логику и содержание определяют литературные пристрастия участников диалога. Возможно формирование своеобразного «шорт-листа» («short list») – десятки произведений для совместного чтения и обсуждения, которые будут предложены посетителями блога. С одной стороны, необходим отбор текстов, имеющих высокую литературную пробу. С другой стороны, не исключается появление в блоге «модных» произведений, литературные достоинства которых спорны, например какой-либо из повестей С. Минаева. Дискуссия о ликах современной литературы и «литературных проектах», в том числе «глянцевых»,

поможет ученикам делать свой читательский выбор и стать фактором формирования читательского самосознания.

Процесс стимулирования читательской активности в школьном блоге нуждается в серьезной психологической поддержке и постоянной работе педагогов по созданию читательских установок, чтобы читатели стали «авторами успеха» книги (Э.-Э. Шмит).

Практика организации школьного читательского блога дает основания для обобщений.

1. Школьный читательский блог представляется инновационной формой организации внеклассного чтения в ситуации открытого образования. Она соотносится с идеями педагогики «поддержки», личностно развивающего обучения.

2. Принципы организации школьного читательского блога:

- добровольность участия;
- наличие внутренней личностной мотивации присутствия в читательском блоге (потребность в познании, чтении, интерактивном общении, самовыражении);
- свобода и спонтанность вхождения в блог (внутреннее состояние, интерес, время);
- свобода самовыражения (проблема, содержание и объем высказывания, языковое оформление, подпись-маска, псевдоним);
- открытость коммуникативного читательского пространства (школьники, учителя, родители и другие посетители сайта).

3. Школьный читательский блог является пространством смыслопорождения, ценностно-смыслового самоопределения его участников, что обусловлено:

- активной диалоговой коммуникацией с Другими (автор, герои произведения, посетители сайта), автокоммуникацией;
- введением прочитанного в личностный контекст (смыслопонимание и смыслопорождение, рефлексия значимости прочитанного, личностный смысл);
- выражением оценочного отношения (эмоциональная оценка как проявление значащего переживания, рефлексивная оценка своих мыслей, чувств; онтологическая рефлексия; ценностный выбор);
- обогащением жизненного опыта, ценностных ориентаций.

4. В контексте синергетического подхода школьный читательский блог создает условия для самоорганизации сложных систем, коими являются читатели-школьники. Чтение в блоге, участие в обсуждении книг, общение являются собой нелинейную ситуацию. Добровольность участия, свобода выбора и самовыражения делают возможным самоуправление системы, ситуации бифуркации, обнаруживая эффективность малых резонансных воздействий на читателя.

5. Школьный читательский блог является фактором формирования читательского самосознания, а также самопознания, самовоспитания учащихся.

6. Процедура литературного образования в школьном читательском блоге становится интерактивной, стимулирующей, или пробуждающей. Учащиеся, педагоги, родители и другие посетители блога объединены в ситуации сотрудничества, учатся понимать литературу, себя и друг друга.

Литература

1. Абакумова, И. В. Обучение и смысл. Смыслообразование в учебном процессе / И. В. Абакумова. – Ростов-на-Дону : Изд-во Рост. гос. ун-та, 2003. – 356 с.

2. Князева, Е. Н. Научись учиться [Электронный ресурс] / Е. Н. Князева // Режим доступа: sins.chaos.ru/articles/articles_r008.html.

3. Колесникова, И. А. Педагогическая реальность в зеркале межпарадигмальной рефлексии / И. А. Колесникова. – СПб. : СПбГУПМ, 1999. – 144 с.

4. Лобок, А. М. Содержание образования: конфликт парадигм [Электронный ресурс] / А. М. Лобок // Первое сентября. – 2000. – № 45. – Режим доступа: upr.1september.ru/2000/no45.htm.

5. Пеннак, Д. Как роман : эссе / Д. Пеннак. – М. : Самокат, 2005. – 190 с.

6. Терентьева, Н. П. «Нужные книги» в представлении старшеклассников // Чтение детей и взрослых в изменяющемся мире. Семейное чтение : сб. ст. и учеб.-метод. материалов к междунар. конф. / СПб. акад. постдиплом. педагог. образования [и др.]. – СПб. : СПбАППО, 2008. – С. 23 – 27.

**Реализация гуманитарной литературы как культурная проблема:
опыт челябинского кнайп-клуба «book-вари»
(на примере проекта «Пять вечеров»)**

Мультикультурное пространство России всегда было и остается в наибольшей степени литературоцентричным. И пусть социологи приводят убедительные цифры падения читательской способности и читательского спроса на печатную продукцию, книга всегда будет маркером и индикатором принадлежности человека к думающему сообществу. Среди интеллектуалов любого города России, и, тем более города провинциального, давно и устойчиво ведутся разговоры о необходимости неформальной площадки, в пределах которой сочетались бы различные направления современной культуры, в том числе книжной, и каждый получал бы возможность найти свой интерес и собеседника для его обсуждения, да и просто отдохнуть в дружелюбной среде. Речь идет именно о неформальности и неформатности общения, так как отчасти такого рода времяпрепровождение предлагают многочисленные круглые столы, литературные гостиные, книжные и кино-клубы, организуемые на вузовских площадках во внеучебное время. Однако в том-то и дело, что в этом случае меняется регистр встречи, но не само место: вуз как корпоративное пространство так или иначе задает некоторые рамки общения (студент остается студентом, преподаватель – преподавателем), в том числе ограничивает выбор вариантов самовыражения. Думается, что эта ситуация вполне применима и к Челябинску.

Поэтому нет ничего удивительного, что витавшая в воздухе достаточно давно идея создания неформальной площадки для общения интеллектуального сообщества в какой-то момент получила реализацию в интересном проекте, получившем название «кнайп-клуб “book-вари”». Его открытие состоялось 23 августа 2007 г., а инициатором создания стала профессор, доктор филологических наук, заведующая кафедрой теории массовых коммуникаций Челябинского госуниверситета Марина Викторовна Загидуллина. Она пригласила в проект молодых ученых, в том числе и автора этой статьи; создалась небольшая группа инициативных людей, ко-

торые идею развили и реализовали. Отправной точкой стала идея создать книжный магазин, в котором была бы собрана коллекция гуманитарной литературы (философия, антропология, социология, культурология, феноменология, филология, современные художественные произведения), которая продавалась бы по доступным ценам. Для этого были налажены контакты с ведущими российскими издательствами («Новое литературное обозрение», «Ad-Marginem», «Нестор-История»), которые, заинтересовавшись проектом, предоставили уникальные условия для закупки книг. Так в Челябинске появилось единственное в городе место, где были представлены в розницу «толстые» литературные журналы и необычные авторские журнальные проекты («НЛО», «Неприкосновенный запас», «Теория моды» и т. д.).

Принципиальной также была мысль о том, что книги должны соседствовать с широким спектром интеллектуальных удовольствий: музыка, изобразительное искусство, перформансы, инсталляции. И, самое главное, все это можно было бы вывести за рамки угрюмой академичности: формат кафе расслабляет и позволяет неспешно насладиться книгой или фотографией. Еда изначально понималась нами как социокультурный феномен, некая составляющая каждодневного быта, и такой же каждодневной составляющей мыслилась книга. Собственно, от соединения кафе и книжного магазина и начала развиваться мысль авторов проекта. Само название должно было поддерживать эту мысль: «кнайп» – сленговое обозначение еды на юге России, «вари» – сам процесс приготовления, а «book» – книга.

Кроме того, кнайп-клуб мыслился нами и как интерактивная площадка: «book-вари» были задуманы как уникальное культурно-просветительское пространство для презентации устойчивых и новых явлений современной культуры, искусства и науки – каждый желающий мог обратиться в клуб для презентации своих интеллектуальных проектов. Планировались еженедельные встречи-дискуссии по различным проблемам современности (антропологический кризис и его реализация в современном искусстве, поэтика повседневности, литературная критика: перспективы развития), а также выставки современной живописи, фотографии, музыкальные вечера.

Значимыми для нас были и идеи вовлечения в содержательное чтение малочитающих представителей молодежи. Дело в том, что атмосфера

интеллектуального клуба, постоянные разговоры о литературных и шире – культурных явлениях, создают комфортную обстановку для людей, пришедших только «расслабиться». И постепенно случайные люди неизбежно отсекаются от происходящего в клубе. Мы надеялись создать обстановку мягкого, ненасильственного вовлечения в чтение, когда оно начинает рассматриваться как удовольствие, неотъемлемая часть интересного, одухотворенного общения.

Сразу скажем, что за два с лишним года своего активного существования, «book-вари» провели более 500 мероприятий. Например, просветительский проект «Кино-book-варь» – открытый семинар по истории мирового кинематографа, существующий в формате дискуссионного киноклуба, демонстрирующий классику кинематографа и артхаусное кино России и мира. В его создании помогли «book-варьям» талантливые люди, настоящие энтузиасты и любители кино – Анна Красавина (администратор Центра «Театр + Кино» им. А. С. Пушкина), Татьяна Гагарина и Валерия Палымова, кинокритик Арсений Крехов.

В сентябре 2007 г. открылась выставочная стена. В кнайпе прошла первая выставка художницы-мангаки Светы Чежиной «Бабочка, позволь мне снова увидеть тебя». А затем в кнайп-клубе отметились: художница Лампа, создающая открытки ручной работы, ломограф Саша Седельников, представивший выставку ломографии [how to disappear completely and never be found], Стас Пухов, создающий Trafaret Art, лидер группы «8000 slov» Рома Давыдов с выставкой «My personal space», художник Влад Зяблик с серией «Образы и чувства», фотограф Даша Демишева с работами «1101 1010».

После учреждения проекта «Муз-book-варь» в кнайпе прошли концерты множества челябинских и уральских команд, начинающих и опытных: «ЭсПи», «Малыш и Карлсон», «PR», «Английский клуб», «Фунт Лиша», «N-O-D», «8000 slov», «Ананасов», «Jazz Brassers», «Не Прислоняться!», «Полпорзии», «Музей», «Зеленый Шум», «Jack's», «Криптон», «Да Для Всех», «База Данных», «the Dead's», «Трамвай», «RJ-45», «Monstera», «Angels of the new short story» и другие. Они представили блюз, джаз, рок-н-ролл, фолк, панк, альтер, ритм-н-блюз, бард, арт-рок и др.

В «book-варьях» обосновались поэтические объединения Челябинска «Литосфера» и «Креатив 74», которые регулярно проводили в кнайпе

«Поэтические чтения». Именно благодаря «Литосфере» в клубе побывали поэты Дмитрий Кузьмин, Арсен Мирзаев, Дарья Суховой и др.

В марте 2008 г. кнайп-клуб «book-вари» пригласил в Челябинск издательство «Новое литературное обозрение», во главе с редактором «НЛО» Ириной Прохоровой и редактором журнала «Неприкосновенный запас» Ильей Калининым, и организовал для издательства встречи с челябинскими вузами (ЧГАКИ, ЧелГУ, ЮУрГУ). В кинотеатре им. А. С. Пушкина прошла встреча с критиком Ильей Кукулиным. В рамках визита в кнайпе выступили поэт Андрей Родионов и Линор Горалик – одна из первых авторов российского рунета.

Кроме того, «book-вари» предоставили свою площадку для буккроссинга – свободного обмена книгами, тем самым включившись в увлекательный мировой процесс «освобождения» книг. Естественно, нам пришлось выйти в Интернет, и на нашем сайте мы не только размещали анонсы предполагаемых мероприятий и отчеты о них, но и каталог книжной продукции и меню.

Не станем утверждать, что подобного опыта в создании книжных магазинов, соединенных с кафе, или интересных музыкальных клубов, в которых проводятся и различного рода перформансы, в России до нас не существовало. Были и есть интересные проекты, вроде московских «ПирОГИ» (ныне закрытого), «Dodo-space», книжного магазина «Фаланстер» на территории «Винзавода», или сети заведений «Еда и культура» в Нижнем Новгороде. Однако соединить в себе максимум возможных вариантов интеллектуального досуга и формировать новых читателей, способных квалифицированно обсуждать художественные произведения усложненной формы, прежде удавалось немногим.

Реализация гуманитарной литературы собрала воедино образ нашего заведения. Элементарная продажа не входила в планы, поэтому вокруг книжных полок появились мероприятия, представляющие книжные новинки и обеспечивающие некий игровой элемент в их присваивании покупателями. Это создавало настоящий ажиотаж, ситуацию взаимного вовлечения: в такой обстановке просто «потусоваться» и вкусить «хавчик» невозможно – неизбежно попадешь в аутсайдеры общения.

Один из первых проектов, который запустил этот процесс – «Пять вечеров». Его авторы – Александр Фокин, кандидат исторических наук,

креативный менеджер клуба, и Елена Селютина (автор статьи), кандидат филологических наук, арт-директор «кнайпа». Идея возникла на презентации открытия кнайп-клуба, когда учредитель «book-варей» М. В. Загидуллина представила сдвоенный номер журнала «Новое литературное обозрение», посвященный 1990-м гг., т. е. нашей совсем недавней истории¹. В журнале на эту тему высказывались разнородные авторы: Борис Дубин и Мариэтта Чудакова, Линор Горалик и Андрей Сен-Сеньков, и многие другие. Поэтому сам вечер был обозначен как «1990-е: опыт недавней истории» и приглашенным предлагалось вспомнить, чем были для них эти годы. В нашей встрече тогда приняли участие историки профессор И. В. Нарский, профессор И. В. Сибиряков (ЮУрГУ), филологи профессор Л. А. Месеняшина, профессор И. А. Фатеева (ЧелГУ) и др., доценты и преподаватели вузов Челябинска, студенты и журналисты. В результате встречи был реализован тираж журнала «НЛО», приобретенный «book-варями».

Успех этого мероприятия решено было закрепить серией вечеров-дискуссий, представляющих различные книжные новинки, стоящие на полках магазина. И в августе-сентябре в клубе прошли дискуссии «Гарри Поттер как зеркало интеллектуальных сомнений» (представлялись новинки детской литературы, в частности, сказка Л. Горалик «Мартин не плачет»); «Гламурная критика: аналитический прогноз или коммерческий анонс?» (были презентованы первые номера научного журнала «Теория моды»); «Три корочки хлеба: еда в повседневности и исторический процесс» (трехтомник М. В. Загидуллиной «Рацион: Национальная идея», «Рацион: Пища духовная как телесная», «Рацион: Служение», а также серия книг издательства НЛО «Поэтика повседневности»); «Интернет в культуре, культура в Интернете» (книга С. Кузнецова «Ощупывая слона: Заметки по истории русского Интернета»).

Спектр проблем, обсуждавшихся на этих встречах, был очень широк: детская литература на современном этапе, феномен Гарри Поттера в контексте современного литературного процесса, различные оценки влияния книг Дж. Роулинг на детей и взрослых. В ходе острых дебатов затрагивались также такие вопросы: есть ли будущее у критической, аналитической статьи как жанра; как влияет коммерциализация книжной культу-

¹ Новое литературное обозрение. – 2007. – № 83, 84.

ры на анонсы книг в глянцевах журналах (как выстроены анонсы, стиль, кто их читатель); что такое маркетинг культуры как явление современной жизни? Другие темы вечеров-дискуссий – еда и ее культурологическое освещение (культ еды в различные эпохи; «пища имперская» – «еда советская»: изменение системы ценностей; высокая кухня; ресторанное дело); оцифровка искусства: приобретения и утраты; роль профессиональной искусствоведческой критики и мода на высказывание в Интернете; состояние традиционных источников информации об искусстве (журналы); сетевое искусство (сетература).

Не будем утверждать, что все наши мероприятия были коммерчески успешными, а также всегда привлекали огромное количество людей. Через некоторое время после открытия мы могли наблюдать распределение персон по интересам: кто-то посещал только кино-вечера, кто-то – концерты или выставки, а кого-то привлекали только модные книги и авторы. Эти люди пришли и стали полноценными участниками культурного процесса, умножая число лиц, для которых жизнь без книги скучна и бесцветна. Они приводили своих знакомых; относясь к кнайпу первоначально как к интересной и, возможно, престижной площадке времяпровождения, поневоле втягивались в полноценную читательскую жизнь.

Самым сложными в финансовом отношении оказались для нас именно пятничные вечера-дискуссии, и во многом именно поэтому мы должны были вскоре опять начать поиск новых форм для привлечения читателя и зрителя. Однако наш опыт показал, что такого рода заведения способны хотя бы отчасти утолить голод по интеллектуальным развлечениям, а концептуальный подход к созданию книжного магазина – оправданная политика для многих издательств. Пусть это не принесет немедленной коммерческой выгоды, зато позволит ассоциировать книготорговое заведение с территорией культуры, местом проведения осмысленного досуга, удивительных открытий и интересных встреч. Возможно, именно это поможет создать нацию читателей.

Существует ли детская читательская мода?

Мода как таковая в детской среде – явление объективное или искусственно привносимое?

Безусловно, дети подражают модным явлениям взрослого общества, потому что значительную часть детства познают и осваивают мир, пользуясь методом подражания. Эти подражания моде («игра в модниц») носят утрированно-гротескный характер, так как ребенку не хватает знаний, опыта, вкуса, чувства меры. Соответственно, и для выработки собственных модных течений у детей нет реальных возможностей – слишком мало средств и ресурсов (в первую очередь, материальных), недостаточный информационный потенциал.

Нечто сходное с явлениями моды в детской среде проглядывает наиболее отчетливо в игровой деятельности детей – наиболее обширной и значительной сфере «самости» ребенка в достаточно широких возрастных границах периода детства и отрочества. Здесь прочитывается мода на определенные виды и формы игровой практики, те или иные игровые аксессуары – достаточно вспомнить «резиночки», «кепсы», куклы Барби и т. д.

Однозначно назвать это модой, конечно, нельзя. Здесь явно отсутствуют многие из ключевых признаков моды. Нет концептуальности (в данном случае это сознательное содержательное наполнение своего следования «определенным культурным образцам»), приглушены демонстративность и ожидание социальных дивидендов – хотя определенная стратификация внутри детского сообщества по признаку обладания-необладания культовыми игровыми аксессуарами, пусть не системно, а в мягких, часто карикатурных формах, выражена уже на уровне детского сада.

Из признаков моды наиболее явно здесь обозначается признак массовой распространенности (педагоги и воспитатели не случайно сравнивают распространение детских игр с «волнами» или «эпидемиями») и признак закреплённости во времени, определенная стандартизированность поведения. Причем признак «времени» проявляется в этом случае двояко. Есть игры и игровые атрибуты, которые характерны для определенных исторических эпох (игры в космонавтов в 1960–70-е гг., например), и другие – те, что характерны для определенных возрастных ступеней детства

(«домик», «дочки-матери» – 5–8 лет; поисковые строительные игры – 9–10 лет; соревновательные игры – 10–12 лет и т. д.). В этом смысле то, что происходит в детском сообществе, в какой-то степени согласуется с одним из определений моды, данным в словарях: мода есть периодическая смена “образцов”, где сама “периодичность”, а именно потребности ребенка на каждой возрастной ступени диктуют и характер “образцов”. Это отчетливо проявляется и в читательском поведении детей.

Например, выбор жанровых «образцов» на каждой возрастной ступени прямо связан с особенностями психофизиологического развития детей на соответствующих этапах детства. Так, фольклорная и литературная сказка в дошкольном и младшем школьном возрасте доминируют в читательских тяготениях ребенка потому, что фантазия, воображение на этой ступени детства являются самыми сильными способностями детской природы, и сказка наилучшим образом эти способности питает и развивает. С другой стороны, сказка с ее четкой, незыблемо устойчивой системой этических координат помогает ребенку в формировании первых ориентиров жизнеустройства в человеческом мире, что для него на этой ступени развития особенно важно.

В отроческом возрасте настает черед запойного чтения детектива. Это происходит потому, что на данной ступени онтогенеза одно из главных новообразований – пробуждение способностей аналитического мышления, для которого детектив, построенный на логических цепочках и требующий от читателя сосредоточенного внимания и наблюдательности, является подлинным витамином роста. К тому же действенной натуре отроков импонирует интерактивная природа жанра – ведь детектив предполагает активное соучастие читателя, которому предоставляется возможность ведения альтернативного расследования (от читателя ничто не скрыто; то, что видит герой-детектив, видит и читатель, важно правильно расставить факты и наблюдения).

В старшем подростковом возрасте наступает черед литературы с философской компонентой, ибо ведущим видом деятельности на этом возрастном этапе становится ценностно-ориентационная деятельность. С этим, в частности, связана стойкая популярность в подростково-юношеской среде (причем не в одном поколении) книг Д. Р. Толкиена, П. Коэльо.

Можно с уверенностью утверждать, что широкое распространение в детской читательской аудитории получают те книги, которые в наибольшей степени соответствуют потребностям роста и развития ребенка на данной возрастной ступени. Существует, например, феномен «Волшебника Изумрудного города» – книги, которая сохраняет лидерство в читательском репертуаре детей 5–8 лет на протяжении уже многих десятилетий, о чем свидетельствуют опросы взрослых по поводу их чтения в юном возрасте и мониторинги соответствующей аудитории. Столь устойчивое место этой книги в детском чтении связано с тем, что в сказке совершенно точно угадана типичная проблема детства на этом этапе – незнание себя и, соответственно, неверие в себя. Книга объективно становится для ребенка ресурсом преодоления, разрешения этой проблемной ситуации, выполняя психо-корректирующую роль. При этом коррекция происходит в максимально адаптивном для ребенка режиме – через эмпатическое присвоение опыта любившихся литературных героев, «проживание» вместе с ними всех ступеней становления устойчивого образа «Я».

Сходными мотивами можно объяснить и феномен успеха всемирно-знаменитого «Гарри Поттера» Дж. Роулинг.

В связи с этим циклом книг много говорилось о роли грамотной рекламной «раскрутки» этого издательского проекта. Безусловно, этот фактор сыграл здесь немалую роль – и потому, что сама рекламная компания проводилась с невиданной масштабностью, ярко и изобретательно, и потому, что дети – особенно внушаемая аудитория, манипулятивная по своей природе. Однако объяснить всемирный успех «Гарри Поттера» только действием рекламных технологий было бы слишком просто и глубоко неверно. Тем более, что первочитатели и фанаты «Гарри Поттера» стали уже студентами, а книга продолжает успешную жизнь в отроческо-подростковой среде; популярность ее сегодня уже не такая ажиотажная, но достаточно устойчивая.

Дж. Роулинг, может быть, не относится к писателям большого художественного дарования, но одно ее достоинство несомненно – дар понимания ребенка-подростка, удивительное чутье, с которым Роулинг угадывает жажды и тревоги современного подростка. Книга точно рассчитана на отроческо-подростковый возраст и отражает все насущные подростковые состояния: разлад со взрослыми, рождающий ощущение незащищенности.

сти, сиротства и одновременно – страстная потребность в поддержке, признании, преданности взрослого друга; обретение своей сверстнической общности, объединенной особым языком, ритуалами, местом (штабом); стремление быть «как все» и, одновременно, страстное желание удостовериться в собственной уникальности. В поттеровском цикле замечательно отразилось наше общее сегодняшнее ощущение социальной беспомощности (наиболее остро проявляющееся опять-таки у подростков), из которого рождается страстная потребность обретения защиты, надежды на некое начало, гармонизирующее зыбкую, нервно-пульсирующую реальность; если взрослые бросаются в мистику, оккультизм, уфологию, как же детям не уверовать в волшебство!

Роулинг передала это живущее в массе ощущение страха – размытое, неуловимое и оттого особенно жуткое («тот, кого нельзя называть»), связанное, быть может, со все более осознаваемой бесконечностью мироздания, его неисчерпаемой сложностью. Вместе с тем, сознательно или бессознательно, Роулинг выразила и тайное желание людей, уставших от груза все более усложняющихся ответственностей, вручить себя, свою судьбу, свой мир попечительству неких высших сил, могущественных существ, магов (в противовес нам, «простецам» и «маглам»).

Безусловно, подросткам импонирует и тот жанровый коктейль, который «взбила» для них писательница: здесь элементы фольклорной и литературной сказки, детектива, приключенческого романа, романа воспитания, триллера и, разумеется, фэнтези. Все это, конечно, обеспечило этому литературному циклу массовость читательской аудитории.

История с «Гарри Поттером» подтверждает то, что отрочество – наиболее благоприятный возрастной этап для формирования восприимчивости к модным тенденциям (в раскрутке издания, несомненно, использовались механизмы и технологии формирования моды).

Стремительно меняющиеся внешне, внутренне и оттого подверженные многим страхам и комплексам, подростки особенно тоскуют по защищенности, «чувству спины». Поэтому они сбиваются в стаи и сообщества, дающие им блаженное ощущение покоя. Свои сверстнические объединения подростки скрепляют и орнаментируют элементами субкультурной моды – в одежде, аксессуарах, музыкальных предпочтениях, особой сленговой языковой стихии «посвященных» и т. д. Именно страх утратить

«чувство локтя» делает их особенно зависимыми от сверстнической общности и, в силу этого, очень внушаемыми.

Тот же, в сущности, механизм лежит в основе интереса многих людей (уже взрослых детей и часто вполне литературно образованных) к явлениям массовой культуры. Критик Л. Карахан еще в 1990-е годы писал: «Массовая культура – уникальная возможность пережить причастность, единение с данной человеческой общностью, свою защищенность внутри этой общности» (5, с. 5). При этом качество художественного продукта не имеет существенного значения, главное, чтобы был эффект «узнавания» и приятное чувство избывания проблем, казавшихся непреодолимыми.

В этой связи обратим внимание на феноменальный успех детективов Д. Донцовой, в том числе и у детского читателя. Очевидно, что эта литературная продукция вообще не предназначалась для детской аудитории, но дети в возрастном диапазоне от 11 лет и старше «самозахватом» укоренили ее в своем круге чтения. Почему, ведь в детском фонде сегодня полным-полно специальных детских детективов? Наверное потому, что современный ребенок не локализован в своей детской; тревоги и проблемы большого мира слишком явно и отчетливо привносятся в его мир и сознание. Соответственно, дети стремятся «прощупать» пространство взрослого общества, чтобы соизмерить возможные опасности для себя и своих близких, убедиться, что есть способы защиты.

Детективы Д. Донцовой дают широкую, мозаичную панораму современной российской жизни: от бомжей до олигархов, от милиции до криминалитета всех мастей – все это изображается поверхностно, в стиле «желтой» прессы. При этом ироничный тон повествования амортизирует и гасит негатив содержания, делая его «нестрашным». А образ сыщика-дилетанта (чаще всего, сыщицы) – не просто дилетанта, обладающего природными способностями логического мышления, а запредельного дилетанта, у которого из всех ресурсов есть только неумная энергия и неистребимое любопытство (что, несомненно, созвучно характеру отрока и подростка), дает читателю надежду на возможность благополучного прохода сквозь все рифы нашей пестрой и неустроенной социальной жизни. В этом смысле книги Д. Донцовой при всей их видимой художественной клишированности и облегченности выполняют свою терапевтическую функцию и для читателей-детей.

Однако является ли массовая популярность детективов Д. Донцовой проявлением читательской моды? Скорее нет, чем да. Здесь не столько «следование за лидерами чтения», «значимой референтной группой» (1), сколько примыкание к массе тех, кто демонстрирует тип адаптации «сокративших потребности», в частности, в культурном потреблении. Инстинктивное понимание этого присутствует: характерно, что приязню к этому литературному ресурсу не козыряют, «демонстративности» тут определено нет. Однако налицо «стандартизированное массовое поведение читателей» (1); если это и мода, то некая «серая» мода, играющая не на повышение, а на понижение качества чтения.

Обратим внимание на то, что в наше время модные тенденции сменяются гораздо быстрее, чем раньше (об «эпохах» уже нет речи, продержаться бы сезон!). Более быстрому устареванию нововведений способствует невиданно ускорившийся темп информационного обмена и, соответственно, «уплотнение событийного времени» (7). Это явление образно охарактеризовала Е. В. Петрухина: «Время больше не течет – оно извергается» (7). Безусловно, это оказывает влияние на литературный процесс. Как отметил А. Битов, «наш высокопроизводительный век оказывает сопротивление производительности индивидуального художника» (2, с. 225). Мастерство все более уступает место художественности с ее «высоким авторским чувством, таинственно уложенным в книгу и воскресающим в душе читающего» (Там же). Литературный процесс коммерческим книгоизданием поставлен на поток – от него тоже требуют «высокопроизводительности». И вот на место массовой литературы прежних лет, в которой можно было встретить и наивность, и милое простодушие, и искреннее чувство, приходят ПИПы – персонифицированные издательские продукты. Пришли они и в детскую литературу.

Простой анализ читательских формуляров детей и подростков позволяет увидеть читательскую замкнутость в рамках определенных книжных серий: «Детский детектив», «Страшилки», «Волшебные миры», «Зазеркалье» «Любимые книги девочек» и др. Повальное увлечение ими – есть ли это следование моде? Скорее, это сформированная зависимость.

Современное книгоиздание, основанное преимущественно на коммерческой парадигме, точно отслеживает, какие компоненты повествования, что именно доставляет удовольствие представителям каждой чита-

тельской группы, и, отследив, организует массовое поточное производство соответствующего литературного продукта, в котором запрограммированы определенные читательские ожидания. В результате читатель надолго становится пленником отработанных эмоциональных реакций. ПИПы рассчитаны уже не столько на индивидуальное, сколько на обобщенно коллективное восприятие, некие предсказуемые групповые реакции.

Таким образом, о моде на определенные литературные тексты в детско-подростковой среде можно говорить с известной долей условности. Формирование читательской моды здесь затрудняется и таким объективным фактором, как несовершенство техники чтения, незнание его основных стратегий, что неизбежно отнимает у чтения изрядную долю привлекательности и удовольствия. Ограниченность чтения в этот период жизни определенными нормативами (обязательное школьное программное чтение) и вовсе отторгает от активной читательской деятельности.

Здесь следует вспомнить о том, что понятие «читательская мода» имеет и расширительное толкование, включая моду на определенные форматы чтения, те или иные институты книжного дела и, наконец, собственно на чтение как вид досуговой деятельности. Именно в этой позиции в настоящее время мы имеем основную проблемную зону. Общемировые кризисные тенденции в сфере взрослого и детского чтения, которые пока не идут на спад, а, напротив, захватывают все новые и новые социально-демографические группы, в конечном итоге, создают угрозу перевода чтения в тот его формат, который уже не будет ресурсом духовного развития личности и общества.

О моде на чтение, как о сколько-нибудь массовом явлении среди детей и подростков, мы сегодня говорить явно не можем. Все социологические исследования регионального и общероссийского уровней последних лет показывают, что большинство юных респондентов соглашались с тем, что чтение не занимает существенного места в их жизни.

Чтение сохраняет свои позиции как необходимый инструментальный учебной деятельности (в этом качестве воспринимаемая зачастую как «неизбежное зло»). Продолжает существовать чтение в жизни детей и как ресурс релаксации, развлечения, отдыха. В этом случае востребован несложный для восприятия литературный материал («легкий», «без занудства», «без описаний» и т. д.) и определенные модели чтения («без напряжения»,

«чтобы не париться», «читать по касательной»). Как видим, и здесь обнаруживает себя явление «моды наоборот», посыл которой – не выделиться, а, напротив, слиться с вязко-бесформенной массой «сокративших потребности». Такая ситуация и ее разрастание заставляют думать о реанимировании хотя бы самых простых мотиваций свободного чтения.

В то же время в детско-подростковом сообществе сохраняется пока сегмент активных читателей, пусть и небольшой (по данным исследований, примерно на уровне 8–10 %). В библиотеках таких читателей сегодня уже причисляют к «элитарным», хотя признаки элитарности здесь заведомо снижены: просто стабильно читающий ребенок, к тому же получающий удовольствие от чтения, уже рассматривается как элитарный читатель. Для нас в данном случае важно, что такие читатели не только читают, но оказываются способными осмысливать роль чтения в своей жизни и человеческой жизни вообще. В чем видятся им главные возможности чтения?²

Читатель детско-подросткового возраста видит обогащающее действие книги и в том, что у каждого автора свой взгляд на окружающий мир, можно прикоснуться к внутреннему миру самого автора. У него появляется возможность на какое-то время отказаться от своего «Я» стать участником других событий, окунуться в другую жизнь, другие переживания и отношения. Подросток ощущает особую притягательность книги, когда описанные в ней проблемы «одновременно мои и не мои». Возможность видеть мир в разных ракурсах обогащает мировосприятие, делая его более богатым и гибким. Кроме удовольствия узнавания себя («похоже на меня», «у меня также было»), подросток обретает новое удовольствие – узнавание другого («я никогда так не думал», «я раньше этого не замечал»). Через «подключение» к миру другого человека, присвоение его индивидуального духовного опыта происходит катализация личностного роста, рывок в «зону ближайшего развития».

Дети и подростки, знакомые с читательскими удовольствиями такого уровня, уже вполне понимают разницу между простым потреблением информации и чтением как духовносозидательным актом: «...люди, бесконтрольно получающие информацию, опустошают себя духовно. О чем ни спроси, все расскажут, а глаза – пустые, несчастные», – так сформули-

² Здесь и далее использованы материалы общегородского конкурса «Читать модно!»

рвала эту мысль 16-летняя респондентка. Осознается юными элитарными читателями и общественная значимость чтения: «Через книги передается мудрость человечества, накопленная веками, опыт от одного поколения другому», «...я считаю, что если люди перестанут читать, то рано или поздно мы можем превратиться в роботов без чувств, мыслей и собственного мнения». Характерно, что подростки апеллируют именно к высшим функциям чтения.

Сегодня много говорят и пишут о распространяющейся в обществе тенденции «десакрализации книги». Для взрослого общества это, скорее всего, так. Но дети – иное дело. Дети воспринимают книгу и чтение по-прежнему как чудо – просто в силу первоначальности их открытия для себя. И какое-то время это является естественным препятствием для «стандартизации ожиданий и реакций»; далее же дети зависимы от импульсов поддержки извне в своих взаимоотношениях с книгой. Увы, такой поддерживающий детское чтение «планктон» в современном обществе стремительно сокращается. Особенно если говорить не просто о включенности детей в чтение (это обеспечивается всеобщностью школьного образования), а о развертывании высших смыслов и ресурсов чтения.

Безусловно, здесь ведущая и незаменимая роль принадлежит семье. Состояние стартового для ребенка духовно-интеллектуального капитала среднестатистической российской семьи сегодня достаточно проблемно. Домашнее книжное окружение ребенка, как правило, ущербно и количественно, и качественно, а его эксплуатация в семейной практике столь невыразительна, что не оказывает сколько-нибудь заметного влияния на читательское развитие юного человека. Ребенок достаточно длительное время познает и осваивает мир через подражание, поэтому явления читательской и вообще культурной моды взрослых членов семьи воспринимаются и воспроизводятся им в его собственной культурной практике.

Книга явно не играет заметной роли в большинстве российских семей. Многие дети при опросах уверенно заявляют себя в качестве семейных «лидеров чтения» на том основании, что они «хотя бы по школе» читают: «взрослые читают меньше нас». Сегодня стремительно множится количество семей, в которых жизнь и быт тотально виртуализированы. В крайних формах дети в таких семьях становятся некими медиа-Маугли, которые зачарованно и оцепенело сидят у телевизоров, включенных на

каналах СТС и ТНТ, либо поглощают как детское питание, DVD с мультсериалами, в то время как взрослые смотрят свои сериалы или блуждают по просторам Сети. Засилье «образных коммуникаций» в семейном пространстве еще более разобщает его. В. Б. Марков в статье, посвященной роли книги и чтения в современной цивилизации, отмечает: «Привязывая людей к экрану, фиксируя их тела, современные медиа дробят общественного субъекта на атомы» (6, с. 25).

Формировать моду на чтение в такой ситуации непросто. Собственно, вряд ли удастся что-то серьезно изменить, если не трансформируются векторы ценностного пространства общества. Пока в нем превалирует идеология успеха, воплощенного в максимальном расширении «потребительской корзины» индивида, трудно надеяться на активное движение людей в сторону «отказа от мыслимых удовольствий в пользу немислимых» (Ф. Искандер).

С. Л. Соловейчик еще в конце 1980-х г. предупреждал о тех ловушках, которые ждут семью, заряженную преимущественно на материальный успех: «Обычно заботы по достижению достатка вытесняют заботы духовного рода. Но родителям духовность заменяет их энергия, их успех, их стремление к успеху. На долю же их детей не остается ничего – ни духа, ни энергии, ни собственного успеха и они погибают душой» (9, с. 125). Социальные стандарты жизни большинства россиян еще находятся на столь среднем уровне, что вопрос о «качестве жизни» (в западной трактовке этого понятия) всерьез не возникает, во всяком случае, на массовом уровне. Множество взрослых требуют именно «комфортного чтения», так как для них оно продолжение и выражение ценности комфортной жизни как таковой.

Во властных эшелонах, ориентированных сугубо прагматично, нет глубинного, прочного сознания ценности ресурса культуры для развития общества. Как справедливо отметили в своей программной статье-манифесте Д. Дондурей и К. Серебренников, «у правительства сегодня нет никаких культурных обязательств перед страной» (4, с. 13). И это приводит к неизбежному культурному одичанию, которое отражается и в читательских притязаниях граждан. Как не вспомнить здесь едкую «несвоевременную мысль» А. М. Горького, которая сейчас звучит, увы, весьма своевременно: «Необходимо, чтобы дети хорошо знали забавнейшую ис-

торию о том, как идиотизм людей, которые заботятся навеки утвердить свое личное благополучие, затруднял развитие общечеловеческой культуры, задерживал и личное культурное развитие командующих идиотов» (3, с. 97).

Между тем в «продвинутой» части общества укореняется убеждение, что развитию «по модели культуры» не может быть разумной альтернативы; не ожидая соответствующих реформ «сверху», все более развивается движение «снизу», возглавляемое энтузиастами и подвижниками культурных институций общества. Использует это движение и инструментарий моды – полезность его в данной ситуации понимается даже детьми: «Чтение – это модно? Да пусть будет модно, было бы здорово, если бы эта мода задержалась надолго», «Хорошо, если будет модно быть образованным и начитанным, ведь именно образованные люди – будущее России». В то же время подростки осознают хрупкость и непрочность этого основания читательского развития: «мода изменчива», – замечает 13-летняя респондентка. Гораздо надежнее, когда есть подлинный интерес к чтению: «Человек, который любит читать, будет читать всегда, просто потому, что ему это ПРАВИТСЯ». Однако чтобы у ребенка состоялось это «нравится», нужно, чтобы взрослые члены семьи были читающими: «Когда ты видишь, как читают твои родители каждый день, сам невольно тянешься к книгам, задавая вопрос: неужели так интересно?». Еще нужно, чтобы «дома было много книжек» и чтобы и родители, и дети знали дорогу в библиотеку, где «много полок с разными книгами». При счастливом стечении всех перечисленных обстоятельств может состояться это чудо – читающий ребенок, который делится с миром своей великой радостью: «Как я рада, что я умею читать, что я полюбил читать!»

Такой ребенок становится естественным культуртрегером чтения, ибо не способен держать это чудо в себе: «Я просто хочу пробудить в вас охоту к чтению, может, не такую, как у меня, но чтобы вы брали книгу хоть два раза в месяц! Жизнь прекрасна, нужно только открыть глаза и начать читать!». Этим оптимистичным гимном книге и чтению 12-летней читательницы мы и завершим свои не очень веселые размышления о детской читательской моде.

Прав А. М. Горький: «...земля принадлежит детям, всегда детям! Мы, усталые, умираем, они горят на нашем месте, как новые яркие огни –

пламя творчества не гаснет благодаря им, и я бы сказал, что только дети – бессмертны!» (3, с. 65). Стоит ради этого побороться со своей взрослой леностью, инертностью, духовной вялостью, осознавая великую социальную ответственность за настоящее, подлинно человеческое качество жизни будущих поколений.

Литература

1. Аскарлова, В. Я. Возможности искусствоведческого, социологического, культурологического и иных подходов к исследованию читательской и литературной моды / В. Я. Аскарлова // Вестник Челяб. гос. акад. культуры и искусств. – Челябинск, 2009. – № 3 (19). – С. 105–119.
2. Битов, А. Пятое измерение : на границе времени и пространства / А. Битов. – М. : Независимая газ., 2002. – 544 с.
3. Горький, А. М. О детской литературе, детском и юношеском чтении : избранное / А. М. Горький / сост. Н. Б. Медведева. – М. : Дет. лит., 1989. – 224 с.
4. Дондурей, Д. Б. В поисках сложного человека / Д. Б. Дондурей, К. С. Серебрянников // Рос. газ. – 2009. – 7 окт. – С. 13.
5. Карахан, Л. Почему? / Л. Карахан // Искусство кино. – 1990. – № 6. – С. 4–6.
6. Марков, В. Б. Книга и чтение в процессе цивилизации / В. Б. Марков // Чтение как система трансляции духовного и культурного опыта / Рос. нац. б-ка. – СПб. : РНБ, 2009. – С. 22–32.
7. Петрухина, Е. В. Русская языковая картина мира и православное сознание / Е. В. Петрухина [Электронный ресурс] // Слово : православный образовательный портал. – Режим доступа: www.portal-slovo.ru/rus/philology/Russian/585/116771. – (25.03.2008), свободный. – Загл. с экрана. – яз. рус.
8. Соколов, А. В. Миссии и мутации библиотек / А. В. Соколов // Библиотечное дело. – 2009. – № 14. – С. 2–10.
9. Соловейчик, С. Л. Педагогика для всех / С. Л. Соловейчик. – М. : Дет. лит., 1987. – 366 с.
10. Черняк, М. Я. «Писатель пописывает, читатель почитывает» : к вопросу о роли чтения в современном обществе / М. Я. Черняк // Чтение как система трансляции духовного и культурного опыта / Рос. нац. б-ка. – СПб. : РНБ, 2009. – С. 33–43.

Фактор моды в жанровых предпочтениях детских авторов рубежа веков

В детско-подростковой литературе конца XX – начала XXI вв. очевидна популярность отдельных жанров; в предпочтениях авторами определенных художественных форм можно усмотреть воздействие модных тенденций. Общеизвестно, что мода способна подчинять себе различные ценности, и потому в разные периоды модными предстают авторы, роды литературы, литературные течения, стили, жанры (формы), приемы, герои. Как социальный регулятор, мода способна определять поведение читателей и отчасти влиять на их потребности. Но ей подвержены и писатели. Их интерес к конкретным литературным жанрам детерминирован целым комплексом общественных, коммуникативных, интеллектуальных, духовных, творческих, даже экономических факторов. Чтение – процесс интеллектуально-духовной коммуникации, своеобразное творческое общение автора и читателя. Книга предполагает обоюдный интерес читателя и писателя, на который подчас накладывается и фактор моды. В выборе современными авторами художественных жанров и в их бытовании в литературном пространстве наблюдается конъюнктурность – стремление адекватно отреагировать на читательские потребности и веления времени. В сложном процессе взаимодействия автора и читателя, включающем и неоднозначное посредничество издательства, значим запрос читателя на определенный жанр, воспринимаемый как актуальный, свежий, оригинальный, престижный (может быть, модный). Читатели собственным выбором влияют на процессы создания тех или иных литературных форм, по своему воздействуя на творцов и косвенно участвуя в создании книг привлекательных жанров.

Так, автор может целенаправленно формировать интерес к той или иной жанровой форме и даже навязывать ее читателю – опосредованно, через PR-технологии. Он может предложить читателю жанр абсолютно новаторский, «заразить» им читателя и вызвать подражание и даже эпигонство коллег по перу. Писатель может с помощью современных коммуникационных технологий создать ажиотаж вокруг конкретного произве-

дения определенного жанра и сделать его престижным для чтения и обсуждения, иногда даже провоцируя культурную «эпидемию» (например, в Европе – по поводу издания очередного тома романа «Гарри Поттер» Д. Роулинг). При этом по-настоящему культовых жанров и книг в отечественной детско-подростковой литературе, сопоставимых с книгами английской писательницы, нет; не имеется и писателя-кумира, подобного Д. Роулинг.

Состояние современной детско-подростковой литературы оценивается как неоднозначное. Ее жанровый состав и узость жанрового репертуара в чтении ребят многим специалистам внушает тревогу. Приверженцы традиционалистского подхода огорчены исчезновением классических форм, вроде психологической повести, пугают экспансией жанров, аттестуемых как легковесные, и преобладанием заместителей «серьезных» жанров – любовной повести для девочек, детектива, фэнтези, мистики, пародийного триллера, боевика, а то и просто литературных поделок, «пустячков». В 1990–2000-е гг. произошла активизация жанров, прежде пребывавших на периферии писательских интересов. Поначалу процесс смены литературных жанров подвигался эскалацией явлений западной культуры и бытующих там литературных форм, а также тенденцией к подражанию популярным образчикам отечественной литературы для взрослых.

Дискутированию подвергается и состояние текущей книгоиздательской политики с ее установкой на коммерческий успех. По мнению критиков Н. Ивановой, М. Швыдкого, писателя В. Ерофеева, путь книги к читателю ныне – довольно строго упорядоченный и коммерчески управляемый (без элементов стихийности) процесс. Продвижение книги той или иной литературной формы предстает как реализация продуманного бизнес-плана: создание книг в самом широком жанровом диапазоне выступает как коммерчески выгодный издательский проект (КИП). Читатель в этом процессе воспринимается исключительно в экономическом формате – как потребитель, коль книга является предметом коммерческой деятельности, источником извлечения прибыли. Потому связанная с модой популярность того или иного жанра, обусловленная внедрением проекта в читательский обиход, подчиняется экономическим механизмам. В условиях необходимости выживать в рыночных обстоятельствах писатели и читате-

ли вовлечены в режим бытования быстро и эффективно окупаемых книжных проектов, нередко массового типа.

Характерно, что модными чаще всего становятся массовые жанры. Элитарная литература реже подвергается модным влияниям – кроме случаев, когда престижные для чтения книги и жанры воспринимаются как малодоступные и потому особенно притягательные. Однако все же изысканные элитарные формы – удел читателей с высокоинтеллектуальными и духовными запросами (романы Д. Джойса, Х. Л. Борхеса, японская поэзия).

Массовизация в литературе предопределена массовизацией многих социальных, в том числе культурных, процессов. На состав предпочитаемых современными детско-подростковыми авторами жанров заметное влияние оказывает массовая литература для взрослых с ее специфическим комплексом жанровых форм. Ее содержательную поверхностность, художественную невзыскательность, стандартизированность и однородность жанров унаследовала и детско-подростковая книга. Именно массовые варианты литературных жанров чаще всего выступают в качестве КИПов. Они активно включены в процесс распространения – продвижения на рынок (а в итоге и в модный процесс) с применением массовой рекламы, заказного рецензирования и пр. Присущая им определенная заданность сюжетов, образов, стиля ведет к избитости, даже исчерпанности формы – какой, например, предстает любовная проза для девочек, детективная повесть.

Избирательность набора массовых жанровых форм определяется и облегченностью, скромностью читательских запросов. Нетребовательность, невзыскательность вкуса и привычка к облегченному чтению многих современных детей провоцирует появление и бытование адекватных «легких», массовых жанров – как следование сиюминутным запросам. Тяготение нынешних юных читателей к однотипному набору жанров объясняется некоторой стандартизацией их сознания, вкусов, потребностей (компьютерные игры, чат, мульт- и кино-проекты, блокбастеры). При этом успех произведения у широкой читательской аудитории, его массовое признание не связаны с достоинствами текста: все же массовое не случайно является синонимом низкопробности, клишированности, подтверждением чему служит повесть о любви для девочек.

В современном литературном пространстве наблюдается естественная дифференциация и специализация популярных, привлекательных (модных) жанров в соответствии со спецификой их читательской аудитории. Вокруг определенных жанров группируются их ценители. Эта дифференциация читательской аудитории на группы по интересам с определенными книжными предпочтениями может сознательно, целенаправленно стимулироваться и успешно осуществляться в целях реализации адресных издательских проектов и провоцирования последующего пристрастия.

Так, издательства и прозаики уловили усиление гендерных различий в читательских приоритетах, гендерную дифференциацию и ответили на этот вызов актуализацией специально адресованной девочкам литературы. Любовная повесть для юных читательниц уходит корнями в нравоучительную прозу викторианской Англии. Актуализация данного жанра произошла в пору сокращения в литературном пространстве и, соответственно, в читательском репертуаре подростков талантливых, глубоких произведений психологического характера. При этом ряд авторитетных прозаиков, прочно укрепившихся прежде в школьной прозе, переместился в пространство любовной повести для юных барышень (Л. Матвеева, Р. Коваленко). Фабула в любовной прозе для девочек обычно строится по стандартной схеме, в которой центральной является любовная коллизия, соперничество, неразделенное чувство, разочарование, страдания. А кульминацией является чудо преображения невзрачной и неуверенной в себе девочки в обаятельную и сильную личность.

Далеко не случайным представляется приход на рубеже XX-XXI вв. в литературу, ориентированную на разные возрастные группы, авторов-женщин. Как известно, женщина – активный участник модного процесса. Писатели-женщины в конце XX в. буквально оккупировали традиционно «мужские» жанры, например детектив. А в детско-подростковой прозе они прочно закрепили за собой сказку и особенно жанр любовной повести. Писательницы активно продуцируют подобные формы (сестры Воробей); в качестве распространителей также выступают дамы – продавцы, библиотекари, а потребителями преимущественно являются читательницы.

Иными словами, мода в определенной степени сказывается на выборе писателями жанра. Жанровым движением и предпочтениями авторов могут управлять соображения престижа, авторитета литературной формы, желание приобщиться к востребованному «эшелону». Нередко, чтобы быть успешным и продаваемым, даже талантливым и творчески самостоятельным писателям требуется следовать в фарватере авторов популярных жанровых форм (В. Роншин – «ужастик» в «Кладбище кукол», А. Биргер – мистика в серии «Магия мастера»), при этом они неизменно стремятся творчески преобразовать жанр. Некоторые традиционные формы трансформируются в популярные образцы с оттенком модного стандарта (фантастическая повесть с элементами фэнтези). В прозе А. Биргера происходит проникновение мистики в реалистический сюжет о формировании художника, магии таланта, творчества, о чарующей красоте стекла. Путь становления Мастера осмыслен как освобождение от духовной зависимости, как вечное сражение добра со злом в собственной душе и в мире. Сюжет преодоления зла обрамлен мистическим подтекстом; душой Мастера жаждет овладеть и подчинить себе его талант таинственный злоеущий Геддон, глава корпорации «Арма». Реалистическая основа переплетается с множеством загадочных мистических деталей и совпадений: роковые встречи; помощь словно бы оживающего стекла Сергею в кульминационные моменты и его сакраментальное сопротивление замыслу юноши, находящегося в состоянии внутреннего противоборства; олицетворение полярных Света и Тьмы, черного и белого, святости и демонизма в изделиях молодого мастера.

Следование литературной моде начинающих писателей может объясняться стремлением примкнуть к прочим, раствориться среди других участников литературного процесса, мимикрировать, адаптироваться в потоке с помощью апробированных и востребованных литературных жанров.

С другой стороны, литературный процесс – явление сложное, подвижное, в чем-то сохраняющее стихийность. Жизнь литературных жанров подчиняется своим внутрилитературным законам: накопление формальных обретений приводит к художественным «взрывам» и «прорывам», рождению новых художественных форм, явлений, приемов, признаков. Творчество художника подчиняется индивидуальным эстетическим зако-

нам и импульсам. Обращение писателя к тому или иному жанру обуславливается множеством факторов, в том числе внутренними законами личностного авторского развития. Например, приход Л. Улицкой к новеллам на тему «детства и войны» продиктован собственной творческой эволюцией (сб. «Детство-49»), потребностью в расширении тематического диапазона, пополнении галереи персонажей и человеческих типов. Рассказ «Капустное чудо» очень точно передает атмосферу первого послевоенного года и трудный процесс обретения семьи. Логичным развитием прозы В. Воскобойникова стала повесть «Ты нужен всем», насыщенная реалиями недавней сумбурной эпохи митинговой демократии и пронизанная идеей толерантности. Каждый из разновозрастных героев повести оказывается по-настоящему нужен друг другу. Догадливый Шурка прибегает к помощи старшего друга Анатолия, спасая Славку от рук скинхедов; а тот с пониманием относится к маминим опасным занятиям политикой; в математически одаренном Шурке нуждается его педагог, которая всегда мечтала вырастить гениального ученика и чуть было не просмотрела его талант и не отправила в школу для умственно отсталых детей. Острота воссоздания коллизий подросткового мира отличает повесть В. Железникова «Чучело-2, или Игра мотыльков», явившуюся закономерным продолжением исследования автором проблем черного лидерства, эгоизма, мотылькового бытия, жестокости и чудачества как синонима доброты и ярко выраженной индивидуальности. Философии отчуждения, злобы, эгоизма Железников противопоставляет ценности семьи, любви, искусства, красоты, добра, веры. Дети в большинстве современных книг выступают в роли спасителей мира.

Внутренние закономерности развития автора и его жанровые предпочтения могут совпадать с вызовами времени, запросами читающей аудитории. Так, постепенная трансформация типичной для В. Крапивина повести в сплав фантастики с фэнтези и гибрид сказки с психологической повестью была продиктована и его внутренней эволюцией как художника, и возрастающим интересом его читателя к форме фэнтези («Выстрел с монитора», «Застава на Якорном поле» и др.). В его прозе происходило усложнение сюжета и самой картины мироздания – преобразование ее в Мир Магического Кристаллического Кольца с множеством параллельных пространств. Автор ужесточает противостояние добра и зла: сложный

универсум его героев подчинен трансцендентальному злу. Новая форма позволила еще более обострить конфликт героя-подростка с несправедливым миром – деспотичным обществом, взрослыми догматиками.

Новые литературные жанры возникают как способ удовлетворения эстетических, интеллектуальных, гедонистических, компенсаторных и прочих потребностей читателей. Ввиду эффекта новизны, эти жанры могут обретать престижность, статусность и подвергнуться подражанию, эпигонству, как это случилось с триллером. Ныне жанр демонстрирует массу интересных вариаций, созданных множеством авторов (В. Роньшин, Э. Веркин, А. Усачев, Э. Успенский и др.).

Неизменно присущая моде (и в том числе литературной) стандартизация подвигает авторов к укреплению тех или иных жанровых позиций в литературном потоке, к эксплуатации удачных и популярных жанров. А превалирование, тиражирование тех или иных жанровых форм неизбежно ведет к снижению их уровня. Причем на почве увлечения востребованными (модными) литературными образцами может происходить мифологизация автора и книги, преувеличение их значения в литературном процессе, как это произошло в отношении Г. Остера, создавшего немало остроумных и трогательных произведений, но явно не реализовавшего свой талант в комично-пародийных «логиях» – «Папамамалогия», «Конфетоедение» и др.

Формирование и развитие жанров детско-подростковой книги подчас носит волнообразный характер. Некоторым образом волнообразна и мода на условные формы. Так, еще в 1970–80-е гг. в литературе проявлялось тяготение к игре и вымыслу. Общеизвестно, что в политически и экономически нестабильные и неблагоприятные времена интерес к условным формам заметно возрастает – как противовес сугубой реальности и жесткой реалистичности. В детско-подростковой литературе XXI в. вновь популяризируются условные жанровые формы и отдельные приемы условности, позволяя выстраивать глубинные связи и ассоциации.

Разнообразные условные приемы – с эксплуатацией фантастических элементов, «перебросом» времен, параллельными мирами, с введением вставных новелл, легенд, притч – ныне активно применяют Е. Мурашова, В. Крапивин, Т. Крюкова для исследования современных реалий детства. Герои Крапивина – Гелька, Цезарь, Ермилка, именуемые дети-койво – об-

ладают незаурядными, экстраординарными способностями, в том числе перехода за грань видимого пространства, что позволяет им самоотверженно сражаться со злом. В повестях Мурашовой «Барабашка – это я!», «Класс коррекции», «Гвардия тревоги» драматическое осмысление судеб современного детства и отрочества сочетается с изображением паранормальных явлений, сверхъестественных способностей героев-подростков. В ее прозе наблюдается тенденция к усилению содержательности, глубине психологических коллизий, остроте конфликтов. Возможность самореализации юного героя, разрешения противоречий, обретения гармонии с миром Мурашова связывает как раз с параллельным бытием – в ущерб разрешению проблем в действительности, по законам настоящей реальности.

К условным приемам прибегают даже авторы «повестей для девочек», включая вставные легенды и мифы, таинственных персонажей: в «Иероглифе счастья» Т. Воробей легенда проецируется на отношения юных персонажей, оттеняя, углубляя их. В повести Т. Крюковой «Костя+Ника» встреча мальчишки с загадочным лесным существом Костяничкой предопределяет развитие сюжета, помогает завязаться истории непростых, но спасительных для каждого, взаимоотношений юных героев. Словно бы сам дух леса в образе хрупкой девчушки воплотил грезы подростка, связал двух столь разных по судьбе ребят – Костю и Никандру – Нику, открыв значимость доброго деяния, любви, преданности. Сверхъестественные способности Тони, героини другой повести Крюковой «Ведьма», усугубляют конфликт между этой неброской, закомплексованной девочкой и яркой, жестокосердной, претендующей на лидерство Людкой. Однако подобным повестям недостает глубины анализа мотивов человеческого поведения, безупречного построения характеров, логики поступков, чтобы заместить психологическую повесть с ее многоаспектным исследованием коллизий подростничества, формирования личности, взаимоотношений с родными, миром.

Иллюстрацией периодически возрождающегося тяготения авторов к условным формам служит возобновляющаяся популярность сказки. Всплеск сказки в конце 1990-х г. спровоцировал интерес к ней самых разных авторов, изначально не работавших в этом жанре, например: М. Москвиной («Что случилось с крокодилом?»), М. Бородицкой («Телефонные сказки Маринды и Миранды»), а в 2000-е – Л. Улицкой с ее сказочно-

бытописательными историями («История про кота Игнасия, трубочиста Федю и Одинокую Мышь», «История про воробья Антверпена, кота Михеева, столетника Васю и сороконожку Марию Семеновну с семьей» и др.). Обращение к жанру сказки ныне диктуют не столько запросы современного ребенка, сколько стремление художников оградить его от жестокого и циничного мира, противопоставить безжалостным реалиям мудрую и поэтичную иллюзию сказки. В периодическом пробуждении и ослаблении интереса к форме авторской сказки проступает заметная волнообразность, цикличность, отчасти диктуемая модой, актуализацией жанра в писательском сознании и издательской политике. Разнообразные вариации сказочной формы – семейные истории, сказки с фольклорной основой, сказки-путешествия, сказки-приключения в прозе К. Драгунской, В. Дегтевой, О. Кургузова, Г. Кружкова – обогащают палитру жанра и литературный процесс в целом.

Условное начало детской и подростково-юношеской прозы возрастает и за счет пополнения галереи ее персонажей героями мифологического происхождения – символами добра и зла (тролли, волшебники, феи, разнообразная нечисть), а также мутантами, пузавочками... Стало модно жонглировать историческими (Гай, Юлий, Цезарь, Сарданапал, Мамай), знаковыми мифологическими (Пенелопа, Дафна, Древнир, Баб-Ягун, Буслаев, Дракула) и литературными именами (Отелло, Гамлет) в произведениях Д. Емеца, В. Роньшина, С. Седова. Комическое смещение в именах недобрых персонажей (Чума-дель-Торт, Медузия Горгоновна, Тухломон, Руриус) в книгах Емеца призвано высмеять и снизить их опасность в глазах читателей. В. Крапивин, наделяя своих героев славянскими и условно европейскими именами (Радомир, Зорко, Лен, Кантор, Глас, Альбин), создает иллюзию вневременного, вненационального, однако все еще далекого от совершенства мира.

В текущей детско-подростковой литературе соседствуют разнообразные и в чем-то соперничающие между собой жанры. Причем они находятся в постоянном движении и изменении. Они способны терять актуальность, даже отмирать; некие архаичные литературные формы или их элементы могут актуализироваться и обогащать литературный процесс. В литературе жанр не исчезает навсегда: его атрибуты могут включаться в современный текст и видоизменять его («Рыцарь Катерино» Д. Суслина).

Периодическим возрождениям подвергается жанр школьной повести. В миниатюрах на школьную тему А. Гиваргизов, Т. Крюкова, С. Седов, В. Роньшин, М. Москвина вышучивают стихии школьной жизни. Эти авторы успешно применяют сдвиг, утрирование школьной реальности – при всей узнаваемости эпизодов (если герой пользуется шпаргалками, то не обычными, а виртуозно выгравированными на рисовом зернышке). В своеобразной эпопее школьной жизни «Записки выдающегося двоечника» А. Гиваргизова проступает ироничный срез жизни нынешней школы. Абсурдно перевернутые ситуации его рассказов «Семь минут», «Странно», «Мухи», «Что хуже», «Разговаривал на уроке» вызывают пронзительно-горькое ощущение тривиальности историй, случившихся с Колей и Сережей Гавриловым – «трижды учеником 4-го класса». Героя даже всерьез приглашают на педагогический совет с докладом «Почему дети не хотят учиться и не делают уроки». Именно эта абсолютная повторяемость делает сюжеты школьного «эпоса» Гиваргизова, сам их саркастический и пародийный посыл привлекательными для взрослых и детей (хотя их абсурдная «всевременность» не во всем прозрачна для ребенка). Отголосками школьного фольклора насыщены рассказы цикла «Потапов, к доске!» Т. Крюковой, книги С. Седова, В. Роньшина.

Текущее жанров реализуется во взаимозаимствовании компонентов, обмене ими и тиражировании обретенных явлений. Жанровый гибрид, микс жанровых форм – сказки и фэнтези, сказки и приключения, приключения и детектива – стал примечательным явлением детско-подростковой литературы рубежа XX – XXI вв. (например, это свойственно циклу Д. Варденбург об Ульяне Караваевой). В приключенческой повести В. Воскобойникова «Остров Безветрия» приключенческая интрига успешно сочетается не только с познавательным материалом, историческим экскурсом, но и с исследованием реалий сегодняшнего бытия подростка. В творчестве В. Крапивина «пионерская повесть» плавно перетекает в разновидность фантастики с элементами фэнтези – с привычным для жанра условным средневековым антуражем, мотивами двоемирия, сюжетом путешествия по мирам, и в том числе по граням Магического Кристаллического Кольца, с четким контрастом добра и зла, но при этом непременно с проблемой трудного нравственного выбора, стоящего перед героями-подростками Матиушем, Цезарем, Ежики.

На рубеже 1980-1990-х гг. усилилось игровое начало литературы, проявляющееся в обыгрывании, интеграции в одном тексте и трансформации жанровых компонентов, стилистической и языковой игре. Модным поветрием явилось разрастание пародийных жанров в творчестве Д. Емеца и В. Роньшина. «Ужастики» Роньшина с устрашающими названиями («Отдай свое сердце», «Кладбище кукол») весело пародировали древний жанр, соединяя кладбищенско-вампирические мотивы с реалиями сегодняшнего дня, сопровождая страшилочные сюжеты забавными или прозаическими деталями, и избавляли читателей от страха перед потусторонним, необъяснимым, пугающим. В духе триллера осмыслена опасность компьютерной зависимости: электронный друг становится виновником таинственного исчезновения мальчика-владельца и еще семнадцати человек. В цикле повестей Д. Емеца о Мефодии Буслаеве происходит смешение отечественной мифологии и древних скандинавских сказаний.

Широкая эксплуатация игровых литературных приемов привела к облегченности содержательных посылов отечественной детско-подростковой книги, разрастанию жанров заведомо игрового типа – страшилки и ее пародийного варианта, интересно разрабатываемого В. Роньшиным, а также игровой поэзии – Г. Остера, О. Григорьева, А. Усачева, М. Шварца. Игровое начало подкрепляется залихватскими сюжетами, смешением времен, сочетанием разнообразных персонажей, дерзким пародированием форм и элементов, что наблюдается в серии сказочно-фантастических произведений Д. Емеца о Мефодии Буслаеве, в его цикле пародийного фэнтези о мистических и одновременно комических приключениях Тани Гроттер (по следам «Гарри Поттера» – «Таня Гроттер и Золотая Пиявка», «Таня Гроттер и магический контрабас», «Таня Гроттер и Молот Перуна» и др.).

Условные приемы проникают даже в детектив: в «Деле о пяти минутах» С. Махотина детективная интрига завязана вокруг уникальной книги, дарующей власть над человечеством, а предотвратить ее похищение помогает неожиданно проявившаяся способность юного героя предвидеть грядущие события ровно за пять минут до их начала. В детективе И. Соковни с помощью компьютерной машины времени современные школьники оказываются в Средневековье и распутывают хитроумное преступление прошлого.

Усложнению сюжета, прихотливости формы способствует активное использование авторами значащих деталей-символов – разного рода талисманов-оло в прозе Крапивина (старинные монеты, значки, якорь), Т. Крюковой (кулон), Е. Мурашовой (значок) – завязывающих фабулу, сопрягающих времена, объединяющих героев многозначительной скрепой.

Кризис художественных жанров и издательские запросы продиктовали возрождение интереса к отраслевой, документальной книге – справочно-энциклопедическим жанрам. В этом контексте явно скалькированными с западных образцов оказались развернутые издания энциклопедического характера – «Детский проект» под эгидой Л. Улицкой (В. Тименчик «Семья у нас и у других», А. Гостева «Большой взрыв и черепахи», «Профессии», «Дух дома твоего»). Позитивным результатом этого интереса стала серия «Жизнь замечательных детей», осуществляемая В. Воскобойниковым («Эйнштейн», «Когда Александр Македонский был маленьким», «Когда Михайло Ломоносов был маленьким» и др.), книги О. Колпаковой «Сокровища Средиземного моря», «Жанна Д'Арк». Некоторым образом влияние документалистики и ажиотажа вокруг взрослой мемуарной и дневниковой прозы сказался на появлении в подростковой и юношеской литературе книг автобиографического характера – «Детство Левы» Б. Минаева, «Похороните меня за плинтусом» П. Санаева. Обоих авторов объединяет мысль о том, как трудно быть ребенком, и внутренний протест против деспотического мироустройства: в повести Минаева заметны уколы в адрес фальшивого режима, произведение Санаева с любовью и болью разоблачает опасность тиранической любви родных, последствия для ребенка семейного раздора, ожесточенной борьбы за его привязанность.

Своеобычной реализацией модных литературных тенденций служит разрастание аллюзий и реминесценций в самых разных родах литературных и формах – литературных намеков и перекличек: повести «Выстрел с монитора» В. Крапивина – с «Судьбой барабанщика» А. Гайдара; повести Е. Мурашовой «Гвардия тревоги» – с «Тимуром и его командой» А. Гайдара и даже «Молодой гвардией» А. Фадеева; сказочной повести Т. Крюковой «Алле-оп!, или Тайна черного ящика» – со «Щелкунчиком и Мышиным королем» Э.-А. Гофмана; ее повести «Костя+Ника» – с «Солнечным затмением» А. Лиханова; стихотворений А. Усачева («Книжное дере-

во») – с поэзией К. Чуковского («Чудо-дерево»), Т. Собакина – с Д. Хармсом.

Модные тенденции могут касаться и выбора героев, типичных для определенных жанров – рассказа и повести о детстве, сказки. Авторам рубежа веков не удалось создать образ героя, который бы олицетворял мечту и идеал нового поколения детей. Напротив, очевидна заведомая установка на его обыкновенность, подчас даже заурядность, хотя возможна последующая трансформация, духовное преображение. В 1990-е гг. взрослые явно утратили роль духовных пастырей и кумиров. Соответственно в психологических рассказах, повестях и сказках стали популярными так называемые «новые взрослые» – обаятельные, симпатичные, романтические, наивные, чудаковатые, незадачливые. Родителям юных героев зачастую недостает ответственности, житейской мудрости, практицизма. Взрослые с определенно детской ментальностью населяют прозу М. Москвиной, О. Кургузова, С. Седова, В. Дегтевой и др.

Своеобразным проявлением литературной конъюнктуры явилось распространение в 1990–2000-е гг. продолжений и дописываний некогда успешных и популярных книг – «Карандаша и Самоделкина» Ю. Дружкова, «Домовенка Кузьки» Т. Александровой, трилогии о Незнайке Н. Носова – предприимчивыми последователями (В. Постниковым и др.).

Последствием коммерческих книжных проектов стал сериальный характер издания одного или сходных жанров или его превалирование в практике книгоиздания и в авторских публикациях. В сериальных проектах срабатывает фактор узнаваемости книги, жанра, психологически благоприятное к ним расположение. Обилие сериально публикуемых произведений отдельных жанров (детектива, мистики, приключения, любовной повести для девочек и др.) подтверждает их привлекательность для обеих сторон процесса чтения, книжной коммуникации.

Проектный характер, заведомая установка на коммерчески успешный и «долгоиграющий» продукт продиктовали шифрование его участников с помощью псевдонимов (Г. Л. Олди, М. Сименс, Таня Воробей, сестры Воробей, О. Раин), предполагающих подчас сокрытие за ними нескольких разных авторов, а также возможность их смены, присоединение новых.

Популярность тех или иных интересных явлений в детско-подростковой литературе, мода на определенные литературные формы дают возможность отказа от устаревающих жанров и провоцируют рождение новых. Вслед за формированием и утверждением жанров постепенно происходит их традиционализация – как это имеет место в отечественном фэнтези, упрочившемся в литературном обиходе и чтении, обретшем на нашей почве новые черты, пополнившимся историческим и этнографическим материалом.

В то же время возможна периодическая актуализация апробированных и даже весьма архаичных литературных явлений – притчи, ужасника как наследника «ночной прозы» редклифовского типа; романа воспитания, чьи элементы были усвоены девичьей любовной повестью.

Если к общим позитивным моментам моды относят (Г. Блумер) внедрение ею единодушия и единообразия, воспитание и формирование общности восприятия и вкуса, то в отношении к литературным жанрам в этой унификации таится очевидная опасность – чрезмерное нивелирование, растворение индивидуального начала, а стандартизация чревата утратой творческой самостоятельности и состоятельности, что подчас наблюдается в пространстве современной литературы для детей и подростков. Так, многим детским детективам недостает художественной оригинальности и индивидуальности авторского стиля, делающего их узнаваемыми.

Тиражирование популярных жанров ведет к несбалансированности жанровой системы, количественному перевесу отдельных жанров и свертыванию других. Мода на литературные виды и формы диктует достаточно жесткую селекцию их читателями, неумеренное продуцирование популярных явлений, что поощряет эпигонство, дезориентирует читателя. Непомерное разрастание жанровой формы в текущей литературе может спровоцировать ее инерцию, усталость от нее и писателей, и читателей. Впечатление «отработанности» жанра, его исчерпанности влечет падение интереса к нему и желание замены его другим, более оригинальным, свежим (что, впрочем, является позитивным фактором).

Все же положительным качеством литературной моды считается ее опосредованная помощь читателю в приобщении к социальному, культурному, духовному опыту своего народа и человечества в целом – через знакомство с разнообразными художественными жанрами. В живом литера-

турном движении стираются различия между массовыми и элитарными, традиционными и новаторскими формами, происходит их трансформация и ассимиляция, что ведет к расширению книжного пространства и обновлению жанровой системы, эстетическим новациям, общей гармонизации литературного процесса.

Литература

1. Аскарлова, В. Я. Возможности искусствоведческого, социологического, культурологического и иных подходов к исследованию читательской и литературной моды / В. Я. Аскарлова // Вестн. Челяб. гос. акад. культуры и искусств. – Челябинск, 2009. – Т. 19, вып. 3. – С. 105 –119. – (Серия. «Социально-гуманитарное знание»).
2. Володина, Г. Детская книга XXI века. Новые авторы. Актуальные жанры / Г. Володина // Библиополе. – 2009. – № 7. – С. 42 – 45.
3. Гофман, А. Б. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения / А. Б. Гофман. – М. : Наука, 1997. – 160 с.

И. В. Андреева

Вещно-предметный мир ребенка:

модные тенденции в зеркале детской литературы

В сказке В. Катаева «Цветик-семицветик» маленькая девочка Женя в своем стремлении утвердиться среди сверстников пожелала иметь «все игрушки, какие есть на свете». В результате город накрыла лавина: говорящие куклы, «мячики, шарики, самокаты, трехколесные велосипеды, тракторы, автомобили, танки, танкетки, пушки, прыгалки <...> миллионы игрушечных самолетов, дирижаблей, планеров», избавление от которых стоило девочке драгоценного лепестка волшебного семицветика (11, с. 30). Сказка была написана в 1940 г., в то время, когда, по воспоминаниям, большинство детей обходилось одной или двумя игрушками (12, с. 150).

Краткий эпизод сказки весьма показателен для предмета нашего исследования. Игрушка в данном случае – не только вещный маркер времени (показательно, что в приведенном отрывке почти половина перечис-

ленных типов игрушек предвоенного времени характеризует детскую милитаризацию), но и предмет моды, престижного потребления («Ну, – думает (девочка Женя – И. А.), – я вам сейчас покажу, у кого игрушки!»). Игрушечное изобилие в сказке Катаева гиперболизирует жажду самоутверждения, признания, желанья маленькой девочки быть принятой детским сообществом. В подтексте сказки читается пафос активного осуждения идеи детского потребления³. Литература, обращаясь к неизбежному атрибуту детства – игрушке, моделирует художественный мир в соответствии с определенной тенденцией, педагогической установкой.

Насколько типично такое отношение к предмету, вещи в детской книге? В какой степени и насколько объективно литература для маленьких отражает влияние модных тенденций на вещно-предметный мир ребенка, и каковы в таком случае ее ресурсы в качестве источника изучения материальной культуры детства? Были ли в истории детской литературы периоды, когда она сама становилась транслятором моды?

Эти и многие другие вопросы лежат в плоскости заявленной темы.

Важным посылом для ее изучения является представление о значимости мира вещей в жизни ребенка. Дети – не только его активные потребители. Через мир вещей происходит восприятие и трансляция ребенком человеческого опыта. Неслучайно ведущим типом деятельности ребенка в раннем детстве становится предметная деятельность, направленная на овладение способом действия, присвоение смысла вещи, на так называемое «распредмечивание». Это позволило психологу В. Мухиной назвать мир вещей миром «потребностей, чувств, образа мышления и образа жизни» (21, с. 15) ребенка. Преобладание в детском восприятии мира фантазии, чувственного, эмоционального начала над аналитическим и рационально-познавательным способствует тому, что «сама психология ребенка в высшей степени склонна к переводу предметно-натуралистического бытия вещи в ее символическое бытие» (26, с. 121). Таким образом, символизация вещи и пространства оказывается органична детскому восприятию мира. Это во многом объясняет внимание детских писателей к темам одухотворения вещи ребенком, ее антропоморфизации, а также психологии

³ Он достигнет своего апогея к началу 1980-х гг. Характерна помещенная в 1979 г. на страницах еженедельника «Неделя» карикатура с изображением младенца в коляске, просматривающего журнал мод.

игры с игрушкой. Данные аспекты темы уже были предметом исследования автора (4) и не входят в комплекс проблем, рассматриваемых в данной статье.

Понятие вещно-предметный мир вбирает в себя все многообразные проявления материальной среды обитания ребенка. Для удобства ее дальнейшего изучения необходимо обозначить в ней специфическую «территорию детства». В повседневной жизни испокон веков дети чаще приспосабливаются к своим нуждам «взрослые» вещи, некоторые из которых все же делаются в соответствии с детскими мерками. Детская одежда, мебель, посуда – не столь давнее изобретение человечества, которое на протяжении многих веков в создании детских вещей руководствовалось представлением о ребенке как о «взрослом маленького формата» и, соответственно, шло по пути создания уменьшенных копий предметов. Большинство из них так же чутко, как их «взрослые» аналоги, реагировали на прихоти моды. Эта сфера престижного потребления характеризовала, главным образом, взрослых, удовлетворяющих свои родительские амбиции (что находит подтверждение и в сегодняшнем стремлении молодых родителей обзавестись, например, модной коляской). И только сфера игрушки, область материальной культуры, не имеющая буквальных аналогов в вещно-предметном мире взрослых, во все времена сохраняла относительную независимость, оставалась заповедной зоной свободного выбора ребенка. Модная, но нелюбимая игрушка никогда не имела шансов стать предметом детской игры, ибо игра по принуждению невозможна⁴.

И все же во всем многообразии детских вещей именно игрушка наиболее чувствительна к модным веяниям. С одной стороны, «в игрушке наиболее зримо проявляется стремление взрослых контролировать сознание ребенка, отражаются их ожидания, желания и представление о норме <...> В кукле человек остраняется, предстает как вещь и как Другой» (9, с. 311). В то же время именно игрушка, и, в первую очередь, кукла – своеобразная модель человека, способна выступать и в качестве символа определенного образа жизни, и в качестве эталона женской красоты.

Тексты отечественной детской литературы, посвященной игре и игрушке, открывают уникальную возможность анализа маршрутов женской

⁴ На этом мотиве построены сюжеты сказок А. Линдгрена «Принцесса, не желавшая играть в куклы» и М. Энде «Момо».

идентичности, рождавшихся на пересечении литературно-педагогической доктрины⁵ и маркетинговых стратегий производителей кукол.

Дорогая фарфоровая игрушка для богатых детей появляется в русской литературе в 80-е г. XIX в. Она «аристократка, богачка, светская дама» (14, с. 38), явившаяся на свет благодаря уму и таланту владельцев знаменитых парижских кукольных фирм Жюмо и Брю. С момента возникновения их деятельность была непосредственным образом связана с высокой модой: нередко их изделия шествовали в авангарде моды, а материалы для кукольного производства поставлялись теми же мастерскими, которые обслуживали модные ателье. Грамотная реклама обеспечила парижским красавицам неслыханную популярность, благодаря чему они стали символом элегантности, вкуса и шикарного образа жизни. Впоследствии предприимчивый Нюрнберг наладил производство более дешевых копий французских кукол, чем обеспечил, с одной стороны, их массовое распространение, а с другой привел к упадку французской кукольной индустрии.

Образ материального изобилия и комфорта сопровождает богатую куклу. Тексты детской литературы, мемуаристика Е. Шварца (30), А. Бенуа (5) свидетельствуют о популярности специально сделанных кукольных домиков, производство которых в Европе было налажено еще в XVIII в. М. Костюхина справедливо отметила, что ребенком кукольный дом «воспринимается как разумно устроенная модель бытия» (14, с. 66). Этим объясняется стремление детей отвоевать свое пространство в мире взрослых, обустроить свой «секретный» мир, уединиться с игрушками в собственном домике-укрытии. Дом для фарфоровой куклы в описаниях детских книг XIX в. обустроен по всем правилам интерьерной моды: «Квартира у куклы состояла из двух комнат и кухни. В гостиной стояла парадная голубая мебель, висели зеркала, лежали пестрые коврики, и было даже маленькое, но удивительно искусно сделанное фортепиано, которое можно было заводить особым ключиком, и оно играло разные песенки. Кухня была битком набита всевозможной посудой – и медной, и стеклянной, и фарфоровой, – а посере-

⁵ По наблюдению М. Костюхиной, автора интереснейшей монографии «Игрушка в детской литературе» (14), «игрушки распределяются неравномерно по литературным эпохам. Больше всего игрушек в те периоды, когда в детской литературе господствует та или иная «тенденция» – общественная идея, воплощенная в культурных, педагогических или политических установках. В соответствии с ней моделируется художественный мир, а игрушка – значимая часть этого мира» (14, с. 13).

дине стояла великолепная плита, в которой можно было разводить огонь и варить на нем настоящие кушанья. Всего же интереснее была куклина спальня. Тут стояла и ее роскошная кровать, и полный белья комод, и шкаф со множеством самых модных и красивых платьев, и прелестный маленький умывальник с крошечной педалью, из которой била фонтанчиком настоящая вода» (Цит. по: 14, с. 63).

Портреты и костюмы фарфоровых дам, характеризующие имидж настоящих модниц, многократно описаны в бытовых повестях о детстве второй половины XIX в. Приведенные ниже отрывки повестей Н. Лухмановой и П. Незванова в этом смысле достаточно типичны: «За громадным зеркальным стеклом, среди массы всевозможных игрушек стояла кукла величиной с трехлетнего ребенка. Длинные локоны льняного цвета падали ей на плечи; большие голубые глаза глядели весело на детей; громадная розовая шляпа, с перьями и бантами, сидела набок; шелковое розовое платье, все в кружевах, с пышными складками падало на толстые ножки в розовых чулках и настоящих кожаных башмачках; в правой руке, согнутой на шарнире, кукла держала розовое яйцо» (15, с. 37).

Сходен с ним и другой портрет куклы: «Тальица тоненькая, платье голубое, атласное, сшито по моде, сзади волочится огромный парадный шлейф, а спереди выглядывают такие прелестные маленькие ножки, в тонких чулочках и хорошеньких красных сапожках! Повсюду бантики, кружевца, светлые пуговики!.. А сколько драгоценностей! На обеих руках по браслету, на шее бусы жемчужные, в ушах блестящие серьги» (22, с. 31–32).

Образы фарфоровых кукол документированы и в мемуарной литературе. Так, в воспоминаниях дочери Л. Н. Толстого, Т. Л. Сухотиной-Толстой, есть упоминание о фарфоровой кукле Маше, «такой красивой, что играть с ней страшно»: «волосы у нее были настоящие, глаза открывались и закрывались, она коротко и гнусаво могла говорить: «мама, папа», когда ее дергали за веревочки с синей и зеленой бисеринкой на конце. Руки у нее были такие же фарфоровые, как и голова, с розовыми ямочками на сгибах пальцев и на локтях. Как я ни берегла Машу, но мало-помалу пальцы ее отламывались, волосы редели и, наконец, и голова ее разбивалась» (27, с. 79).

К подобным персонажам детской литературы вполне применим англоязычный термин *fashion dolls*, обозначающий кукол, непосредственно связанных с модой, а не игрушки, пользующиеся популярностью (9, с. 319). В такой кукле для девочки светского общества фиксируется набор социальных признаков «свой-чужой». «По кукле» встречает гостей героиня рассказа В. И. Даля «Кукольный вечер»:

Хозяйка, двенадцатилетняя девочка, нарядная и жеманная, стараясь подражать взрослым, в дверях принимает гостей, осматривает всех с головы до ног; смотрит на куклу и по красоте куклы ласкает и забавляет гостью (10, с. 82).

Кукла опосредует формирование светских стереотипов поведения, выступает как инструмент социализации ребенка определенной среды и конструирования женственности. Не случайно в иллюстрациях детских книг образы самих детей уподоблялись фарфоровым куклам – те же наряды, механистичные движения, заученные манеры. Спорность такой модели социализации становится все более очевидной к концу XIX в., когда «вредное влияние модных кукол» становится предметом озабоченности семей, придерживающихся концепции «просвещенного воспитания». Так, по воспоминаниям Н. Грот, «великолепно разодетую куклу в бальном наряде с розовыми цветами», присланную дядей «между умными играми и книжками», маменька «спрятала в отдаленный ящик своего комода, и она буквально потонула для меня, и я только украдкой видела ее, когда, не замечая моего присутствия, открывали заветный ящик, где она была запрятана» (7, с. 15). Не жаловали фарфоровых «Маш» и в семье Толстых, где «купленным игрушкам» противопоставлялись куклы-«домоделки» – «скелетцы», кукла-негр «из черного коленкора», персонажи самодельного бумажного театра (27).

К началу XX в. альтернативные представления о том, как должна выглядеть кукла для ребенка, возникают и в кукольной промышленности. Вариантом «морально здоровой» игрушки стали образы раннего детства – пупсы, выполненные сначала из мягких материалов, а позже – из мастики, целлулоида, пластика. Кукольные малютки, нуждающиеся в материнской заботе и любви, фактически были исключены из структур моды и престижного потребления и не оставили в детской литературе сколь-нибудь заметного следа, так как доминантой их образов стали не модные наряды и при-

чески, а трогательная беззащитность. Согласно сюжетам детских книг, их с успехом могли заменить деревянные чурочки, тряпичные и бумажные скрутки, любые другие игрушки, особенно нуждающиеся в покровительстве по причине некоторой ущербности, как это происходит, например, в стихотворении Саши Черного:

Катя-Катенька-Катюшка
Уложила спать игрушки:
Куклу безволосую,
Собачку безносую,
Лошадку безногую
И коровку безрогую –
Всех в комок,
В старый мамин чулок
С дыркой,
Чтоб можно было дышать.
«Извольте спать!
А я займусь стиркой...».

«Про Катюшу», 1921 (28)

Довольно скоро фарфоровые красавицы и безногие лошадки оказались и в жизни, и в литературе по разные стороны баррикад. Тенденции моды в России 1920–1930-х гг. стали развиваться в агитационной плоскости. Всероссийские выставки того времени популяризировали ткани с агитационным рисунком набойки, фарфоровую посуду с характерным декором: государственная символика, трактора, кайло и лопата, шестерни, станки и машины отражали динамичную поступь новой жизни. В жилой интерьер активно вводились портреты вождей, революционная керамика, фарфоровая пластика и даже обои. Дети в этой борьбе за советский образ жизни были не только важными манифестантами, но и трансляторами новых ценностей. В отличие от взрослых их можно было научить обращаться с вещами сразу «по-советски», включив их как в игру, так и в неприменный повседневный обиход (26, с. 121).

Так, старую фарфоровую барышню следовало обратить в кухарку:

А ты, барыня,
Вчерашняя сударыня,
Надевай фартук

И готовь нам завтрак!
Заплакала кукла,
Носик повесила.
Но делать нечего!
Мясорубкой застучала.

(1925)

А Петрушку можно произвести в народные мстители, «комиссары». Анархическая натура персонажа народного театра трансформировалась в полную противоположность: в сказке Евгения Шварца «Война Петрушки и Степки-Растрепки» (1925) он становится олицетворением порядка. Красный цвет рубахи балаганного артиста внезапно стал фаворитом моды, ибо надеялся особой революционной символикой. Изображение Красного революционного Петрушки как образ всего советского кукольного театра вошло в 1929 г. в эмблему международного союза деятелей театра кукол (УНИМА) (6). Смена символического языка эпохи нашла отражение в деталях кукольного облика: замене оборочек и бантиков кукольной барышни на грубый фартук, а солдатского мундира, который «носили» кукольные персонажи мужского типа (щелкунчики, оловянные солдатики) – на кумачовую рубаху.

Кукольный мир 1920-х гг. становится зеркальным отражением тенденции унификации массовой одежды, практически лишившейся гендерных различий. Артельные игрушки щеголяют в унифицированной прозодежде, скрывающей особенности женской фигуры, им шьют ватники и костюмы в стиле милитари. Появляются новые кукольные типажи – рабочие, красноармейцы, командиры, матросы. Куклы-маркеры престижных профессий, также узнающиеся по унифицированной форме (пожарный, военный, постовой) являлись отражением приоритетов эпохи, нашедших воплощение в «Пожаре» и «Рассказе о неизвестном герое» С. Я. Маршака, «Дяде Степе» С. В. Михалкова. Страницы воспоминаний о детстве тех лет воспроизводят облик самодельной тряпичной куклы-делегатки (20, с. 60).

Детская литература тех лет вносит свою лепту в формирование образа идеальной советской женщины. Это – «защитница женская, пролетарская»:

Суровость во взгляде,
Серьезностью лицо полно.
Она – боец на баррикаде,
Она – советское судно.

Она – звено строительной работы,
Она – боец с условиями труда.
Она совместною работой
Построит с нами города.

(А. К., 1926. Цит. по: 26, с. 130)

Делегатка в стихотворении автора, скрывающегося под псевдонимом «А. К.», – не кукла, а вполне реальный персонаж. Симптоматично: мир куклы и игрушки в детской литературе 1920-х г. заметно оскудевает, уходит стихия детской игры. Герой-ребенок становится деятельным строителем нового мира. Ему не нужен игрушечный инвентарь, так как в дело идут настоящие инструменты:

Вставая спозоранок,
Учись владеть пилой,
Учись владеть рубанком
В столярной мастерской.

О. Колычев «Три песенки», 1933 (13)

Персонажу не нужны куклы: «Довольно культивировать куклу! К чему искусственным образом культивировать у девочек ненужные коммунистическому строю способности домашних хозяек, суживающие их горизонты? Мы уверены, что игра в куклы в той форме, в какой она обычно существует <...> изживется очень скоро» (26, с. 132).

Даже стихотворение В. Маяковского «Конь-огонь», посвященное более чем традиционной игрушке – коню-качалке, приобретает характер производственной литературы, а сам конь – значение революционного символа, огненно-красная масть которого сразу определяет место юного ездока в строю:

На спину сплетенному,
Помогай Буденному!

В. Маяковский «Конь-огонь», 1927 (19)

Таковы последствия гонений на сказку, игру, фантазию в литературе и жизни, на куклу и образную игрушку в целом. И все же игрушка не покинула мир детской книги. Почти исчезнув из текста, она воспроизводилась в книжной иллюстрации. Функциональность, ставшая нервом времени, превратилась в выборе поэтических и графических сюжетов. Резиновый пупсик *красного* цвета в руках маленькой хозяйки – метафора «нового человека»

(25). Доминантой образа кукольной мамы в иллюстрациях становится обладание трудовыми навыками, а не проявление заботы, нежности и ласки (8). Куклы вместе с маленькими хозяйками делают утреннюю зарядку, занимаются спортом. В военных играх детей куклы и мягкие игрушки вместе с мальчиками и девочками «вооружаются», исполняют роль «раненых», «парашютистов», «пулеметчиков» (16). И тексты, и иллюстрации активно пропагандируют не только идеологические ценности, но и официально поощряемый образ жизни.

Формированию новой советской идентичности должны были способствовать и новые культурные (вещные) маркеры. Красные звезды и флажки стали неизменными атрибутами социальной жизни ребенка, элементами оформления «Ленинских уголков» в детских садах и классах. По аналогии с «Ленинскими уголками» педагоги того времени советовали обустроить пространство для детей дома, в семье. Флажок в руке ребенка был знаком его ранней политической зрелости, об этом свидетельствуют не только многочисленные первомайские стихи, например А. Алексина (3), но и иллюстрации, воссоздающие сюжеты детских игр или домашние интерьеры. Флажки сопровождают групповые игры и отрядные дела (2, с. 17), они украшают новогоднюю елку (в стихотворении С. Я. Маршака «Что растет на елке?» это даже не «флажки», а «флаги»):

Эти флаги и шары
Выросли сегодня
Для российской детворы
В праздник новогодний.

С. Маршак «Песня о елке» (18)

На иллюстрации И. Харкевич к книге С. Погореловского «Первомай» флажок украшает изголовье кровати со спящим ребенком (24).

Детская литература не только зафиксировала влияние идеологии на приоритеты моды в одежде, интерьерных аксессуарах, образе жизни, но и отразила их смену в более поздние десятилетия. Например, в постсталинскую эпоху куклы сами стали модным аксессуаром. Подобно Серебряному веку, когда куклы украшали туалетные столики, становились атрибутом спальни (так называемые «будуарные куклы»), были популярным мотивом изображений на почтовых карточках, куклы и игрушки 1960-х гг. и более поздних десятилетий стали украшением свадебной машины и домашнего

интерьера, сувениром, поводом для издания целых серий и наборов почтовых карточек и художественных открыток. Феномен модной куклы имеет еще большее распространение в наше время, отмеченное развитием авторской коллекционной куклы и целой индустрии модных аксессуаров для взрослых – от брелоков до рюкзаков, варежек, тапочек, шапочек и т. п., воспроизводящих образы популярных кукольных типов, героев мультсериалов, мягких зверюшек. Австралийская исследовательница Д. Пирс, автор книги «Модная кукла. От Бебе Жюмо до Барби» (31) склонна видеть в подобных фактах «инфантилизации» культуры «симптомы усталости от “взрослой” европейской цивилизации», породившей ужасы мировых войн (9, с. 316).

В постсталинские десятилетия актуализация куклы и игрушки в разного рода иллюстрированных изданиях поддерживала миф о «счастлимом детстве» – демонстрировала заботу партии и государства о своих юных гражданах. Формировались условия и для новых социальных норм, претворившихся в общем виде в лозунг «все лучшее – детям». Дети стали занимать в жизни взрослых главное место. Отечественная игрушка становилась все более нейтральной по отношению к идеологии, но не радовала разнообразием и качеством. Это стимулировало самодеятельное детское творчество: сегодня не могут не поражать коллекции бумажных кукол с рисованным гардеробом и комплекты одежды для фабричных игрушек, выполненные девочками на основе доступных только счастливым «Журналов мод» Рижского Дома моделей. Особенно ценились детские товары из Восточной Германии и прибалтийских республик, в том числе куклы. Приобретение хотя бы одной «германской» куклы для девочки становилось делом чести семьи. Как и столетие назад, они транслировали представление властных структур общества о «хорошо одетом ребенке», о нормах и ценностях общества в целом.

Детская литература вновь зафиксировала феномен если не дорогой, то дефицитной игрушки, выставленной напоказ в качестве предмета престижного потребления. В начале 1980-х гг. Т. Александрова и В. Берестов сделали куклу, томящуюся в посудной горке среди дорогой хрустальной посуды, героиней сказки «Катя в игрушечном городе». Грустная исповедь героини ярко характеризует пафос повести, осуждающий моду на игрушки, защиту права игрушечной Кати на полноценную кукольную жизнь:

Посадили игрушку на полку,
И бедняжка грустит втихомолку,
Что она не игрушка,
Что она безделушка,
От которой ни проку, ни толку,
Посадили игрушку на полку.

Т. Александрова, В. Берестов.
«Катя в игрушечном городе» (2)

Талантливая детская книга развернула перед читателем воображаемую игру: Катя нашла свою семью там, где дружно и весело жили розовый Зайчик, Мартышка, Пингвин, Курица, Подъемный Кран. Идеально устроенная модель бытия создавалась авторами в преддверии эры новых игрушек – Барби, трансформеров, героев диснеевских мультфильмов, ПК-игрушек, которые декларировали ценности футуристической техногенной цивилизации, демонстрировали триумф техники и комбинированных материалов – совершенство лекал, насыщенность цвета, неуязвимость. Они должны были научить стратегиям жизненного успеха, среди которых ключевыми в системе женской социализации становились привлекательная внешность и следование моде.

Новые fashion dolls тоже были обязаны своим появлением Германии. Блондинка Лили положила начало новому поколению кукол, наделенных развитой грудью и ногами, специально смоделированными для ношения туфель на высоком каблуке. Волна тревог и дискуссий, связанных с подменой ценностей материнства, семьи, домашних обязанностей ценностями демонстративного потребления, выплеснулась на страницы педагогической печати, семейной публицистики. Феномен невероятной популярности Барби, последовавшей за Лили, не мог остаться незамеченным художественной литературой. Во второй половине 1990-х гг. был опубликован «кукольный роман» Л. Петрушевской «Маленькая волшебница». Роман адресован в большей степени взрослым, чем детям, может быть, поэтому повествование практически выведено за рамки детского мира, а игрушка становится атрибутом мира взрослых, что помогает обнажить ее символическую суть.

В сказках Петрушевской много Барби, она – продукт глобального производства и потребления. Барби Маша, Барби Валька, Барби Кэт, «целая

рота Барби, тридцать четыре души», обитающие в доме у редакторши телевидения, а также Барби в руках каждого ребенка многотысячной толпы, явившейся для участия в телетрансляции кукольной казни.

Практически все они наделены одинаковой внешностью, образ Барби воспроизводит стандарт девушки с обложки: «свежий цвет лица, белозубая улыбка и золотые кудри» (23, с. 313). Костюм Барби может меняться, стильные наряды на каждый случай жизни, так же как и машина, хотя бы и подержанная – неотъемлемая часть имиджа куклы. Например, Барби-секретарша – в «туфельках на высоком каблуке, синем костюме в белую полосу и сумочкой такого же цвета» (23, с. 313), а Барби дома – в прекрасно сработанном старым столяром домике – «в теплом стеганом халатике и в домашних тапочках» (23, с. 301), среди великолепных абажуров, бархатных диванов и подушек.

Наделенные высокой субъектностью, Барби Петрушевской демонстрируют невероятную деловую активность. Барби Маша не расстается со сломанным игрушечным телефоном (который не работает для всех, кроме нее) и ошеломляет количеством знакомств и полезных связей. Маша – «умная Барби» (23, с. 297; аллюзия к «умной Маше»), она действует согласно продуманному плану, «рассчитывает на два хода вперед» (23, с. 351) и производит впечатление уверенного в себе человека. Еще более деятельна, наступательно-агрессивна Барби Валька.

Такая аккумуляция качеств героини вполне соответствует маркетинговой концепции игрушки и объясняет секрет ее популярности у девочек как проводника в мир моды. Однако смысл «кукольного романа» – не в популяризации бренда фирмы Mattel. Подобно произведениям более ранних периодов, обращение к кукольной теме демонстрирует модели социализации, формирующиеся в современном мире.

Прежде всего, подвергается сомнению продуктивность концепции игры с Барби как способа символического присваивания стиля роскошной жизни. Автор позволяет себе слом стереотипов: Барби Маша принесена слепым дедушкой Иваном с помойки, а не из престижного магазина. Ее великолепный домик (все из того же помоечного «сора») – тоже творение мастеровитых рук и человеческой души. Сама Маша – замечательная хозяйка, аккуратистка, рукодельница. Ее досуг – музицирование и чтение любимой книги при свече в мягком кресле. Наконец, автор посягает на святое и

подвергает сомнению незыблемое совершенство кукольной внешности. Безупречные черты – всего-навсего «пустенькое пластиковое личико с нарисованными глазами и грубо сработанный улыбающийся рот» (Там же, с. 393), «пластиковый нос, нарисованные глаза, застывшая улыбка» (Там же, с. 384). Гротескное увеличение обаятельной Барби Маши до человеческих масштабов превращает ее в чудовище – двигающийся манекен с резиновым лицом, стеклянными глазами и приклеенными ресницами, мягкими пластиковыми зубами, руками-протезами и капроновыми волосами. Еще более сказочны превращения Барби-Вальки в прошлом выброшенного из гнезда крысенка. Валька-Валькирия обращается в ворону, в крысу, в известную эстрадную певицу, во всех ипостасях воспроизводя свое человеческое прошлое, в котором она «хорошо различала слова “водка” и “сигареты”».

У истоков поляризации двух Барби – благие намерения волшебника Амати. По его воле человеческая инициация Барби Маши свершилась с мыслью о том, «что она сможет помочь всем, кому захочет, но ничем и никогда не сможет помочь себе» (Там же, с. 315). Брошенный матерью крысенком им же был обращен в младенца женского пола с пожеланием «защитить себя в любых обстоятельствах», а спустя годы – в живую куклу Барби человеческого формата. В итоге образы, претворившись в стандартные Барби, стали представлять собой доброе и злое начала, нравственно-этическое и философское содержание книги достигло масштабов идеи всевластия и развернулось в давно известных литературных координатах: кукла-человек и человек-кукла.

При всей очевидности опоры на литературную традицию, в сказках о Барби Л. Петрушевской принципиально новы трактовки не только куклы, но и ребенка – «человека будущего» – как продукта массовой культуры. Не случайно предвкушение Барби Валькой кукольной казни так напоминает сцены боевиков и ужастиков, а их просмотр *совместно с родителями* (выделено мною – И. А.) рассматривается ею как обязательное условие воспитания «бойцов, а не слюнтяев». Так подтачиваются в сказке основания современной моды на маскулинность. А воцарившаяся под звуки волшебного органа сказочная гармония воплощается в образах дородной крысы Вальки, устраивающей житье-бытье с вновь обретенным сыном в подвале телевидения, и деда Ивана, обретшего смысл жизни в заботах о Барби Маше и Дуняше с Тимошей – не то щенятах, не то ребятах.

Таким образом, обращение к текстам детской литературы разных лет позволяет рассматривать их как форму социокультурной рефлексии на модные тенденции времени. Мода в данном случае понимается как «стиль или тип одежды, идей, поведения, этикета, образа жизни, образа мысли [...], который популярен в обществе в определенное время». При этом куклы и игрушки, выступая в двойной ипостаси – в качестве феноменов вещно-предметной среды ребенка и традиционных героев детских книг, в значительно большей степени, чем в реальной жизни, являются трансляторами моды. Тексты детской литературы фотографически точно документируют образы популярных кукол и отношение к ним в различных слоях общества. Они становятся яркой иллюстрацией моды как средства создания социальных границ между людьми или социальными группами и распознавания «своего-чужого». На определенном этапе развития детской литературы они выступают в качестве идеологических маркеров времени. Даже их временное исчезновение из произведений детской литературы имеет симптоматику, обусловленную моделью идеального ребенка – строителя нового мира. Детская литература зафиксировала феномен куклы – модного аксессуара и открыла для себя эру новых fashion dolls.

Более чем вековая история куклы на страницах детской литературы отразила растущую субъектность неодушевленного предмета: игрушка из объекта игровых манипуляций на страницах книг превращается в настоящий субъект, притязает на человеческие роли. Это выводит повествование в плоскость аксиологических проблем времени, побуждает автора корректировать маркетинговую концепцию модной игрушки. Формой противостояния «гламуру» массовой культуры становятся игровые версии сюжета, которые разрабатываются в рамках традиционных моделей женской социализации.

Литература

1. Александрова, З. Наши ясли / З. Александрова ; худож.: А. Бординченко, Б. Покровская. – Изд. 4-е. – М. : Детгиз, 1938. – 16 с.
2. Александрова, Т. Катя в игрушечном городе : повесть-сказка / Т. Александрова, В. Берестов ; рис. Л. Токмакова. – М. : Москов. клуб, 1993. – 127 с. : ил.
3. Алексин, А. Г. Флажок / А. Г. Алексин, С. А. Баруздин ; рис. М. Бутровой. – М. ; Л. : Детгиз, 1950. – 20 с.

4. Андреева, И. В. Символика образа куклы в сказках и историях для детей / И. В. Андреева // Детская и юношеская литература и проблемы чтения ; Свердлов. обл. универс. науч. б-ка. – Екатеринбург : СОУНБ, 2003. – С. 30 – 38.
5. Бенуа, А. Н. Мои воспоминания : в 2 т. / А. Н. Бенуа. – Изд. 2-е – М. : Наука, 1990. – 1456 с. – (Литературные памятники).
6. Голдовский, Б. П. Агитационные кукольные представления / Б. П. Голдовский // Куклы : энциклопедия / Б. П. Голдовский. – М. : Время, 2004. – С. 13, 14.
7. Грот, Н. Из семейной хроники. Воспоминания для детей и внуков / Н. Грот ; предисл. К. Грота. – СПб. : [б. и.], 1900. – 186 с.
8. Гурьян, О. Мама, я и кукла / О. Гурьян ; ил. А. Осетровой. – М. : Центр. ин-т санитар. просвещения , 1941. – 32 с.
9. Гусарова, К. Куклы и мода / К. Гусарова // Теория моды : одежда, тело, культура. – 2007. – № 5. – С. 311 – 318.
10. Даль, В. И. Новые картины из быта русских детей / В. И. Даль. – СПб. ; М. : М. О. Вольф, 1874. – 293 с. : ил.
11. Катаев, В. Цветик-семицветик / В. Катаев ; худож. Т. Ю. Никитина. – М. : Дрофа, 2008. – 48 с. : ил.
12. Келли, К. Роскошь или первая необходимость? Продажа и покупка товаров для детей в России в постсталинскую эпоху / К. Келли // Теория моды : одежда, тело, культура. – 2007. – № 5. – С. 141 – 185.
13. Колычев, О. Три песенки / О. Колычев ; рис. А. Гончарова. – М. : Мол. гвардия, 1933. – 14 с.
14. Костюхина, М. С. Игрушка в детской литературе / М. С. Костюхина. – СПб. : Алетейя, 2007. – 208 с. : ил.
15. Маршак, С. Я. Мы – военные : стихи / С. Я. Маршак ; рис. В. Лебедева. – М. ; Л. : Детиздат, 1940. – 32 с.
16. Маршак, С. Я. Наш отряд / С. Я. Маршак ; рис. А. Пахомова. – М. ; Л. : Детиздат, 1937. – 22 с.
17. Маршак, С. Я. Собрание сочинений : в 8 т. – М. : Худож. лит., 1968. – Т. 1. – 678 с.
18. Маяковский, В. В. Конь-огонь / В. В. Маяковский ; рис. Л. Поповой. – М. : Гос. изд-во, 1928. – 12 с.
19. Морозов, И. А. Феномен куклы и проблема двойничества (в контексте идеологии антропоморфизма) / И. А. Морозов // Живая кукла : сб. ст. / Рос. гос. гуманит. ун-т. – М. : Изд-во РГГУ, 2009. – С. 11 – 74.
20. Мухина, В. Возрастная психология : феноменология развития, детство, отрочество / В. Мухина. – М. , 1999. – 456 с.
21. Незванов, П. Детские рассказы / П. Незванов. – 3-е изд. – СПб. : А. Ф. Девриен, 1893. – 251 с.
22. Петрушевская, Л. С. Маленькая волшебница : кукольный роман / Л. С. Петрушевская // Настоящие сказки. – М., 1997. – С. 289 – 398.

23. Погореловский, С. Первомай / С. Погореловский ; рис. И. Харкевича. – 2-е изд. – М. ; Л. : Детгиз, 1952. – 28 с.
24. Полянская, И. Проказник Жако / И. Полянская. – Одесса : Светоч, 1927. – 12 с.
25. Сальникова, А. Безглазая кукла и папин револьвер: ребенок в вещно-предметном мире раннесоветской эпохи / А. Сальникова // Теория моды: одежда, тело, культура. – 2007. – № 5. – С. 119 – 139.
26. Сухотина-Толстая, Т. Л. Воспоминания / Т. Л. Сухотина-Толстая. – М. : Худож. лит., 1981. – 527 с.
27. Черный, С. Что кому нравится : стихи, сказки, рассказы, повести / С. Черный. – М. : Молодая гвардия, 1993. – 446 с.
28. Шварц, Е. Л. Война Петрушки и Степки-Растрепки / Е. Л. Шварц ; рис. А. Радакова. – Л.: Радуга, 1925. – 23 с.
29. Шварц, Е. Л. Живу беспокойно...: Из дневников / Е. Л. Шварц. – Л. : Совет. писатель, 1990. – 749 с. : ил.
30. Peers, J. The Faishion Doll: From Bebe Jumeau to Barbiy / J. Peers. – Oxford; N. Y.: Berg, 2004. – 232 p.

Сокольская Л. В.

Женщины как читательницы в «зеркале» моды (на материалах XVIII–XIX веков)

Мода... Отношение к ней разное, но не признавать ее и не считаться с ней невозможно практически ни в одной из сфер социальной жизни. Масштабность этого явления предопределила разнообразие его трактовок. В самом широком смысле мода достаточно часто понимается как «существующее в определенный период и общепризнанное на данном этапе отношение к внешним формам культуры: к стилю жизни, обычаям сервировки и поведения за столом, автомобилям, одежде» (23, с. 107). В то же время в узком смысле при употреблении слова *мода* «обычно имеют в виду одежду» (Там же).

Корреляция (зеркало) читательского поведения женщин с разным пониманием моды выявляет три аспекта для рассмотрения:

1. Мода на чтение как составляющая стиля жизни женщины.
2. Читательская мода в женской аудитории (мода на чтение книг определенных жанров, авторов и т. п.).

3. Чтение книг, журналов о моде на одежду, мебель и др. в структуре чтения женщин.

Признание женщин в качестве особой читательской группы в отечественной и зарубежной отраслевой науке произошло только в 1980–1990-х гг.: в период, когда специфичность женской культуры была обоснована методологией гендерного подхода, утверждающего, что не только и не столько биологический, сколько социальный пол (гендер) определяет важнейшие формы и способы жизненной реализации женщин и мужчин. В настоящее время в самом общем понимании *гендером* называется принятая в данном социокультурном поле модель поведения представителей разных полов.

Теория гендера, широко проникнув в разные науки, постепенно находит признание и в социологии моды. Это объяснимо: мода во всех своих проявлениях напрямую связана с потребительским рынком, а он, в свою очередь, сегодня имеет явно выраженную социально-половую (гендерную) сегментацию. Современная гендерная принадлежность личности обозначается через широкий ассортимент предлагаемых культурой средств: одежду, прическу, речь, стиль общения, способ времяпровождения, выбор телепередач, формы проявления эмоций, круг чтения и др.

Между тем рынок потребления давно уловил экономические преимущества учета моделей «настоящего мужчины» и «настоящей женщины»; «нормального мужчины» и «нормальной женщины», которые конструируются в каждом обществе. Обращаясь в данном случае только к женщинам, отметим, что чтение, выступающее способом информирования, образования, воспитания, формой времяпровождения, по определению имеет самое непосредственное отношение к созданию и закреплению (равно как и разрушению) подобных гендерных моделей; следовательно, реально находится в числе факторов гендерной сегментации рынка.

При выраженном влиянии моды на развитие современного информационного рынка, в том числе – ее корректирующего воздействия на читательское поведение мужчин и женщин, это явление зародилось и развивается достаточно давно. Обратимся к проявлениям моды в российской женской читательской аудитории в историческом аспекте.

Как следует из приведенного выше определения понятия *мода*, ее важнейшим признаком является *общепризнанность отношения к чему-*

либо, то есть, иначе говоря, массовое выражение этого отношения. До середины XX века активность чтения женщин была в целом гораздо ниже, чем у мужчин. Это действительно связано с целым комплексом гендерных факторов: низким общественным статусом женщин, ограниченными возможностями их образования, особенностями семейного быта и др. В России объективно можно говорить о заметной приобщенности женщин к чтению не ранее петровской эпохи, однако регистрировать проявления моды в их чтении можно только в более позднее время – в послепетровский период. Связано это с особенностями культуры российского общества в 30–60-е гг. XVIII в.: ее настроенностью на занятия по «украшению жизни», заполнение досуга изящными развлечениями, в число которых вошло и чтение.

Соответствуя новым эстетическим представлениям о чтении, литература этого времени – сентиментальные песенки, легкие переводные романы – получила спрос и в женской среде. Из способа времяпровождения подобное чтение постепенно превратилось в моду, в «требование светского приличия, в условие благовоспитанности» (17, с. 76). «Все, что хорошо жизнью зовется, – вспоминал А. Т. Болотов о елизаветинских временах, – тогда только что заводилось, равно как входил в народ тонкий вкус во всем. Самая нежная любовь, толико подкрепляемая нежными и любовными и в порядочных стихах сочиненными песенками, тогда получала первое только над молодыми людьми свое господство», но таких песенок было еще очень мало, и «они были в превеликую еще диковинку», и потому «молодыми боярынями и девушками с языка были не спускаемы» (2, с. 162).

«С легкой руки Сумарокова, освежительный дождь амурных песенок, – по выражению В. О. Ключевского, – усердно сочинявшихся доморощенными стихотворцами – А. Д. Кантемиром, В. К. Тредиаковским, пал на ниву русского просвещения» (9, с. 31). «Амурные песенки» нашли среди русских женщин послепетровского времени самых горячих поклонниц. Сатирик Кантемир, который позже даже стыдился таких своих произведений, так свидетельствовал об их популярности: «довольно моих поют песней и девицы чистые, и отроки, коих... колет жало любви» (Цит. по: 21, с. 81). П. Н. Сакулин также утверждал, что лирические песни Сумарокова

имели необычайный успех при дворе, среди великосветской молодежи и у знатных дам (21, с. 82).

Необычайная популярность любовных стихов в женской аудитории отражена и в художественной литературе. Так, И. И. Лажечников описывает чтение стихов В. К. Третьяковского гоф-девицами императрицы Анны Иоанновны: «От первых стихов <...> [они] были в восторге: “Как это хорошо! Нак и тянет за душу”, говорили они» (11, с. 71).

На наш взгляд, все описанные ситуации позволяют увидеть в них признаки моды на определенные произведения, что, собственно, признавалось и современниками. «Совершенствование» в модном чтении привело к тому, что уже в 1730–1740-е гг. в литературе появляются сатирические образы «героев-читателей»; в их числе – читающие «по моде» (1, с. 104). Наиболее яркими типами стали петиметр – великосветский кавалер, воспитанный по-французски, и кокетка – родная сестра петиметра, выразительно запечатленные в широко распространенной в 1752–начале 1753 г. сатире И. П. Елагина «На петиметра и кокетку».

Таким образом, мы наблюдаем в этот период формирование таких важнейших параметров моды, как создание литераторами, издателями книжного рынка для женщин как потребителей определенной печатной продукции. При этом следует говорить о том, что при отсутствии явной моды на чтение вообще в женской среде этого времени формировались признаки читательской женской моды на определенные жанры литературы.

В последующий период – второй половине XVIII века – именно это проявление моды в женской читательской аудитории получило наибольшее распространение. Ему способствовало усиление интереса общества к «чувствительной» литературе; чтение от скуки сделалось проводником новых направлений и вкусов. «Настал черед чувствительных романов, которые заучивались модными барынями и барышнями. Роман, особенно сентиментальный, с легкой руки Ричардсона получивший все более широкое распространение в тогдашней европейской литературе, нашел много читателей, и особенно читательниц, в русском светском обществе, чему помогло и знакомство с иностранными языками» (7, с. 217).

Чтение действительно для многих людей становилось «мостом» в Европу. Интенсивное общение с литературой обогащало картину мира

дворянского общества; в ней образы мужчин и женщин все более приближались к европейским образцам. Французский посол Л. Ф. Сегюр, наблюдавший это общество в конце царствования Екатерины II, встречал здесь много нарядных дам и девиц, которые говорили на четырех-пяти языках, играли на разных инструментах и в совершенстве знакомы были с произведениями известнейших романистов Англии, Франции и Италии (7, с. 254).

Появляется мода на чтение не только отдельных жанров литературы, но и отдельных авторов и даже книг: «Великая княгиня... мне сделала знак, так что я поняла, что она чем-то смущена. Наклонившись за спиной императрицы, она проговорила: “Книга на туалетном столе”. Я сразу поняла, что надо было спрятать том “Новой Элоизы”, который графиня Шувалова одолжила обеим великим княгиням» (5, с. 154).

К концу XVIII в. уже вполне уместно говорить о чтении как модном женском занятии. Сошлемся на такой в данном случае аргумент: в своей сатире «Каковы мои читатели» Н. И. Новиков дает характеристику 24 типам читателей, среди них 20 – женские образы (15, с. 10).

В целом о выраженном интересе женщин к чтению, сформировавшемся во второй половине XVIII в., свидетельствует значительное расширение ориентированного на женщин книгоиздания, которое не только следовало женским читательским интересам, расширяя круг потенциальных читательниц, но и явно рекламировало отдельные издания для женщин, рассчитывая на эффект моды. Так, много издавалось календарей для «почтеннейших дам»; на увлечении музыкой среди женщин издатель Герстенберг строил дела своей фирмы, переключившись исключительно на публикацию музыкальных произведений; советы матерям по воспитанию дочерей издавались Тартуским университетом и др. (22, с. 53; 4, с. 118).

Вторая половина XVIII в. демонстрирует и новое явление в женском чтении – интерес к изданиям о моде. Российский книжный рынок предложил дамам женский журнал: в 1779 г. в Петербурге, а затем и в Москве начал выходить журнал «Модное ежемесячное издание, или Библиотека для дамского туалета». Несмотря на название, буквально журналом мод издание было лишь в малой части: это был литературный журнал для женщин, задача которого состояла в том, чтобы дать легкое и нравоучительное чтение. В большем смысле журналом мод стал другой журнал,

издание которого началось с апреля 1791 г.: «Магазин английских, французских и немецких новых мод» с присовокуплением «описания образа жизни, публичных увеселений и времяпрепровождения в знатнейших городах Европы, приятных анекдотов» (16, с. 131).

Начиная с XIX в., различные проявления моды находят в женской читательской аудитории все более выраженный характер. Это хорошо отразило книгоиздание того времени. Осознание того, что у женщин есть свои читательские вкусы и предпочтения, позволило предприимчивым авторам, составителям, издателям обратиться к созданию и опубликованию жанров и видов изданий, предназначенных именно им. В результате для женщин печатались книги по культуре поведения, песенники, альманахи и др.

В частности, характеризуя один из альманахов, Н. И. Надеждин пишет в 1830 г., когда тип этого издания устоялся: книга «снабжена всеми принадлежностями, кои считаются нужными для альманаха... Формат укромненький, бумажка чистенькая, оберточка – розовенькая – все, как водится» (20, с. 29). Стилистика характеристики издания явно дает нам понять: это – модное издание для женщины. Не случайно подобные альманахи часто использовались в качестве подарка. В 1828 г. в печати отмечалось, что в обычай «вводится обыкновение дарить взрослых девиц и дам альманахами, к Новому году и рождеству» (20, с. 31).

Помимо альманахов модным чтением в женской аудитории первой половины XIX в. были женские литературные журналы, возникновение которых в ситуации, когда духовная, литературная жизнь России вступила в эпоху романтизма, было вполне закономерно (с точки зрения эстетики романтизма, показательное полное название одного из них – «Журнал для милых, издаваемый молодыми людьми»). В первые два десятилетия XIX в. ведущими журналами «для дам» являлись: «Московский Меркурий» (1803 г., издатель П. И. Макаров), «Журнал для милых» (1804 г., М. Макаров), «Аглая» (1808–1812 гг, П. Шаликов), «Женский мир» (1811 г.), «Кабинет Аспазии» (1815 г., В. Бахирев, Б. Федоров и др.), «Модный вестник» (1816 г.) и др. Как правило, все «дамские» журналы этого периода проповедовали эстетику Н. А. Карамзина: «чувствительность» была наиболее характерной их чертой.

Тема моды, стартовавшая в журналах России в конце предыдущего столетия, в полной мере получила распространение в начале XIX века. Об интересе к этим изданиям свидетельствует даже их богатый репертуар: «Галатей» (журнал литературы, новостей и мод), «Молва» (журнал мод и новостей), «Колокольчик» (словесность, поэзия, моды), «Вестник парижских мод», «Гирлянда» (словесность, библиография, театр, стиль, моды, музыка; прилагались также гравированные картинки мод, рисунки модной мебели, экипажи и др.), «Дамский журнал» (переводы «чувствительных» повестей французских писательниц С. Ренневиль, С.-Ф. Жанлис, Ж.-Н. Бульи, мадригалы, элегии и басни русских поэтов, парижские моды, советы по «уборке головы») и др.

В целом можно констатировать, что женская пресса того периода служила не более как «распространению роскошной суетности»: таким был модный образ жизни того времени. Образ такой «настоящей женщины» данной эпохи и отражали эти журналы.

Подобную же цель преследовали и книгоиздатели. Примечательно название книги, изданной в 1802 г. в Санкт-Петербурге: «Искусство сохранять красоту, с присовокуплением многих других редких, любопытных и полезных средств для прекрасного полу, который желает, чтоб на него смотрели с удовольствием. Подарок Российским дамам и девицам, которого каждая из них должна иметь экземпляр на уборном столике под опасением, чтоб в противном случае не стали ее почитать непригожею: купно с чтением для туалета, равно как и календарем на все годы, зубным календарем, ландкартою для тех, кои намерены вступить в супружество или уже вступили: остроумною игрою узнавать человеческие мысли и портретом Абельярда и Элоизы» (8, с. 126). Так *продвигалось* чтение в те времена, так *делали модной* конкретную книгу для женщин-читательниц.

Безусловно, при столь мощном воздействии книжного и журнального рынков на женщин вкупе с возрастанием их роли как просвещенных хозяек дома, воспитательниц детей чтение становилось престижной, модной деятельностью в образе жизни представительниц высших сословий того времени. Вот «портрет милой женщины», представленный в 1802 г. солидным «Вестником Европы»: «Она знает и всех лучших французских поэтов, и почерпнула из разных сочинений, нравоучительных и принад-

лежащих до воспитания, все то, чем только может пользоваться приятная в обществе женщина, добрая жена и нежная мать» (Цит. по: 16, с 45).

Романы – действительно самый модный жанр в женском чтении этого времени. Любовь к романам, особенно – зарубежным, зародившаяся у женщин в конце XVIII в., была не менее страстной и в рассматриваемый период. «Ужасное» и «чувствительное» – таким был вкус читающей публики, женщин, в первую очередь. Иностранные сентиментальные романы составляли основной круг чтения русских дворянок в начале XIX века. Классический образ подобных читательниц – в произведениях А. С. Пушкина. Среди них и те, для которых увлечение литературой – лишь дань моде («Она любила Ричардсона, не потому, чтобы прочла...»), а чтение – принятое и осознанное времяпровождение (такова Татьяна, искренне погруженная в чувства литературных героев: «Себе присвоя / Чужой восторг, чужую грусть...») (18, с. 67).

Более того, личность самого А. С. Пушкина – фактически в новой русской литературе первая, в полной мере испытавшая роль «модного женского поэта». В истории культуры того времени сохранилось немало свидетельств пылкой увлеченности дам его произведениями. Еще до появления поэта в Москве его стихи знали наизусть сестры Ушаковы, в доме которых «все дышало Пушкиным». Изящные стихотворения поэта приводили в восторг А. О. Смирнову. Он был кумиром Е. П. Ростопчиной. Задолго до знакомства с поэтом «с жадностью» читала «Кавказский пленник» и «Бахчисарайский фонтан» юная А. П. Керн. В сибирских письмах М. Н. Волконской неоднократно просьбы о присылке произведений поэта. В будуарах светских дам вслух читалась не только любовная лирика и романы Пушкина, но и его политические памфлеты.

Вокруг Пушкина было осязаемо сообщество экзальтированных почитательниц его таланта. В воспоминаниях А. Н. Панафидиной описано впечатление, которое произвел поэт на «совсем еще юных тетушек»: «Все они были влюблены в его произведения, а может быть, и в него самого; переписывали его стихотворения и его поэмы в свои альбомы, перечитывали и до старости лет любили их, декламировали со слезами на глазах. Многие очень робкие и наивные девушки, несмотря на страстное желание и благоговение к Пушкину, боялись встречи с ним, зная, что он обладает насмешливостью и острым языком» (3, с. 69).

Возможно, поэтому сам Пушкин считал лучшими читательницами «уездных барышень». «Эта барышня читает много, и потому, что ее увлекает сам процесс чтения (к словам Е. Сушковой: “Вероятно, я очень любила процесс чтения, потому что, не понимая философских умствований, я с жадностью читала от доски до доски всякую попавшуюся мне книгу”», могли бы, полагаю, присоединиться многие ее современницы), и потому, что это модно, необходимо для успеха в обществе» (Цит. по: 19, с. 104).

Действительно, в первой половине XIX в. именно такой статус приобрело чтение: «Вопросы литературы стали вопросами жизни... Вся образованная часть общества бросилась в мир книжный» (12, с. 134). И русские женщины, особенно молодые, явно были среди самых активных читателей России: для них книга стала неотъемлемой частью жизни, причем служила не только для развлечения, а фактически стала для многих «кодексом поведения», иногда приводящим и к трагическим последствиям. Так, подражая героине «Бедной Лизы» Н. А. Карамзина, обманутые девушки и в самом деле следовали ее примеру. Зло иронизируя по этому поводу, остроумный стихотворец не поскупился на эпиграмму: *«Здесь бросилась в пруд Эрстова невеста / Топитесь, девушки; в пруду довольно места!»* (Цит. по: 16, с. 76).

Увлечение русских девушек чувствительными романами первой половины XIX века оценивается специалистами как «странная болезнь», поражавшая читательниц на протяжении всего XIX в. Это изумительное их свойство – сознательно или бессознательно менять местами жизнь и литературу, отдавая пальму первенства последней: *«Воображаясь героиней / Своих возлюбленных творцов, / Клариссой, Юлией, Дельфиной, / Татьяна в тишине лесов / Одна с опасной книгой бродит...»* (13, с. 91). Как читательница, пушкинская Татьяна – абсолютно типичный для своего времени образ: книга в девичьих руках – это черта стиля женской жизни того времени, многократно отраженная не только в литературе, но и на художественных полотнах; это своеобразный модный аксессуар женского мира того времени.

С той же восторженностью, с которой молодые читательницы воспринимали чувствительные романы и любовные стихи, они отнеслись и к революционной поэзии. А. И. Герцен писал в 1850 г.: «Революционные стихи Рылеева и Пушкина можно найти в руках у молодых людей в самых

отдаленных областях империи. Нет ни одной благовоспитанной барышни, которая не знала бы их наизусть...» (Цит. по: 13, с. 92).

Выраженная начитанность русских женщин была замечена иностранцами. Французский писатель и путешественник Теофиль Готье, посетивший в 1858 г. Россию, был приятно удивлен, о чем и написал в своих заметках: «Женщины очень развиты. С легкостью, вообще характерной для славян, они читают и говорят на разных языках. Многие читали в подлиннике Байрона, Гете, Гейне, и, если их знакомят с писателем, они умеют удачно выбранной цитатой показать, что читали его произведения и помнят об этом» (6, с. 111).

Об интеллектуальных успехах женщин как читательниц говорил и В. Г. Белинский. В 1840-х г. он, делая очередной обзор русской словесности этого времени, предлагал «оставить... мусульманский взгляд на женщину и в справедливом смирении сознаться, что наши женщины едва ли не ценнее наших мужчин, хотя эти господа и превосходят их в учености. Кто первый... оценил поэзию Жуковского? – женщины. Пока наши романтики подводили поэзию Пушкина под новую теорию, ... женщины наши уже знали, заучили наизусть стихи Пушкина» (Цит. по: 14, с. 168).

Таким образом, к середине XIX века в русской читающей публике сформировался культурный тип «читающей барышни» – читающей много, преимущественно для развлечения, часто воспринимающей книгу как «руководство к действию», считающей для себя обязательным (это модно!) знать произведения наиболее популярных (модных!) авторов. Как видим, в историческом плане мода во всех своих возможных проявлениях в читательской деятельности выступила важнейшим фактором не только интеллектуального, но и социального развития русских женщин.

Литература

1. Блюм, А. В. Художественная литература как историко-книжный источник (на материале русской литературы XVIII – первой половины XIX вв.) / А. В. Блюм // Книга: исслед. и материалы : сб. – М., 1986. – Вып. 52. – С. 100 – 122.
2. Болотов, А. Т. Жизнь и приключения Андрея Болотова, описанные самим им для своих потомков: в 3 т. / А. Т. Болотов. – М. : Terra, 1993. – Т. 1/ 1738-1759. – 576 с.

3. Вересаев, В. Пушкин в жизни / В. Вересаев. – М. : Мастацкая літаратура, 1986. – 685 с.
4. Воробьева, Н. П. Французская эстетика / Н. П. Воробьева // Кн. в России. XVI – середина XIX в. Книгораспространение, библиотеки и читатель / БАН. – Л., 1987. – С. 117 – 123.
5. Головина, В. Н. Мемуары / В. Н. Головина // История жизни благородной женщины. – М., 1996. – С. 19 – 332.
6. Готье, Т. Путешествие в Россию / Т. Готье. – М. : Мысль, 1988. – 396 с.
7. Жидков, В. С. Десять веков российской ментальности: картина мира и власть / В. С. Жидков, К. Б. Соколов. – СПб. : Алетейя, 2001. – 336 с.
8. Зайцева, А. А. Об одном малоизвестном издании типографии Сухопутного кадетского корпуса / А. А. Зайцева // Кн. в России. XVI – середина XIX в. Книгораспространение, библиотеки и читатель / БАН. – Л., 1987. – С. 124 – 142.
9. Ключевский, В. О. Сочинения: в 9 т. / В. О. Ключевский. – М. : Мысль, 1990. – Т. 9: Материалы разных лет – 525 с.
10. Корнилова, А. В. Мир альбомного рисунка: русская альбомная графика конца XVIII – первой половины XIX века / А. В. Корнилова. – СПб. : Искусство, 1990. – 287 с.
11. Лажечников, И. И. Ледяной дом / И. И. Лажечников. – М. : Художеств. лит., 1988. – 316 с.
12. Марголис, Ю. Д. Женщины в политической жизни России первой половины XIX в. / Ю. Д. Марголис // Феминизм и рос. культура / Междунар. ин-т «Женщина и управление» ; С-Петербург. гос. акад. культуры. – СПб., 1995. – С. 127 – 138.
13. Мартынов, И. Ф. «Звучащий стих свободы ради...» : очерки о читателях декабрист. поры / И. Ф. Мартынов. – М. : Книга, 1976. – 119 с.
14. Моисеева, Л. П. Проблема женской эмансипации в русской литературе 30–40-х гг. XIX в. / Л. П. Моисеева // Общественные науки и современность. – 2000. – № 4. – С. 164 – 171.
15. Новиков, Н. И. Каковы мои читатели / Н. И. Новиков // Очарованные книгой : рус. писатели о книгах, чтении и библиофильстве. – М., 1982. – С. 17 – 19.
16. Павлюченко, Э. А. Женщины в русском освободительном движении: от М. Волконской до В. Фишер / Э. А. Павлюченко. – М. : Мысль. – 1988. – 269 с.
17. Поликарпов, В. С. История нравов в России: восток или запад? / В. С. Поликарпов. – Ростов-на-Дону : Феникс, 1995. – 575 с.
18. Пушкин, А. С. Евгений Онегин: роман в стихах / А. С. Пушкин. – М. : Худож. лит., 1974. – 322 с.
19. Равинский, Д. Барышня с книжкой: портрет в историческом интерьере / Д. Равинский // Родина. – 2000. – № 9. – С. 102 – 106.

20. Рейтблат, А. И. Московские «альманашники» / А. И. Рейтблат // Чтение в дореволюц. России : сб. науч. тр. / Рос. гос. б-ка. – М., 1995. – С. 29 – 53.

21. Сакулин, П. Н. Русская литература: социолого-синтетич. обзор лит. стилей / П. Н. Сакулин; Гос. акад. худож. наук. – М., 1929. – Ч. 2 : Новая литература. – 639 с.

22. Федоровская, Л. А. И. Д. Герстенберг и его план издательской деятельности в России в XVIII в. / Л. А. Федоровская // Книга в России XVII – начала XIX в. / БАН. – Л., 1989. – С. 50 – 53.

23. Шаров, К. С. Мода от античности до XIX в.: игра и противостояние гендерных стратегий / К. С. Шаров // Вестн. Москов. ун-та. Сер. 7. Философия. – 2006. – № 3. – С. 107 – 128.

Е. А. Селютина

**Мода на *verbatim* в современной русской драматургии:
европейская тенденция и ее русское преодоление
(на примере пьесы М. Дурненкова «Хлам»)**

Рубеж XX–XXI вв. существенно поменял литературную афишу России. Этому способствовало много факторов: появились независимые издательства, отбирающие произведения и открывающие новые имена так, как это принято в мировой практике; появились литературные премии, которые стали обозначать некоторое качество выпускаемой этими издательствами продукции (Русский Буккер, Антибуккер, Нацбест, Большая книга и т. п.); появился развитый институт ее продвижения в массы – теле-, печатные и Интернет-источники и проч. Все это существенно расширило горизонты читательского поиска: качественная литература стала поступать не только в классическом формате книги или толстого журнала, авторитет которого когда-то был незыблемым.

Одновременно с этим возник вопрос: каким источникам информации о литературном процессе можно доверять на сегодняшний день и верную ли картину литературного процесса они представляют, какие произведения сейчас на пике популярности и по каким причинам? Другими словами, как можно дифференцировать литературные явления с точки зрения внимания к ним или моды на них в широком смысле этого слова.

В теории моды явления, ставшие стилеобразующими, определяющими, принято называть трендами. И в индустрии моды существуют люди, занимающиеся прогнозированием модных трендов, (trend forecaster, trend spotter, trend hunter, англ.) (9, с. 27–28). Если применить эту терминологию к обсуждаемой сфере, то станет очевидно, что есть писатели-тренды (тренд-сеттеры), как, например, В. Пелевин или В. Сорокин; произведения-тренды – «Как я съел собаку» Е. Гришковца или «Dухless» С. Минаева; жанровые тренды, например, киберпанк, фэнтези или иронический детектив и т. п.; есть целый институт прогнозирования литературных тенденций – институт литературной критики (одна из главных функций литературной критики – предсказывать). В этой связи можно назвать популярные имена Д. Быкова, П. Руднева, Д. Бавильского.

Культуролог Малькольм Гладвелл попытался понять и проиллюстрировать появление модных трендов, в том числе и через литературную моду. Его теория получила название «биография идей». Среди интересующих его тем – факторы, которые делают малоизвестную книгу бестселлером, а также механизм порождения и функционирования слухов. По мнению Гладвелла, новые тенденции распространяются по аналогии с вирусами и подчиняются законам эпидемии. В связи с этим он выделил три закономерности: закон меньшинства – в распространении социальных эпидемий большую роль играют отдельные личности (лидеры моды, авторитеты, музы); закон «заражения» – маленькие вещи создают большое влияние; закон силы среды – человек чувствителен к окружающей обстановке гораздо больше, чем кажется (9, с. 30).

Думается, что эти закономерности можно проследить в утверждении такого явления как литература *verbatim* и театр *verbatim* (другой вариант названия, менее распространенный, «life game» / лайф гейм), появившегося не так давно на российской почве и уже ставшего безусловным трендом. Приведем слова драматурга А. Родионова: «Я не знаю, почему вербатим привлекает людей так сильно. Это просто технология создания пьесы, одна из многих в современном театре, и технология причудливая, специфическая, не самая перспективная и удобная: пьеса делается из интервью актеров с реальными людьми, дословно расшифрованных драматургом и точно воспроизведенных на сцене. Однако после маленького семинара театра «Ройял Корт» в Москве осенью 1999 г. вербатим стал символом но-

вого в русской драматургии и театре новой пьесы» (8). Это интересное явление, зародившееся в Европе (в Англии, собственно, в театре «Ройял Корт»), но получившее оригинальное наполнение на русской почве. Самые известные западные постановки театра верbatim: М. Равенхилл «Shopping Fucking» и «Откровенные полароидные снимки», И. Энслер «Монологи вагины», С. Кейн «Очищенные», К. Черчилл «Серьезные деньги», С. Долдри «Язык тела».

Проблема заключается в том, что, будучи сверхизвестной и, безусловно, модной в театральном контексте, эта разновидность драмы ускользает от широкого читателя.

Это происходит, на наш взгляд, потому, что среди всего многообразия новых литературных публикаций, до сих пор существует значительная брешь. Издательства, да и толстые журналы, мало публикуют тексты новейшей русской драматургии (в данном случае речь не идет о специализированных журналах, таких, как «Современная драматургия», которому уже по названию положено освещать современное состояние этого рода литературы). И это удивительно, так как современный театр популярен, многочисленные театральные форумы проходят при стечении большого количества публики и прессы (Национальный фестиваль «Золотая маска», фестиваль NET/NET (New European Theatre/Новый Европейский Театр), Фестиваль молодой драматургии («Любимовка»), фестиваль «Новая драма», фестиваль «Окно» (представлял новинки западной драмы), российско-британский семинар «Новая пьеса/New Writing», фестиваль «Майские чтения» (г. Тольятти), репертуарная практика «Дебют-центра» и мн. др.).

Все большую популярность набирают даже не постановки в классическом понимании этого слова, а литературные читки, представляющие новые творения драматургов или спектакли без декораций и традиционного деления на акты (см. деятельность ТЕАТР.doc, театра Практика). И, с одной стороны, можно говорить о том, что это своеобразный перформанс, представляющий изнанку театрального процесса, обнажающий его, что это удобный способ быстрее донести новый текст до слушателя/зрителя/читателя; с другой – сама устойчивость, многократная повторяемость такого рода представлений, а также внимание зрителей и критиков, говорят о сложившейся моде на «новую драму».

О том, как это произошло, говорят непосредственные участники утверждения тренда, такие, как режиссер М. Угаров: «В конце XX в. произошел кризис авторитетной точки зрения. Для меня, например, как для потребителя газет, телевидения, книг, искусства, в принципе, все авторитеты дискредитированы, потому что XX в. был богат крупнейшими фигурами – личностями, харизматиками, которые что-то делали, утверждали, произносили, а что в итоге? Что изменилось? Как они изменили мир? Культуру? Наше о нем представление? Теперь у меня идет принципиальный отказ от подчинения авторской воле, я начинаю верить только эпизодам уличного разговора, который никто не комментирует. В нем я нахожу больше смысла и правды, чем в рассуждениях какого-нибудь гуманиария об устройстве мира. Разговор двух теток у палатки картину реальности мне может прояснить гораздо лучше. Я это почувствовал просто на уровне ощущений. Поэтому думал, что метод «вербатим», которым мы занимались, мне одному интересен, а вдруг – эпидемия какая-то началась. Оказывается, многим интересно. Почему? Сознательный отказ авторов от комментариев и вообще эстетика минимализма очень важны сегодня, потому что XX в. перебрал по части формы, в театре, во всяком случае. Под минимализмом я понимаю не только художественные средства, но и смысловой план тоже. Я показываю картинку – и все. Показываю вторую картинку – и все» (14). О длительности и устойчивости явления говорит Э. Бояков, художественный руководитель театра «Практика»: «Надо разбираться, что же натворили Гришковец (скоро 10 лет спектаклю «Как я съел собаку»!), Казанцев, Угаров, Вырыпаев, Пресняковы, тольяттинцы Михаил и Вячеслав Дурненковы и другие герои «новой драмы». Эта система координат будет импульсом достойным делам, спектаклям, книгам, пьесам и карьерам» (4).

До сих пор не существует словарно закрепленной в литературоведении формулировки понятия «вербатим» (за исключением Интернет-Википедии). Поэтому приходится сводить воедино несколько источников, комментирующих это явление (например: 2, 5, 8, 10, 12). Строго говоря, слово *verbatim* переводится с латинского как «дословно». А за номинацией стоит особый вид театрального представления – документальный театр. Материалом для каждого спектакля служат интервью с представителями той социальной группы, к которой принадлежат герои планируемой по-

становки. Расшифровки интервью и составляют канву и диалоги постановки. Как говорит драматург В. Забалуев, – один из представителей «новой драмы» – в интервью М. Бойко, вербатимный театр проявляет свою коммуникативность «в форме ритма, нового словопостроения, через ошибки речи, через нарушения грамматики, паузы, молчания – эти вещи важнее, чем формальный повод, чем сюжет, внешнее действие, все атрибуты классической драмы» (2). То есть главное тут – это мы хотели бы подчеркнуть – то, что в идеальной схеме вербатима пьесы как таковой не существует. Она возникает в момент соединения различных речевых стихий в процессе подготовки к игре на сцене. Тем самым создается эффект непридуманной жизни, формируется сверхэмотивное пространство, позволяющее реализоваться важнейшему принципу искусства, сформулированному еще М. М. Бахтиным – принципу сотворчества, диалога. Не монолог автора в пьесе, представляющий некую готовую идею, а процесс порождения смысла в диалоге зрителя и сценической среды.

Кроме того, своеобразными правилами такого театра, прописанными в манифесте молодых драматургов в 2002 г., стали социальность, эпатажность, максимальная приближенность к зрителю, отсутствие декораций, музыкального оформления, танца и пластических миниатюр; актеры играют без грима, и только свой возраст, пьеса всегда одноактова и общая продолжительность ее – не более часа (5).

В России увлечение таким театром и производство пьес в этой тенденции осуществляет московский ТЕАТР.doc. Он же предлагает всем желающим ознакомиться с теоретическими положениями театра на своем официальном сайте (12) или вычислить их из достаточного количества интервью с представителями этого движения. Считается, что первый русский вербатим-спектакль – «Угольный бассейн» кемеровского театра «Ложа», которому более 10 лет («Ложа» собрала интервью у шахтеров кузбасского города Березовский). В 2000 г. Екатерина Садур и Георг Жено сделали московский «Цейтнот» (интервью с солдатами, лечащимися после чеченского фронта в травматологическом отделении госпиталя). В 2001 году челябинский независимый театр «Бабы» создал спектакль «Солдатские письма». Дальнейшую судьбу этого направления можно проследить на официальном сайте ТЕАТР.doc (12).

Библиотековед В. Я. Аскарова предлагает разграничивать такие явления как читательская мода и литературная мода, так как первая связана со сферой потребления продукта культуры, вторая же – со сферой его создания, производства литературного текста (1). Если говорить о моде на методику вербатим, то нужно признать, что она принята драматургическим, шире, литературным сообществом, породила целое направление в драматургии и, более того, захватила в свою документальную орбиту многих авторов, о чем и свидетельствуют цитаты, приведенные нами выше. Соответственно, мы можем говорить о литературной моде на эту драматургическую практику. Однако есть и явление читательской (здесь правильнее говорить зрительской) моды. Это подтверждает способ заполнения залов в самых популярных на сегодняшний день театральных центрах, занимающихся постановкой пьес новой волны драматургии (Центр Казанцева и Рощина, театр «Практика», ТЕАТР.doc). Например, ТЕАТР.doc принципиально не развешивает афиши, билетов нет в театральных кассах и на театральных сайтах, расписание существует в виртуальном формате. Таким способом отсекаются случайные люди, ничего не знающие о концепции театра; эти ограничения служат своеобразным фильтром, хоть и явно неудобны для потребителя. Соответственно выстраивается оппозиция между «своим» зрителем и зрителем профанным. И быть причастным к этому процессу, «посвященным», безусловно, модно.

Теоретик моды О. Вайнштейн считает, что сейчас в самой системе моды происходит перемена, которая непосредственно влияет на формирование трендов. Ранее мода развивалась преимущественно по вертикали и ее можно было описать в терминах теории просачивания (*trickle-down theory*, англ.) – идеи сверху постепенно спускаются к массам. В этой системе потребитель пассивен, он принимает те тенденции, которые ему поставляет этот механизм. Теперь же, напротив, в результате прихода «горизонтальной парадигмы» «на арене появляется совсем другой герой – человек, который носит одежду, ходит по улице, потребитель, который делает свой выбор в магазинах. Пытаясь выразить свой личный вкус в сфере одежды, этот потребитель отходит от принципа координации». И это, прежде всего, потребитель молодой (13, с. 284). На наш взгляд, с искусством и литературой происходит то же самое, так как открытый диктат вкуса в этой сфере невозможен. Читатель делает выбор самостоятельно, в том

числе, голосуя и финансовыми вливаниями. Появился молодой зритель, готовый принять non-fiction на сцене, которому нет необходимости отгораживаться от мира, хотя постижение такого рода искусства, безусловно, требует большей работы, чем чтение хорошо закрученной сюжетной истории. Именно поэтому с европейским трендом на русской почве в итоге стали происходить изменения, во многом связанные с преодолением жесткой схемы пьесы-вербатим.

За десятилетие, на наш взгляд, с театром вербатим произошло то, что уже наблюдалось в нашей литературной истории в XIX в., когда шло становление реализма. Недолго, но очень активно в русской литературе существовало течение «натурализм», пришедшее на смену романтической литературной стратегии в связи с изменением общественного и культурного климата (утверждение капитализма, новые отношения между человеком и регулярными социальными институтами, отрицание «идеального героя», преобладание прозы и т. п.), которое предполагало фотографическое (даггеротипное) воспроизведение жизни. Для реализма натурализм сделал очень много, в том числе, например, сформулировал понятие «тип», показал, насколько человек зависит от обстоятельств окружающего мира. И уже затем реализм показал проблемный уровень социального. Вербатим обострил интерес к многообразию индивидуальных стилей речи обыкновенных людей. И главная причина здесь – особое чувство сопричастности, создаваемое эффектом «не игры». И, кроме того, в живой речи постоянно происходит акт стихийного творчества, дающий подчас необычайно интересные результаты.

Однако сфотографировать – это даже не формулировать проблему, а ведь литература живет именно постановкой проблемных вопросов. Поэтому некоторые авторы предложили драматургические опыты, для которых вербатим оказался не самоцелью, а, скорее, трамплином, позволяющим выстраивать сюжет и вести его к драматургическому перелому. Поэтому рискнем утверждать, что сейчас и далее российская драматургия так или иначе будет обращаться к принципам, обозначенным этим направлением, будет их трансформировать, а где-то и преодолевать.

Такова творческая практика драматурга Михаила Дурненкова, получившая в разных источниках определение «локомотив новой драмы» (7), «тольяттинский феномен» (11). Дурненков активно вошел в литературный

процесс в начале двухтысячных, сначала как половина творческого тандема Вячеслав и Михаил Дурненковы («Кто-то такой счастливый», «Вычитание земли», «Mutter»), а затем представив собственные пьесы («Красная чашка», «Заповедник», «Синий слесарь» и др.). Последние его творения показывают, что вербатим в чистом виде может быть недостаточен для выражения авторских интенций, но является отличной основой для формирования новой социальной драмы. Одна из последних его пьес – «Хлам», опубликованная в 2008 г. в журнале «Топос» в проекте «Новая драма» (проект призван представить образцы новейшей драматургии широкому читателю).

В пьесе «Хлам» на первом плане – драматизм невозможности человека быть выше обстоятельств. Под угрозу попадает человеческое достоинство, неоднозначно понимаемое в силу различия взглядов представленных персонажей. Автор ставит вопрос, который решают герои со времен Достоевского: «ТОЛСТЫЙ: Я не хлам. САША: Чем докажешь? *Пауза*» (6) (здесь и далее курсив автора – *Е. С.*).

Пьеса одноактова, и в ней нет традиционного деления на действия в соответствии с логикой развития сюжета. Это принципиальная установка театра вербатим, и здесь она реализована вполне. Скорее можно было бы говорить о сценических эпизодах, если бы автор не настаивал на том, что деления никакого нет («Пьеса разбита на главы, названные по именам трех центральных персонажей. Это сделано исключительно для удобства чтения. Никаких пауз между частями не предусмотрено, если это специально не указано в тексте» (6)). Кроме того, в эпиграфе автор выносит благодарность своим друзьям и коллегам за возможность использования фрагментов их биографий.

В произведении нет единого внешнего действия, поэтому приходится делать некоторое усилие, чтобы соединить истории трех основных персонажей – Филиппа, сценариста; Толстого, просто влюбленного парня 18–19 лет; Анны Григорьевны, матери некоего студента. Пьеса и делится на фрагменты, обозначенные именами вышеназванных действующих лиц; совокупность главных событий, произошедших с ними, порождает связность действия. Все эпизоды решаются в одинаково замкнутых границах пространства и времени – в магазине «ОДЕЖДЫ, БРЕНДЫ, СКИДКИ». Это магазин со старомодной красно-зеленой неоновой вывеской, в кото-

рой горят далеко не все буквы; он решается как метафора жизни провинциального города и столицы – разницы, собственно, никакой, где каждый – идеальный потребитель (тотальная «хламизация»). Казалось бы, это исключает возможное катастрофическое изменение персонажей – нет повода к решительному взрыву, среда не порождает катастрофу.

Но конфликт, между тем, зреет и разрешается в куче тряпья. Автор замыкает все истории на ней неслучайно, отмечая социокультурную функцию любого костюма (например, «один из мужчин находит в куче вещей дорогую рубашку. Примерив ее, он становится Продюсером, который встречается в кафе с Филиппом» (4); проступает иллюзорность, обманность одежды как личины. Толстый стреляет, а пистолет в руку ему вкладывает мать, ищущая своего сына-студента, поддерживаемая Филиппом: *«Анна Григорьевна вновь наклоняется, берет пистолет и вкладывает его в руку Толстого. АННА ГРИГОРЬЕВНА. Давай сынок. Сделай это. Чтобы тебя мама дождалась. ФИЛИПП. Не должно быть бессмысленных. Чтобы было понятно зачем. Давай. <...> Хоть один из нас должен вырваться»* (4). Результат выстрела не ясен, как не ясно и то – реальны ли эти персонажи в контексте действительности произведения, или они герои сценария, написанного Филиппом (он сам – тоже персонаж в собственном тексте), исследующим «два пути в искусстве». Но для автора это не важно, так как fiction вполне может оказаться non-fiction: в основе сюжета – непридуманная история корейского студента, расстрелявшего в США своих сокурсников и преподавателя. Документальность вербатима здесь переходит на мета-уровень: важно то, как этот случай был воспринят обществом. В пьесе мнение четко выражает преподаватель вуза Попов: «Он никакой. Ты бы мимо прошел, не заметил, даром что кореец. И жизнь его была никакой. А потом он взял два пистолета и стал кем-то» (6). Альтернатива хламу – убийство, отчасти одобряемое обществом. Оно никого не шокирует, так как жизнь одинаково тосклива для всех.

Драматургическая катастрофа не изменила мир ни к лучшему, ни к худшему, но в финале пьесы мы наблюдаем весьма своеобразный момент очищения смехом, который как будто снижает пафос поставленной проблемы. Это слова Продюсера – хозяина жизни: «Я сейчас отойду на часик, а вы посидите здесь в переговорочной и накидайте мне, вчерновую, схематично, другой план. <...> Человек и то, для чего он родился. Коротко и

ясно. Человек и его предназначение. Я вам на это шесть дней давал. Некоторые мир успевали создать за это время. Сейчас у вас час, да и задача, надо сказать, полегче». Резкая смена пафоса в финале пьесы иронически преподносит нам всю проблему: доказать миру, что ты не хлам, – не значит убедить мир в том, что это на самом деле так.

Таким образом, мы можем сделать вывод о том, что мода на вербатим на данный момент в российской драматургии – явление неоспоримое. Популярность авторов превратила их в тренды современного искусства и позволила реализоваться в иных, нелитературных сферах (например, в кинематографе, как это получилось у И. Вырыпаева и братьев Пресняковых). Другой вопрос, насколько временной она окажется, т.к. уже наметилась тенденция к преодолению чистоты этого жанра. Но, возможно, именно практика представления пьесы, глобального подхода к тексту как к перформансу, в итоге поможет преодолеть кризис читательской активности в сфере современной драматургии, и издатели откликнутся на него.

Литература

1. Аскарлова, В. Я. Мода в чтении: постижение смысла всестороннего исследования / В. Я. Аскарлова // Мода в книжной культуре: границы дозволенного. – Челябинск, 2010. – С. 5 – 34.
2. Бойко, М. Вербатим – матрица реальности: хтонический мир подвала, пьеса «Красавицы» и новая коммуникативность [Электронный ресурс] / М. Бойко // Режим доступа: <http://mikhail-boiko.narod.ru/interview/zabaluev.html>.
3. Вербатим [Электронный ресурс] // Википедия. – Режим доступа: wikipedia.org/wiki.
4. Гучмазова, Л. Драматические поиски реальности / Л. Гучмазова [Электронный ресурс] // Русский репортер. – 2007. – № 18 (10). – Режим доступа: www.rusrep.ru/2007/18/poiski_realnosti/4.
5. Десятирик, Д. Словарь современной культуры: вербатим [Электронный ресурс] / Д. Десятирик // Режим доступа: www.cdr.theatre.ru/directors/vartanov/2953/.
6. Дурненков, М. Хлам [Электронный ресурс] / М. Дурненков // Топос. – 2008. – 08 сент. – Режим доступа: www.topos.ru/article/6422.
7. Руднев, П. Новая драма №1. Пьеса Михаила Дурненкова «Хлам» [Электронный ресурс] / П. Руднев // Топос. – 2008. – 8 сент. – Режим доступа: www.topos.ru/article/6422.

8. Родионов, А. «Вербатим» – реальный диалог на подмостках [Электронный ресурс] / А. Родионов // Отечественные записки. – 2002. – № 4–5. – Режим доступа: www.strana-oz.ru/?numid=5&article=274.
9. Секачева, О. Заглядывая в будущее. Прогнозисты трендов: предсказатели или диктаторы? / О. Секачева // Теория моды. – 2006. – № 1. – С. 27 – 37.
10. Словарь современной культуры: вербатим [Электронный ресурс] // Режим доступа: www.cdr.theatre.ru/directors/vartanov/2953/.
11. Соколянский, А. Кто во что горазд: Художественный театр продолжает ставить «новую драму» [Электронный ресурс] / А. Соколянский // Время новостей. – 2005. – 16 февр. – Режим доступа: www.mxat.ru/press/texts/4885/.
12. ТЕАТР.doc: театр, в котором не играют. [Электронный ресурс] // Режим доступа: www.teatrdoc.ru/verbatim.php.
13. Тренд: предмет прогноза или стихийное явление? (материалы круглого стола с участием Т. Кулахметовой, Л. Горалик, Л. Алябьевой, О. Вайнштейн) // Теория моды. – 2007. – № 4. – С. 283 – 290.
14. Угаров, М. Театр для всех [Электронный ресурс] / М. Угаров // Искусство кино. – 2007. – № 3. – Режим доступа: www.kinoart.ru/magazine/03-2007/experience/ugar0703/.

Н. М. Запекина

**Современный российский «глянец»:
мода в полиграфическом оформлении**

Понятие «глянец», согласно толковому словарю А. И. Даля, означает «блеск начищенной, отполированной поверхности» (1, с. 130). Именно это значение лежит в основе распространенных семантических представлений данного термина. Под глянцем сегодня понимают любую полиграфическую продукцию, выпущенную на глазированной (глянцевой) бумаге с отполированной в каландрах и суперкаландрах поверхностью. Это может быть дизайнерская, представительская, брендовая продукция, реклама, журнальные издания, акциденция, всевозможные этикетки, проспекты и репродукции. Однако в обиходе современного отечественного потребителя информации понятие «глянец» ассоциируется в основном с особыми видами журнальной продукции. Производители чаще всего определяют их как информационные, рекламно-информационные, рекламно-развле-

кательные и брендовые издания. Среди них – «Ell», «Cosmo», «Cool», «Биография», «Стиль», «Люмон» и т. п. Все они производятся на глазированной бумаге с различной степенью глянца.

Как правило, гляцевую бумагу печатью типа «greu» не заполняют и, уж тем более не практикуют монотонный набор сплошного текста, так как гляцевые издания по определению не предназначены для сплошного чтения. Сплошное и длительное чтение «глянца» противопоказано санитарно-гигиеническими нормами в целях профилактики заболевания зрительного аппарата читателя, ибо тут в силу вступает второе значение понятия «глянец», сходное с понятием «лоск». Лоск, или глянец – свойство, характеризующее наличие предпочтительного угла отражения. От зеркальной поверхности, как известно, весь отраженный свет идет под углом, равным углу падения, взятому с противоположным знаком, поэтому гляцевая бумага все время воздействует на глаза направленным световым пучком, и после несколько страниц чтения такого текста глаза начинают болеть и слезиться.

В связи с этим гляцевые журналы с мимолетного взгляда, брошенного читателем на страницу, показывают, что именно в первую очередь следует прочитать, на что обратить особенное внимание. Все эти виды изданий в полной мере соответствуют упрощенному значению понятия «глянец», которое в обиходе означает «блеск». Они действительно блестят и кричаще выделяются, но не столько бумагой, сколько способами оформления текста. С развитием этого сегмента полиграфии дизайнеры, наборщики и верстальщики словно приняли руководством к действию и все ранее известные, и только что открытые, и давно забытые способы расположения текста на полосе. Традиционные представления о пространственной организации текста ушли в прошлое. Ключевым моментом деятельности оформителя-полиграфиста стали модные тенденции расположения текстовых и иллюстрационных элементов на полосе.

Анализ гляцевых журнальных изданий, проведенный в рамках исследования «Специфика современного набора» студентами специальности «Издательское дело и редактирование» Челябинской государственной академии культуры и искусств, показывает, что средства полиграфического оформления можно подразделить на три основные группы: 1) набор и наборные элементы; 2) типы и виды верстки; 3) особенности шрифтового

оформления полосы. Каждая из названных групп широко представлена в отечественном журнальном «глянце»; при этом, исходя из частоты встречаемости различных элементов, можно говорить о присутствии новых модных оформительских направлений.

Прежде всего, это касается специфики набора. Набором считают тот раздел деятельности, в котором формируется слово, строка, абзац, отрезок сплошного текста. Проблематика набора ограничена назначением наборного шрифта, межбуквенных и междусловных пробелов, формата строки, интерлиньяжа, шрифтовых выделений, способов выключки строк и обозначения абзаца. Набор – это микротипোগрафика, призванная сформировать характер абриса полосы. Набор гляцевых изданий особенно специфичен.

Так, в прошлое набора постепенно уходит *красная строка*. Долгое время она оставалась главнейшим принципом набора и диктовала его зеркальную симметрию. Одной из самых глубоких новаций глянца стала выключка текста в левый край полосы – так называемое *тупое начало* (отсутствие отступа в начальной строке абзаца). «Тупые начала» чаще всего применяются и имеют смысл при флаговом наборе; в тексте с небольшими и слишком частыми абзацами; в абзацах с короткими концевыми строками; в абзацах, начинающихся с рубрики, данной в подбор; в небольших примечаниях на полях. Именно такой текст характерен для современного «глянца», а для обозначения начала каждого абзаца современные наборщики используют часто специальные значки (квадратики, кружочки и т. п.).

Весьма характерной тенденцией становится и *многоколонный набор* (две-три колонки на одной полосе). Колонность текста для журнальных изданий – не новинка, а, скорее, данность, так как при слишком широком формате издания, например, журнала формата А4, многоколонник необходим по соображениям гигиены чтения. Его отличие от традиционного многоколонника заключается в том, что на каждой наборной полосе число этих колонок различно. А наряду с колонками часто соседствует набор на всю ширину полосы, то есть, условно говоря, традиционный одноколонник. Мотивация подобного набора очевидна – пестрота и зрительное различение полос.

Многоколонник и «тупое начало» сделали актуальным *флаговый набор*. «Флаговость» (набор с односторонней выключкой строк в край колонки, когда один край колонки неровный) присуща обычной машинописи, компьютерный набор отменил «флаг» властью своей технической возможности. Однако в изученных нами изданиях флаговый набор преобладает над выключкой строк по ширине. Дизайнеры «глянца» варьируют направление выключки, используя разно- и однонаправленные «флаги» в параллельно расположенных на страницах колонках, пытаясь внести асимметрию в расположение текста, как бы «взрыхлить» наборную полосу. Сопряжение «флагов» с краями страницы или осью разворота становится выгодной темой для композиционных вариаций.

В рекламных сообщениях – рубриках содержания и заголовках полосы – особым средством выделения выступает *интерлиньяж* (междустрочный пробел), размер которого обычно зависит от рисунка и кегля шрифта. Его существенное отклонение от нормы в сторону увеличения или уменьшения дает возможность выделить строку. Увеличенный интерлиньяж снижает емкость печатного листа и увеличивает расход бумаги, поэтому в современном «глянце» чаще всего применяется уменьшенный или отсутствующий интерлиньяж, при котором буквы строк сливаются, образуя плавные графические переходы, сходные с лигатурами.

Лигатуры, рамки, линейки, внеалфавитные знаки (параграфные знаки, звездочки, стрелки, галочки, квадратики) пиктограммы, идеограммы, наборный орнамент (декоративные бордюры, заставки, концовки) входят в состав наборных элементов. Наличие наборных элементов в «глянце» можно объяснить всеохватывающим заразительным действием рекламы, которая в подобных изданиях составляет до 70 % всей информации и активно включается в текст. В частности, лигатуры и логотипы – прямое проникновение рекламных средств в текстовый набор. *Лигатура* – это сопряжение рядом стоящих букв между собой или целого слова. «Слиговывание» нередко переходит во взаимопроникновение или даже взаимопереплетение знаков. Поэтому рядом с термином «лигатура» по принципу смежности понятий всплывают такие термины, как «вязь», «вензель», «монограмма», логотип.

Инициал или буквица как начальная буква частей, глав становится сегодня неперенным элементом полосы. Замысловатые и экспрессив-

ные – огромные, фантазийные, разностильные, рисованные и фигурные инициалы – существенно разнообразят набор. Все чаще встречаются заставки, бордюры и концовки, подчеркивающие отдельную колонку и всю полосу. Их декорирование по большей части подчинено веяниям времени: минимализму, абстрактности, дигитальности. Поэтому они включают звездочки, точки, квадратики, политипажи или формируются особыми типами верстки: *английская строка* (группировка строк, при которой каждая последующая строка смещается вправо по отношению к предыдущей), *ко- сая строка* (строка под углом к горизонтали), *поперечная строка* (параллельно корешку), *косынка* (фигура из строк в виде трапеции или равнобедренного треугольника, сужающегося книзу), *трехстрочие* (средняя строка – самая длинная, нижняя – короче верхней). Все эти средства оформительской моды выражают спонтанность, экспрессию, динамизм.

Рамки и линейки – также неотъемлемая часть гляцевых журналов. *Английская линейка* (короткая линейка, утолщающаяся к середине и сходящая «на нет» у концов, «усики») становится принадлежностью концовок или, помещенная сверху и снизу текста как бутерброд, заключает в себя всю самую «вкусную» информацию. *Рантовая линейка* (пара из двух параллельных, разделенных пробелом линеек – жирная и тонкая) легко и быстро обрамляет полосу, освежает и наряжает набор. Претендуя на рекламную и дидактическую выразительность, различные линейки применяют как отчеркивание и подчеркивание наиболее важных фрагментов текста. А в рамку, как в шкатулку, помещают нечто особенно ценное и существенное, например, иллюстрации. Рамка подправляет прямоугольность полосы, придает странице монументальность, невольно упорядочивает и организует разношерстный набор.

Процесс и результат формирования полосы – верстка; она начинается там, где кончается набор или осуществляется параллельно с набором. Верстка организует размещение и пространственную организацию текста. Ее формы выражают архитектонику полосы, включая последовательность, соподчиненность, значимость крупных элементов; они же определяют индивидуальное и художественно-стилистическое своеобразие оформления. Граница между набором и версткой весьма условна. Некоторые понятия относятся одновременно к набору и верстке, а другие находятся на их стыке. В условиях компьютеризации набор и верстка еще больше интег-

рируются, поэтому многоколонный набор, «тупое начало», «флаг» и др. уже упомянутые особенности набора можно справедливо отнести и к специфике верстки. В верстке можно выделить специфику расположения иллюстративного материала и собственно текста.

Верстка иллюстрационного материала – сложная композиционная проблема, решение которой требует большого художественного вкуса и изобретательности. Дизайнер должен организовать размещение иллюстраций по определенной схеме и уравновесить их по зрительной тяжести как между собой, так и в отношении текста. При верстке текста с иллюстрациями неизменно решается вопрос о таком их расположении, которое бы максимально облегчило пользование иллюстрационным материалом. Задача осложняется тем, что все композиционные построения при верстке с иллюстрациями не являются самоцелью и не могут решаться в отрыве от текста, к которому относятся данные иллюстрации, поэтому расположение иллюстраций не содержит определенных тенденций. Можно лишь упомянуть, что в «глянце» применяются все известные способы включения иллюстраций в текст: открытая, закрытая, верстка под обрез, полосная, распашная, с выпуском на поля, глухая. Способом украшения и заполнения полей все чаще становится верстка иллюстраций на полях и под обрез.

Среди модных направлений верстки текста в последнее время встречаются *маргиналии* (элементы, заверстанные на полях) и *воздух* (активность всякого рода пробелов). Так, за пределами полосы в качестве маргиналий присутствуют рубрики, примечания, колонэлементы, мелкие иллюстрации, комментарии к иллюстрациям, дополнительные тексты. Верстка на полях позволяет обособить эти элементы, выстроить их в ряд, наглядно продемонстрировать логический параллелизм этого ряда по отношению к основному тексту. Маргиналии декорируют поля, наполняют их смыслом. При этом, несмотря на общее стремление к максимальной компактности, наполненности полосы и даже размещению элементов на полях, в рекламных сообщениях в качестве особого подчеркивания присутствуют незапечатанные участки, которые выделяются, контрастируют с запечатанными, осветляют набор. В целом обилие «воздуха» приглашает к композиционной игре и позволяет достичь как зрительных, так и специальных функциональных эффектов.

Выбор шрифта для оформителя «глянца» – также особая творческая задача. Наряду с практическими соображениями (компактность, комплектность и т. д.), в силу вступают такие факторы, как художественное совершенство, стилистическая окраска, декоративные и экспрессивные качества шрифта. Однако современные дизайнеры журналов, располагающие шрифтами разных эпох и стилей, далеко не всегда применяют их в строгом соответствии с содержанием материала. Шрифтовой набор полос «глянца» чрезмерно пестр: это различные гарнитуры, кегли и начертания, контрастность, насыщенность и плотность шрифта. Призванный выделить и зрительно обозначить разделы издания (постоянные и переменные рубрики, передовые статьи и второстепенную информацию), «глянцевый» шрифт сбивает с толку бесконечными и неоправданными выделениями, «зашумляет» структуру журнала и действует по принципу эпохи ренессанса (для читателя приятнее всего – разнообразие).

Жирный и полужирный, контрастный и малоконтрастный, крупный и мелкий, узкий и широкий, курсив и наклонный – эти виды шрифта во всем многообразии представлены в журнальной наборной полосе. Излюбленным способом выделения информации становятся цветные шрифты, цветные буквицы, применение выворотного шрифта на иллюстрациях и рисунках, а также на цветном фоне. «Выворотка» уже легко находит применение за рамками рекламных сообщений журнала. Благодаря усилиям «глянца», она становится в ряд универсальных приемов выделения. Нарушая все законы удобочитаемости и правила санитарно-гигиенических норм, «вывороткой» все чаще набирают целые статьи и большие отрезки текста.

Таким образом, «модный приговор» современного «глянца» свидетельствует, что оформитель, склонный к легкому решению декоративной задачи, может рассчитывать на любые полиграфические средства, не особенно задумываясь об их назначении. Безграничные компьютерные возможности позволили глянцевої полиграфии последних лет заиграть всеми красками печати, заблестать суперкаландрированной бумагой, продемонстрировать все многообразие оформительских средств. В угоду популярной публике, для которой чтение «сплошняка» утомительно, в моду вошел яркий, беспорядочный набор, оснащенный немотивированными выделениями. А вместе с ним появилась и новая философия полиграфиче-

ского формообразования полосы. Ее главная задача – разрушить равномерность традиционной полосы, «взорвать» зеркало набора яркими красками и необычными акцентировками. Устойчивые понятия о типе оформления как о предзаданной форме уже малоактуальны, и даже слово, подчиняясь рекламным эффектам, все чаще превращается в зрелище.

Литература

1. Ожегов, С. И. Толковый словарь русского языка : 80000 слов и фразеол. выражений / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова; РАН; Рос. фонд культуры. – 3-е изд., стереотип. – М., 1996.

Лаврова К. Б.

Мода в современной архитектуре и дизайне библиотек

В настоящее время целый ряд специалистов констатируют библиотечно-строительный бум, который захлестнул не только лидирующие страны мира, но и страны с более скромной экономикой. Подобные процессы можно наблюдать и в России: уже построены или строятся десятки новых библиотечных зданий в самых различных регионах. В ближайших планах – еще несколько десятков. При этом важным является тот факт, что это не просто «новые» во временном отношении сооружения, но и фактически «новейшие» по степени использования технологий и даже идеологии библиотечного обслуживания. С чем связан этот бум? Возможно, это просто мода?

Архитектура и дизайн – это всегда язык, с помощью которого библиотека пытается донести до общества представление о себе, своей идеологии. Обратимся к более раннему опыту. В 1977 г. в самом центре Парижа, его исторической части, появилось удивительное сооружение – здание, увитое разноцветными технологическими трубами, абсолютно не вписывающееся в историческую застройку и больше похожее на завод. Это было здание Центра им. Ж. Помпиду, которое тут же получило название «странное» здание. Такое архитектурное решение было принято сознательно. Справочная библиотека им. Ж. Помпиду стала одной из первых европейских библиотек, использующей компьютеры, и ей было важно по-

казать, что это уже другая библиотека, высокотехнологичная и современная. Таким образом, *новые ценности* библиотеки демонстрируются в ее *новом облике*.

Можно предположить, что именно этот проект положил начало сегодняшнему буму библиотечного строительства.

Следующим важным шагом, с точки зрения формирования современного этапа библиотечного строительства, стало решение Президента Франции Ф. Миттерана о строительстве нового здания Национальной библиотеки Франции. Именно по его требованию был предложен амбициозный, широко известный сегодня проект (архитектор Н. Фостер). Несомненно, данное здание демонстрирует собственное *величие* и величие самой Французской республики, как бы являясь ее символом. После реализации этого проекта в мире началось «архитектурное» соревнование – у какого государства самая большая, красивая, необычная и даже дорогая национальная библиотека.

Интересно проанализировать мотивы, которыми руководствовались библиотеки и их учредители, включившиеся в дальнейший процесс строительства все более современных зданий; со временем это стало обыкновением в самых разных, даже небогатых, странах.

В результате демократических преобразований и глобализации общемировые тенденции в архитектуре и дизайне библиотек пришли и в Россию. Отечественные библиотеки осознали себя частью единого мирового информационного пространства. Если в советское время они идентифицировали себя с такими же серыми, полуподвальными библиотеками некоторых стран и считали это нормой, то сегодня они нуждаются в социальной идентификации с другими современными библиотеками, соотношении и отождествлении себя с *лучшими* мировыми образцами. Изменяется само понятие *архитектурной и дизайнерской «нормы»* для библиотек.

В целом можно выделить несколько внутренних и внешних факторов (по отношению к самим библиотекам), определяющих изменение этой нормы. Прежде всего остановимся на внутренних.

Перед современными библиотеками стоит значительная проблема – снижение интереса к ним со стороны общества, во многом – под натиском сети Интернет. Следовательно, одна из первостепенных задач библиотеки – вернуть к себе внимание. Для этого необходимо использовать механиз-

мы функционирования моды. Чтобы на библиотеку как социальный институт обратили внимание, она должна попасть в реальность других людей, стать для них событием, «повернуть мир на себя»; ей необходимо стать образцом, идеалом в системе ценностей.

Новое здание библиотеки всегда демонстрирует ее востребованность в обществе в целом и конкретном социуме – ее статус, прежде всего, визуализирует вложенные в нее финансовые средства (всем известно, что сами библиотеки не обладают достаточными материальными ресурсами для реализации строительного проекта). Новое современное библиотечное здание, как любое проявление моды, обладает *респектабельностью*, оно несет на себе печать *одобрения элиты*, которая признана утонченной и считается мудрой в данной области устремлений.

Различные статусные позиции библиотек в обществе наделяются разным социальным престижем, выражающим оценку привлекательности тех или иных позиций. Он символически оформляет и закрепляет поляризацию общества, взаимные оценки, притязания и ожидания различных социальных групп, становится механизмом новых отношений. М. Вебер рассматривал престиж как показатель социальной репутации («ресурс особого рода»), наделяющей значимостью определенные статусные группы, в том числе библиотеки. П. Бурдьё выразил эту проблему в идее «символического капитала», который, наряду с финансовым, экономическим, культурным и социальным капиталом, определяет позицию и влияние своего носителя в обществе. В связи с этим можно предположить, что «социальное пространство» библиотеки (по П. Бурдьё) предстает одновременно в совокупности своих символических и физических измерений (1, с. 42). Таким образом, «социальный капитал» библиотеки во многом определяется тем, насколько престижным представляется членам общества ее архитектура и дизайн.

«Социальный капитал» можно рассматривать и как часть имиджа библиотеки. Роль архитектуры и дизайна в формировании ее имиджа крайне важна. Создание яркого, выразительного и запоминающегося образа, отражающего самые смелые новаторские идеи, является именно той целью, которую ставит библиотека перед архитектором и дизайнером. Этот тем более важно, что, по мнению ряда исследователей, в процессе

коммуникации информацию считывают не с конкретного объекта (учреждения), а с имиджа, которым он обладает.

Строительный бум носит сегодня *универсальный* характер. Ему подчинены страны, находящиеся на разных континентах и имеющие различные экономики и политические устройства. Этой универсальности не мешает и тот факт, что архитектурные проекты, которые выбираются для новых зданий библиотек, разнообразны; это лишь подтверждает, что сегодня идет активный поиск нового облика. Можно назвать несколько наиболее ярких решений:

– «bookвальная архитектура» (2, с. 6). В этом случае здание подчеркивает форму книги. Например, Национальная библиотека Франции выполнена в форме четырех открытых навстречу друг другу книг; библиотека района Бушан в Сингапуре имеет эркеры, в которых расположены индивидуальные места для чтения, похожие на книги, выдвинутые с полки; в библиотеках Канзас-сити и Кардиффе фасады оформлены в виде корешков книг, наиболее любимых горожанами; новый проект Национальной библиотеки Татарстана имеет форму книги с открытыми страницами и т. д.;

– различные *метафоры*. Библиотечное здание может изображать знание как символ вечности. Например, центральная библиотека г. Сиэтла выполнена в форме спирали. Оно может выступать и как символ интеллекта: внутри Филологической библиотеки Свободного университета Берлина усматриваются очертания двух полушарий мозга; городская библиотека в Ницце выполнена в форме головы человека. «Черный бриллиант» в Копенгагене и Минске, «драгоценная жемчужина», находящаяся внутри «раковины» Александрьевской библиотеки, отражают представление о библиотеке как символе ценности. Изображение библиотеки в виде летающей тарелки или космического корабля (Национальная библиотека Казахстана в Астане) связывает возможности библиотеки с шагом в будущее. Знание как основу всеобъемлющей технологии символизируют библиотечный квартал или даже город – так размещены Национальная библиотека Франции и архивные хранилища Британской национальной библиотеки в г.е Бостон;

– откровенная около экологическая *игра*. Например, библиотека в финском г. Тампере сверху имеет силуэт глухаря, а здание Национальной

библиотеки Чехии планируется воплотить в форме медузы; здание колумбийской библиотеки в Меделлине «маскируется» под три осколка скалы и т. д.

Несмотря на все разнообразие архитектурных форм и даже некоторое откровенное подражание, все эти здания ассоциируются с современностью. Их объединяет и отказ от обычных образов – все они не похожи на то, какими мы привыкли видеть библиотеки совсем недавно; новая архитектура как бы «санкционирует их вторжение в сферу новизны» (3, с. 124), позволяет радикально изменить образ.

Среди внешних факторов, носящих «ситуационный характер» (3, с. 13), определяющими выступают эстетические, политические, экономические, социокультурные и пр. Эти факторы заведомо различны и даже выглядят противоречивыми в тех или иных ситуациях.

В силу развития постиндустриального общества, приоритетным становится переход от товаропроизводящего хозяйства к сервисному, причем значительное внимание придается именно досугу. Досуг реализуется в различных практиках, и на современном этапе особое значение приобретают различные формы именно социокультурного досуга.

Приведем один из последних примеров. Проект «Закладка» родился в Магдебурге из инициативы Гражданского союза – общественной организации, состоящей из жителей нескольких районов города и выступающей за улучшение социального климата в городе. Он получил финансирование в рамках социальной программы «Благоустройство городских свободных территорий – общественное пространство для всех поколений» (4).

Необычные формы современных библиотечных зданий используют и с целью «исправления» архитектуры и даже социального климата 1970–1990-х гг. Например, в одном из пригородов Лиона построили медиатеку. Пригород представляет собой 80 жилых башен – и никаких иных архитектурных и социальных объектов... Медиатека здесь выглядит как летающая тарелка, прилетевшая неизвестно откуда. Это, по мнению авторов, способно оздоровить социальную ситуацию, которая сейчас приводит к тому, что во второй тур выборов прошел Ле Пен, лидер националистических сил Франции (5).

Таким образом, библиотека, наряду с музеями, театрами и выставочными центрами, находится в центре внимания архитекторов.

Различные политические власти всегда отличало стремление к организации пространства по своему усмотрению. И строительство новых библиотечных зданий они используют сегодня, исходя из различных целей. Например, харизматический лидер, осуществляющий свою власть благодаря личностным качествам, часто использует библиотеки в качестве инструмента – в силу их особого символического смысла. К примеру, В. Лукашенко, президент Беларуси, во многом воспользовался строительством нового здания Национальной библиотеки с целью улучшения своего политического имиджа.

Все перечисленные признаки, характеризующие современный этап строительства новых библиотечных зданий, можно определить как *моду*.

Г. Блумер выделяет несколько основных социальных функций моды, которые вполне можно выявить и в современных библиотечных зданиях.

В частности, наблюдается некая глобализация в поисках нового образа библиотеки, обнаруживающая себя в некотором *единообразии способов или правил поведения*. Современное дорогостоящее, стильное по дизайну, технически оснащенное библиотечное здание сегодня уже «интерпретируется как *норма* и таким образом *принуждает* к ее приятию» (З, с. 124).

Мода в строительстве именно новых (прежде всего по возможности использования современных технологий) библиотечных зданий «обеспечивает возможность разрыва с ближайшим прошлым и подготовки к ближайшему будущему» (Там же). Показательно, что одной из особенностей современного этапа является строительство *абсолютно* новых библиотечных зданий, а не пристроек к уже существующим, как это было на протяжении столетий. Это связано с тем, что старые здания библиотек не позволяют встраивать в них современные технологии: компьютерные коммуникации, транспортные лифты для доставки книг, формы открытого доступа к фондам и пр. Пример библиотеки им. Ж. Помпиду в этом смысле крайне показателен – «новая библиотека в новом здании».

К другим функциям моды можно отнести одну из наиболее очевидных – *инновационную*. Мода, по мнению А. Гофмана, является источни-

ком, результатом и показателем высокой степени инновационности, она «стимулирует эвристическое, поисковое, экспериментальное начало в обществе и культуре» (3, с. 127). В 90-е гг. XX в. инновационность библиотек проявлялась в основном во внедрении новых информационных технологий. Сегодня это направление уже сложно назвать таковым, поэтому на первый план выходят новая архитектура и дизайн библиотек, тем более, что они отражают и новую идеологию. Именно в этой сфере сконцентрированы сегодня библиотечные инновации. Показателен и тот факт, что в 2008 г. впервые в России был создан круглый стол «Библиотечные здания: архитектура, дизайн, организация пространства», действующий при Российской библиотечной ассоциации. Он объединяет усилия различных специалистов, действующих в этой области: библиотекарей, архитекторов, дизайнеров, производителей специального оборудования. В стране активизировался интерес к этой теме: проводится большое количество конференций, журнал «Библиотечное дело» посвятил проблемам архитектуры и дизайна библиотек несколько тематических номеров. Данная проблематика получила свое отражение и в подготовке библиотечных кадров; в частности в ЧГАКИ автором разработаны курсы «Дизайн библиотеки» и «Библиотеки будущего: современный дизайн».

Одной из форм инновации является «актуализация культурных традиций». Это особенно отчетливо проявляется в том, что такие стили, как *этнический* или *кантри*, являются сегодня одними из популярных в библиотечном дизайне (6, с. 120–122). А вообще, в дизайне, согласно исследованиям, самым популярным стилем на сегодняшний день является *классический*. Классицизм отличает присутствие колонн, наличие симметрии, четких линий и форм. Он все же преобладает в интерьерах и архитектуре большей части современных российских библиотечных зданий, так как к *авангардной* архитектуре российское общество еще не привыкло. Это относится как к архитекторам, так и к потребителям их продукции (власти, граждане и т. д.).

С учетом названного обстоятельства была разработана концепция нового здания Челябинской областной универсальной научной библиотеки. Так как в ней представлены две основные группы читателей – молодые люди, студенты, с одной стороны, и специалисты, научные сотрудники, с другой – было предложено развести эти два потока с помощью архитекту-

ры и дизайна. В старом корпусе, построенном в классическом стиле, следует подчеркнуть дизайн классического делового кабинета (разве что нет камина), а в архитектуре и дизайне нового здания подчеркивается стиль *хай-тек*; проведенное исследование показало, что молодые люди выбирают именно его.

Еще одной особенностью моды является тот факт, что «некоторые культурные образцы, наделенные модными значениями, первоначально выступающие как “моды” или даже причуды, со временем традиционализируются, превращаются в обычаи» (3, с. 129). Активный архитектурно-строительный бум приводит к тому, что появление новых библиотечных зданий становится обычным явлением. Самостоятельные библиотечные здания начинают строиться даже в тех регионах, где библиотеки традиционно располагались в непригодных помещениях. Например, окружная библиотека Югры долгие годы пребывала в непригодном здании и только под воздействием ярко выраженной моды для нее было построено специальное – самостоятельное, современное, архитектурно выразительное здание. Похоже, что эта тенденция уже получает продолжение.

Архитектура и дизайн выступают способом одних людей общаться с другими, передавать им определенную информацию, т. е. являются своего рода языком. А мода в архитектуре и дизайне библиотек, как любая знаковая система, обладает *коммуникативной* функцией. Используя современные модные стандарты в архитектуре и дизайне, библиотеки как бы «отправляют друг другу сообщения о приверженности» новым ценностям. Часто к строительству нового здания прибегают библиотеки, не имеющие явных заслуг в развитии инноваций; они стремятся посредством *внешней и поддельной идентификации* (3, с. 124) оказаться в *клубе избранных*, ощущать причастность к нему. Согласно классическому анализу, сделанному Г. Зиммелем, мода представляется своего рода тревожной попыткой элитарных групп отгородиться от других путем введения тривиальных и эфемерных знаков отличия, сопровождающейся напряженными попытками классов, не относящихся к элите, добиться иллюзорной идентификации себя с высшими классами путем принятия этих отличительных знаков (7, с. 129).

В российском библиотечном сообществе сегодня наблюдается некоторое *социальное расслоение*, в котором лидеры и аутсайдеры определяются наличием или отсутствием нового здания или дизайна. Причем это характерно не только для национальных, региональных или городских библиотек, но даже сельских, поскольку программа *модельных библиотек* предполагает их оборудование современной специализированной мебелью.

Другой стороной коммуникативной функции является конкуренция, без которой мода невозможна и которая *предписывает* иметь новое библиотечное здание. Как халифы в древности, стремившиеся владеть самой богатой и красивой библиотекой, современные руководители отдельных государств, регионов или городов соревнуются современными библиотеками. Библиотеки строятся все более значительными, каждое новое здание призвано затмить предыдущее. Примером может служить, например, новое здание городской библиотеки Нефтеюганска; в городе с населением около ста тысяч человек площадь нового библиотечного здания занимает около 9 тыс. кв. м. После моды на новые библиотеки, введенной Ф. Миттераном и поддержанной многими главами стран мира, в том числе – А. Лукашенко, на постсоветском пространстве нередко можно услышать пожелание одного руководителя другому показать ему библиотеку. Это соревнование, финансовое и социокультурное, выступает даже в качестве фактора идентичности территории: «У нас есть новое здание национальной (областной, городской, университетской и пр.) библиотеки; следовательно мы самодостаточны».

Понятие *библиотека* визуализируется, овеществляется в здании – чем оно значительнее, тем более ценна библиотека. Таким образом, с точки зрения социальной психологии, именно через архитектуру и дизайн *оценивается* значимость той или иной библиотеки.

Вышеперечисленный спектр проявлений моды в библиотечной архитектуре и дизайне показывает, что все те процессы, которые протекают в этих областях, не являются незначительными социальными случайностями; более того, эти модные процессы начинают оказывать заметное влияние на сущностное содержание работы библиотеки. По мнению Г. Блумера, «там, где мода действует, она приобретает императивное положение. Она санкционирует, что делать ... она требует приверженности,

а тех, кто ей не следует, обходит стороной как чудаков и неудачников. Эта власть, которой она обладает над областью своего функционирования, никак не свидетельствует о незначительном механизме» (7, с. 128).

Близкий библиотеке по социокультурным функциям институт – музей – традиционно являлся объектом интереса архитекторов и дизайнеров. К примеру, министр культуры Эстонии Лайне Янес на вручении титула «Музей года в Европе 2008» отметила следующее: «Хороший музей сегодня – это не *только модная архитектура* и бесценные произведения искусства» (8), подчеркивая тот факт, что требование модной архитектуры для музея уже норма. Ведь на главный приз в конкурсе могли претендовать только музеи, построенные и открытые либо обновленные за два последних года. Оценивались прежде всего архитектура, дизайн экспозиций, технические решения.

Сегодня можно резюмировать, что современная библиотека становится неким *модным объектом*, и эта мода проявляется, прежде всего, в ее архитектуре и дизайне. Именно поэтому мы не наблюдаем сегодня тенденций антикризисных подходов к решению этих вопросов, ведь даже во время кризиса продолжается строительство новых библиотечных зданий, разрабатываются и реализуются современные дизайн-проекты. Напротив, начинает формироваться новая норма – иметь новое, специально спроектированное, архитектурно-выразительное библиотечное здание с современным дизайном и оборудованием.

Литература

1. Савченко, Л. А. Бурдые Пьер / Л. А. Савченко // Социология : пробл.-тематич. слов. / под общ. ред. Ю. Г. Волкова. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2001. – С. 42, 43.
2. Прянишников, Н. Метафора библиотеки. Образы будущего моделируют настоящее / Н. Прянишников // Библ. дело. – 2009. – № 12 (102). – С. 5 – 9.
3. Гофман, А. Б. Мода и люди. Новая теория модного поведения / А. Б. Гофман. – М. : Наука, 1994. – 160 с.
4. Проект «Закладка», г. Магдебург (Германия) [Электронный ресурс] / арх. Р. Штефан // Библ. здания: архитектура, дизайн, организация пространства : сайт / Рос. библ. ассоц. – Ханты-Мансийск : Гос. б-ка Югры, 2010. – Режим доступа : [//rba.okrplib.ru/biblioteki/proekt_zakladka_g_magdeburg_germaniya/](http://rba.okrplib.ru/biblioteki/proekt_zakladka_g_magdeburg_germaniya/).

5. Ревзин, Г. Архитектурное ток-шоу [Электронный ресурс] / Г. Ревзин // Коммерсантъ. – 2002. – 25 апр. (№ 73 (2442)). – Режим доступа: [//www.kommersant.ru/doc.aspx?DocsID=320250&ThemesID=683](http://www.kommersant.ru/doc.aspx?DocsID=320250&ThemesID=683).

6. Лаврова, К. Б. Библиотечный дизайн : конспект лекций : в 2 ч. / К. Б. Лаврова ; Челяб. гос. акад. культуры и искусств. – Челябинск : ЧГАКИ, 2008. – Ч. 1. – 157 с.

7. Блумер, Г. Мода: от классовой дифференциации к коллективному отбору / Г. Блумер // Соц. и гуманитар. науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 11. Социология: РЖ / РАН ; ИНИОН ; Центр социал. науч.-информ. исслед. Отд. соц. и соц. психологии. – М., 2008. – № 2. – С. 127 – 149.

8. Бабиченко, Д. Лучший среди музеев [Электронный ресурс] / Д. Бабиченко // Молодежь Эстонии : газета. – 2008. – 20 мая. – Режим доступа: www.moles.ee/08/May/20/12-2.php.

Авторы сборника

Андреева Ирина Валерьевна – кандидат педагогических наук, доцент кафедры документоведения и музееведения ЧГАКИ

Аскарова Виолетта Яковлевна – доктор филологических наук, профессор, зав. кафедрой библиотечно-информационной деятельности ЧГАКИ

Баталова Елена Васильевна – учитель-словесник физико-математического лицея № 31 г. Челябинска

Бобина Татьяна Олеговна – кандидат филологических наук, доцент кафедры библиотечно-информационной деятельности ЧГАКИ

Запекина Наталья Михайловна – кандидат педагогических наук, доцент кафедры книжного бизнеса ЧГАКИ

Лаврова Клена Борисовна – кандидат педагогических наук, доцент кафедры библиотечно-информационной деятельности ЧГАКИ

Матвеева Ирина Юрьевна – кандидат педагогических наук, доцент кафедры библиотечно-информационной деятельности, декан факультета информационных ресурсов и технологий ЧГАКИ

Сафонова Наталья Константиновна – кандидат педагогических наук, доцент кафедры библиотечно-информационной деятельности ЧГАКИ

Селютина Елена Александровна – кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры литературы и русского языка ЧГАКИ

Сокольская Лэся Васильевна – кандидат педагогических наук, доцент кафедры библиотечно-информационной деятельности ЧГАКИ

Терентьева Нина Павловна – кандидат педагогических наук, доцент кафедры методики преподавания литературы и русского языка ЧГПУ

Научное издание

***МОДА В КНИЖНОЙ КУЛЬТУРЕ:
ГРАНИЦЫ ДОЗВОЛЕННОГО***

Сборник научных статей

Научный редактор, составитель: В. Я. Аскарова

Технический редактор: Т. О. Бобина
Компьютерная верстка: И. Ю. Матвеева
Корректоры: Е. В. Боже, В. А. Макарычева,
В. Ю. Мягких, О. И. Серебрякова

Сдано в РИО 19.05.2010

Объем 12,2 у. п. л.

Подписано в печать 21.05.2010

Тираж 300 экз.

Формат 60x84/16

Заказ №

Челябинская государственная академия культуры и искусств

454091, г. Челябинск, ул. Орджоникидзе, 36а

Отпечатано в типографии ЧГАКИ. Ризограф

*Отпечатать типографским способом: на хоздоговорной основе _____ экз.
за счет средств академии _____ экз.*

Министерство культуры Российской Федерации
Федеральное государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Челябинская государственная академия культуры и искусств»

Ректор _____ В. Я. Рушанин

МОДА В КНИЖНОЙ КУЛЬТУРЕ: ГРАНИЦЫ ДОЗВОЛЕННОГО

сборник научных статей

*Передать: составителю (по себестоимости издания) _____ экз.
в сектор распространения издат. продукции _____ экз.
в НБ ЧГАКИ _____ экз.
на рассылку обязательных экз. _____ экз.
Проректор по НИР _____ Т.Ф. Берестова
Редактор-составитель _____ В. Я. Аскарлова*

Передача электронной версии в архив оригинал-макетов _____

Согласие на размещение электр. версии на внутр. сайте акад. _____

ISBN _____

Челябинск

2010