

И. Н. Тартаковская

ФЕНОМЕН БЕСТСЕЛЛЕРОВ И МАССОВАЯ КУЛЬТУРА. ОБЗОР ИССЛЕДОВАНИЙ ПО СОЦИОЛОГИИ ЧТЕНИЯ

Тартаковская Ирина Наумовна — научный сотрудник социологической лаборатории Самарского педагогического института.

Социально-экономические преобразования, происходящие в нашей стране, служат источником мощного дрейфа в сторону рыночных отношений, которому оказались подвержены буквально все сферы общественной жизни. Не является исключением и книгоиздательство, где жесткий идеологический контроль уступил место господству коммерческих интересов. Выходят в свет книги, которые, по расчетам издателей, должны стать бестселлерами. Однако сам термин «бестселлер» для большинства людей, встречающих его в печати или употребляющих, остается всего лишь расхожим словом, в то время как речь идет о довольно сложном и интересном социальном явлении, внимательно изученном за рубежом.

Термин «бестселлер» впервые употреблен в журнале книготорговцев «Уикли», а список бестселлеров впервые был напечатан в литературном журнале «Букмен» в 1885 г. Теперь подобные списки регулярно публикуют самые престижные издания («Таймс», «Гардиан» и т. д.). Однако наиболее полные и тщательно составленные списки печатаются с 1912 г. в «Паблицере Уикли»; туда входят данные по всем магазинам и библиотекам, кроме тех изданий, которые распространяются по почте и через систему общественных объединений «Букс Клабс».

Эти книги, относящиеся к числу самых популярных, выбранные для чтения совершенно самостоятельно, а не по указанию учителей и духовных пастырей, тесно связаны с системой ценностей рядовых читателей, составляющих большинство нации. Конечно, ставить знак равенства между содержанием бестселлеров и ценностным сознанием их поклонников нельзя, но вопросы о том, какие идеи получают широкое распространение, какие концепции оказываются наиболее приемлемыми для массового читателя, чрезвычайно интересны. Очевидно, книги, ставшие бестселлерами, например, в США, должны давать ключи к почти мистическому понятию — «средний американец». Так, интеллектуалы считают, что суть 20-х гг. выразили такие писатели, как Френсис Скотт Фицджеральд, Теодор Драйзер и Томас С. Элиот, — и, возможно, они правы. Однако книги, которые больше всего читали в то десятилетие, были написаны Гарольдом Райтом и Джин Портер [1, p. 18].

Некоторые художественные произведения обладают фундаментальными общекультурными ценностями. Восприятие таких книг требует от читателя интеллектуальных, эмоциональных и моральных усилий. Иногда эти книги тоже становятся бестселлерами, но, как правило, за счет каких-то побочных эффектов. Например, сенсацию вызвали эротические сцены, обеспечив популярность новелл Ги де Мопассана в 1889 г., романов «Прощай, оружие!» Э. Хемингуэя в 1929 г., «Любовник леди Чаттерлей» Д. Г. Лоуренса в 1932 г. и «Лолита» В. Набокова в 1953 г. [1, p. 21-23]. Но это нетипичные примеры.

Как справедливо пишут П. Манн [2], Р. Элсон [3, p. 7-15], Э. Хакетт [1, p. 18-23], популярная литература призвана развлекать. При этом читатель становится как бы зрителем, а не участником, испытывает удовольствие, но никогда не бывает потрясен. Множество бестселлеров (Дж. Ковелти удачно назвал их сформулированными [4]) написано с таким расчетом, чтобы привлечь по возможности большую аудиторию (например, детективы Дж. Гарднера или мелодрамы Б. Карлланл). И подобным образом сделанные книги воспроизводятся из года в год. Так читательский

спрос порождает книги, которые, с одной стороны, описывают образ жизни масс, а с другой — служат его моделью [5].

Стоимость, по всей видимости, не является серьезным фактором, повышающим или понижающим шансы на то, чтобы книга стала бестселлером. С середины XIX в., благодаря техническим новшествам, издания относительно дешевы. Исследование, проведенное Американской библиотечной ассоциацией в 1975 г., показало, что вкусы посетителей библиотек и покупателей практически не различаются, они делают одинаковый выбор [6]. Однако некоторые книги покупаются, но не читаются. Мотивом покупки служат соображения престижа. Похоже, такая судьба постигла книгу Герберта Уэллса «Исторические наброски: простая история жизни и человечества», ставшую бестселлером 1921 г., а также «Историю философии» Б. Дюранта (бестселлер 1926 г., реализованный в количестве 975 109 экз.). По мнению Р. Элсон [3, р. 5], они, скорее, занимали книжные полки, чем умы американцев 20-х годов.

Оценивая феномен бестселлера как один из ключей к загадкам поп-культуры, необходимо принимать во внимание неоднородность читающей публики. Готическая романтика и невероятные истории удовлетворяют различные вкусы и ориентированы на разные системы ценностей. Но бывает и так, что по отношению к столь непохожим произведениям срабатывает одна и та же установка, проявляются одинаковые ценностные ориентации. Например, в подобных произведениях часто встречаются садо-мазохистские сексуальные мотивы. Этого достаточно, чтобы столь разные по языку и направленности жанры вызвали одинаковую реакцию.

Конечно, изучение бестселлеров должно быть скоординировано с изучением воздействия газет и журналов, а также фильмов, радио- и телепрограмм. Неслучайно многие бестселлеры стали популярными фильмами. Массовая литература не является основным источником поп-культуры, но она отражает и усиливает воздействие остальных компонентов.

Однако анализ ежегодных списков, приведенных в монографии А.Р. Хакетт начиная с 1890 г., показывает, что не всегда бестселлеры — это легкие, примитивные и чисто развлекательные тексты.

В начале 40-х гг. произошел перелом. Наряду со «сладкими сказочками» популярностью стали пользоваться книги «большой литературы»: «Гроздь гнева» Дж. Стейнбека (1939), «Утро не придет никогда» Альгрейка (1942), «Хиросима» Дж. Херси (1946), «Нагие и мертвые» А. Миллера (1946), «Стучись в любую дверь» Мотли (1947), «Дюк» Элсона (1949) [1, р. 35-42].

С чем это было связано?

Резко увеличилось число студентов колледжей, поскольку были выделены специальные стипендии для участников войны. В то же время произошла «революция в мире книг» [7]: появились издания в мягкой обложке. Это снизило стоимость книг, позволило издателю рисковать, выпуская большим тиражом серьезную литературу. На мой взгляд, еще в большей степени на вкусах читателей отразилась социальная ситуация — Великая депрессия и Вторая, мировая война явились катаклизмами, заставившими каждого человека задуматься над жизненно важными проблемами. Сравнивая ежегодные списки бестселлеров, можно заметить, что в последнее время исторические и романтические приключения не столь популярны, как прежде, реже встречаются религиозные сюжеты. Наиболее читаемы детективы и, как и во все времена, — «love story».

Если просмотреть общий список бестселлеров, изданных с 1890 г. по 1975 г. в США тиражом 2 млн. экз. и более, то окажется, что среди книг-лидеров (43 наименования, проданных в количестве более 6 млн.) «полезная» литература преобладает над беллетристикой. Так, самой раскупаемой стала «Карманная книга о том, как растить детей» доктора Спока (23 млн. экз.). Следом идут: поваренная книга (18,7 млн. экз.), словарь Вебстера (18,5 млн. экз.), книга рекордов Гиннеса (16,5 млн. экз.), карманный атлас и англо-испанский словарь. Эта «демонстрация приоритетов» позволяет предположить, что книга в современной Америке, скорее всего, воспринимается не как «знак культуры» и символ духовной мудрости, а, во-первых, как «полезная в хозяйстве вещь», во-вторых, — источник развлечения (вряд ли книга рекордов Гиннеса имеет большое практическое значение).

Что касается художественной литературы, то самым популярным оказался «Крестный отец» Марио Пьюзо (1969), распроданный в

количестве 12,2 млн. экз. В пятерку самых раскупаемых входят такие известные произведения, как «Убить пересмешника» Х. Ли (1960 г., 11,1 млн. экз.) и «История любви» Э. Сигала (1970 г., 9,9 млн. экз.), а в десятке самых популярных — «Унесенные ветром» М. Митчелл (1936 г., 8,6 млн. экз.). Это характеризует литературные вкусы американцев с лучшей стороны, однако нельзя не отметить, что по каждой из этих действительно хороших книг был доставлен фильм, пользовавшийся огромным успехом. Конечно, нельзя прямо связывать место названных книг в списке бестселлеров именно с этим обстоятельством (ведь произведения были выбраны для экранизации потому, что были очень популярны), но тем не менее такое стопроцентное совпадение говорит о том, что перевод книги на язык более общедоступных масс-медиа многое определяет в ее «читательской судьбе».

Среди любимых книг американцев немало таких, которые широко известны и за пределами США. Несмотря на условность и субъективность подобной оценки, их можно отнести к «настоящей литературе», входящей в золотой фонд книжной культуры. Это «1984» Дж. Оруэлла — 12-е по популярности место среди беллетристики (первое издание — 1949 г., 8,2 млн. экз.) и его же «Ферма зверей» (16-е место, 1946 г., 7 млн. экз.); «Любовник леди Чаттерлей» Д.Г. Лоуренса (17-е место, 1932 г., 6,3 млн. экз.); «Уловка 22» Дж. Хеллера (18-е место, 1961 г., 6,1 млн. экз.); «Над пропастью во ржи» Дж. Д. Сэлинджера (19-е место, 1951 г., 5,9 млн. экз.); «Богач, бедняк» И. Шоу (22-е место, 1970 г., 5,7 млн. экз.); «Аэропорт» А. Хейли (23-е место, 1968 г., 5,47 млн. экз.); «Доктор Живаго» Б. Пастернака (31-е место, 1958 г., 5 млн. экз.); «Вверх по лестнице, ведущей вниз» Б. Кауфман (48-е место, 1965 г., 4 млн. экз.); «На Западном фронте без перемен» Э. М. Ремарка (1929 г., 3,42 млн. экз.).

Помимо «Доктора Живаго», с российской культурой в этом списке, насчитывающем 366 позиций, связаны всего два названия: «Лолита» В. Набокова (3,6 млн. экз.) и 1 том «Архипелага ГУЛАГ» А. Солженицына (причем 2 742 331 экземпляр последней книги был раскуплен за один год). Из нехудожественных можно назвать знаменитую книгу Д. Карнеги «Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей», занявшую 19-е место в общем для всех видов литературы списке (год первого издания — 1936, продано 6,57 млн. экз.), «Дневник Анны Франк» (26-е место, 1952 г., 5,21 млн. экз.), «Будущий шок» А. Тоффлера (38-е место, 1971 г., 4,21 млн. экз.). Любопытно, что такой популярный автор, как И. Флеминг, занимает лишь 50-е место в списке и далеко отстает от того же Пастернака, несмотря на многочисленные экранизации своих произведений [1, p. 8-13].

Если сравнить этот список бестселлеров с показателями ежегодной статистики продажи книг в США, то напрашивается следующий вывод: в короткий период времени может быть популярной какая-нибудь книга из разряда мас-скультурного чтения, однако век таких произведений недолог, они сменяются новыми модными изданиями и перестают раскупаться в прежнем количестве. Серьезная же литература имеет меньше шансов собрать много читателей в определенный момент времени, но выдерживает больше переизданий, что дает значительный совокупный тираж и соответственно прочитывается большим числом людей, принадлежащих разным поколениям. В целом такие книги оставляют глубокий след в духовной жизни нации.

Таким образом, картина читательских интересов американцев отличается большой пестротой и своеобразием. Чтобы определить, какие особенности специфичны для духовной культуры США, а какие отражают глубинные закономерности, характерные для развитого общества, посмотрим, какие книги стали бестселлерами в других странах, например, в Великобритании.

В начале каждого года газета «Гардиан» публикует список из 100 самых раскупавшихся в стране книг в минувшем году. П. Манн приводит шесть лидирующих изданий в списке за 1985 г. [8, p. 218-219]:

Сью Таунсенд. «Растущие печали Адриана Моля»	1 654 000 экз.
Джеффри Арчер. «Первый среди равных»	1 276 000 экз.
Фредерик Форсайт. «Четвертый протокол»	1 164 000 экз.
Вилбур Смит. «Леопард охотится ночью»	1 015 000 экз.
Ширли Конран. «Кружево»	2 843 000 экз.
Катрин Куксон. «Черное вельветовое платье»	704 000 экз.

Здесь проявляется та же тенденция: книга С. Таунсенд «Растущие печали Адриана Моля» — продолжение ее первой книги «Тайный дневник Адриана Моля», которая стала чуть ли не предметом культа среди молодежи Великобритании. Но вслед за ней идут книги Дж. Арчера, Ф. Форсайта, В. Смита — хорошо известных авторов «сформулированных» бестселлеров.

В списке «Гардиан» есть и высокохудожественная книга Аниты Брукнер «Отель ди Лак», ставшая лауреатом престижного «Букер Прайз» (высшая литературная награда Великобритании). Она заняла в списке 43-е место (распродано 220 000 экз.) [8, p. 222]. Это хороший результат для настоящей книги. Однако и здесь бестселлеры представляют собой легкое развлекательное чтение, относящееся к разряду жанровой литературы. Все это наводит на мысль о том, что в современном обществе чтение книг не вполне интеллектуальное занятие. То, что читает большинство англичан и американцев, скорее относится к «печатному телевидению», а не к подлинной литературе.

Одна из причин заключается, по-видимому, в социальном составе читателей: это и рабочие, которым напряженный труд не позволяет тратить время и силы на более сложную литературу, и домохозяйки, и фермеры, которым хотелось чем-то занять длинные зимние вечера. Принято считать, что особенно много читателей среди представителей среднего класса. Но здесь скрывается статистический подвох. Дело в том, что значительная часть читателей — это рабочие. В Великобритании их в 2 раза больше, чем представителей среднего класса [8, p. 215]. Это опровергает распространенный стереотип о том, что рабочие якобы книг не читают. Неверно: читают, однако то, что читают не обязательно относится к «большой литературе».

Однако и считать, что потребители легкого чтения состоят сплошь из рабочих, тоже неверно. Например, исследование П. Манна, посвященное читательницам сентиментальных романов, показало, что среди них встречаются люди с самыми разными социально-демографическими характеристиками: юные и старые, одинокие и замужние, вдовы и разведенные [9].

Исследователь пытался выявить аудиторию современной литературы, причисляемой к элитарной. Для этой цели он составил выборку из 484 человек — своих коллег по библиотечному факультету Шеффилдского университета, а также их супруг и супругов. Им предстояло ответить, читали ли они какую-нибудь из предложенных П. Манном 20-и книг, опубликованных за предшествующий опросу год. В список вошли как известные авторы, так и дебютанты. Ответили на вопросы 62,3% респондентов; остальные, по всей видимости, просто ничего не читали. А среди ответивших лишь 30 человек читали хотя бы одну книгу из списка, 12 — более одной. И это в очень специфической группе преподавателей и администрации библиотечного, т.е. тесно связанного с книгами факультета, и членов их семей. Причем большинство книг в списке фигурировало в обзорах ежедневных газет и журналов, рецензии были в основном благоприятные. Естественно, столь малое число положительных ответов не позволило П. Манну уточнить и расширить свои представления о читателях серьезной литературы [2, p. 174].

Вряд ли шеффилдская профессура представляет собой какую-то особо нечитающую часть среднего класса. Скорее, неудавшееся исследование позволяет сделать вывод о том, что чтение современной высокохудожественной литературы — удел весьма немногих даже среди наиболее «интеллектуально продвинутой» части населения.

При таких условиях кажется удивительным, что принадлежащая к указанной категории литература вообще находит себе издателей. Однако это все же происходит, и связано с тем, что издание книги может иметь успех благодаря нескольким причинам, причем весьма различным. Определенно можно говорить о мотивах коммерческого и ограниченно-коммерческого типа. Издатели первого вида литературы обычно не интересуются мнением критики, поскольку их книги и так хорошо раскупаются. Например, сентиментальные романы, которые крайне редко удостоиваются обзора на страницах газет и журналов, продаются миллионами экземпляров. Так, британское издательство «Миллс энд Бук» ежемесячно печатает 14 новых любовных историй в твердой обложке и затем, изучив спрос, выпускает 10 из них общим тиражом 1 млн. экз. Несмотря на то, что в магазинах широко представлены предыдущие

выпуски этого издательства, каждый месяц раскупается и большинство новых (стоимость — примерно 75 пенсов, объем — около 192 стр.) [9, p. 167]. И хотя контингент покупателей исключительно женский, с точки зрения социальной иерархии он практически не ограничен — среди читательниц мелодрам встречаются программистки, владелицы магазинов и даже студентки философского факультета, утверждающие, что любовные романы позволяют им расслабиться после занятий [2, p. 175].

Причина такого высокого читательского успеха состоит, на мой взгляд, в жанровой особенности этих «сказок для взрослых». В собранных П. Манном интервью читательниц часто упоминается такой мотив выбора, как желание отвлечься от окружающего мира, создать своего рода психологическое убежище, «забыться с книгой» [9, p. 75-81]. Это чтение носит ярко выраженный эскапистский характер. Вообще, как ни странно это звучит, книги типа «Марианна» представляют собой очень личностное чтение, которое доставляет читательнице особое удовольствие. В то же время они совершенно не претендуют на какую-либо социальную значимость.

Несколько читателей «серьезной литературы», которые были опрошены П. Манном, сказали, что книги такого рода «расширяют их понимание человеческой жизни и ее проблем» [2, p. 176]. Чтение «серьезной литературы» связано с социальным статусом, служит предметом обзора в газетах и журналах. И не только профессиональные критики обсуждают эти произведения, но и сами читатели. Именно такие книги могут оказывать влияние на распределение, социокультурных элит (хотя проследить это чрезвычайно трудно).

В этой связи обратим внимание на функционирование специальных социальных институтов, призванных обеспечить успех и продвижение именно у такой, «ограниченно-коммерческой» литературы. Среди них литературные критики и обозреватели, жюри, присуждающие призы и премии, а также публичные библиотеки, школы и университеты. Высокая оценка, полученная книгой от литературных критиков, может продвинуть ее к некоторому коммерческому успеху. Однако обозреватели отнюдь не беспристрастны [10]. Интерес к новой работе любого автора находится в прямой зависимости от количества предыдущих публикаций и тиражей. Критики идут на поводу у публики и предпочитают писать о маститых авторах, а не новичках. Читательский спрос зависит скорее от прошлых впечатлений от книг данного автора, чем от критических обзоров. Однако роль критика как посредника между автором и читательской аудиторией весьма существенна, особенно при популяризации элитарной, достаточно сложной для восприятия литературы. Обозреватели интерпретируют новые тексты, переводят художественные произведения на язык, знакомый и доступный читателю; причем выбор этого языка зависит от симпатий и предпочтений критика [11].

О непредвзятости или предвзятости говорить трудно из-за отсутствия каких-либо объективных критериев в этой области. Оценка же, которая дается критиками и обозревателями, вырабатывается путем достижения между ними своего рода соглашения. Так, в статье ван Рииса наглядно прослеживается, как в течение определенного времени различные литературные вкусы и предпочтения критиков уравниваются общей оценкой новой книги [12]. Причиной этого, по его мнению, служат экстратекстуальные, т.е. внешние по отношению к книге факторы. Большую роль здесь играет статус обозревателей и самого автора. Под угрозой оказывается само понятие «подлинная литература», оно подменяется понятием литературы «элитарной», «престижной» и т. п., которая выделяется из общего книжного потока с помощью особого социального механизма. Но даже и о таком искусственном согласии критиков можно говорить лишь по отношению к однородным в идейно-эстетическом отношении группам.

В России же, например, где литературная критика всегда была сильно поляризована не только в политическом, но и в ценностно-эстетическом плане, периодические издания, вокруг которых группируются критики с едиными установками, чаще всего игнорируют книги, выпущенные автором, принадлежащим к «другому лагерю», либо дают им совершенно противоположные оценки. Так формируются различные образцы «элитарности».

Исследования позволяют заключить, что самые популярные книги-бестселлеры — это и есть та литература, которая составляет содержание

«актуальной книжной культуры» любой нации. Подавляющее большинство читателей в каждый данный момент читает именно эту легкую, жанровую, развлекательную литературу. Распространение бестселлеров не имеет четких социальных границ: они попадают в руки и рабочих, и домохозяек, и бизнесменов, и интеллектуалов. В отличие от них, «элитарная», или «серьезная» литература (под этими размытыми формулировками подразумевается любая литература, не относящаяся непосредственно к масскультуре) читается в очень ограниченных социальных группах, даже более узких, чем гуманитарная университетская профессура. Однако значение этой литературы для самосознания элитарных групп чрезвычайно высоко, поэтому ее читательская аудитория будет постоянно воспроизводиться.

Что же касается бестселлеров, то это далеко не всегда примитивная «рецептурная» литература, рассчитанная на самый непритязательный вкус. В их число могут попасть и высокохудожественные книги, признанные как культурные ценности, однако для этого нужны некоторые дополнительные условия: удачная экранизация, выход за рамки привычных норм и правил благопристойности и сопутствующий этому скандал (как было с «Лолитой», «Тропиком Рака» и т. п.), либо — очень высокая оценка специалистов, поддержка в прессе, литературная премия и т.д. Шансы намного увеличиваются, если книга — не дебют, а произведение уже известного мастера.

Как ни странно, «некоммерческий успех» элитарной литературы имеет сходный механизм: он тоже лишь отчасти определяется эстетическими особенностями текста, но во многом обусловлен статусом автора, его принадлежностью к той или иной идейно-эстетической группе, наконец, тем, насколько соответствует вкусовым стереотипам литературных критиков и обозревателей.

Литература

1. Hackett J. P., Burke J.H. 80 years of Best Sellers, 1895-1975. New York - London: R.R. Bowker Company. 1977.
2. Mann P. H. From Author to Reader: A. Social Study of Books. London: Routledge & Kegan Paul, 1982. P.150-170.
3. Elson R. M. Myths and Mores in American Best Sellers, 1865-1965. New York — London: Garland Publishing Inc., 1985.
4. Cawelty J. G. Adventure, Mystery and Romance; Formula Stories as Art and Popular Culture. Chicago: University of Chicago Press, 1976.
5. Lowenthal L. Literature, Popular Culture and Society. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hall Inc., 1961. P.89-95.
6. Book Ends // The New York Times Book Review. 1978. 4 July.
7. Эскарпы Р. Революция в мире книг. М.: Книга, 1975.
8. Mann P. Book Reading and Public Libraries in the United Kingdom // Poetics. 1987. V.16. N 3/4. P. 213-226.
9. Mann P. The Romantic Novel: A Survey of Reading Habits. London: Mills and Boon, 1969.
10. Verdaasdonk H. Effects of Acquired Readership and Reviewers Attention on the Sales of New Literary Works // Poetics. 1987. V.16. N. 3/4. P. 237-253.
11. Эпштейн М. Н. Парадоксы новизны. М.: Советский писатель, 1988.
12. Van Rees C. J. How Reviewers Reach Consensus on the Value of Literary Works // Poetics.1987. V.16. N. 3/4. P. 275-294.