

Таким образом, в заключительных размышлениях Печорина («Но зато какую силу воли придавала им уверенность, что целое небо с своими бесчисленными жителями на них смотрит с участием, хотя немим, но неизменным!..») обозначается нарушение мирового единства, тоска по первоначальной целостности и в то же время выражается убеждение, что возврат к этой гармонии возможен теперь лишь в исключительных, пограничных обстоятельствах.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Маркович В. М. И. С. Тургенев и русский реалистический роман XIX века (30-50-е годы). Л., 1982. С. 34.
2. Журавлева А. И. Лермонтов в русской литературе. Проблемы поэтики. М., 2002. С. 199.
3. Недзвецкий В. А. Русский социально-универсальный роман XIX века: становление и жанровая эволюция. М., 1997. С. 58, 244, 65.
4. Бройтман С. Н. Русская лирика XIX - начала XX века в свете исторической поэтики. (Субъектно-образная структура). М., 1997. С. 141.
5. Манн Ю. В. Поэтика русского романтизма. М., 2001. С. 223.
6. Удодов Б. Т. Роман М. Ю. Лермонтова «Герой нашего времени». М., 1989. С. 101.
7. Лотман Ю. М. Структура художественного текста // Лотман Ю.М. Об искусстве. СПб., 1998. С. 14-285. С. 54, 55.
8. Удодов Б. Т. Указ. соч. С. 101.
9. Лотман Ю. М. Указ. соч. С. 55.
10. Бройтман С. Н. Указ. соч. С. 137.
11. Левитан Л. С., Цилевич Л. М. Сюжет в художественной системе литературного произведения. Рига, 1990. С. 118.
12. Тмарченко Н. Д. Русский классический роман XIX века. Проблемы поэтики и типологии жанра. М., 1997. С. 164.
13. Там же. С. 165.

Дмитрий Владимирович БУРМАТОВ —
аспирант кафедры издательского дела
и редактирования

УДК 821.1.09

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ ВОЗНИКНОВЕНИЯ И УСТРАНЕНИЯ ФИГУРЫ АВТОРА

АННОТАЦИЯ. В статье рассматриваются проблема автора в аспекте экономических стратегий; текст как объект собственности; автор как бренд; генезис идеи автора.

The article presents a problem of the author in aspect of economic strategy, the text as object of the property; the author as a brand; genesis of idea of the author.

По другой стороне улицы гараж сквозь сон говорил
«Автора убили» (на самом деле — «Автомобили»)

В. Набоков «Лолита»

В современных дискуссиях о проблеме авторства прослеживается влияние двух основных работ: «Что такое автор?» М. Фуко и «Смерть автора» Р. Барта. В нашей статье мы попытаемся проследить генезис данной идеи с точки зрения экономических стратегий.

«Каким образом автор индивидуализировался в такой культуре, как наша, какой статус ему был придан?» [5]. Еще до того как юридически были узаконены права собственности автора на свое творение, Фуко отмечает, что «у текстов, книг, дискурсов устанавливалась принадлежность действительным авторам (отличным от мифических персонажей, отличным от великих фигур — освященных и освящающих) поначалу в той мере, в какой автор мог быть наказан, то есть в той мере, в какой дискурсы эти могли быть преступающими. Дискурс в нашей культуре (и, несомненно, во многих других) поначалу не был продуктом, вещью, имуществом; он был по преимуществу актом — актом, который размещался в биполярном поле священного и профанного, законного и незаконного, благоговейного и богохульного».[5]. То есть установление авторства какого-либо высказывания ранее связывалось с нарушением запрета на определенного рода священные каноны, за рамки которого выходили подобного рода высказывания, и неизбежностью наказания. «Исторически, прежде чем стать имуществом, включенным в кругооборот собственности, дискурс был жестом, сопряженным с риском». [5].

Издание закона об авторском праве Фуко находит отправным пунктом появления самого понятия «автор», которое в большей степени стало определять собственника литературного произведения.

Итак, «автор» — это сравнительно недавнее изобретение, и в первую очередь его появление связано с возникновением в XVIII в. слоя писателей, пытавшихся заработать себе на жизнь путем продажи своих произведений. Но чтобы зафиксировать и кодифицировать в законе авторские права, необходимо было исследовать саму природу писательства с целью точного определения того, что такое автор. Марта Вудманси в своей статье «Гений и копирайт» дает такое определение: «В первую очередь и главным образом автор — это ремесленник, мастер, владеющий набором техник и приемов, закрепленных в пособиях по риторике и поэтике. То есть он обрабатывает имеющийся традиционный материал с тем, чтобы достичь эффекта, которого требует аудитория — именно от нее и зависело пропитание автора и его социальный статус. Иногда автору все же удавалось не просто сочинение на данный «случай», а нечто более высокое, и здесь речь уже шла не о технических навыках, а о «вдохновении», которое снисходило на писателя от музы или от Бога». [2] Но, так или иначе, все выходящее из-под пера писателя являлось теперь порождением и собственностью автора.

Подобного рода идеи отвечали потребности писателей утвердить несомненность права собственности на продукты своего труда и заложить основу для юридического признания этой собственности. Питер Яши в своей статье «Об эффекте автора» подчеркивает, что именно дебаты о рамках прав на литературную собственность в Англии XVIII в. повлияли на развитие теории литературы. «Немецкий романтизм привился в Англии после того, как почва была подготовлена спорами об авторском праве; подробная разработка романтиками таких понятий, как оригинальность и органическая форма, а также взгляд на произведение исключительно как на отражение уникальной индивидуальности художника были в определенном смысле логическим завершением правовых перемен, произошедших в процессе борьбы за авторское право». [7].

Исходя из всего вышесказанного, можно сделать вывод, что существует некоторое взаимодействие и пересечение между культурной репрезентацией «автора» как вдохновенного создателя уникальных произведений (гения) и юридическим понятием «автора» как обладателя прав на литературную и художественную собственность. Успех и признание автора профессионалом в своем деле стали зависеть, главным образом, от его соответствия потребностям заказчика и рынка.

Обозначив таким образом экономическую предпосылку, обусловившую необходимость появления такой фигуры как «автор», можно перейти к тем изменениям в культурной традиции, которые побудили писателей, ставших уже своего рода предпринимателями, отказаться от некогда созданного «автора».

Известный ученый Ролан Барт в своей статье «Смерть автора» (1968) опротестовал права писателей торговать «оригинальностью», поставив последнюю под большое сомнение. «Ныне мы знаем, что текст представляет собой не линейную цепочку слов, выражающих единственный, теологический смысл (сообщение Автора-Бога), но многомерное пространство, где сочетаются и спорят друг с другом различные виды письма, ни один из которых не является исходным; текст соткан из цитат, отсылающих к тысячам других источников» [1]. Однако такое отрицание автора превратилось в экономически выгодную идею. В качестве товара начинает выступать уже не индивидуальность, а Текст.

Текст, как выяснилось, только теряет от непосредственного присутствия автора. Ведь «присвоить текст автору — это значит наделить его окончательным значением, застопорить текст, закончить письмо» [1]. Поэтому автору необходимо прятаться, держаться в тени и выходить наружу только посредством своих текстов.

Это добровольное стирание личностных характеристик пишущего субъекта похоже на определенную игру, которую автор ведет со своим читателем, путем увеличения кулис и ширм, отгораживающих его как реальное лицо или как автора-повествователя от других персонажей повествования. «Всевозможными уловками, которые пишущий субъект устанавливает между собой и тем, что он пишет, он запутывает все следы, все знаки своей особой индивидуальности: маркер писателя теперь — это не более, чем своеобразие его отсутствия» [5]. Причем заметим — добровольного отсутствия. «Ему следует исполнять роль мертвого в игре письма» [5]. В этом случае можно говорить, что провозглашение смерти автора есть некий прием, которым пользуется сам же автор в расчете на определенный тип читателя, читателя активного, которому уже не интересно просто следить за ходом развивающихся событий, он сам желает участвовать в процессе творчества и быть героем романа. Современный автор предоставляет ему такую возможность, ведя самые разнообразные игры с текстом.

По большому счету, современный текст ризоматичен — это текст, написанный в беспорядке — то с конца, то с середины — и не оставляющий прямых указаний на связь и последовательность фрагментов. Это царство сдвига, где нормой становятся приемы автора, специально направленные на то, чтобы удивить читателя, сбить его с толку, принудить к активности — это разного рода описки, пропуски букв и слов, перестановки, повторения, бессмысленные и случайно попавшие в текст слова; это бесчисленные сноски, отделяющиеся от своей несущей конструкции и обретающие самостоятельное значение. Цель этих приемов — разрушить традиционный текст, внести в него брожение путем создания внутри него множества других саморазвивающихся текстов с размытыми и пересекающимися границами. Таким образом, текст оказывается не только товаром, но еще и услугой творческого участия, т.к. перестает быть завершенным.

Автор сегодня — это ловец читателя, модулятор своей аудитории. «Автор старается указать читателю, чего он должен хотеть — даже если тот пока сам этого не знает. Он старается указать читателю, каким читатель должен быть» [6]. Автор, таким образом, должен обладать определенной методикой соблазна, привлечения, которой он вовлекает читателя в свою игру и удерживает в ней ровно столько, сколько ему это будет нужно. Таким образом, предоставляя читателю свободу, автор, тем не менее, занимает еще более активную позицию, манипулируя его желаниями по своему усмотрению. Это позиция ироника, позиция

знающего, который только делает вид, что не уверен, сомневается, не знает — на самом же деле он просто играет. Как пишет один из известнейших современных писателей и теоретиков У. Эко, «Ирония — это метаязыковая игра, высказывание в квадрате... В системе постмодерна можно участвовать в игре, не понимая ее, воспринимая ее совершенно серьезно. В этом отличительное свойство (но и коварство) иронического творчества. Кто-нибудь всегда воспринимает иронический дискурс как серьезный» [6].

С одной стороны, постмодернистский автор предстает не в виде творящего субъекта, а в роли некоего компилятора, плагиатора, составителя коллажей и организатора монтажей, фрагментирующего и переносящего материал из одного контекста в другой, создающего комбинацию из чужих цитат и перерабатывающего уже готовый культурный материал. С другой стороны, когда речь сегодня заходит об искусстве, мы снова возвращаемся к пределу — к художнику, а точнее, к его имиджу, в пределах которого можно квалифицировать сущность данного произведения. Этот образ-имидж автора может подвергаться сомнению в попытках уловить его традиционным способом в качестве простого производителя текстов. Немаловажную роль в создании и поддержании имиджа играет имя автора или, можно сказать, образ-имидж начинает оформляться вокруг Имени. Вещи, как известно, не имеют отношения к искусству до тех пор, пока художник не поместит их в подобающий контекст, не снабдит надписью и авторской фамилией. Как только они выставляются напоказ, получают знак авторской принадлежности и этикетку с названием, они становятся произведением искусства, а значит, и ценным товаром. Знакомство с постмодернистским произведением исходит из знакомства с имиджем его автора. Одна и та же вещь может быть по-разному оценена в зависимости от того, кто ее автор. Многие исследователи, в частности, Д. Пригов, рассматривая взаимоотношения художника с культурой, отмечают, что оно ранее определялось инстинктивной реакцией последней на необычный жест художника: «Нет, это не искусство!». Затем следовало медленное, утомительное для обеих сторон, но неизбежное привыкание. Эта игра по сценарию «неприятие-приятие» длилась на протяжении нескольких культурных поколений, пока к нашему времени не исчерпалась [3]. Действительно, постмодернистское искусство представляет собой всю открытость и незавершенность мысли и текста, а их необязательность имеет следствием такую же необязательность их понимания. Читатель, зритель, слушатель может понимать в меру своей эрудиции, переживать радость узнавания источника цитирования или ассоциации, ребусов и шарад, заданных автором, который и является главным аргументом в определении того, что является искусством, а что нет. Именно здесь и вступает в силу личностный, поведенческий компонент, имидж автора, являющийся особой подменой человеческого образа для создания выгодного бренда.

Таким образом, говоря о «смерти автора» применительно к экономической стратегии, мы должны учитывать, что это утверждение является особым приемом самоустранения, самоликвидации, который используется самим же автором. Благодаря этому писатель, во-первых, искусственно создает необходимую дистанцию между собой как реальным лицом и своим произведением; во-вторых, нейтрализуясь, он таким образом активизирует позицию читателя, предоставляет ему свободу интерпретации и этим, можно сказать, конструирует или создает своего читателя как потребителя текстов. И в результате получается, что в свете всех разговоров о «смерти автора» сам автор оказывается источником этих утверждений. Он, а точнее, созданный им имидж, является необходимым условием для формирования своего круга читателей. А они, в свою очередь, становятся теми, кто поддерживает и закрепляет этот авторский имидж, усиливая тем самым значимость его Имени.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика. М., 1994. 616 с
2. Вудманси М. Гений и копирайт // Новое литературное обозрение. 2001. № 48. С. 20-26.
3. Пригов Д. Что делается? //Неприкосновенный запас. 2003. №1 1. С. 17-19.
4. Словесность и коммерция / Под ред. В. Б. Шкловского, Б. М. Эйхенбаума. М., 2001. 300 с.
5. Фуко М. Что такое автор? // Воля к истине. М., 1996. С. 7-46
6. Эко У. Заметки на полях «Имени Розы» // Имя Розы. М., 1989. 489 с.
7. Яши П. Об эффекте автора: современное авторское право и коллективное творчество // Новое литературное обозрение. 2001. №48. С. 39-58.

*Ольга Владимировна ИВАНОВА —
аспирант кафедры издательского дела
и редактирования*

УДК 821.161.1.09

СОВРЕМЕННЫЙ ЖЕНСКИЙ ЛЮБОВНЫЙ РОМАН: МЕЖДУ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ И ЗАПАДНОЙ ТРАДИЦИЕЙ

АННОТАЦИЯ. В статье рассматривается проблема происхождения и развития жанра любовного романа в русской литературе. На основании анализа жанровых доминант женского любовного романа делается вывод о различиях между его западной и русской версиями.

In this article we consider the problem of origin and evolution of love novel genre in the world and Russian literature. After analyze of genre's dominants we draw the conclusions about difference between occidental and Russian love novel.

Проблема происхождения современной модификации жанра женского любовного романа пристально изучается в отечественном литературоведении с 1990-х годов. Но попытки объяснить природу этого жанра предпринимались в работах некоторых исследователей и ранее. Так, Е. Мелетинский [1], И.Тронский [2] видят основу построения любовных романов в мифологических архаических схемах, в формуле греческого авантюрного романа. Другие ученые находят корни любовной беллетристики в сказках (В. Пропп [3], О. Бочарова [4], О. Вайнштейн [5]).

Античный роман, в частности, греческий, по мысли И.Тронского, практически полностью закладывает основу схемы современного любовного романа: в превратностях судьбы влюбленные сохраняют взаимную верность и преодолевают все соблазны и опасности.

Зарождение любовного романа как жанра, по мнению О. Вайнштейн, приходится на период зрелого сентиментализма, когда получает расцвет жанр готического романа и кладбищенской поэзии. Умиление и страх несут одну и ту же функциональную нагрузку: «Я чувствую» [5; 313]. Это подтверждается современным состоянием массовой литературы, когда любовный роман и «черный» роман выступают как симметричные конструкции, образуют гибридные варианты.

О.Вайнштейн также отмечает, что именно в период романтизма любовный роман оформляется как отдельный жанр, вырабатываются особые нарративные принципы, формируется идеальный образ главной героини, получают распространение мелодраматические мотивы.