
Ганна Кісьліцына



...сённяшні крытык —
воўк у авечай скуры...

Welcome to сучаснасьць

Вісіць-лунае над прасьпектам вогненная стужка - запрашэнь-не — «Сьвет упакоўкі. Выстава-продаж», прымушаючы задумацца ня толькі над тым, як каардынальна зьмянілася прызначэньне чырвонай бязі, але й над тым, як трансфармуюцца нашыя культурныя каардынаты. Сьвет упакоўкі — вобраз сучаснасьці, дзе галоўнай зьяўляецца абгортка, а ня зьмесціва, дзе ілюзія рэальнасьці часьцяком засланяе рэальнасьць, ці, прынамсі, становіцца паміж рэчаіснасьцю й чалавекам. Як паміж страўнікамі і хлебам паўстае цэлюлёідная абгортка, так і паміж чалавечай сьвядомасьцю й ежай духоўнай паўстаюць няўжэжныя, але неабходныя для спажыўца сатэліты.

Культура ня сёння ператварылася ў прадукт спажываньня, але толькі зараз выявілася, што ня толькі культура залежная ад эканомікі, але й наадварот. Гэта зьвязана, у першую чаргу, з тым, што менавіта ў культурнай сьферы ідзе стварэньне вобразаў — узнаўляльных, пазнавальных, эмацыйнаафарбаваных адбіткаў рэчаіснасьці, а «спажываньне

ў наш час перш за ўсё азначае спажываньне вобразных, уяўляемых уражаньняў» (М. Тун-Гаэнштайн). Попытам сталі карыстацца прадукты, чыя матывацыя на продаж не адказвае агульнаму задавальненьню патрэбы, а зьвернутая на нейкі пэўны культурны слой.

Пялевін, Каэля, Данцова... Сённяшняя папулярнасьць іх літпрадукцыі наўпрост зьвязаная ня столькі з унутранымі якасьцямі іх твораў, колькі з дакладным вызначэньнем псіхалагічнай групы пакупнікоў. У рэцэнзіі на кнігу В. Пялевіна крытык адзначае вокладку кнігі «ДПП (нн)» як «вполне безобразную». Сьвядомае парушэньне эстэтычнай канвенцыі ня толькі не выклікае прэрэчэньня, але й прадугледжваецца, як адпаведнае псіхалагічным устаноўкам мяркуемай групы спажыўцоў, большасьць з якой — прадстаўнікі так званай «генерацыі П». Врубелеўскі «дэман», які абдымае «дзяўчынку з персікамі» на пялевінскай вокладцы, аднолькава чужы як саладжава-хатнім мопсам Данцовай, так і гравюраваным хімерам Каэля. Ён прымушае задумацца над праблемамі айчыннага кнігадрукаваньня, якое ня можа пахваліцца нічым, акрамя пяцісотгадовага піянерства ў сваёй галіне.

Так выглядае, што беларускі друк ніколі ўсур’ёз не займаўся дасьледзінамі target груп для канкрэтнай кнігі, ды й беларускамоўнай прадукцыі ўвогуле, адводзячы ёй пажыцьцёвую ролю ў культурным «гэта». Добра выдадзеныя кнігі былі вынікам альбо фатальнага зьбегу абставінаў, альбо персанальнага клопату пісьменьніка. Аднак, відавочна, што «праблема абгорткі» не павінна вырашацца аўтарам. Той жа Пялевін слушна, хоць і какетліва заўважае: «Творца, які думае пра мэтавую групу, а не пра прастору свайго тэксту, — гэта не пісьменьнік, а гандляр паласатай паперай».

Здаецца правільным перакласьці адказнасьць за ўзаемаадносіны «аўтар—кніга—чытач» на выдавецтва, якое ў ідэале павінна было б клапаціцца пра вокладку, рэкламу, прэзентацыі... Тым больш сёньня, калі становіцца распаўсюджаным падыход да кнігадрукаваньня як да спосабу перапродажу паперы. У такіх умовах ўласна тэкст становіцца давескам да імя, брэнду ці рэкламнага слогану, бо як бы прыкра гэта ні гучала, прадаецца кніга, а ня тэкст.

Беларуская кніга як тавар настолькі дыскрэдытавала сябе на рынку, што для таго, каб зрабіць айчынны кнігагандаль беларускім, трэба прыдумляць новы рэвалюцыйны спажывецкі міф. Пра звышновае свабоднае мастацтва, пра космаглобататальную барацьбу за капіталістычныя ідэалы, пра перамогу віртуальнага над рэальным... Некалі Сіняўскі даводзіў, што Кастрычніцкая рэвалюцыя перамагла дзякуючы тром правільна абраным словам: «большавік», «чэка», «Савет». Ці не самым папулярным брэндам становіцца сёньня «другі фронт мастацтва» — тры ўдала знойдзеныя словы, якія з посьпехам выкарыстоўваюцца на кнігах выдавецтва «Логвінаў», дзякуючы якому многія паверылі, што беларуская кніга можа калі не прыносіць прыбытак, то хаця б самаакупляцца.

Праўда, у сваім інтэр’ю радыё «Свабода» сам Ігар Логвінаў характэрнызуе свой бізнэс як непрыбытковы, а літаратуру, якую выдае — анамальнай. Аднак відавочна, што пад ярлык літаратурнага збачэньства могуць патрапіць хіба што выдадзеныя ім зборнікі Андрэя Бурсава і Зьміцера Вішнёва. Кнігі Андрэя Хадановіча, Арцёма Кавалеўскага, Віктара Жыбуля, Юрася Барысевіча, Альгерда Бахарэвіча, Ганны Ціханавай, Вольгі Гапеевай, Веры Бурлак, Паўла Гаспадыніча, Алеся Аркуша дастаткова складана падвесці пад азначэньні тыпу «анамальны», «авангардны» ці «маргінальны». Вылучаюцца яны хутчэй вонкава — стыльнымі страката-пярэстымі ці лаканічна-змрочнымі вокладкамі ў глянцавым лаку. Прадстаўленьне гэтай літаратуры як

«анамальнай» зразумелае толькі як рэкламны ход — нішто так добра не прадаецца як сьмерць і адхіленьні. Еўрапейскае мастацтва паразітавала на гэтых тэмах усё папярэдняе стагоддзе, нарэшце дабраўшыся й да Беларусі.

«Псіхааналіз — міф, які жыве высілкамі фірм, якія вырабляюць медыцынскія кушэтки», — пажартаваў неяк Вудзі Алэн. Сёньня намаганьнямі недзяржаўных выдавецтваў ствараецца міф пра росквіт «новай» беларускай літаратуры, якая, як быццам, ня мае нічога агульнага са «старой». Хаця відавочна, што творчасць «новапакліканых», збольшага, добра раскладаецца на знаёмыя рытмы й сюжэты. Так, Жыбуля можна прадставіць як сярэдняе арыфметычнае ад Маякоўскага і Шукайлы, Бахарэвіча як помесь Сарокіна і Шамякіна, у Вішнёве пазнаюцца Брэнэр і Хармс. Старое віно разьлітае ў новыя цэлафанавыя мяхі. Сучасная літаратура як прадукт не выракаецца ранейшых тэхналогіяў, але й не разлічаная на доўгае захоўваньне. Якасьць кампенсуецца колькасьцю.

Літаратары «другога фронту» многа пішуць, шмат выдаюць. Стварэньне літаратурных фаньцікаў становіцца індустрыяй, якая працуе з напружанасьцю абарончых заводаў. Аб'ём валавага прадукту ўразіў нават Сяргея Дубаўца, для якога літаратурны працэс было спыніўся — ці то на позьняй Арсеньневай, ці то на раннім Глёбусе. Крытык-прарок прачнуўся ад шматгадовай сьпячкі й канстатаваў у перадачы «Вострай брамы» існаваньне «Сучаснай беларускай літаратуры»... не раўнуючы – Windows, што знайшоў «неапазнанае ўстройства» ў адпачатку падключанай «мышы».

Рыначныя адносіны зьмянілі ня толькі пісьменьнікаў, але й крытыкаў. Апошнія спрабуюць уключыцца ў гульню нароўні з паэтамі й празаікамі. Замест аналізу й маралізатарства, замест пальбы з пушак па вераб'ях, яны сталі казаць «сам дурак» і пасылаць да Фрэйда. Расчараваныя працяглай адсутнасьцю літаратурнага хіта, крытыкі кідаюцца на кожны прэтэнцыёзны твор з амаль невытлумачальнай злосьцю сабачак Мальдарора. Паказальным тут можа лічыцца артыкул А. Астраўцова пра раман Зм. Вішнёва «Трап для сусьліка, альбо Некрафілічнае дасьледваньне аднаго віду грызуноў», у якім даволі нечакана высьветлілася, што галоўнай пагрозай для новага мастацтва зьяўляюцца літаратурныя чыноўнікі, выведзеныя ў вішнёўскай прозе пад найменьнем «сусьлікі».

Некалі малады паэт марыў пераплыць у танку акіян, пасья — ідучы на пасадку кансультанта СП — напісаць новага «Майстра й Маргарыту». Жыцьцё Саюзу пісьменьнікаў, паказанае знутры, цудоўны матэрыял для таго, хто мае моц майстра... Безумоўна рацыянальны Вішнёў не ацаніў толькі аднаго — ён трапіў у БЕЛАРУСКІ Саюз пісьменьнікаў, а ўсё, што мае адносіны да беларускасьці аўтаматычна ператвараецца ў рэч-у-сабе, тое, што жыве па сваіх законах, непадуладных законам незаангажаванай нацыянальна рэчаіснасьці. Саюз пісьменьнікаў — гэта, ў пэўным сэнсе, Саларыс, які выяўляе патаемныя сутнасьці тых, хто трапляе ў яго сіло. Аднак для сёньняшняй літаратурнай сітуацыі цікавасьць уяўляюць ня тыя дробныя бестыі, што знайшоў у сваёй душы Вішнёў, а тыя духоўныя монстры, якіх яму прыпісалі. Літаратурная крытыка досыць жорстка й цынічна расправілася з гандляром псеўдатаямніцаў СП, прадаўшы яго ўласную псеўдапраблему, якую Алесь Астраўцоў акрэсьліў як латэнтны гомасексуалізм.

І ня мае значэньня той факт, што арыентацыя Вішнёва абсалютна традыцыйная, як, дарэчы, і ягоная творчасць — абсалютна традыцыйная ў шырокім кантэксьце сучаснай літаратуры. Істотна тое, што літаратурны працэс на Беларусі,

які нагадваў шкілет нейкага дагістарычнага яшчару, раптоўна праявіў здольнасць быць гнуткім, рухомым. Ня толькі пісьменьнікі паступова пазбаўляюцца ад думкі, што літаратура ёсць барацьба за праўду, але й крытыкі.

Адчуўшы, што нацыянальнае пісьменства ператвараецца ў тавар, крытыка таксама спрабуе змяніцца. Сённяшні крытык — воўк у авечай скуры. Ён прыкідваецца, што ягоны герой — аўтар. Насамрэч — гэта чытач, менавіта яго спакушае крытык, скарыстоўваючы чужыя цытаты. «Я — такі ж як ты, толькі паспеў ўжо прачытаць гэтую кнігу й па-сяброўску раю яе купіць, а каб ты не сумняваўся, прадэманструю табе лепшыя месцы» — удае ён, ператвараючыся ў піяршчыка, рэкламнага агента, ключавую постаць сьвету ўпакоўкі, без якога, тым ня менш ужо немагчыма ўявіць лёс сучаснай літаратуры.