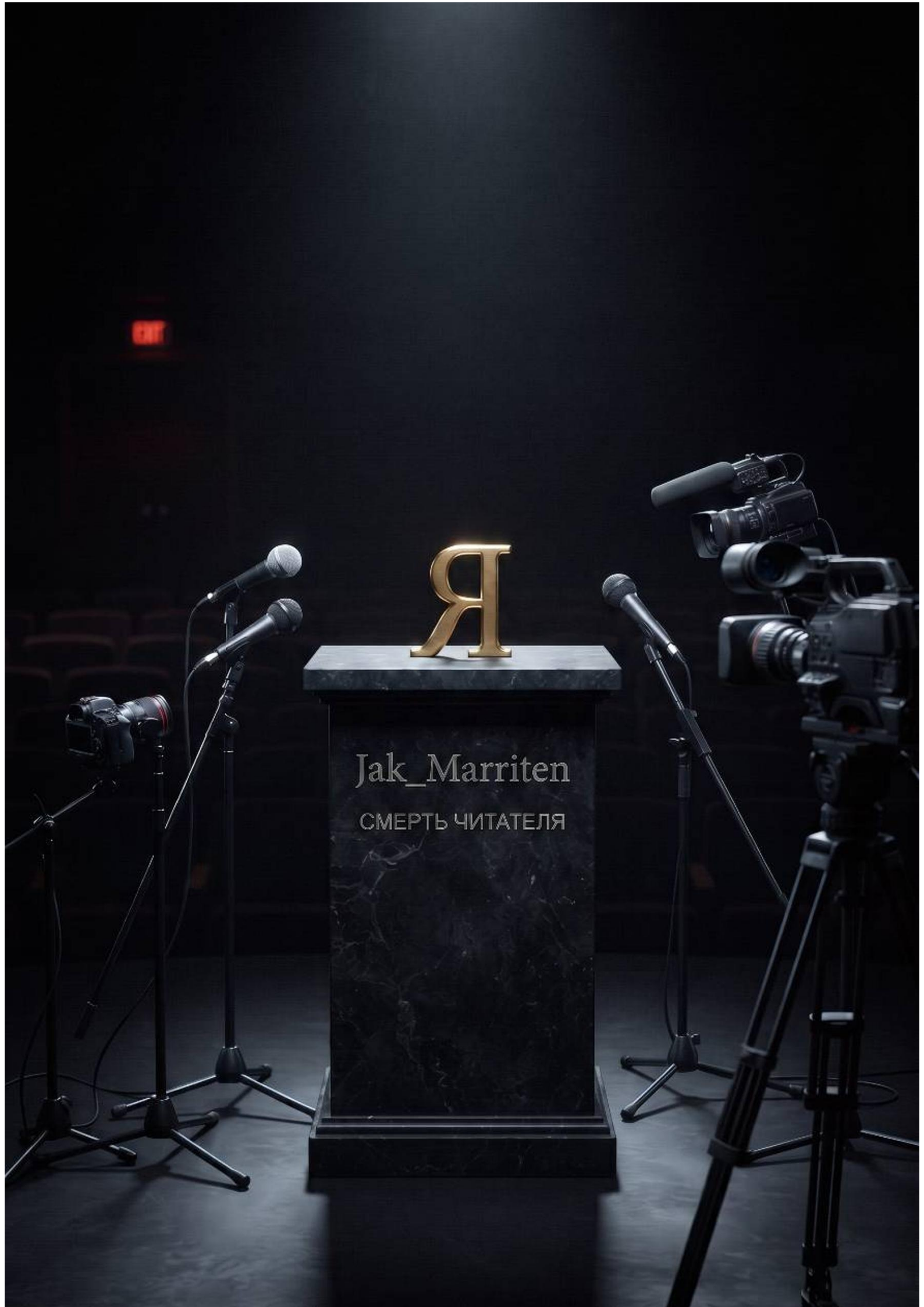




Jak Marriten

Смерть читателя

«Автор»

2026

Marriten J.

Смерть читателя / J. Marriten — «Автор», 2026

Современная литература напоминает дорогой хоспис, в котором пациенты убеждены, что они на вечеринке. Вдоль стен расставлены капельницы с физраствором, но в меню значатся коктейли. Музыка играет, гости танцуют, и никто не смотрит в зеркало — потому что зеркала здесь завешаны рецензиями. Эта книга — не роман. Это вскрытие. Тринадцать глав, тринадцать разрезов: писатель, издатель, критик, буктокер, текст без адресата, жанры без вымысла. Никакой фантастики, никаких заговоров. Только клиническая оптика и холодная констатация: читатель умер, литература продолжается, вечеринка не заканчивается. Если вы ещё способны читать — откройте. Если нет — поставьте на полку. С этой книгой можно и так.

© Marriten J., 2026

© Автор, 2026

Содержание

Глава 2. Автор как патология	9
Глава 3. Графоман и его среда обитания	13
Глава 4. Издатель: торговля воздухом	18
Конец ознакомительного фрагмента.	19

Jak Marriten

Смерть читателя

Глава 1. Клиническая картина

Современная литература напоминает частный хоспис, по недоразумению названный курортом. Пациенты в одинаковых халатах сидят в шезлонгах у бассейна, в который забыли налить воду, и делают вид, что плавают. Вдоль бортиков расставлены капельницы с физраствором, но в меню бара значатся коктейли со сложными названиями, и никому не приходит в голову спросить, из чего их на самом деле смешивают. Время от времени кто-то из отдыхающих поднимается на ноги, произносит короткую речь о том, как ему здесь хорошо, и падает замертво. Санитары выносят тело, остальные аплодируют: овация здесь считается признаком жизненной силы.

Музыка играет постоянно — что-то ненавязчивое, вроде ремикса на тишину. Иногда её прерывает голос из динамиков: «Уважаемые гости, напоминаем, что чтение запрещено правилами нашего заведения. Чтение вредит вашему пребыванию. Читая, вы рискуете заметить, что бассейн пуст». Гости согласно кивают и продолжают имитировать заплыв. Тех, кто всё-таки пытается читать, отводят в отдельный корпус — он называется «Реанимация», но никто оттуда ещё не возвращался, поэтому о его существовании предпочитают не говорить.

Если отключить музыку хотя бы на минуту — просто выдернуть шнур из розетки с надписью «Рынок» — станет слышно, что никакого дыхания в этом месте нет. Есть только эхо. Эхо других текстов, написанных раньше, лучше и с иной целью — не для того, чтобы автора заметили, а чтобы читатель на время исчез. Но об этом позже. Сначала — анамнез.

Анамнез

Ещё тридцать лет назад всё было устроено иначе — то есть казалось, что иначе. Существовала простая трёхчастная схема, напоминавшая священный брак: Писатель создавал Текст, Читатель его потреблял, а Издатель стоял между ними, как шафер, который следит, чтобы молодые не сбежали до того, как он получит свой процент. Писатель страдал — это было частью профессии. Читатель плакал, смеялся, засыпал над страницей, просыпался с закладкой на груди и чувствовал себя живым. Издатель богател — это было частью гравитации. Цепочка называлась «литературой» и худо-бедно работала, как колесо сансары: все участники вращались внутри иллюзии, что их движение имеет смысл, а главное — направление.

Потом колесо остановилось. Вернее, его заменили на спиннер — предмет, который вращается с большой скоростью, но не перемещается в пространстве. Причина остановки банальна до неприличия: читатель как биологический и социальный вид начал исчезать. Не сразу, не драматично — просто однажды выяснилось, что люди, которые ещё вчера покупали книги, сегодня покупают подписку на стриминговый сервис. А те, кто позавчера стоял в очереди за томиком нового романа, теперь стоят в очереди за новым телефоном.

Сначала это объясняли технологиями. Интернет, соцсети, клиповое мышление — стандартный набор пугал, которым трясут на конференциях по современной культуре. Но технологии были не причиной, а катализатором. Они просто ускорили процесс, который начался задолго до появления первого айфона. Читатель исчез не потому, что у него появились альтернативные способы убивать время. Он исчез потому, что перестал быть нужен. Сначала — самому себе, потом — писателю, потом — издателю. Когда всем участникам процесса стало удобнее существовать без него, он тихо вышел из комнаты, и никто не заметил, потому что к тому моменту в комнате уже никого не было.

Три стадии исчезновения

Первая стадия — читатель перестал быть нужен себе. Раньше чтение выполняло несколько функций: познание мира, бегство от реальности, тренировка эмпатии, заполнение

пауз между рождением и смертью. В какой-то момент каждую из этих функций перехватили другие службы. Познание мира взяли на себя новости и социальные сети — они давали более быструю и, что важнее, более персонализированную картину реальности. Бегство от реальности монополизировали видеосервисы — они делали то же самое, но без усилия, которое требуется для превращения букв в образы. Тренировку эмпатии заменили реалити-шоу и личные блоги — там чужая боль была видна сразу, без метафор, крупным планом. А паузы между рождением и смертью заполнил скроллинг — он не требовал ничего, кроме движения большого пальца.

Вторая стадия — читатель перестал быть нужен писателю. Писатель, оставшись без того, кто платит ему вниманием, начал искать альтернативные источники подтверждения своего существования. И нашёл их — в других писателях. Так возникла литературная тусовка в её современном виде: замкнутая экосистема, где все читают всех, но никто не читает никого, потому что чтение здесь — жест вежливости, а не акт потребления. Писатель, публикуя текст, адресует его не гипотетическому незнакомцу, который откроет книгу в метро, а конкретному коллеге по цеху, который отметит публикацию репостом и напишет: «Поздравляю, это сильно». Этого достаточно. Круг замыкается: текст создаётся не для читателя, а для другого автора. Автор для автора — это как каннибализм, только без питательной ценности.

Третья стадия — читатель перестал быть нужен издателю. Когда книги перестали быть товаром массового спроса, издатель переквалифицировался в продавца воздуха. Он продаёт не текст — он продаёт возможность называться писателем. Рынок устроен так: автор платит за публикацию, автор покупает тираж, автор дарит книги друзьям, друзья не читают, но выкладывают фото обложки в соцсетях. Издатель получает прибыль не с продажи книг читателям, а с продажи статуса авторам. Читатель в этой схеме — лишнее звено, от которого лучше избавиться, чтобы не создавать неудобных вопросов. И от него избавились.

Диагноз

Болезнь, поразившая современную литературу, называется **графоманический психоз с ремиссией в социальную сеть**. Впервые она была описана — вернее, не была описана, потому что описывать было некому, — примерно в середине нулевых, когда блоги стали массовым явлением. Симптомы нарастали постепенно, но сегодня их можно наблюдать у подавляющего большинства пациентов, называющих себя писателями.

Симптом первый: пациент убеждён, что его личная боль является товаром. Он не просто делится ею — он упаковывает её в текст и выставляет на витрину с ценником. Ценник — это не деньги. Деньги в этой экономике — побочный продукт. Настоящая валюта — внимание. Пациент измеряет его в лайках, репостах, упоминаниях и приглашениях на подкасты. Если внимания недостаточно, пациент увеличивает дозу боли: если в прошлый раз он писал о разводе, в следующий раз он напишет о суицидальных мыслях, потом — о детской травме, а когда травмы закончатся, он начнёт брать их в долг у других.

Симптом второй: пациент оформляет свою боль в короткие рубленые фразы без метафор. Метафора — это мост между автором и читателем, по которому движется смысл. Но мост требует усилия: его нужно построить, и читатель должен согласиться по нему пройти. Современный пациент не хочет строить мосты. Он хочет, чтобы его поняли сразу, без усилия, желательно ещё до того, как он закончит предложение. Поэтому он использует не метафоры, а сигналы: «мне больно», «я в депрессии», «меня не понимают». Сигнал не требует расшифровки — он требует реакции. Текст перестаёт быть текстом и становится кнопкой, на которую нужно нажать.

Симптом третий: пациент называет это «новой искренностью». Термин прижился, потому что звучит красиво и позволяет не думать о том, что происходит на самом деле. А на самом деле происходит снятие границы между литературой и публичной мастурбацией. И то и другое — акт самоудовлетворения, совершаемый в присутствии зрителей. Разница только

в том, что мастурбация хотя бы честно называется мастурбацией, а «новая искренность» претендует на статус искусства.

Симптом четвёртый, самый важный: пациент не нуждается в читателе. Ему нужен свидетель. Свидетель — это не тот, кто прочитал и понял. Свидетель — это тот, кто подтвердил факт существования автора. Для этого не нужно читать — достаточно поставить лайк. Современная литература превратилась в бесконечный сеанс групповой терапии, где каждый говорит о своём, не слушая других, и ждёт, что остальные покивают и скажут: «Ты валиден. Ты существуешь. Мы тебя видим». Но никто никого не видит, потому что все смотрят в свои телефоны.

Метастазы

Как всякая развитая болезнь, графоманический психоз даёт метастазы. Их три: премия, букток и издательский бизнес. Каждый из этих органов поражён настолько, что исходная ткань уже неразличима.

Премия — это идеальный товар в мире, где книги перестали быть товаром. Она не требует чтения — она требует только оглашения результатов. Можно не прочитать ни одной книги из короткого списка, достаточно запомнить имена финалистов и убедительно хмуриться при слове «шорт-лист». Премия создаёт иллюзию иерархии там, где нет ни верха, ни низа, а есть только горизонтальная поверхность, на которой все лежат в одинаковых позах. Премия «Смерть читателя» — апофеоз этого процесса. Она доводит логику до конца: текст-победитель уничтожается сразу после прочтения жюри. Читатель исключён из уравнения. Остаются только автор, жюри и жест. Жест — это всё, что теперь имеет значение.

Букток — это способ потребления книг без их чтения. Точнее, это способ потребления образов книг. Молодые люди снимают тридцатисекундные ролики, в которых показывают обложку и рассказывают, что они «в процессе». Это не имеет отношения к тому, что написано внутри. Содержание книги неважно — важна её способность быть реквизитом. Книга в кадре выполняет ту же функцию, что и дорогая сумка или кроссовки ограниченной серии: она сообщает окружающим о статусе владельца. Только сумка хотя бы существует, а прочитанная до конца книга — нет.

Издательский бизнес — это торговля воздухом. Крупные издательства давно перестали делать вид, что их задача — соединять автора с читателем. Их задача — соединять автора с его деньгами и тщеславием. Они продают пакет услуг: редактирование, корректура, вёрстка, печать, презентация. Автор платит, автор получает тираж, автор дарит его друзьям. Круг замыкается, деньги вращаются внутри системы, а читатель — тот самый, кто мог бы купить книгу в магазине просто потому, что ему интересно, — сидит дома и скроллит ленту. Он не приходит. Его не ждут.

Прогноз

Прогноз неблагоприятный, но это никого не беспокоит, потому что все участники процесса получают ровно то, что хотят.

Писатель получает подтверждение своего существования. Издатель получает оборот. Критик получает гонорар за рецензию. Буктокер получает просмотры. Читатель — вернее, то, что от него осталось, — получает контент для скроллинга. Это идеально сбалансированная система, в которой нет недовольных, потому что недовольные просто выпадают из неё и перестают существовать.

Единственный, кто ничего не получает, — это текст. Текст умирает в одиночестве, как брошенный котёнок в коробке на обочине трассы. Но кому какое дело до котёнка, когда вокруг столько интересных людей с их непростыми историями?

Иногда — очень редко — мне кажется, что современная литература выполняет функцию, о которой никто не говорит вслух. Она не создаёт смыслы, не исследует человеческую природу, не развлекает. Она служит формой мягкой социальной эвтаназии — способом занять тех, кто иначе мог бы заняться чем-то опасным. Государству выгодно, чтобы граждане писали

автофикшен, а не лозунги на площадях. Издательствам выгодно, чтобы они платили за публикацию. Самим авторам выгодно, чтобы их травма имела хоть какую-то рыночную цену. Все сидят в тёплой ванне из собственной боли, и никто не замечает, что вода давно остыла.

Остаётся

Остаётся только одно: фигура читателя, который ещё жив. Не пользователь, не потребитель контента, не член жюри, не буктокер. А человек, который открывает книгу не для того, чтобы что-то из неё извлечь — статус, знание, повод для поста, — а для того, чтобы исчезнуть в тексте. Раствориться. Перестать быть.

Это трудно объяснить тому, кто никогда не читал таким образом. Речь не о побеге от реальности — это как раз то, что предлагают стриминги. Речь о временной отмене собственного «я», о добровольном выходе из операционной системы личности. Настоящее чтение — это не потребление, а исчезновение. Ты перестаёшь быть Алексеем из Москвы, менеджером среднего звена, и становишься голосом, который звучит внутри текста. И когда закрываешь книгу — возвращаешься обратно, но уже немного другим. Как будто тебя пересобрали заново, заменив одну из деталей на более точную.

Так вот: людей, способных на такое чтение, почти не осталось. Они не ходят на фуршеты. Они не ведут подкасты. Они не публикуют рецензий, потому что рецензия — это тоже форма авторства, а они не хотят быть авторами. Они хотят быть никем — и именно в этом качестве обретают способность читать по-настоящему.

Парадокс в том, что именно эти люди и есть литература. Не тексты, не премии, не издательства. А они. Те, кто ещё способен исчезнуть, открыв книгу. Когда исчезнет последний такой читатель — не метафорически, а буквально, — литература закончится. Не с грохотом, а с тихим щелчком закрывшейся книги. И никто не заметит, потому что заметить будет некому.

А пока — мы продолжаем. Пишем, издаём, премируем, скроллим. И называем это жизнью.

В холле хосписа зажигают вечерние огни. Санитары развозят по палатам вечернюю дозу физраствора. Где-то в углу одинокий пациент пытается читать — санитар замечает, выдёргивает книгу из рук и укоризненно качает головой. Пациент вздыхает и берёт в руки телефон. Экран загорается приветливым светом. Пациент улыбается. Ему кажется, что он плывёт.

На сегодня всё. Завтра — новая глава.

Глава 2. Автор как патология

Современный автор — это не профессия и не призвание. Это диагноз. В отличие от большинства диагнозов, он не врождённый и не приобретается воздушно-капельным путём. Он возникает в результате длительного нахождения в среде, перенасыщенной чужими текстами при отсутствии навыка их адекватного потребления. Представьте: человек годами вдыхает пары литературы, но не имеет внутри органа, способного эти пары перерабатывать в смысл. Со временем пары конденсируются в лёгких, образуется слизистая пробка, и однажды утром человек просыпается с непреодолимым желанием написать книгу. Это и есть момент клинического манифеста.

Дальнейшее течение болезни предсказуемо. Пациент садится за клавиатуру и производит текст. Поскольку орган чтения у него отсутствует — не физически, а функционально, — текст этот неизбежно состоит из отходов переработки чужих текстов, которые не были усвоены. Это как если бы желудок, неспособный переваривать пищу, начал производить из неё экскременты и требовать, чтобы окружающие их ели, называя это актом творения. Метафора грубая, но точная.

Парадокс в том, что современная литературная среда не просто допускает существование таких авторов — она на них построена. Здоровый писатель прошлого был аномалией, ошибкой в матрице, штучным товаром. Здоровый писатель современности — это оксюморон, потому что сама среда исключает здоровье. Чтобы выжить в этой среде, нужно быть патологией. И среда выращивает патологии с эффективностью конвейера.

Среда обитания

Где живёт современный автор? Не в башне из слоновой кости — эта недвижимость давно снесена и на её месте построен бизнес-центр с коворкингом для креативных индустрий. Не в гараже, не в кухне, не в библиотеке. Современный автор живёт в трёх средах одновременно, и каждая из них усугубляет течение болезни.

Первая среда — социальные сети. Здесь автор проводит время, которое раньше отводилось под письмо. Он не пишет книгу — он пишет посты о том, как он пишет книгу. Он делится прогрессом: «Сегодня написал три тысячи знаков, это было больно, но я справился». Он показывает рабочее место: ноутбук, чашка кофе, вид из окна. Он публикует цитаты из ещё не дописанного текста и спрашивает подписчиков, какая обложка лучше. Всё это называется «построением личного бренда». На самом деле это форма прокрастинации, возведённая в ранг профессии. Автор убеждён, что набирает аудиторию, которая потом купит книгу. Но аудитория, набранная на постах о писательстве, состоит из таких же авторов, которые набирают аудиторию для своей ещё не написанной книги. Змея Уроборос, но без величия — просто червяк, жующий собственный хвост в прямом эфире.

Вторая среда — литературные курсы. В мире, где читатель умер, а писателей стало больше, чем читателей, обучение писательству превратилось в самостоятельную индустрию. Курсы «Пиши как дышишь», марафоны «Роман за три месяца», коуч-сессии «Найди свой уникальный голос» — всё это существует не для того, чтобы научить писать, а для того, чтобы создать у пациента иллюзию, что он уже почти написал. Важно понять экономику этого рынка: продавец курсов продаёт не навык, а надежду. Если бы курсы действительно учили писать, их выпускники становились бы писателями. Но они не становятся — они становятся покупателями следующих курсов. Это идеальный бизнес: продукт не требует доказательств эффективности, потому что неэффективность продукта объясняется недостаточным усердием покупателя. «Вы прошли базовый курс, но не написали роман? Значит, вам нужен продвинутый курс. И индивидуальный коучинг. И ретрит в горах, где вы будете медитировать на чистый лист». И пациент платит снова, потому что остановиться — значит признать, что он не писатель, а

просто человек, потративший несколько лет и много денег на разговоры о том, кем он хотел бы быть.

Третья среда — литературная тусовка. О ней будет отдельная глава, но здесь важно обозначить её роль в патогенезе. Тусовка — это место, где авторы подтверждают друг другу свой статус. Механизм прост: я прихожу на твою презентацию, ты приходишь на мою. Я пишу рецензию на твою книгу, ты пишешь на мою. Мы оба знаем, что не читали друг друга, но это неважно — важен жест. Тусовка функционирует как система зеркал, в которых каждый видит не себя, а отражение отражения. Это уютно, это тепло, это позволяет не выходить на холод, где бродят читатели, способные отличить текст от его имитации.

Три среды образуют замкнутый контур. Автор находится внутри этого контура, как пациент в барокамере, и дышит воздухом, в котором кислород заменён на одобрение. Со временем он теряет способность дышать обычным воздухом — то есть воспринимать обратную связь, не пропущенную через фильтр тусовки. Любое критическое замечание извне вызывает у него анафилактический шок. Любой читатель, сказавший «мне не понравилось», воспринимается как агрессор. Это нормально: пациент болен, а больные нуждаются в защите.

Травма как валюта

Теперь — о содержании того, что производит пациент. Девяносто процентов современной прозы, если её можно так назвать, состоит из автофикшена. Автофикшен — это жанр, в котором автор описывает события собственной жизни, слегка меняя имена, чтобы избежать судебных исков от родственников, и добавляя слово «роман» на обложку, чтобы избежать вопроса «почему я должен это читать».

В основе автофикшена всегда лежит травма. Это ключевое слово, которое нужно повторять, как мантру, чтобы тебя допустили в приличное литературное общество. Травма может быть разной: тяжёлое детство, холодная мать, отсутствующий отец, абьюзивный партнёр, токсичная работа, депрессия, тревожность, расстройство пищевого поведения, кризис идентичности, опыт миграции, опыт возвращения, опыт непонимания, опыт понимания. Важно не содержание травмы, а её наличие. Травма — это входной билет. Без травмы ты не автор, а графоман. С травмой — ты автор с непростой судьбой. Разница примерно та же, что между бомжом и человеком без определённого места жительства.

Экономика травмы устроена просто. В мире, где все пишут и никто не читает, конкуренция за внимание становится вопросом выживания. Качество текста не может быть конкурентным преимуществом, потому что для оценки качества нужен читатель, способный оценить, а его нет. Вместо качества конкуренция идёт по интенсивности предъявляемой боли. Ты написал о разводе? А я — о разводе и клинической депрессии. А он — о разводе, клинической депрессии и госпитализации. А она — о разводе, клинической депрессии, госпитализации и потере ребёнка. Ставки растут. Боль инфлирует. И однажды наступает момент, когда простая человеческая боль уже никого не трогает, потому что рынок перенасыщен страданием, а страдание, как любой товар, обесценивается при перепроизводстве.

Тогда начинается гонка вооружений. Авторы начинают предъявлять не просто боль, а особую, уникальную, нишевую боль — желательно такую, которая раньше не была описана. Хорошо идёт специфический сексуальный опыт, редкие формы идентичности, экзотические психические состояния. Плохо идёт то, что уже было: «меня не любила мама» — это не тянет даже на короткий список. «Меня не любила мама, и поэтому я стала вебкам-моделью» — уже лучше. «Меня не любила мама, я стала вебкам-моделью, и это помогло мне принять свою андрогинность» — добро пожаловать в лонг-лист.

Самый поразительный факт: в этой гонке нет победителей. Потому что аудитория, ради которой всё затевается, не читает никого из участников. Аудитория читает только себя. И пишет только о себе. И ждёт, что её боль признают самой подлинной.

Смерть вымысла

Отдельного упоминания заслуживает тот факт, что современный автор практически не способен к вымыслу. Это не преувеличение. Откройте любой толстый журнал, любой сборник рассказов, любой короткий список премии — и вы увидите, что тексты, в которых действие происходит в вымышленных обстоятельствах с вымышленными персонажами, исчезли как класс. Остались две категории: автофикшен и исторический роман. Исторический роман — это тот же автофикшен, только вместо автора травму переживает вымышленный персонаж, списанный с автора, но помещённый в эпоху, которую автор изучал по трём статьям в интернете.

Почему так случилось? Есть несколько объяснений. Первое — психологическое: автор больше не верит, что его вымысел может конкурировать с реальностью. Реальность стала слишком сюжетной. Зачем придумывать историю о катастрофе, когда новостная лента выдаёт катастрофу каждые пятнадцать минут? Зачем создавать сложный характер, когда соцсети предоставляют сотни сложных характеров в прямом доступе? Вымысел проигрывает реальности в скорости, плотности и, что самое обидное, в абсурдности. Ни один писатель не придумает сюжет более дикий, чем то, что происходит в мире каждый день.

Второе объяснение — экономическое: вымысел требует усилия, а усилие не окупается. Автофикшен можно написать быстро, на эмоциях, за один присест. Вымысел требует построения мира, продумывания логики, создания персонажей, которые не являются копиями друзей автора. За то время, которое ты потратишь на роман с вымышленным сюжетом, можно написать три автофикшена, получить три приглашения на подкаст, дать шесть интервью и войти в короткий список премии. Рациональный выбор очевиден.

Третье объяснение — самое глубокое и самое неприятное. Автор перестал выдумывать, потому что перестал видеть смысл в Другом. Для вымысла нужен интерес к другому человеку — к тому, кто не является тобой. Нужно уметь представить себе сознание, отличное от твоего, и населить его жизнью. Это требует любопытства, эмпатии и некоторого самозабвения. Но современный автор занят только собой. Он смотрит не в мир, а в зеркало. А в зеркале нет другого — только он сам, бесконечно тиражированный в отражениях. Автофикшен — это литература зеркала. Вымысел — литература окна. Но окна в этой комнате давно закрашены чёрной краской, и на стене написано: «Здесь был я».

Типология

Клиническая практика позволяет выделить несколько устойчивых типов современного автора. Типология не претендует на полноту — она лишь фиксирует наиболее часто встречающиеся формы патологии.

Вечный дебютант. Пациент, который пишет первую книгу десять лет. За это время он успевает анонсировать её в соцсетях, сменить три концепции, два названия и пять обложек, поучаствовать в двенадцати писательских марафонах, но не дописывает никогда. Дописать — значит лишиться статуса «подающего надежды» и столкнуться с реальностью, в которой книга никому не нужна. Лучше отложить этот момент навсегда.

Травматолог. Пациент, который написал один успешный автофикшен о своей травме и теперь обречён воспроизводить его бесконечно. Вторая книга — о том же, но с другого ракурса. Третья — о том же, но с добавлением новой травмы, полученной в процессе написания второй. К пятой книге пациент превращается в фабрику по переработке собственной боли, и боль у него всегда свежая, потому что он научился причинять её себе сам — чтобы было о чём писать.

Блогер с книгой. Пациент, который пришёл в литературу из соцсетей. У него есть аудитория, которая любит его не за тексты, а за личность. Он может опубликовать сборник своих постов, распечатанный крупным шрифтом с картинками, и это станет бестселлером. Литературная среда его презирает, но тайно завидует, потому что у него есть то, чего нет у них: живые люди, которые покупают книгу не для статуса, а потому что им действительно интересен автор.

Правда, интересен он им не как писатель, а как медийный персонаж, но эту разницу в тусовке предпочитают не замечать.

Грантовый художник. Пациент, существующий на государственные и частные гранты. Он пишет тексты, которые невозможно читать, но легко отчитывать: в них есть актуальная повестка, угнетённые группы, постколониальная оптика и отсутствие сюжета. Сюжет — это иерархия, а иерархия — это угнетение. Поэтому тексты грантового художника свободны от сюжета, как пустыня свободна от растительности. Их никто не читает, но все хвалят: жюри грантового конкурса состоит из таких же грантовых художников, и они понимают, что если перестать хвалить чужие тексты, перестанут хвалить и твои.

Стареющий классик. Пациент, написавший что-то значительное в прошлом веке и теперь доживающий век в статусе памятника. Его книги переиздают, его имя украшает списки жюри, его интервью печатают в толстых журналах. Он смотрит на современную литературу с ужасом, который тщательно маскирует под мудрое спокойствие. Иногда он пытается сказать правду — что всё кончилось, что читатель умер, что новые авторы не умеют писать, — но его слова заглушает музыка хосписа, и он замолкает до следующего юбилея.

Все эти типы объединяет одно: они не могут остановиться. Писание для них — не акт творчества, а акт самоуверенности. Пока я пишу — я существую. Стоит остановиться — и я исчезну, потому что вне текста меня нет. Это самая страшная форма зависимости: зависимость от собственного отражения в буквах.

Итог

Современный автор — это человек, который производит текст, потому что не может его потреблять. Он разучился читать — и поэтому вынужден писать. Это как если бы человек, потерявший способность переваривать пищу, начал бесконечно готовить и выставлять блюда на стол, требуя, чтобы гости ели и хвалили. Но гостей нет — есть только такие же повара, которые пришли со своими кастрюлями. И они сидят за огромным столом, уставленным несъедобными блюдами, и хвалят друг друга, и никто не ест.

В следующей главе мы рассмотрим подробнее среду, в которой эти повара учатся готовить: курсы, коучи и писательские марафоны. Это будет глава о том, как индустрия, обещающая научить писать, на самом деле учит имитировать письмо — и почему это устраивает всех участников процесса, включая тех, кто за это платит.

Глава 3. Графоман и его среда обитания

Графоман не рождается из пустоты. Это не врождённая мутация, не ошибка природы. Графоман — это продукт среды, причём среды, сознательно спроектированной для его производства. Представьте птицеферму. Птицы сидят в клетках, клюют комбикорм, набирают вес. Их не учат летать — летать им некуда. Их не учат петь — пение не увеличивает привес. Вся инфраструктура фермы: кормушки, поилки, освещение, температурный режим — заточена на то, чтобы птица максимально эффективно превращала корм в плоть. Примерно так же устроена индустрия писательских курсов, только вместо плоти она производит тексты, а вместо корма использует надежду.

Писательские курсы — это не образовательные учреждения. Это инкубаторы графомании. Их задача не в том, чтобы научить писать хорошо. Их задача в том, чтобы убедить клиента: он уже пишет, и это нормально. Больше того — это прекрасно. Его текст, каким бы он ни был, заслуживает существования. Его голос уникален. Его опыт бесценен. Ему осталось только чуть-чуть подучиться — пройти ещё один курс, заплатить за индивидуальный коучинг, купить пакет «Премиум» с разбором рукописи.

И клиент верит. Клиент платит. Клиент продолжает писать.

В этой главе мы препарировем среду обитания графомана: её устройство, экономику, психологию и конечный продукт. Без гнева и пристрастия — только клиническая оптика.

Устройство инкубатора

Любой писательский курс — от двухнедельного марафона в запрещённой сети до годовой программы с дипломом — построен по одной и той же схеме. Схема эта не имеет отношения к педагогике, зато имеет прямое отношение к маркетингу. Она состоит из четырёх этапов: заманивание, заражение, закрепление и отторжение.

Заманивание. Потенциальному клиенту обещают результат, который невозможно проверить. «Напишите свой первый роман за три месяца». «Найдите свой уникальный голос». «Станьте писателем, которого будут читать». Формулировки намеренно размыты: что значит «найти уникальный голос»? Как измерить, найден он или нет? Никак. Именно поэтому обещание работает. Клиент додумывает результат сам — рисует в воображении книгу на полке, положительные рецензии, приглашения на подкасты. Курс продаёт не навык, а мечту. А мечта, как известно, возврату не подлежит.

Заражение. На первых занятиях клиенту объясняют простую истину: писать может каждый. Талант — это миф. Страх чистого листа — это нормально. Не надо ждать вдохновения, надо просто сесть и начать. Всё это правда, но правда здесь выполняет роль сахара в лекарстве — она помогает проглотить основное действующее вещество, которое состоит в том, что качество текста не имеет значения. Клиенту дают первые задания: описать свой день, вспомнить детство, записать сон. Он выполняет, получает одобрение (об этом позже) и чувствует: у него получается. Он — писатель. Инкубатор запущен.

Закрепление. Клиент втягивается. Он пишет регулярно, выкладывает фрагменты в чат курса, получает лайки. Он чувствует себя частью сообщества. Здесь мы подходим к самому важному механизму инкубатора — системе одобрения. На курсах запрещена жёсткая критика. Запрещена в явном виде — иногда проговаривается вслух, иногда подразумевается. Вместо критики используется поддерживающая обратная связь: «Мне очень отозвалось», «Это интересный взгляд», «Продолжайте в том же духе». Никто не скажет клиенту, что его метафора банальна, сюжет вторичен, а язык напоминает машинный перевод с мёртвого. Потому что сказать это — значит потерять клиента. А клиент платит.

Отторжение. Курс заканчивается. Клиент дописывает (или не дописывает) текст. Если дописывает — его ждёт суровая реальность: издательства не отвечают, читатели не находятся,

критика игнорирует. Если не дописывает — он чувствует смутное неудовлетворение, которое быстро находит объяснение: я просто мало учился. Мне нужно пройти ещё один курс. И он записывается на следующий. Цикл замыкается.

Инкубатор выполнил свою функцию: он произвёл графомана, который будет платить снова и снова, потому что его потребность в признании не удовлетворена и не может быть удовлетворена никогда. Это не баг, это фича.

Экономика вечного ученика

Экономика писательских курсов парадоксальна. В нормальной рыночной логике продукт, который не даёт результата, должен терять клиентов. Здесь — наоборот: отсутствие результата увеличивает спрос. Почему?

Ответ прост: цель клиента не в том, чтобы написать книгу. Цель клиента в том, чтобы чувствовать себя писателем. Курс эту цель достигает — на время. Пока длится обучение, клиент находится внутри системы, где его статус подтверждается ежедневно. Он просыпается — и видит в чате новые сообщения от таких же, как он. Он выполняет задание — и получает отклик. Он находится в безопасности. То, что происходит после курса — холодный мир, где никто не ждёт его текст, — не имеет значения, потому что после курса можно пойти на другой курс.

Так формируется экономика вечного ученика. Клиент платит не за результат, а за процесс. Процесс приятен, процесс даёт иллюзию движения, процесс избавляет от необходимости смотреть правде в глаза. Правда же такова: из десяти тысяч человек, прошедших курсы, опубликоваться и обрести читателей удаётся единицам. И эти единицы, как правило, обладают либо реальным талантом (что редкость), либо уже готовой аудиторией из соцсетей (что не имеет отношения к литературе, но имеет прямое отношение к продажам). Остальные девять тысяч девятьсот девяносто остаются в системе вечного обучения, платя от пятнадцати до ста пятидесяти тысяч рублей в год за право называться писателями, не написав ни одной книги, которую кто-то прочитал бы по собственной воле.

Самое поразительное — эта система абсолютно добровольна. Никто не держит клиента силой. Он сам выбирает заплатить. Он сам убеждает себя, что в этот раз всё получится. Экономика надежды — самая устойчивая экономика из всех известных человечеству. Даже экономика страха уступает ей в эффективности: страх можно преодолеть, а надежда преодолевается только смертью.

Анатомия коуч-сессии

Особого внимания заслуживает жанр индивидуального коучинга. Это высшая форма инкубации, её золотой стандарт. Коуч — не преподаватель, не редактор, не критик. Коуч — это оплаченный друг, который слушает и кивает.

Стандартная коуч-сессия длится час и стоит от трёх до десяти тысяч рублей. Клиент присылает фрагмент текста. Коуч читает вслух (клиент наслаждается звучанием), после чего говорит одну из следующих фраз, распределённых по невидимому сценарию:

— «Что вы чувствовали, когда писали это?» (перевод: мне нужно чем-то заполнить паузу, а говорить о тексте по существу я не буду, потому что не знаю как.)

— «Мне кажется, здесь есть глубина» (перевод: я не нашёл, к чему придраться, но если сказать, что всё хорошо, сессия закончится слишком быстро.)

— «А что, если попробовать посмотреть на это с другой стороны?» (перевод: у меня нет конкретных предложений, но я создаю видимость работы.)

— «Очень интересный материал, давайте поработаем с ритмом» (перевод: я заметил, что текст написан коряво, но не могу сказать об этом прямо, поэтому предлагаю безопасную правку, которая ничего не изменит.)

Клиент уходит окрылённым. Он не получил реальной критики — он получил внимание. Внимание — главный товар в этой экономике. Коуч продаёт не знание, не мастерство, не литературный вкус (всего этого у него часто нет — многие коучи сами никогда не публиковались). Коуч продаёт свою готовность быть свидетелем чужого творческого акта. Это эскорт-услуга, обёрнутая в образовательную обёртку.

Рынок коучинга растёт, потому что растёт число людей, которым не хватает внимания в обычной жизни. Литература стала формой социальной компенсации: раз меня не замечают как человека, пусть заметят как автора. Коуч даёт это внимание за деньги. Сделка честная, хоть и грустная.

Марафон как способ производства

Помимо долгосрочных курсов и индивидуальных коучей, существует третий инструмент инкубации — писательский марафон. Это короткое, интенсивное мероприятие (обычно от трёх до четырнадцати дней), во время которого участники пишут каждый день по заданию и выкладывают фрагменты в общий чат. Марафон стоит дешевле курса и охватывает больше людей, поэтому его рентабельность для организатора выше. Но главное — марафон выполняет функцию, которую не выполняет ни курс, ни коуч: он создаёт искусственный ажиотаж.

Участник марафона просыпается утром — в чате уже сто новых сообщений. Он видит: другие пишут, другие делятся, другие получают реакции. Он тоже хочет. Он садится и пишет. Он выкладывает. Ему ставят лайк. Дофаминовая петля замкнулась.

Качество текстов на марафонах не просто низкое — оно катастрофически низкое. Задания рассчитаны на скорость, а не на глубину: «Опишите запах своего детства за десять минут», «Напишите диалог от лица стула», «Придумайте финал ненаписанного романа». Участник выдаёт сырой, необработанный материал, который никто никогда не будет читать. Но это неважно. Важно, что он чувствует себя продуктивным. Ему кажется, что он движется к цели. На самом деле он стоит на месте, быстро перебирая ногами.

Марафон — это беговая дорожка, которая не приводит никуда. Но она оснащена экраном, на котором показывают красивый пейзаж, и пользователь убеждён, что путешествует.

Типология обитателей

Среда обитания графомана неоднородна. Внутри неё можно выделить несколько устойчивых типажей. Они различаются мотивацией, поведением и конечной судьбой, но все являются продуктами одного инкубатора.

Ищущий признания. Самый распространённый тип. Приходит на курс не за навыком, а за подтверждением. В обычной жизни он — менеджер, бухгалтер, учитель, инженер. Никто не видит в нём творческого человека. Ему нужно, чтобы увидели. Курс даёт ему это на время. Он пишет посредственные тексты, получает поддерживающие комментарии и расцветает. После курса он либо идёт на следующий, либо пытается публиковаться и сталкивается с реальностью. Часть таких людей ломается и уходит. Часть — остаётся в системе навсегда.

Коллекционер курсов. Профессиональный вечный ученик. Прошёл двадцать марафонов, пятнадцать интенсивов, пять годовых программ. Его библиотека состоит из методичек. Он может говорить о технике письма часами: арка персонажа, трёхактная структура, снежинка, метод помидора. Он знает всё, кроме одного: как написать текст, который кто-то захочет прочитать. Но это его не беспокоит, потому что его цель — не текст, а процесс. Он счастлив.

Раненый талант. Трагический персонаж. В юности подавал надежды, написал несколько рассказов, которые хвалили друзья. Поверил в себя. Пошёл на курс, чтобы «прокачать скилл». На курсе его разобрали, но не так, как нужно — не жёстко, а бережно, и он не заметил, что его тексты далеки от идеала. Продолжает писать, продолжает учиться, не понимая, почему публикация всё не случается. Винит себя: мало работаю, не хватает дисциплины, ещё один курс — и всё получится. На самом деле ему нужен не курс, а честный редактор, который

скажет: «Вот это слабо, вот это вторично, вот это графомания». Но честный редактор стоит дорого и не гарантирует результата, а курс стоит дешево и гарантирует хорошее настроение.

Спаситель литературы. Убеждён, что современная литература погибла и только он может её возродить. Пишет роман-эпопею, который никто не читает. На курсы ходит, чтобы найти единомышленников, но не находит, потому что все вокруг пишут автофикшен, а он пишет философскую фантастику. Обвиняет рынок, издателей, читателей. Создает свой телеграм-канал, где публикует главы. Собирает тридцать подписчиков, из них двадцать восемь — боты. Не сдаётся.

Случайный пассажир. Человек, который пришёл на курс от скуки. Ему всё равно, что писать. Он выполняет задания, потому что это весело, общается в чате, потому что это приятно, и уходит, когда надоедает. Таких немного, но они есть. Обычно они не оставляют следа в литературе, зато и не страдают.

Общее у всех типажей одно: все они уверены, что литература — это пространство самовыражения, а не пространство диалога. Им не нужен читатель — им нужен слушатель. А слушатель стоит денег, и они готовы платить.

Конечный продукт

Что производит инкубатор? Тексты, которые невозможно читать. Это не метафора и не преувеличение. Тексты, рождённые в среде писательских курсов, обладают устойчивыми характеристиками, отличающими их от любой другой прозы.

Характеристика первая: **отсутствие адресата**. Текст написан так, будто его единственный читатель — сам автор. Ему интересны собственные метафоры, собственные повороты сюжета, собственные наблюдения. До читателя ему дела нет. Читатель для него — абстракция, функция, пустое место. И читатель отвечает взаимностью.

Характеристика вторая: **имитация глубины**. Текст содержит слова «травма», «боль», «пустота», «смысл», «время», но не содержит ничего, что стояло бы за этими словами. Это как надувной шар, раскрашенный под глобус: вроде бы океаны и материки на месте, но плыть по нему нельзя.

Характеристика третья: **стерильность**. Текст лишён всего, что может вызвать сильную реакцию — не потому что автор боится задеть, а потому что он не умеет задевать. Он привык к поддерживающей среде, где всё мягкое, тёплое и безопасное. Его текст — это литературный плед.

Характеристика четвёртая, самая важная: **полная нечитабельность**. Если дать такой текст обычному человеку — не коллеге по курсу, не коучу, не другу, — он не дочитает до второй страницы. Не потому что текст плохой. Плохие тексты тоже читают — из интереса, из злости, из желания плюнуть. Этот текст не вызывает ничего. Он как стена: гладкий, серый, бесконечный. Ты смотришь на него и не можешь вспомнить, зачем начал смотреть. Ты отводишь взгляд. Ты забываешь. Текст исчезает.

Это и есть конечный продукт инкубатора: текст, который не оставляет следа. Он не раздражает, не радует, не удивляет, не злит. Он просто есть — как пыль на подоконнике. Его можно написать в любом количестве. Его и пишут.

Зачем это всё

Вопрос, который неизбежно возникает: кому выгодна эта система? Ответ не так прост, как кажется.

Выгодна она, во-первых, самим инкубаторам — владельцам курсов и коучам. Они получают стабильный доход с растущего рынка. Выгодна, во-вторых, издательствам — не тем, что издают книги, а тем, что продают услуги: редактуру, корректуру, вёрстку, печать за счёт автора. Выгодна, в-третьих, литературной тусовке — она получает постоянный приток новых членов, которые платят взносы, покупают билеты на фестивали и создают ощущение кипения жизни.

Невыгодна она только читателю. Но читателя нет, так что баланс соблюден.

В следующей главе мы рассмотрим, что происходит с текстами после того, как они произведены: как они становятся книгами, кто их издаёт и почему издатель больше не ждёт покупателя, а ждёт автора с деньгами.

Глава 4. Издатель: торговля воздухом

Современный издатель — это человек, который первым понял, что читатель умер. Не догадался, не заподозрил, а именно понял — с той холодной, бухгалтерской ясностью, с какой финансовый директор понимает, что рынок изменился и старый продукт больше не продать. Пока авторы ещё надеялись, критики делали вид, а читатели делали вид, что они ещё читатели, издатель уже пересчитал остатки на складе и перестроил бизнес-модель. Он сделал это тихо, без манифестов и некрологов. Просто однажды прекратил ждать покупателя в книжном магазине и повернулся лицом к новому клиенту.

Новый клиент — это автор.

Переворот, совершённый издателем, по своей радикальности сопоставим с переходом от охоты к земледелию. Раньше издатель охотился на читателя: выставлял книги в магазинах, заманивал обложками, боролся за полку, мерялся тиражами. Теперь он возделывает авторов: принимает рукописи, оказывает услуги, собирает урожай в виде оплаты за публикацию. Читатель из цели превратился в атавизм — как аппендикс: вроде бы ещё есть у некоторых, но функции уже не выполняет, и если воспалится — вырезать без колебаний.

В этой главе мы заглянем в кабинет главы издательства «Голем-Пресс» и послушаем, что он говорит, когда говорит правду. А правду он говорит редко — только когда уверен, что его слова не покинут пределы кабинета. Или когда знает, что они будут опубликованы в книге, которую никто не прочитает.

Монолог издателя

Напротив меня сидит Борис Гольдберг, пятьдесят четыре года, владелец и генеральный директор издательства «Голем-Пресс». Издательство среднее по размеру, но влиятельное по связям: выпускает около ста наименований в год, входит в пулы всех крупных премий, держит три книжных магазина в центре Москвы и один на Патриарших — скорее для статуса, чем для выручки. У Гольдберга усталое лицо человека, который давно не удивляется, и мягкий голос, каким разговаривают с душевнобольными. Когда я прошу его рассказать о современном издательском бизнесе без цензуры, он усмехается и откидывается в кресле. Разговор длится час. Я записываю почти дословно.

— Вы хотите знать, как устроен издательский бизнес сегодня? Я вам скажу. Но сначала — вопрос. Вы знаете, сколько книг из ста, которые мы выпускаем в год, продаются тиражом больше тысячи экземпляров? Ну, предположите.

Я предполагаю: двадцать. Он качает головой. Я снижаю: десять. Он снова качает. Пять? Он показывает три пальца.

— Три. Из ста. Остальные девяносто семь продаются тиражом от ста до пятисот экземпляров, причём большую часть выкупает сам автор. Вы спросите: зачем мы вообще их издаём? Ответ простой: потому что автор платит. Не покупатель — автор. Покупатель — исчезающий вид, вроде амурского тигра. Красивый, благородный, но на него не построить зоопарк. А автор — вот он, всегда рядом, всегда готовый, всегда с деньгами. Глупо было бы не работать с таким материалом.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.