УДК 008

# ФАКТОР АДРЕСАТА В СОВРЕМЕННОМ ИРОНИЧЕСКОМ ДЕТЕКТИВЕ (НА МАТЕРИАЛЕ МАССОВОЙ ЛИТЕРАТУРЫ РУБЕЖА XX – XXI ВВ.)

**Богучарская Е.В.**
**Научный руководитель канд. филол. наук Подберезкина Л. З.**
***Сибирский федеральный университет***

Иронический детектив – один из самых распространенных жанров современной массовой литературы, особенно популярный в конце XX века. Именно тогда во время всеобщего кризиса переходной эпохи появился первый детектив Д. Донцовой «Крутые наследнички». Легкое ироничное отношение к жизни, юмор, оптимистичный финал, своеобразный герой-«недотепа» сделали жанр своего рода социальным «антидепрессантом».

Под термином «иронический детектив» мы понимаем жанровую разновидность детектива, для которой характерно введение двух сюжетных линий: собственно расследования, большая доля успеха которого обусловлена не интеллектом главной героини, которая им занимается, а случаем, и линии ее личной жизни, наполненной бытовыми, нелепыми событиями. Для иронического детектива характерен принцип одновременного отождествления читателя с главной героиней и самоутверждающего дистанцирования, сочетание релаксирующей, рекламной и дидактической функций. Н.А. Купина выделяет также следующие признаки данного жанра: 1) использование в тексте различных средств комического; 2) занимательность; 3) обращение к «перевернутым» (алогичным) причинно-следственным отношениям, которые могут лежать в основе построения фабулы и определяют текстовую иронию; 4) тяготение к элементам бытовой коммуникации; 5) особая роль повествователя, выступающего субъектом иронической оценки (или самооценки) [3].

Особенности жанра иронического детектива рассматривались в работах В. Черняк, М. Черняк, М. Кронгауза, Н. Веселовой, Е. Гушанской и др., однако фактор адресата в них отдельно не изучался. Между тем, для иронического детектива, как и всей массовой литературы, фактор адресата, то есть «эффективный учет особенностей той аудитории, на которую направлено речевое воздействие» [5], является ключевым, поскольку вся массовая культура имеет исключительно коммерческий товарный смысл. В издательствах по особым методикам проводятся исследования, определяющие структуру реальной и потенциальной читательской аудитории. Как отмечает В. И. Карасик, в обществе массовой культуры происходит «семиотическая инверсия: не явление порождает информацию, но конструируемая информация порождает явление» [2]. Это обусловливает актуальность данной работы, цель которой выявить специфику фактора адресата иронического детектива.

Рассмотрим особенности целевой аудитории иронического детектива. Вслед за Н. Д. Арутюновой используем термин «адресат», подчеркивая этим сознательную направленность речевого высказывания к неконкретному в данном случае лицу, которое может быть определенным образом охарактеризовано [1]. В среде критиков адресат иронического детектива – один из наиболее обсуждаемых вопросов. Они со свойственной им иронией моделируют образы читателей детектива: «Женщина средних лет, бывшего среднего достатка, бывшего средне-высшего образования» [4], «И при этом она кровь от крови и плоть от плоти небогатых, несвободных и невостребованных пассажирок метрополитена, каждый будний день ездящих из дома на работу и с работы домой» [6].

Самое емкое, на наш взгляд, описание читательницы иронических детективов дает Н. А. Купина: «Это женщина, занимающаяся домашним хозяйством, следящая за

своей внешностью, увлекающаяся косметикой, требующая от литературного произведения непритязательной занимательности и юмора, регулярно читающая детективы Дарьи Донцовой, любящая животных» [3]. Сами авторы иронических детективов соглашаются с подобным описанием своего адресата, напр., Д. Донцова так комментирует этот образ в одном из интервью: «Женщина, обремененная семьей, детьми, проблемами, работающая с 9 до 6, а потом еще стоящая у плиты или стиральной машины. Этой женщине вечером просто необходим отдых, а по телевизору такое порой показывают, что и не заснешь, коли поглядишь. Вот она и читает иронический детектив и смеется над чужими бедами, которые так похожи на ее неприятности», «Я писатель народный, не в том смысле, что великий, а в том смысле, что для народа», «Я пишу для тех, кто торгует на Черкизовском рынке, для тех, кто эти вещи там покупает» [11].

Таким образом, целевую аудиторию иронического детектива составляют в подавляющем большинстве женщины определенного социального статуса. Авторы, придерживающиеся политики издательств массовой литературы, с учетом особенностей своего адресата создают все произведения по хорошо проработанному канону, их цель – завлечь читателя, чтобы он, прочитав один детектив и получив удовольствие, купил также другие книги данного жанра. Для этого используются различные приемы.

Во-первых, для типичной женщины-читательницы создается особая привлекательная реальность, далекая от действительности. Как отмечает И.А. Стернин, специфику именно женской аудитории составляет «особенно острая реакция на негативные явления материального и бытового плана; высокая эмоциональность восприятия» [5], поэтому, несмотря на жанр детектива, сам факт убийства авторы старательно избегают, он становится лишь поводом для очередных приключений главной героини. Для ослабления категории трагического используются разные средства: иронические характеристики, штампы, речевые стереотипы. Как и в сказке, темы добра и зла, жизни и смерти реализуются в упрощенном, примитивном варианте, который легко может быть представлен в виде дидактической формулы. Например, «любое зло будет наказано», «добрые дела всегда вознаграждаются» и др., поэтому развязка произведения всегда предсказуема, что оказывает терапевтический эффект на читательницу, перегруженную стрессами.

Во-вторых, в ироническом детективе обсуждается круг тем, интересных исключительно данной читательской аудитории. Отсутствует описание каких-либо политических или острых социальных проблем, которые всегда вызывают состояние тревоги. Практически не встречается обсуждение спортивных событий, зато в большом количестве представлены чисто женские вопросы: кулинарные рецепты, новинки моды, косметика, воспитание детей и др. Активно вводится поэтика повседневности, рассчитанная на эффект узнавания: главная героиня детектива ходит по магазинам, кафе, ресторанам, клубам, сопровождая все это бесчисленными комментариями.

В-третьих, жанр иронического детектива во многом построен на особой идентификации читательницы с главной героиней. Главная героиня – это самая обычная женщина без сверхспособностей, одна из многих, имеющая сходный с читательницами круг проблем, поэтому им так легко представить себя на ее месте. Обстоятельства вынуждают ее вести непрофессиональное расследование по собственной нестандартной (женской) логике, ориентируясь на интуицию и эмоции. Она нерациональна, но сообразительна, что не может не привлекать. В силу своей простодушности и наивности героиня нередко попадает в нелепые, комичные, даже абсурдные ситуации, при этом относится ко всему легко и с юмором. На наш взгляд,

здесь срабатывает уже иной рецептивный механизм – не отождествления адресата с героиней, а механизм «самоутверждающего дистанцирования». Осознание собственного опыта, позволяющего избежать нелепых ситуаций, в которые она попадает, укрепляет в читателе чувство собственного достоинства, значимости, практичности, мудрости. При этом, несмотря на все неприятности, главная героиня всегда остается победительницей, что внушает надежду на счастливое будущее похожим на нее читателям. Показательны результаты опроса «За что вы любите детективы?», проводимом в официальной группе Д. Донцовой «В контакте»: 42% опрошенных ответили «За напряженный сюжет. Автор до последнего держит все в тайне, и из-за этого невозможно оторваться от чтения», однако 32% выбрали ответ «За возможность самому вести расследование. Читая детектив, сам становишься сыщиком» [7].

Особенности адресата учитываются и при создании образа автора. Он выступает в роли «задушевной подруги» читательницы, жизненному опыту которой можно доверять. Автор в привлекательной, доступной и увлекательной форме дает жизненные советы, транслирует поведенческие и ментальные модели, что очень актуально для женской аудитории, восприимчивой к советам и наивной. Напр.: «Если вам на жизненном пути встретился мужчина, который аккуратно снимает ботинки в прихожей, ставит их на полочку в обувницу, потом, не разбрасывая повсюду вещи, идет в ванную, моет руки и ухитряется, не забрызгав зеркало, закрутить оба крана, советую насторожиться» [8]. Для создания авторитета у адресата авторы иронического детектива старательно сокращают дистанцию, подчеркивая свою близость к нему. Напр., Галина Куликова в интервью признается: «У меня есть муж и ребенок. Я обычная домашняя хозяйка. Я убираю дом, готовлю обеды и хожу каждый день в магазин»[9].

Наконец, в ироническом детективе создается непритязательный диалог с адресатом, призванный внушить ему чувство эмоционального комфорта, поэтому используется большое количество элементов разговорного стиля, а также стереотипов современной бытовой речи и клише, источниками которых служат тексты массовой культуры, реклама, современные телешоу. Приведем характерный пример: «Весь сон за мной гонялся кто-то в белом балахоне и с косой, гнусно подвывая и периодически жизнерадостно интересуясь: “Вы все еще не в белом? Тогда мы идем к вам!”» [10].

Таким образом, фактор адресата является одним из ключевых жанрообразующих признаков иронического детектива, особенности которого влияют на диктумное содержание жанра, его языковое воплощение, образ автора. Автор иронического детектива создает особую, привлекательную для адресата реальность, обсуждая при этом неспецифичный для детектива круг тем, использует стратегии сокращения дистанции с адресатом и его идентификации с главной героиней.

Список литературы.

1. Арутюнова Н.Д. Фактор адресата // Известия Академии наук СССР. Серия литературы и языка. Т. 40. № 4. 1981. С. 358

2. Карасик И.В. Коммуникативные нормы массовой культуры // Языковая матрица культуры. М.: Гнозис, 2013. С. 46

3. Купина Н.А., Литовская М. А., Николина Н.А. Массовая литература сегодня: учеб. пособие. М., 2009. 424 с.

4. Майзель Е. Донцова / Васильева: популярное женское обезболивающее // Критическая масса. 2004. № 3. С. 14.

5. Стернин И.А. Фактор адресата в речевом воздействии // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. 2004. № 1. С. 171 - 178

Список источников

6. Гушанская Е. Четыре дамы из колоды детектива // Нева. 2004. № 10. С. 239

7. Дарья Донцова – первая официальная группа рунета. URL: http://vk.com/ddontsova (дата обращения: 03. 04. 2014).

8. Донцова Д. Полет над гнездом Индюшки. М.: Эксмо, 2007. С. 241

9. Куликова Г. Негодная политика: интервью. URL: http://galina-kulikova.ru/pressa/news_127.html (дата обращения: 08. 04. 2014)

10. Ольховская А. Право бурной ночи. М.: Эксмо, 2009. С. 31

11. «Школа злословия» с Дарьей Донцовой: телепередача // Канал «Культура». 2002. URL: http://rutracker.org/forum/viewtopic.php?t =3708335 (дата обращения: 15.05.2014).