

Списки бестселлеров как субъект и объект манипуляции

Научный руководитель – Родзинский Дмитрий Леонидович

Простенко Елизавета Александровна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Москва, Россия
E-mail: e.prostenko@gmail.com

В 1891 году в Лондоне (а в 1895 году — в Нью-Йорке) журнал *The Bookman* публикует список самых продаваемых книг месяца, который так и называется *best sellers book*. Авторство термина приписывают редактору журнала Гарри Тьюрстону Пеку. В дальнейшем списки выходят ежемесячно и обычно содержат 6 позиций. Изначальная миссия подобных списков состояла в том, чтобы помочь книгопродавцам, каждый раз решавшим практически вслепую, какие книги им закупать, чтобы не остаться без прибыли, выбирать книги наиболее коммерчески успешные. Списки ничего не говорили о качестве книг. На данный момент наиболее влиятельными списками бестселлеров являются списки таких периодических изданий как *Publishers Weekly* и *The New York Times*.

При этом, отношение к бестселлерам у части людей, имеющих вес в вопросах литературы, пренебрежительное, если не сказать больше. Это слово может использоваться даже как оскорбление. Такие люди считают, «что коллективный вкус читательской аудитории равняется только на плохую литературу, но объективные данные свидетельствуют об обратном. В числе бестселлеров [США — прим.] были как книги, удостоенные Пулитцеровской премии, и великие американские романы, так и произведения, рассчитанные на массового читателя. Среди авторов можно найти не только Майкла Коннелли с Дебби Макомбер, но и Тони Моррисон с Маргарет Этвуд. Именно поэтому список бестселлеров — достойное внимания, интересное и динамичное культурное явление»(1).

Говоря о списках бестселлеров, мы не можем не упомянуть понятие «института бестселлера». Под институтом бестселлера мы понимаем «совокупность приемов и методов деятельности книгоиздательских и книготорговых предприятий, обеспечивающих эффективное книгораспространение отдельных позиций книжного ассортимента»(2).

Но для того, чтобы «запустить» индустрию бестселлера, надо, чтобы было для кого ее запускать. В начале 20-х годов в Европе и Америке начали создаваться книжные клубы. Старейший в мире Клуб книги месяца был основан Гарри Шерманом. Его клуб действовал по принципу негативного опциона. Все члены клуба получали книги основного набора, если не отказались от какого-либо издания в период ознакомления с клубным каталогом. Каждый член клуба при этом имел право на заказ книг альтернативного отбора. «Клубы изначально вели агрессивный маркетинг, уделяя большое внимание качеству рекламных текстов и полиграфическому оформлению каталогов. Главным достоинством клубов в глазах читателей было то, что они находили в репертуаре клуба набор отобранных добротных изданных книг. Старейшие универсальные книжные клубы были изначально ориентированы на бестселлер и представляли собой «сбор массовой льготной подписки на респектабельную, модную, читабельную литературу»(2). Книжные клубы с их книжными каталогами были хорошо отлаженным механизмом по производству культурологического дискурса.

Бестселлеры — это также отличный инструмент для анализа происходящих в обществе процессов. По тому, какие книги (и не обязательно нон-фикшен), с какими темами и лейт-мотивами оказываются в списках бестселлеров, можно отследить, какие проблемы

особенно остро стояли в тот или иной период времени в мире или стране. Неудивительно, что в списках бестселлеров в 2018 году однажды оказались аж три книги про политику Дональда Трампа, причем занимали они верхние позиции(3). При этом, попадание в списки бестселлеров привлекает к этим книгам еще больше внимания, что только способствует увеличению ажиотажа вокруг них.

Вместе с тем, известны случаи оптовых закупок книг самим автором или его издателем для создания фальшивого ажиотажа вокруг книги, путем попадания в списки бестселлеров. Такие примеры также представляются интересными для рассмотрения.

Источники и литература

- 1) Арчер Дж., Джокерс М.Л. Код бестселлера / Джоди Арчер и Мэттью Л. Джокерс; [пер. с англ. Т.П. Самсоновой]. М. : КоЛибри, Азбука-Аттикус. 2017.
- 2) Рубанова Т.Д. Институт бестселлера: феномен формирования, мировые и отечественные тенденции развития // Чтение. XXI век : коллективная монография / Науч. ред.-сост. В.Я. Аскарова. М.: Межрегиональный центр библиотечного сотрудничества. 2015. С. 221–246.
- 3) Calfas J. The Top 3 Bestselling Books This Year Have One Surprising Thing in Common : <http://time.com/money/5242861/bestselling-books-trump-administration-james-comey>