LITUANISTICA. 2007. T. 53. Nr. 4(72), p. 101–111, © Lietuvos mokslų akademija, 2007, © Lietuvos mokslų akademijos leidykla, 2007

Literatūros rinkodaros produktas – žurnalistinis romanas

JŪRATĖ SPRINDYTĖ
Lietuvių literatūros ir tautosakos institutas, Antakalnio g. 6, LT-10308 Vilnius
El. paštas: jurasp@llti.lt

Straipsnyje autorė pristato žurnalistinio romano sąvoką, apžvelgia reiškinio susiformavimo socialines kultūrines aplinkybes (vartotojų visuomenė ir žiniasklaidos įtaka). Žurnalistinis romanas traktuojamas kaip vienas populiariausių romano tipų šiuolaikinėje lietuvių prozoje, kurį pasirenka rašytojos moterys (dažnai pačios dirbančios žurnalistinį darbą, bet nebūtinai). Straipsnyje apibūdinami pastarųjų trejų–penkerių metų ryškiausi žurnalistinio romano pavyzdžiai ir įvardijamos specifinės jo estetikos tendencijos.

Raktažodžiai: žurnalistinis romanas, *mass media*, vartotojų visuomenė, moterų rašymas, reklamos kalba

Nuodugniau tyrinėjant lietuvių prozos procesus nuo 1988 m. iki šių dienų įdomus atradimas yra tai, kad didesnį lūžį ir iššūkį sukėlė ne koks autorius ar kūrinys, o rinkodaros mechanizmų įsigalėjimas, bet tai įvyko ne proceso pradžioje, o vėliau, apie 2000 metus. Knygos kaip vieneto virtimas preke (ne pažinimo, o vartojimo objektu) labiau pakeitė ir jos turinį, ir raišką negu pats Nepriklausomybės atgavimo faktas ar cenzūros išnykimas. Dauguma dabar gimstančių knygų iš karto yra formuojamos pagal rinkodarinę strategiją ir šiam procesui aprašyti jau reikia kitokio žiūros kampo, naujų metodologinių prieigų.

Neabejotina, kad rinkos dievaitis Lietuvoje yra romanas, skaitomas ir pelningas žanras. Lietuvių literatūros lauke įsigali nauji reiškiniai bei socioekonominės sąvokos: produktyvumas, galia, strategijos, interesai, paklausa, pasiūla, pelnas, našumas (esą rašytojui kas treji metai reikia pasirodyti su nauju romanu, kad skaitytojas nepamirštų autoriaus pavardės). Dalia Jazukevičiūtė, žurnalistė ir poetė, 2006 m. išleidusi eilėraščių knygą „Imperijos moteris“, buvo pastebėta akademinės bendruomenės ir susilaukė recenzijų tik kultūrinėje spaudoje. O 2007 m. publikavusi pirmą savo romaną „Anarchistės išpažintis“ tapo tikra žiniasklaidos žvaigžde: su ja rengiamos TV laidos, interviu populiariausių dienraščių prieduose ir moterų žurnaluose, fotosesijos, pasipylė jos vieši pasipasakojimai apie meilę, praradimus, kūrybą. Sėkmės įkvėpta ji paliko žurnalistės darbą ir rašo jau trečią romaną – šitaip įkvepiančiai veikia rinkos konjunktūra.

Romanas, kaip naratyvo plėtojimas, kaip istorijos pasakojimas, yra populiariausias žanras visur ir visada. Net labiausiai fragmentuotame, koliažiniame pasakojime yra biografinės istorijos įspaudas ar pėdsakas. Tą skaitytojas mėgsta. Romanas yra pati universaliausia tikrovės patyrimo forma, optimaliausias būdas išsisakyti, struktūruoti patirtį. Anot Umberto Eco, „Vaikas, klausiantis motinos ‘kodėl?’, nori išgirsti ne techninį api-

brėžimą; jis trokšta pasakos, kuri suteiktų jo pasauliui formą. Gebame suvokti pasaulį tik per skirtingus pasakojimus"[1].

Žurnalistinis romanas – tai bene populiariausias romano tipas Lietuvoje pastaruoju dešimtmečiu, laikytinas nauja žanro atmaina, kurią iškėlė po Nepriklausomybės atgavimo susiformavusi vartotojų ir žiniasklaidos visuomenė. Pasak žinomo sociologo Zygmunto Baumano, „Likvidus modernusis racionalumas rekomenduoja lengvus apdarus ir smerkia plieninius gaubtus"[2], todėl gyvename nuolatinėje kaitoje, o žurnalistika kaip tik atspindi judrią dabarties tikrovę. Lietuvoje žurnalistinio romano terminas ėmė įsigalėti po žinomo prancūzų romanisto Frederico Beigbederio vizito Vilniaus knygų mugėje 2004 m. ir kelių jo romano vertimų į lietuvių kalbą. Netrukus prancūzo kūrybą aptarė filosofė Dalia Zabielaitė monografijoje „Nuo Prousto iki Beigbederio: egzistencija romano tinkluose" (2006), kurioje išsamiai parodoma, kad žurnalistinio romano fenomenas yra būdingas reiškinys Vakarų literatūriniam pasauliui. Tokius romanus nebūtinai rašo žurnalistai, bet dažnai ir jie. Žurnalistinis romanas minta aktualijomis, jam kone privalomas skandalo elementas. Tipiški bruožai: intriguojantis siužetas, netradicinė erotika, bėgli trumpų sakinių raiška. Prancūzijoje net egzistuoja prestižinė *Interallié* premija, skiriama geriausiam būtent žurnalisto parašytam romanui. *Mass media* profesionalai gausiai kuria tekstus, paremtus geru rinkos mechanizmų išmanymu, ir toks rašymo modelis pastebimai įsigali Lietuvoje. Vis dažniau kalbama apie specifinę žurnalistinio romano estetiką. Apie lietuviškas jos apraiškas viena pirmųjų prabilo literatūrologė Vitalija Pilipauskaitė[3], aptardama lietuvių moterų parašytus žurnalistinio tipo romanus, kadangi akivaizdžiai gausėja moterų kuriamos literatūros ir kaip tik ji dominuoja skaitomiausių lietuvių knygų sąrašuose.

Lietuvių autoriai kuria ne tik nusižiūrėję į britus ar prancūzus, bet turi ir savas žurnalistinio romano ištakas. Turbūt pirmuoju lietuvišku žanro pavyzdžiu turėtume laikyti tarpukario autorės feljetonistės Liūnės Janušytės romaną „Korektūros klaida", išleistą 1938 m. Kaune. Šis romanas kritikų traktuojamas kaip feministinis[4], o literatūros enciklopedijoje įvardijamas kaip satyrinis, bet jame taip pat galima įžvelgti tipinius žurnalistinio romano bruožus. Tarpukario inteligentė moteris pirmuoju asmeniu (netgi vardas paliktas tas pats – Liūnė) pasakoja savo viešnagės Paryžiuje nuotykius. Meninių polinkių turinti jaunuolių ketveriukė – trys vyrai ir pasakotoja – kartu nuomoja kambarius Paryžiaus Lotynų kvartale, nuoširdžiai bendrauja, bastosi po Paryžiaus kavines. L. Janušytė sąmoningai laužo ir keičia įprastus lyčių vaidmenis. Liūnę (ne be jos iniciatyvos) įsimyli juodaodis iš Antilų salų ir be paliovos dūsauja, tačiau moteris lieka stoiška – jai tai tik žaidimas. Jiedu tiesiog maloniai leidžia laiką flirtuodami, o apie būsimas vestuves ir gyvenimą po palmėmis kalba nerimtai. Romane iškyla visai kitoks moters tipas – ji laisvūnė ir labai savarankiška, labiausiai vertina draugystę su vyrais, bodisi šeimos lažu. Rytais ji ilgai miega, triukšmingai leidžia

---

1 U. Eco, Pranešimas butelyje: su Umberto Eco kalbasi Catherine David, *Šiaurės Atėnai*, 2003, gruodžio 6.

2 Z. Bauman, *Likvidi meilė: apie žmonių ryšių trapumą,* iš anglų kalbos vertė A. Samalavičius, Vilnius: Apostrofa, 2007, p. 91.

3 V. Pilipauskaitė, Žurnalistinis romanas: tarp pseudobiografijos ir autoterapijos, *Metai*, 2006, Nr. 11, p. 80–89.

4 V. Daujotytė, *Parašyta moterų*, Vilnius: Alma littera, 2001, p. 278–283; Ž. Kolevinskienė, Lyčių stereotipų paneigimas Liūnės Jonušytės romane „Korektūros klaida", *Žmogus ir žodis*, 2006, Nr. I(I), p. 62–68.

laiką su minėtais jaunais bičiuliais – dviem dailininkais ir aktoriumi iš Lietuvos. Be abejo, kūrinyje daug autobiografinių momentų ir pagal nepakeistus vardus lengva atpažinti realius istorinius asmenis – tai dailininkas Paulius Augius-Augustinavičius, grafikas Vytautas Petravičius (beje, romaną „Korektūros klaida" jis iliustravo grafikos darbais) ir aktorius Juozas Miltinis. Ketvirtojo dešimtmečio pabaigoje (1936–1940) L. Janušytė iš tiesų kelerius metus keliavo po Europą, ilgokai gyveno Paryžiuje. Vynas, krupnikas ir biskvitai, diskusijos, meilės apžavai ir jaunatviškas entuziazmas sudaro šios moters gyvenimo turinį. O menas ir bohema karaliauja virš visko.

„Korektūros klaidos" stilius ypač lengvas ir šmaikštus, beveik kiekvienos pastraipos ir sakinio humoristinė tonacija daro tekstą patraukliai skaitomą. Ironizavimas – L. Janušytės mąstymo būdas, juk ji gausiai rašė feljetonus. Užtat romano pasakojimas gyvas ir linksmas, pamargintas kasdieniais jaunimo pokštais ir guviais dialogais, pridaigstytas trumpų aforizmų, autoironiškų pastebėjimų, kaip štai šis būdingas fragmentas:

> *Galbūt gyvenimas yra korektūros klaida, o galbūt pagedęs laikrodis... Žinau tik, kad arba reikėtų jame perstatyti kažkokias raides, arba įsukti kažkokį atsisukusį sraigtelį.*
> *...Norėjau, vasarai atėjus, aukštai iškelti abstinentišką vėliavą, o iš jos – žiūriu, tik kotas rankose bepalikęs...*[5]

Paradoksalu, bet 4-ojo dešimtmečio klasikinių romanų fone (Ievos Simonaitytės, Kazio Borutos, Petro Cvirkos, Vinco Mykolaičio-Putino) lengvesnio turinio ir žaismingos formos kūrinys buvo literatūros profesionalėjimo pasėkmė, kai užuot nuolat įsipareigojus socialiniams rūpesčiams ar tarnavus aukštiems tautiniams idealams, jau buvo galima nerūpestingai pramogauti. Tarpukario Lietuvos literatūros rinkoje irgi veikė savi populiariosios kultūros dėsniai, tik mastai, žinoma, buvo ne tie kaip šiandien. Po septyniasdešimties metų kita lietuvė, šiuolaikinė žurnalistė, atitars: „mus visus vienijo muzika, viskis ir laisvė"[6].

Dabarties žurnalistiniame romane yra aprašomos aktualios vartotojiško gyvenimo formos, švelniai jas kritikuojant, bet nesiekiant jų iš esmės analizuoti nei parodyti jų tuštybę ar jas paneigti (negi kirsi šaką, ant kurios pats sėdi). Dalia Zabielaitė teigia: „Pramanytais skandalais, šokiruojančia tragiškų įvykių interpretacija ar asmeninio gyvenimo detalių atskleidimu jis [Beigbeder] siekia skaitytojo sąmonėje sužadinti primityvius smalsavimo, sensacijų troškulio antplūdžius ir būtent taip skaitytoją pažadinti iš egzistencinio nuobodulio. Panašiu smalsavimo, sensacijos ar šokiravimo principu veikia ir visas manipuliacinis *mass media* mechanizmas"[7].

Žurnalistinis romanas atkuria pasaulį, kuris autoriui pažįstamas dirbant radijo stotyje, televizijoje, laikraščio ar žurnalo redakcijoje, viešųjų ryšių tarnyboje, reklamos agentūroje ir pan. Išleidžiama vis daugiau knygų, kuriose pateikiami pačių autorių patirti įvykiai; Vakarų literatūrologijoje įsigali net specialus terminas tokio pobūdžio kūrybai nusakyti – „autofikcija", kai autobiografinis pradas, tikrosios tapatybės atskleidimas koreliuoja su prasimanytais elementais, bet vis dėlto vyrauja patirties lygmuo. Viešuose

---

[5] L. Janušytė, *Korektūros klaida*, Kaunas: Sakalas, 1938, p. 153.

[6] D. Jazukevičiūtė, *Anarchistės išpažintis*, Vilnius: Tyto alba, 2007, p. 129.

[7] D. Zabielaitė, *Nuo Prousto iki Beigbederio: egzistencija romano tinkluose*, Vilnius: Aidai, 2006, p. 189.

pasisakymuose autorės ir pačios neneigia, kad kai kurios jų veikėjos, ypač pagrindinės, yra kuriamos kaip moteriškų problemų ir vidinių būsenų autoprojekcijos. Tokios knygos aprašo išskirtines gyvenimo situacijas: Ugnės Barauskaitės „Dešimt" (2005) – nėštumas, Audronės Urbonaitės „Posūkyje – neišlėk" (2005) – vėžys, Zitos Čepaitės „Neapšviestas kelio ruožas" (2005) – moterų kalinių likimai, D. Jazukevičiūtės „Anarchistės išpažintis" (2007) – audringa maištaujančios moters gyvenimo istorija. Kaip minėtuoju L. Janušytės atveju, vis dar egzotiškai atrodo romanai, kurių fabulos branduoliu tampa kelionės į kitas šalis, ten išgyventi meilės nuotykiai, kaip antai Inos Pukelytės „Prancūziškas romanas" (2001), Eglės Černiauskaitės „Visos Italijos dulkės" (2005). Drąsa apsinuoginti literatūrinėmis formomis būdinga šiuolaikinei lietuvių moterų prozai. Pasak literatūrologės Aušros Jurgutienės, literatūroje vis labiau įsigali pragmatiškasis feminizmas. Feministinė kritika įkvėpė literatūrą, kuri pagal gatavus vertybinius standartus nesunkiai projektuoja naują „išlaisvinto moteriškumo" tipą ir jau parengė plačią moterų skaitytojų auditoriją, išugdytą pramogų verslo ir žurnalų (sociologai teigia, kad 80% skaitančiųjų – moterys, nors konkrečios jų skaitymo praktikos beveik netyrinėtos; Lietuvoje moterų kūrybą globoja įtakingos leidyklos „Tyto alba", „Charibdė" ir kt.). Vienas geriausiai žinomų tokios literatūros pavyzdžių yra 1996 m. išleistas britės Helenos Fielding, televizijos žurnalistės, romanas „Bridžitos Džouns dienoraštis", kuris lietuviškai pasirodė 1999 m. ir iškart sulaukė pasisekimo. Po metų buvo lietuviškai išspausdintas romano tęsinys „Bridžita Džouns: ties proto riba" (2000) bei sėkmingai demonstruotas romano pagrindu pastatytas filmas (2001). Jame iškeliamos neva svarbiausios moters problemos – dieta ir meilė. Tokio moters paveikslo kaip Bridžita Džouns, pasak kritikų, iki H. Fielding knygos literatūroje dar nebuvo: ji kovoja su savo kūnu, bijo storumo, vienatvės, nėštumo, visais įmanomais būdais siekia karjeros ir kartu nepaliaujamai ieško savo Vienintelio. Beje, literatūrologė Eglė Kačkutė, aptardama naujausias moterų kuriamos prozos tyrinėjimo tendencijas britų ir prancūzų kultūroje pastebi, kad XXI a. pradžioje randasi vis daugiau argumentų vartoti sąvoką „moterų rašymas", o ne „feministinė literatūra"[8]; bet kokiu atveju suprobleminta moters situacija ir seksualinis atvirumas išlieka ryškiausiais tokios kūrybos bruožais.

Lietuvių radijo žurnalistės U. Barauskaitės du romanai – „O rytoj vėl reikės gyventi" ir „Dešimt" – su „Bridžitos Džouns dienoraščiu" iš tiesų turi genetinių sąsajų. Pati U. Barauskaitė teigia, kad Bridžitą Džouns laiko bendriniu vardu, ženklinančiu tam tikrą socialinį šiuolaikinių moterų tipą. Pirmasis U. Barauskaitės romanas pateiktas kaip elektroninių laiškų sankaupa – tai svarbi nuoroda į modernaus žmogaus tapatybę[9], kai ne įvykiai ir veiksmai, o reakcijos, komentarai, būsenos kuria meninį pasaulį. Pasirinkta forma tėra įmantresnė ir komerciškesnė įprasto dienoraščio forma, kuri lietuvių literatūroje iki tol dar nebuvo panaudota. Toks elektroninių laiškų koliažas, kuriame siužetą žymi tik stiprėjantis pagirių sindromas ir sekso partnerių kaita, nereikalauja jokio specialaus sugebėjimo literatūriškai komponuoti tekstą. Tarsi rašytojas manytų: tekstą rašo pats gyvenimas, aš tik (už)rašau. Be to, U. Barauskaitė teigia, kad sąmoningai siekė „žiūrėjimo pro rakto skylę" efekto, taip pat pripažįsta, kad jai didelę įtaką darė serialai „Seksas ir miestas", „Ally Mcbeel", kuriuose veikia savarankiškos moterys ir šlovinamas draugystės jausmas[10].

---

8 E. Kačkutė, Ar tebeaktualus ir ar tebemoteriškas 'moterų rašymas', *Literatūra*, Nr. 47(4), p. 84.

9 V. Pilipauskaitė, Žurnalistinis romanas..., p. 86.

10 Apie moteris ir moterų literatūrą, rašytoją Ugnę Barauskaitę kalbina literatūrologė Vitalija Pilipauskaitė, *Metai*, 2005, Nr. 8–9, p. 123.

Sukurti populiarūs charakteriai tampa laiko ikonomis, kurios vėliau tarsi modeliuoja realų daugelio moterų gyvenimą.

Ypatinga reklaminė kampanija lydėjo populiariausio dienraščio „Lietuvos rytas" žurnalistės A. Urbonaitės romaną „Posūkyje – neišlėk", kuriame skaitytojas ryžtingai ir įžūliai gaudomas dviem masalais iškart – veikėja susargdinta vėžiu, o paauglystėje turėjo sekso santykių su savo tėvu. Atvirumas ir intymūs dalykai instrumentalizuojami ir tampa paklausia dienos preke. Pasakotoją persekioja Edipo šmėkla, egocentrizmas, nelaiminga vaikystė, pasidygėjimas buitimi, motinystės fobijos. Bet svarbiausia, kad visą sąmoningą gyvenimą buvo apsėdusi rašymo manija: „aprašyti visa, kas su manim atsitinka" buvo svajonių viršūnė. Simptomiška viena A. Urbonaitės frazė: esu dėkinga laikraščiui, kad jis mane išmokė rašyti trumpais sakiniais (beveik kiekvienas sakinys prasideda iš naujos eilutės). Laikraštis tampa pavyzdžiu ir idealu literatūrai, ypač tai iliustruoja epizodai, kai žurnalistė bet kokia kaina renka skandalo trupinius.

Žurnalistinis romanas paliečia daug naujų reiškinių, bet giliau jų neanalizuoja, tik konstatuoja, aprašinėja, fiksuoja: tokios sritys yra verslo užkaboriai, žiniasklaidos industrija, pinigų galia (Arvydo Juozaičio romane laikraštį nusiperka bankas), priešprieša tarp skurdžių ir turčių, meilė (pageidautina perversinė), bendravimas internetu, labdaros akcijos, veržimasis į valdžią, muilo operų žiūrėjimas, disputai su kunigais ir psichoanalitikais ir pan. Prasiplėtė personažų spektras. Kone privalomais romano veikėjais tapo pats žurnalistas, karjeros siekianti moteris, gėjus / lesbietė, verslininkas, naminis gyvūnėlis, menininkas / žurnalistas Paryžiuje (ar kitame užsienio mieste).

E. Černiauskaitės romanas „Visos Italijos dulkės" – beveik idealus aptariamo žanro pavyzdys. Jis parašytas žurnalistės, užduotis žurnalistinė, veikėja irgi žurnalistė. O visos žurnalistės puikiai sutampa su šiuo laiku (paprastai tradicinio romano siužetas gimsta iš gyvenimiškų konfliktų, o žurnalistinio romano – iš fikcinio pasakojimo apie veikėjų apsukrumą). Kūrinio centre moteris – žavi, veikli, ironiška, savarankiška (paliko vyras, bet susirado kitą – lietuvį verslininką, gyvenantį Italijoje, kuris Atgimimo pradžioje praturtėjo iš nelegalios tauriųjų metalų kontrabandos į užsienį). Ji baigusi filologiją, išsilavinusi (cituoja romėnus, pažįsta klasikinę muziką ir literatūrą). Nepaisant gero išsilavinimo, kurį liudija kad ir gausios citatos iš Michailo Bulgakovo romano „Meisteris ir Margarita", pasakojimo lygis ir intencija atitinka moterų žurnale propaguojamą mentalitetą. Romane yra ir detektyvinės intrigos, ir lavonų, ir muilo operai būdingų santykių (sukeisti / netikri vaikai ir vyrai), šeimyninių praeities paslapčių. Bet svarbiausia – socialiai konstruojamas tikslas – gero komfortiško gyvenimo troškimas. „Niekada nejaučiau nostalgijos Lietuvai"[11], – sako Italijoj nusėdusi lietuvė. Ji nuolat kritikuoja lietuvišką maistą, orą, skurdą ir t. t. Madingi automobiliai, kvepalai, dizainerių interjerai, aukštosios mados rūbeliai, antikvariniai niekučiai, brangūs papuošalai – snobų naujalietuvių realybė.

Romane egzistuoja ir vienas įdomesnis naratyvinis momentas. Pasakojimo subjektas sudvejintas: pagrindinė veikėja Simona kalba pirmuoju asmeniu, bet ją nuolat koreguoja jos vidinis balsas. Šiam vidaus balsui net suteiktas atskiras vardas – Karolina, kuri yra ir Simonos oponentė, ir geriausia bičiulė (ironizuoja, moko gyventi, globoja, bara, duoda konkrečių patarimų). Pati autorė ant atvartėlio gudriai kreipiasi į potencialų skaitytoją, veikiausiai moterį, – romanas esą skirtas tiems, „kurie pernelyg pasitiki savimi ir mano, kad geriausios moteriškų romanų autorės – žurnalistės". Tekstas išmargintas autorės aforizmais, kurių

[11] E. Černiauskaitė, *Visos Italijos dulkės*, Vilnius: Alma littera, 2005, p. 250.

„išmintis“ suvartojama kaip greitas maistas, pvz., „Fatalistai sako, kad kiekvienas išgyvenimas naudingas, nes mus praturtina, bet jie klysta“ (p. 82); „sendama moteris igyja vyriškų bruožų“ (p. 105); „Ironija – tai žaidimas, kurį aš suprantu“ (p. 210); „Nuo kada jausmų srityje ką nors sprendžia vyrai?“ (p. 254); „Meilės nėra, yra tik hormonų žaismas“ (p. 266); „Berniukai taip greit pamiršta, kad jie jau suaugę“ (p. 292) ir t. t. ir t. t.

Žurnalistiniame romane pagrindinės veikėjos sėkminga socialinė ir šeimyninė karjera klostosi dviem būdais – arba herojės atkaklumo ir veržlumo dėka (D. Jazukevičiūtė teigia, kad jos herojė gyvena „kaip kareivis“ nuolat budėdama nelyg sargyboje ir pasirengusi kautis), arba dosnaus likimo, sėkmingos meilės, turtingo jaunikio etc. pagalba (Pelenės variantas). Dažnai šie abu būdai susipina, papildo vienas kitą.

Iš pirmo žvilgsnio atrodo, kad žurnalistinio tipo romane yra maišto dvasios ir kritiško socialinės tikrovės vertinimo. Apie kritines nuostatas tarsi signalizuotų protagonisto neprisitaikymas ir ironizuojantis pasakojimo tonas. Bet tai nėra tikrasis maištas, o tik avantiūristo noras patirti aštrių pojūčių, o vėliau bet kokia kaina susikurti hedonistinę pilnatvę, snobo gyvenimą be egzistencinių rūpesčių (išimtimi galėtume laikyti tik minėtą D. Jazukevičiūtės romaną). Viktorija Daujotytė moterų literatūros istorijoje „Parašyta moterų“ taikliai konstatuoja: „Moterų romanai iš tiesų labai priartėjo prie gyvenimo nuotykių aprašymų. Tų aprašymų kalboje nėra kuriančios kalbos energijos <....> Literatūros romano vietą užima banalūs, lėkšti pasakojimai apie gyvenimą. Dabartinis moterų romanas yra pasisukęs būtent šia linkme“[12]. Šis prieš šešerius metus pareikštas nuogąstavimas tapo bloga pranašyste, kadangi įvardytasis reiškinys sparčiai progresuoja.

Rimta socialinė kritika ir tikroji ironija, t. y. skvarbi kritinė įžvalga, atidengianti tikruosius egzsistencinius išbandymus ir vertybinius aspektus, žurnalistiniame romane tik imituojama, keičiama žaismingu pašaipumu, šmaikštavimu, dirbtiniu juoku be gilesnės prasmės. Tai artima *pastišo* sąvokai, kuri laikoma viena svarbesnių postmoderniajame diskurse. Pastišas mėgdžioja kitus stilius, naudojasi jų elementais, bet neturi pretenzijų sukurti ką nors savita; tai tam tikros stilistinės kaukės (ar kelių kaukių) prisimatavimas. Tikrovės interpretavimas žurnalistiniame romane šmaikštus, bet momentiškas ir redukuotas. Toks romanas rašomas pažodine, o ne figūratyvine kalba, todėl neturi gelmės (ir nepretenduoja turėti). José Ortega y Gassetas 1932 m. sakė apie žurnalistus: „Pati profesija verčia juos laikyti realybe tai, ką laikas staiga skandalingai pateikia be jokios perspektyvos ar architektūros“[13]. Žurnalistiniame romane vyrauja socialinių realijų atspindys be išsamesnės priežasčių analizės, t. y. reportažo plokštuma. Romano rašytojai apsiima tik konstatuoti, kad tokia yra realybė: žinių verslas nupirktas, „švarus“ laikraštis neturės skaitytojų, feministės daro pinigus iš feminizmo judėjimo, politikai eina į valdžią pasipelnyti, gatvėse elgetauja vaikai ir t. t. Prototipai permatomi, jie pernelyg arti pasakotojo, tad labiau kopijos ar šaržai nei apibendrinti tipai. Bet kodėl taip yra ir ką visa tai reiškia, žurnalistiniam tyrimui nebeaktualu. Tokie romanai – it nuolat veikiantis žiniasklaidos fabrikas, gaminantis reikiamas informacines prekes.

Vertybiškai kur kas labiau angažuotas yra D. Jazukevičiūtės romanas „Anarchistės išpažintis“, kuriame pagrindinė veikėja, taip pat žurnalistė, Katerina mėgsta linksniuoti: maištas, revoliucija, anarchizmas, savo įkvėpėjais laikydama ankstyvuosius krikščionis, Che Guevarą, Stenką Raziną ir „visokio kitokio plauko revoliucionierius“. Pasvajojusi su

---

[12] V. Daujotytė, *Parašyta moterų*, Vilnius: Alma littera, 2001, p. 818.

[13] J. Ortega y Gasset, *Mūsų laikų tema ir kitos esė*, Vilnius: Vaga, 1999, p. 146.

draugais prie butelio apie anarchistų partijos įkūrimą, veikėja lieka anarchistė vienišė, kuriai būdingi ekscentriški išpuoliai prieš pragmatišką gyvenimo būdą išpažįstančius pinigų kalikus, o vienatvės akimirkomis – depresija arba dievinamos rusų klasikos skaitymas. Jai prireikia ir vaistų, ir nuosavo psichoanalitiko. Romane atskleidžiama reporterės virtuvė (interviu su mirtininku, draugystė su nušauto verslininko našle) ir alinantis darbas rašant kasdienes straipsnių porcijas. Katerina skelbiasi esanti „drąsi žurnalistė", kurios tikslas yra „ką nors išgelbėti arba ką nors pribaigti":

> *Žurnalisto talentas yra drąsa. Ir kruopelė nemeluoto užsidegimo. Dirbdama laikraštyje, aš turėjau ne kruopelę užsidegimo – visą pūdą. Toks jau mano kraujas. Romantiškas. Stabdžių nerasta. Jeigu jau užvežė – kausiuosi iki galo. Kaip koks Stenka Razinas* (p. 90).

Kadangi ji pati yra rašomo teksto subjektas, nežinia, kiek čia puikybės ir autoreklamos, o kiek motyvuoto profesinio pasišventimo. D. Jazukevičiūtės veikėja visais savo gestais ir žodžiais liudija, kad tikrai netrokšta „jaukaus ir saugaus gyvenimo", jai labiausiai patinka viešbučiai, instinktyvūs poelgiai, dinamizmas. Katerina mėgsta pasipuikuoti savo išskirtiniu temperamentu bei egzistenciniu įkarščiu, kai ir skausmą, ir džiaugsmą norima išsemti „iki dugno", o alkoholinė priklausomybė tampa viena iš maišto formų. Kaip įprasta moterų romanams, „anarchistė" išsako daug specifinių, moterims būdingų išgyvenimų, o pagrindinis argumentas prieš kai kurių vyrų panieką moteriai – kad gimdymo aktas prilygina moterį Dievui sutvėrėjui. Tūžmingas ginčas su žinomu lietuvių filosofu, kvestionuojant lyčių vaidmenis ir vyrų sprendimus apie moters prigimtį, net peržengia meninio skonio ribas. Katerinos savivoka tebėra tapsmo stadijoje: ji blaškosi siekdama ir lygybės su vyrais, ir manifestuodama moters išskirtinumą, kol galiausiai nuėjusi prie altoriaus su Lošėju Vadimu ir išvykusi gyventi į Maskvą patiria išblaivinantį smūgį (jos vyras jau seniai vedęs, turi du vaikus). Ji ir pati yra Lošėja, lošianti iš aistros gyventi.

Kitus šio tipo romanus D. Jazukevičiūtės tekstas pranoksta dėmesiu psichofizinėms moters problemoms, autentišku gyvenimo geismu, stipria meile paauglei dukrai, atramos ieškojimu krikščioniškose vertybėse, individualesniu stiliumi.

Romanuose pasitaiko ir kitokio pobūdžio žurnalizmo apraiškų: žūtbūtinai stengiamasi giliau prasiskverbti į egzistencines slaptavietes, bet nepavyksta dėl pernelyg neišradingo pasakojimo, kalbinės raiškos banalumo (tuo pasižymi žurnalisto Arvydo Juozaičio, šiuo metu dirbančio kultūros atašė Kaliningrade, romanas „Laikraštis", 2003). Žinomos tiesos pateikiamos kaip gelmių perlai. Mąstymo būdo stilistika produkuoja paviršines struktūras be aliuzijų į gyvenimo mįslingumą ar paradoksalumą, nors pasakojimo objektas pats dramatiškiausias, tarkim, juodos verslo machinacijos, brolžudiškas karas Bosnijoje ar sąžinės kančios (Vytauto Bubnio „Balandžio plastėjime", 2002).

Atsiranda naujas rašymo režimas: rašyti – kaip sportuoti arba groti gamas, nuolat, be paliovos, kasdien; iš įpročio, iš profesionalumo, iš susikurtos mokyklos įdirbio, iš amato įgūdžių, iš noro šmėžuoti viešumoje, be pertraukos dalyvauti lošime. Kai kurių rašytojų knygos vis panašesnės viena į kitą... Literatūrai yra primesti didžiojo socialinio lauko – viso viešojo diskurso ir biznio dvasios įkvėpti standartai: rėksminga atmosfera, konkurencija, lošimo azartas. Anot ryškaus socialinio kritiko, romanisto Ričardo Gavelio, negailestingai vertinusio intelektualinės veiklos lauką, „reikia žaisti arba kautis"[14]. Vartojimo įpročiai

[14] R. Gavelis, *Sun-Tzu gyvenimas šventame Vilniaus mieste*, Vilnius: Tyto alba, 2002, p. 173.

neaplenkia ir knygos: suvartojau, išmečiau, pamiršau. Veikia blykstės efektas – kūrinys ryškiai žybteli ir dingsta į nežinią. Literatūros lauke vyksta nuolatinės grumtynės, kuriose laimi tas, kas moka ir kautis, ir žaisti. Labai diferencijavosi populiariosios ir aukštojo pilotažo literatūros vartotojų referentinės grupės; jos itin skirtingo dydžio, tad suprantama, kad daugiau skaitytojų turės meilės romanėlis ar lengvas trileriukas, o ne R. Gavelio antausiai vartotojui: „Tikras žmogus pirmiausiai mąsto pilvu, o tik paskui įjungia ir galvos smegenis".

Tarp laikraščio ir knygos egzistuojančią paviršiaus ir gelmės skirtį amerikiečių futurologas Marshallas McLuhanas užfiksavo dar 7-ajame dešimtmetyje: „spaudos mozaika sugeba atlikti sudėtingą, daugialypę funkciją: kurti grupinę sąmonę ir skatinti dalyvavimą. Tai funkcija, kurios niekada negalėjo atlikti knyga"[15]. Bet knyga atlikdavo subjekto individuacijos, savistabos, maldos, mąstymo ir jausmų ugdymo, estetinės patirties kaupimo ir daug kitų „klasikinių" funkcijų. Šiandien stebime vienakryptį žiniasklaidos poveikį literatūrai (postmoderni vaizduotė laikoma kaip tik masinių medijų produktu). Žurnalistinis romanas susilaukia plataus pristatymo dienraščiuose, TV, knygų mugėse, užima pirmas vietas populiariausių knygų dešimtukuose, bet retai susilaukia profesionalios kritikos. Ją pakeičia gerai organizuota reklaminė kampanija. Lietuvoje kol kas labai stinga populiariosios literatūros recepcijos. Įspūdingi gerų knygų sąrašai galbūt yra viena iš tokio kritikų abejingumo priežasčių. Kas gali „suvartoti" ir aptarti kauges nepirmarūšių tekstų, kai neranda lėto, nepertraukiamo laiko skaityti neabejotiniems, būtiniems, geidžiamiems kūriniams?

Kartais atsitinka, kad literatūros kūrinyje užčiuopiamas ir imamas gvildenti koks nors visuomenei itin aktualus klausimas, nelaukiant, kol tuo objektu nuodugniau susidomės specialistai. Kaip tik tokią akivaizdžią, bet mažokai lietuvių reflektuojamą elitinės ir populiariosios kultūros prieštaros / santaros problemą iškelia Loreta Anilionytė romane „O kas po to?" (2006). Populiariąją kultūrą ji dar vadina „kasdienybės kultūra" (žiniasklaida, lengvoji muzika, maistas, mada). Anot jos, aukštoji kultūra pavydi popsui populiarumo, todėl jį smerkia, ignoruoja, laiko žemo rango dariniu. Visi šiuolaikiniai žmonės vienokiais ar kitokiais pavidalais juk vartoja populiariosios kultūros produktus pramogai ir atgaivai, teigia autorė, tad svarbu, kad jie būtų gero lygio:

> *Noriu būti abiejų kultūrų vartotoja – ir aukštosios, ir populiariosios: pagal nuotaiką, ir abiejų kokybiškų <...> Noriu kasdienybės. Noriu banalybės: tiesiog pasidžiaugti šiuo pasauliu. Be esmių, prasmių, transcendencijų, Amalgamų ir Fluidų. Noriu lengvumo. Šiaip sau. For fun. Tik tiek. Nors suprantu, kad jei kiekvienoje dainoje nėra Didingos Dvasios ir Tautos praeities atgarsių, jei kiekviena daina su kuo nors nekovoja, prieš ką nors neprotestuoja ar jei joje nėra bent jau Formos ieškojimų ir Gilių Minčių apie Prasmę, tokių dainų tiesiog nepadoru Elitui klausytis*"[16].

Į kokybės žygį pakyla pagrindinė veikėja bei pasakotoja, profesionali filosofė, nusivylusi abstraktaus žinojimo bergždumu ir sugundyta aksominio populiaraus muzikanto balso. Ironiška filosofė ir gerokai sukarikatūrintas „Žvaigždūnas" reprezentuoja kiekvienas savo sferą ir savo adresatą: ji – „Elitą", jis – „Runkelius" (kaip žinia, ši priešprieša pasiskolinta iš lietuvių politikų retorikos). Abu personažai neranda sąlyčio taškų, išskyrus pagal prastos literatūros standartus per visą romaną plėtojamą vyro ir moters flirtą,

---

[15] M. McLuhan, *Kaip suprasti medijas: žmogaus tęsiniai*, Vilnius: Baltos lankos, 2003, p. 212.

[16] L. Anilionytė, *O kas po to*?, Vilnius: Alma littera, 2006, p. 113.

pasibaigiantį lovoje. Nepaisant tikrai vykusių antausių abiejų pusių pasipūtėliškumui, „O kas po to?“, kaip literatūros kūrinys, išėjo pasibaisėtinai gremėzdiškas. Atrodo, šiandien romanas gali būti tiesiog sumestas iš *non stop* plepėjimo (intelekto koeficientas nieko nekeičia). Autorės poziciją atskleidžia personažų pasirinkimas ir monologai, siužetas ir vaizdai, jos nuomonė aiškiai išdėstyta cituotame p. 113 (čia romanas galėtų ir baigtis), o tekstas, deja, tęsiasi kone iki puspenkto šimto puslapių. Elitinės ir populiariosios kultūros konfrontacijos problema Lietuvoje bene pirmą kartą taip drąsiai iškelta, įvardyta ir apibūdinta: „popsinė subkultūra“ vis dėlto turi būti laikoma bendros kultūros dalimi ir profesionaliai analizuojama, siekiant, kiek įmanoma, kelti jos lygį.

Žurnalistiniam romanui itin didelę įtaką daro reklamos kalba, kuri yra absorbavusi visas įmanomas raiškos formas ir suvedusi jas į akimirksnio poveikio efektą. Pasak Jeano Baudrillardo, reklamoje „triumfuoja paviršiaus forma, mažiausias visų reikšmių vardiklis, nulinis prasmės laipsnis, triumfuoja entropija, nugalėjusi visus įmanomus tropus. Tai pati žemiausia ženklo energijos forma“[17]. Todėl žurnalistinis kalbėjimas turi daug reklamos raiškai būdingų elementų – trumpi sakiniai, netikėta vaizdų ar minčių priešprieša, greitas, nervingas tempas, aforistiniai formulavimai ir pan. Iš kiekvieno elemento (siužeto, konflikto, personažų, stiliaus) sklinda literatūrinis palengvinimas skaitytojui; galiausiai jį pradžiugina neišvengiamai sklandžios atomazgos.

Rimtai kūrybai priskiriamas simbolinis gebėjimas objektyvuoti ir atskleisti nesuformuluojamus patyrimus bei pasaulio prigimtį[18]. Žurnalizmas – horizontalus. Populiarioji kultūra irgi disponuoja vertybėmis (sėkmė, gražus kūnas, jaunystė, energija, sveikas protas, karjera, sveikata), bet jos reprezentuoja ne vertikalią *egzistencijos*, bet horizontalią *gyvenimo stiliaus* plotmę. Žurnalistinis romanas panašus į labai didelį laikraštį, jis kuriamas išradingų amatininkų kaip lygiagretus žiniasklaidos pasauliui tekstas tokiam pat greitam vienkartiniam perskaitymui ir išmetimui. Tai laisvalaikio desertas, skirtas normaliems daug dirbantiems žmonėms, kurie neturi laiko lavintis ir suvokti gilesnius kultūros sluoksnius. Skaitymo ir vartojimo demokratija šiandien savaime lenkia prie vidutinybės. Toks romanas – ne tik naujoviškas literatūros reiškinys, bet ir kultūros industrijos dalis. Gerai perkami rašytojai leidėjams yra kaip pelningos vištos, dedančios aukso kiaušinius.

Lietuvių žurnalistės kažkodėl nerašo biografinių romanų apie žymius žmones, kaip įprasta kitose šalyse, o eksploatuoja tik savo pačių išgyvenimus. Viena ryškiausių šiandienos latvių prozininkių Laima Muktupāvela 2005 m. išleido romaną „Meilė. Benjamina“, kuriame pasakoja apie pirmąją Latvijos verslininkę, spaudos magnatę milijonierę Emiliją Benjaminą, galiausiai žuvusią Sibire. Tam, kad parašytum romaną apie kitą žmogų ir kitą epochą, reikia ne vieną mėnesį pasėdėti archyvuose, išstudijuoti šūsnis dokumentų. Lietuvių romanistės savo egocentrizmą dargi pasididžiuodamos pabrėžia: „Nieko nėra įdomiau, kaip vienumoje tyrinėti save. Aš rašau įkvėpta smalsumo sau. Nepaisau formos, stiliaus, kritikos, moralės – tesiekiu išsiaiškinti, kas aš esu“[19], – teigia D. Jazukevičiūtė, nors jos užmojis atmesti visus laisvės apribojimus asocijuojasi su laikysena Fransuazos Sagan, apie kurią prancūzų žurnalistė Geneviève Moll parašė biografinį romaną, 2007 m. išverstą į lietuvių kalbą. Šioje knygoje pateiktas informatyvus XX a. II pusės kultūrinės

---

[17] J. Baudrillard, *Simuliakrai ir simuliacija*, iš prancūzų k. vertė M. Daškus, Vilnius: Baltos lankos, 2002, p. 104.

[18] П. Бурдье, *Начала*, М., 1994, с. 208–221.

[19] D. Jazukevičiūtė, Aš netikiu, kad meilė yra mari, *Moters savaitė*, Nr. 38(258), p. 9.

aplinkos aprašymas – intriguoja daugybė nuo vaikystės girdėtų rašytojų, kino režisierių, teatralų, dizainerių pavardžių. F. Sagan buvo hedonistinė natūra, manifestavusi laisvę savarankiškai elgtis su savo kūnu. Skalsiais potėpiais romane brūkšniuojamas socialinis, politinis fonas, detaliau – kiekvienos knygos ar pjesės gimimas bei kultūrinė terpė, saikingai užsimenama apie buitį, lėbavimus, ligas, svarbius draugus ir besikeičiančius meilužius, nuotaikų kaitą, psichologines krizes, derybas su leidėjais. F. Sagan buvo visiškai įtraukta ir pavergta rinkos santykių – turėjo be paliovos rašyti kaip fabrikėlis, smaugė terminuotos sutartys su leidyklomis, skolos, mokesčių prievolės, procentai. Belieka šyptelėti – vėl pusšimtį metų mes vėluojame. Toks literatūros žvaigždės sukūrimo, o paskui sekinimo mechanizmas Lietuvoje atsiranda tik pastaraisiais metais.

Gauta 2007 09 20
Parengta 2007 10 01

JŪRATĖ SPRINDYTĖ

Journalistic novel, a product of literary marketing

Summary

In the article author discusses the most popular kind of Lithuanian novel in the past decade, which she even considers to be an independent and new-fashioned variation of the novel genre. Journalistic novel was fostered since the Independence by the newly formed society of consumers and the media. Such novels are not necessarily written by journalists, although often they are. The journalistic novel is "ripped from the headlines" and requires some element of a scandal. Literary specialists are talking more and more about the specific aesthetics of the journalistic novel. It describes pressing issues of the consumer life, criticizing them gently, but neither analyses them in depth nor points to their vanity. Typical features of such novel are an intriguing plot with elements of a detective or criminal story, the main character being a journalist on assignment, part of the action necessarily takes place abroad, and the authors like non-traditional erotic elements and happy endings. The style is distinguished by dynamic short sentences and witty dialogues. The journalistic novel is largely influenced by the advertisement lingo, which has absorbed all possible forms of expression and brought them together to achieve a momentous effect.

This type of novel is popular in France, and in Lithuania it is exploited mostly by women writers. This is a consequence of pragmatic feminism: feministic critic has inspired the literature that easily projects a new "freed femininity" type based on ready value standards, and has already formed a wide audience of women readers fostered by entertainment industry, TV serial, and ladies' magazines. The most common model of such novel is gleaned from internationally acclaimed examples, such as British TV journalist Helen Fielding's "Brigit Jones' Diary", the TV series "Sex and the City", "Ally McBeal", etc. Popular characters become the icons of our times, and later are followed by many women.

The journalistic novel receives wide attention in the press (daily newspapers, television) and book fairs, it occupies highest positions on bestseller lists, but rarely is subject to real criticism which is usually replaced by a well-organized advertising campaign.

The journalistic novel resembles a giant newspaper made up by creative amateurs as a text that is parallel to the media world, and is designed for the same quick consumption and discarded afterwards. It is leisurely read for the normal, hard-working folks who have no time for self-development and analysis of deeper cultural layers. The author concludes that the democracy of reading and consumption today is leaning towards mediocrity. Such novel is not only a new phenomenon in literature; it is also part of cultural industry.