



Британское издательство "Блумсбери" начало массированную рекламную кампанию по продвижению на книжный рынок романов 20-летней студентки Оксфордского университета Саманты Шеннон.

Пресса уже назвала юную писательницу "второй Джоан Роулинг". Дебютный роман Шеннон "Время костей" – первый в серии из семи частей – выйдет в 2013 году. Издательство надеется повторить свой грандиозный коммерческий успех с книгами о Гарри Поттере.

Похоже, что некогда небольшое элитарное издательство, названное в честь "высоколобой" английской художественной группы 20-х годов "Блумсбери", куда входила, в частности, Вирджиния Вулф, пытается перекалфицироваться в "фабрику литературных звезд". По-видимому, его вдохновил грандиозный коммерческий успех с серией романов о Гарри Поттере, превративших их автора в самого высокооплачиваемого писателя в мире, чье состояние оценивается в миллиард долларов.

Судя по широковещательной рекламной кампании издательства, Саманту Шеннон может постигнуть литературная судьба Джоан Роулинг. Во всяком случае, издатели всячески стремятся сопоставить дебютный роман оксфордской студентки с книгами Роулинг о юном волшебнике. Жанр ее первого романа представляет собой смесь фэнтези и криминального чтива, его действие происходит в 2059 году в вымышленной тоталитарной стране; главная героиня "Времени костей" 19-летняя Пейдж Махони, переживает множество разнообразных фантастических приключений.

Семь задуманных Самантой Шеннон романов соответствуют числу книг о Гарри Поттере. Известно, что юная писательница уже получила от издательства аванс на шестизначную сумму. Предполагаемая "вторая Джоан Роулинг" родилась в семье лондонского полицейского и начала писать в 15 лет. Сейчас она изучает английский и литературу в Оксфорде и окончит университет к выходу своего первого романа.

"Честно говоря, меня ужасает, когда я слышу, что меня называют "будущей Джоан Роулинг, – говорит Саманта. – Как и большинство людей моего возраста, я большая поклонница Джоан Роулинг и выросла на Гарри Поттере". Умудренные литературным опытом комментаторы не исключают, что, эксплуатируя популярную тему параллельных миров и инфантильных оккультных фантазий, помноженную на мощную рекламную раскрутку, издательству "Блумсбери" удастся зажечь на литературном небосклоне новую звезду.

О науке выращивания литературных звезд Радио Свобода беседует с литературным критиком **Григорием Дашевским**:

- «Новая Джоан Роулинг», «новый Поттер»...Здесь смешно то, что сама идея так называть нового автора, она же очень старая. Когда Белинскому друзья, которые прочли первую повесть Достоевского, говорили, что "новый Гоголь явился", то он иронически отвечал: "у вас Гоголи, как грибы рождаются". Идея тогда была не в том, что новый автор будет продаваться, как Гоголь, имелась в виду иерархия более небесная. А здесь это приравнение – чисто рекламный ход, потому что людям сразу становится интересно, как будто никому не известный человек сделал заявку на мировой рекорд. И даже узнать потом, что он прыгнул всего на двадцать сантиметров, все равно будет событием. Мне лично, скорее, хочется, чтобы эта затея провалилась, потому что хочется, чтобы успех был не просчитываемым. Ведь в той же истории Джоан Роулинг очень трогательная и важная часть та, что она писала свой первый роман и задумывала всю эпопею, будучи неизвестной домохозяйкой. И вот, во-первых, нам дорога история непросчитанного успеха, история Золушки, и во-вторых хочется, чтобы саму книгу нельзя было рассчитать, хочется, чтобы успех и любовь к книге приходили от какого-то иррационального элемента в ней.

– Но людям с бизнес-мышлением, издателям, коммерсантам, очевидно, хочется другого. Мы, судя по всему, имеем дело с идеей реинкарнации литературной фабрики. Того, что было в 19 веке с бульварными романами, того, что потом стало палп-фишн, того, чему мы были свидетелями в 90-е годы и сейчас в российской литературе, связанной с массовым производством, скажем, серийных детективных романов. Значит, у коммерсантов есть основания рассчитывать на успех?

– Я согласен. Но здесь надо разделить две вещи. Тогдашние фабрики бульварных романов, и у нас сейчас большинство литературных фабрик, имеют ли они одного работника или анонимный коллектив, производящий под известным именем женские детективы или боевики, работают на определенную аудиторию, уже заведомо

известную и любящую данный жанр. Это – один вариант. А слово «Джоан Роулинг» говорит совсем о другом. Это история чуда не только в плане личного успеха, но и в плане угадывания еще никем не сформулированного пожелания. Ведь сам колоссальный успех Гарри Поттера был загадкой. Не было же готового рынка и готового спроса, и готовой аудитории для романа о мальчиках в волшебной школе. Это же вышло многократно за пределы любителей фэнтези. Так что если в этом проекте есть хоть какой-то смысл, то это надежда просчитать непросчитываемое чудо угадывания. Никто не знает, чего люди хотят, а мы угадаем – и угадаем не с помощью каких-то неведомых процессов, происходящих внутри у единичного человека, как они происходили у той же Джоан Роулинг, а – соберем людей, найдем студентку, она по нашим советам что-то напишет. В этом суть идеи «новой Роулинг», если она что-то значит, кроме пустой рекламы.

– Можно ли вообще рассчитать формулу литературного успеха? Берутся деньги, рекламные возможности, молодой автор, востребованный жанр, некий набор литературных технических приемов... Можно ли получить при этом успешный продукт?

– Надо различать два вида успеха. Успех среди уже подсаженной на серийный или жанровый, шаблонный наркотик аудитории и успех в каком-то белом поле, не угаданном еще. И здесь есть вещи, которые приходится признавать с неохотой, с трудом. Я, например, до появления книг Бориса Акунина думал, что для большого, настоящего, выходящего за рамки узкой группы жанровых любителей успеха нужна какая-то иррациональная вещь, не сводимая к расчету. Но в романах Акунина я ее не вижу. Мне кажется, они целиком на всех уровнях – идеология, сюжет, стиль – вещь абсолютно механическая. Очень умная, но механическая. И то, что такая механическая вещь имела все-таки очень большой, никем не предсказанный успех, говорит о том, что даже и такие вещи можно рассчитывать. Любовь публики – она ведь как любая другая любовь: нам хочется сохранять миф о ее небесном или непредсказуемом происхождении. А когда нам говорят, что расчетливый манипулятор, который захочет в себя влюбить наивного юношу или наивную девицу, может стопроцентно рассчитать все ее реакции, нажимать на нужные душевные точки, нам становится грустно, нам хочется сказать "нет".