

ГЛАМУР УМРЕТ НЕ СРАЗУ

Азамат Цебоев
о моде и коммерции
в литературе

Азамата Цебоева обычно представляют как главного редактора журнала MENU.magazine — это для краткости. Занятий и интересов у него много больше, в том числе и издательских. К тому же Азамат — человек светский, чуткий к письменному слову и сам хорошо пишущий. Недавно он объявил о конце эпохи гламура. Наш журнал не мог остаться к этому заявлению равнодушным



— Вы действительно считаете, что мода на гламурную литературу прошла?

— Идеология гламура родилась в начале тысячелетия как форма цементирование высшей прослойки общества. То есть необходимо было нечто, благодаря чему эта прослойка могла бы себя опознавать. Под гламуrom понималось соответствие неким западным, принятым во всем мире стандартам, прежде всего в навешении внешнего лоска. Внешний лоск успешно наводился до начала 2007 года, пока формирование этого общества (некоторые называют его элитой, некоторые — светским), адекватного европейскому и американскому, не закончилось. Эта штука перестала быть актуальной и рабочей, и, как обычно бывает с идеями, которые отработывают свое, она стала спускаться на уровень ниже, то есть в следующий социальный слой — в среду среднего менеджмента, управленцев и так далее. Таким образом, появилась почва для того, чтобы продавать в массовом количестве продукцию, связанную с этим клеймом — гламура и антигламура. Но на самом деле — и мы должны отдавать себе в этом отчет — такой литературы нет. То, что называлось гламуrom и антигламуrom, первые Робски, Минаев, — это на самом деле были только форматы PR их произведений.

— А как вы относитесь к этим писателям?

— Как к людям?

— Нет, именно как к писателям.

— Я как к людям и как к писателям отношусь к ним достаточно хорошо. Если человек взял на себя труд, хотя никто не пинал его в задницу, выдать на-гора какое-то количество знаков, пригодных для публикации, — человек этот достоин уважения, как минимум. И Оксана Робски, и Сергей Минаев, которые вышли со своими первыми произведениями, безусловно, открыли новую нишу, в которую потом ломанулось огромное количество писателей и издателей. Другое дело, непонятно совершенно, что видит в этих книгах средний читатель, потому что здесь разброс такой: сидя в землянке в Западной Сибири, человек воспринимает то, что написано в этих книгах, как чистый вымысел; человек, который сидит в Камергерском переулке в Москве и который в тусовке, знает, что написана чистая правда. Между этими двумя категориями людей находится весь остальной контингент читателей — что они там видят, я ума не приложу!

— Может, подобная литература позволяет помечтать о сладкой жизни или дает руководство к действию? Например, «Как выйти замуж за миллионера».

— Помните, в начале перестройки был фильм «Интердевочка» про проституцию? Он осуждал это позорное явление, тем не менее фильм породил целый тренд: куча девушек провинциальных подалась в проститутки. И тут, возможно, нечто подобное.

Заметьте, искушенные читатели, которые тусуются в Интернете, особенно в «ЖЖ», все как один осуждают и Робски, и Минаева, путая героя и автора. Но оба этих автора трезво отдают себе отчет в том, что в образе жизни, который ведут их герои, ничего хорошего нет, что это не образец для подражания. Это литература бытописательная, но не та литература, которая формирует словесность и является ступенькой в развитии русской литературы. Эти книги нужны для познания того, что вокруг происходит. Вы же видели в девяностые годы, сколько было снято фильмов, написано книг о новых русских? Их написали и сняли в основном люди, которые к этому явлению никакого отношения не имели. Поэтому фильмы и книги выглядели достаточно смехотворно, анекдотически, к реальной жизни в них мало что имело отношение. А эти ребята, Минаев и Робски, знают, о чем они пишут.

— **Вы говорили о том, что они открыли новую нишу, но она нова только для России. А не много ли сейчас заимствований в русской литературе — от «Тани Гроттер» до Минаева, потому что он в своей стилистике очень напоминает Брета Истона Эллиса?**

— Я не думаю, что Минаев сознательно копировал Эллиса, потому что тот очень сильно воздействует на людей, особенно на неокрепшие умы молодых.

А молодым в России является человек до пятидесяти лет, поэтому Минаева просто торкнуло. Жесткость текста, ненормативная лексика — это на самом деле не результат копирования. Другое дело, что на Минаева много кто влияет: и Эллис повлиял, и тот же пресловутый Бегбедер.

— **Если я не ошибаюсь, Минаев сам считает одной из лучших книг современной литературы «Гламораму» Брета Истона Эллиса. И у Бегбедера в книгах периодически идут отсылы к Эллису. Например, в романе «Каникулы в коме» в списке приглашенных присутствует Патрик Бейтман, главный герой «Американского психопата».**

— Да, потому что Эллис одним из первых начал описывать жизнь такой, какая она есть. Когда в американском обществе второй половины восьмидесятых — начале девяностых существовала логомания, увлечение всем шикарным, Эллис начал использовать названия марок как определения и при помощи марок описывать того или иного персонажа. До Эллиса я этого в массовой литературе не видел. Сейчас с его легкой руки марки стали работать как такой описательный элемент. Другое дело, что русская литература никогда не жила сама по себе, по большому счету. Вообще, наша культура строится на том, что заимствует и перерабатывает опыт других культур, добавляет туда капельку тоски по будущему, невнятности, кото-



рую за границей называют «русской душой», и выдает обратно. Естественно, что книги Минаева что-то напоминают. Было бы странно, если бы они ничего не напоминали.

— Например, то, что Эллис описывал людей по маркам одежды, — это была сатира. Герой Патрик Бейтман воспринимал людей как совокупность вещей. По-моему, сатиры в произведениях Минаева и Робски гораздо меньше.

— Это не была сатира, вы зря. Я был в Штатах в начале девяностых годов, люди там так и общались в определенном обществе. Они оценивали друг друга, и бренды очень многое в оценке значили. Даже марки футболок, на мой взгляд ничем не различимых, были очень существенны. Такая была реальность, которую Эллис описал. На самом деле она сильно никуда не ушла. Эпохи не проходят целиком и сразу. Да, я считаю, что гламур отмирает, но это не значит, что эпоха гламура закончилась вчера, а сегодня я проснулся и сказал: «Вот, блин, эпоха гламура закончилась, сегодня началась эпоха духовности» — и она сразу начнется. Все существует в каком-то виде, остается. Живет же Донателла Версаче, Дольче и Габбана живут. Другое дело, хочет ли принимать их новое поколение. Если оно их отвергнет, значит, это будет только старперским развлечением. Следующее поколение уже делает что-то другое, у него появляются fast

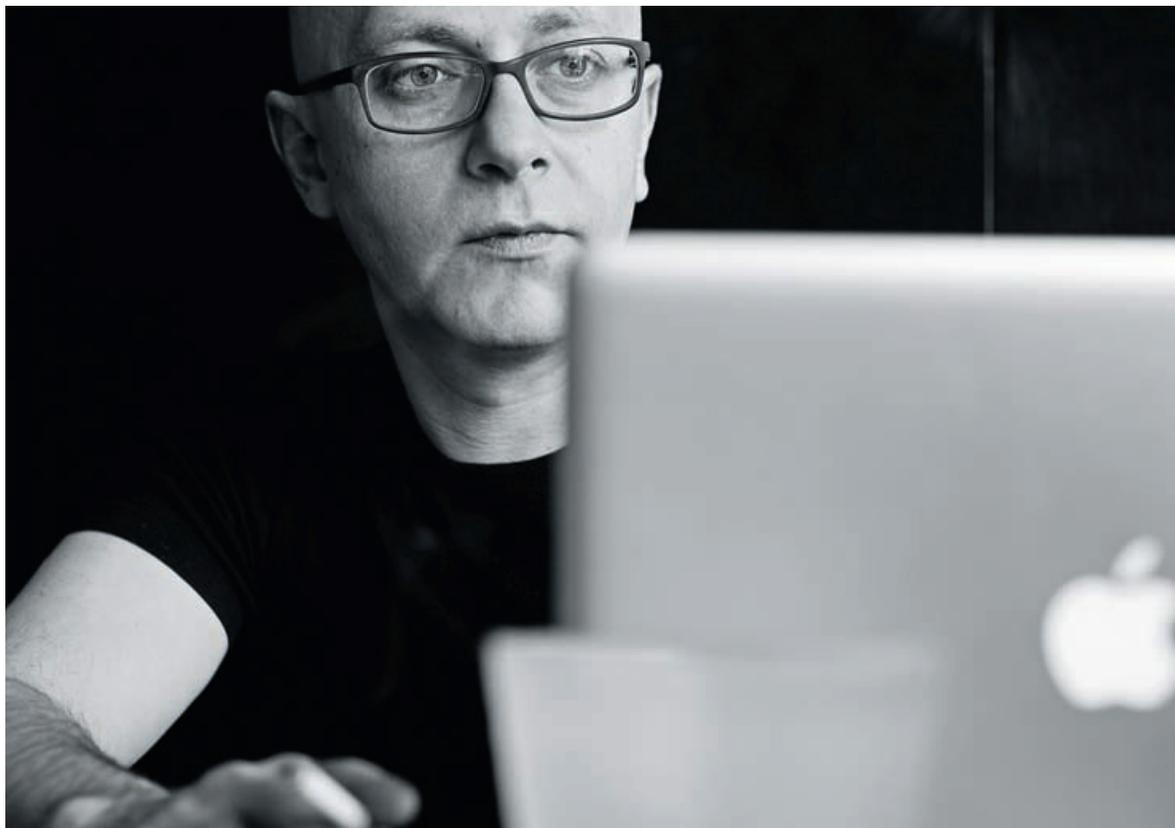
fashion, top shop, возможность замешивать дешевую no-logo-одежду с дорогими аксессуарами — это уже новый тренд. Точно так же следующее поколение будет смеяться над этим, что естественно. По-другому быть не может.

— Новая русская литература — не слишком ли она коммерческая?

— Так спросить можно обо всем. Мы же живем в мире наживы и капитала, и коммерческим, в принципе, является все: и музыка, и литература, и любое искусство. Разница в отношении того, кто любое искусство создает. Есть такое базовое определение — чем отличается рок-музыка от поп-музыки: рок-музыкант сочиняет музыку, потому что ему хочется и необходимо, а поп-музыкант — для того, чтобы понравиться. Также существуют поп-литература и просто литература. Тот же Сергей Минаев пишет ради бабок и этим выражает идеологию того слоя, того класса, который его породил. Десять лет человек торгует вином, занимается менеджментом в крупной компании — странно ожидать от него какого-то подвижничества.

Литература стала частью его бизнеса. И каждый может заметить, что он не только описывает людей через бренды, но и успешно занимается product placement, что, в принципе, стало уже допустимым в литературе. Конечно, она коммерческая.

— А как быть молодым авторам, как им пробиться?



— Человек, который очень хочет что-то делать, прорывается в конце концов. Никто не гарантирует, что, когда он прорвется, дальше случится бум. Многих авторов это травмирует. Они приходят, книги даже печатают. Потому что сейчас для издательства напечатать книгу тиражом от трех до пяти тысяч не составляет вообще никакого труда — это гроши, они это печатают просто из принципа.

— **Даже если автор пришел один, без рекомендации...**

— Его могут не принять.

— **...у него есть шанс?**

— У него есть все шансы, но желательно, конечно, разузнать — как, чего. Ни один издатель не живет в вакууме, у него есть масса знакомых, других авторов, у кого можно спросить, с кем можно проконсультроваться, что делать в том или ином случае. Я входил в жюри одного смешного конкурса — Interproza. Огромное количество произведений люди присылают, но, конечно, там не очень высокий процент талантов. У меня такое ощущение, что у людей появилась масса свободного времени.

— **Вы упоминали Interproza, а есть еще другой проект — Facultet.**

— У меня эта книжка, кстати, с собой (www.facultet-book.ru — РИ). Она очень хорошая. Не сказать, что все блестяще, но есть несколько хороших авторов, которые, чувствуется, если приложат усилия, то смогут писать. Другое дело, коротких рассказов мало для того, чтобы выстрелить. Издательствам нужна какая-то большая форма.

— **А что лучше молодому автору — участвовать в литературном конкурсе или напрямую идти в издательство?**

— Молодому автору прежде всего стоит подумать, чего он хочет добиться, какова его цель, к кому он обращается. Когда он поймет, к кому он обращается, нужно определиться с инструментом, который он будет использовать для обращения. Некоторым людям бывает достаточно завести «ЖЖ»: три-четыре коммента в день — и им уже полегчало, все в порядке. И таких, кстати, немало.

— **А люди с амбициями, которые хотят сделать какую-то карьеру?**

— Дальше надо включить голову. Главное — понимать, что тебя никто не ждет нигде. У всех своя собственная жизнь, ты никого не осчастливишь своим приходом. Нужно создать условия для того, чтобы тебя приняли и рассмотрели. Нужно поинтересоваться, чем живет другое издательство, что они издают, какие там люди. Всегда есть какие-то ходы, выходы, возможности.

— **При конкурсе же в любом случае произведения будут рассматриваться?**

— Большинство членов жюри не читают произведения. Да и издатели не читают.



— **Например, у Facultet'a есть система отбора. Сначала будущие художественные критики и организаторы конкурса отсеивают большую часть графоманов. Дальше составляется лонг-лист, там не более сорока авторов в номинации «малая проза», в «крупной прозе» — не более пятнадцати. И уже с этим лонг-листом работает жюри. А в издательства, скорее, нужно идти по рекомендациям...**

— По рекомендациям, потому что они завалены, у них большой поток идет литературы. Издатель не всегда может отдавать себе отчет — хорошая книга или нет.

— **После конкурсов выходят сборники с молодыми авторами. Как вы считаете, этот формат рентабелен?**

— Я не знаю, насколько Facultet продался, но это, скорее всего, полупрофессиональная литература, наполовину рассчитанная на читателя, наполовину — на издателя, как дайджест. Я посмотрел, скажем, Facultet и могу сказать издателю, что ему это подходит.

— **То есть это как раз шанс получить рекомендацию?**

— Публикация — всегда шанс. В этой области есть три фактора: труд, талант и удача. Удача рано или поздно приходит к каждому человеку. Просто не каждый человек может ее разглядеть, за нее ухватиться.

Беседовали Игорь Меркудинов и Георгий Семенов

Pen World

ЖУРНАЛ О МИРЕ ПИСЬМА ДЛЯ ЦЕНИТЕЛЕЙ РОСКОШИ

Эти и другие материалы журнала «Мир Ручек»
Вы можете найти на сайте www.ElitePen.ru

Copyright © ООО «Мир Ручек»

Все права на материалы охраняются в соответствии с законодательством РФ.
Любое использование возможно только с письменного разрешения правообладателя.