

Рассвети Джорджио

30.10.05

Я покупаю, ты покупаешь...

Знаменитую книгу Джорджио Фалетти

2005-2005-
28-30 окт. - с 30

Мария Терещенко

Самое эффективное слово в книжной рекламе сегодня — «бестселлер». Назовите книгу бестселлером, и ее продажи сразу повысятся. Или напишите на обложке, что в Италии разошлось 2,5 миллиона экземпляров — и в России тираж 100 тысяч вам обеспечен. Это тем более парадоксально, что высокие продажи нового автора говорят исключительно о грамотной рекламе, но никак не о качестве книги. Человек ведь приобретает книгу не за то, что она хороша, — об этом он просто не может судить, поскольку еще не читал, а только слышал о ней. И не факт, что слышал хорошее. Например, в России выход «Кода да Винчи» сопровождался разгромнейшей критикой, и среди российской интеллектуальной публики принято было недвусмысленно ругать роман, что, впрочем, не помешало всем без исключения ознакомиться с главным бестселлером мира. «Этот, как его, Браун — хороший?» — спрашивал один у другого? «Нет, полная ерунда», — отвечал тот. «Ну ладно, я все равно прочитаю». А по прошествии недели: «Какая же плохая книга!» Возможно, те 2,5 миллиона итальянцев, которые купили «Я убиваю» Джорджио Фалетти, теперь тоже горько жалеют о потраченных деньгах и времени. Про это на обложке ничего не написано.

Однако раз купили итальянцы, то и нам обязательно надо. Между тем выходец из маленького городка Асти — где делается знаменитое игристое вино — создал свой «бестселлер», кажется, специально, чтобы реабилитировать Брауна: по сравнению с «Я убиваю» злосчастный «Код» и впрямь ничего себе роман. Браун придумал хоть что-то, Фалетти же вообще, похоже, не стремился к креативной деятельности. Он собрал все возможные штампы, расхожие сюжетные ходы, клише и свел их под одну обложку. Будь в книге чуть больше иронии, она легко бы сошла за пародию на голливудский триллер. Как роман, написанный в 2002 году, может начинаться с того, что радиоведущему в прямой эфир звонит маньяк-убийца? Как у автора хватило смелости сделать главным следователем полицейского, пережившего личную драму и ушедшего на тихую службу в спокойный городок Монте-Карло? А вставлять в повествование то тут, то там маленькие главки, описывающие мир через призму большого сознания маньяка, — такой избитый прием, что просто неприлично уже его использовать. И неужели нельзя обойтись без наркодилеров? Или без инцеста? Или без того, что в детстве маньяк пережил чудовищную психологическую травму? А идея ввести второго убийцу, который цинично воспользовался серией чудовищных

преступлений, чтобы безнаказанно свести собственные счета, — это что, новое слово в детективной литературе?

Единственная сцена в романе, которая хоть сколько-то претендует на оригинальность, — та, где убийца делает свое злое дело под водой: он в костюме аквалангиста, а жертва — прекрасная нагая женщина. Такая вот эротика на любителя. Книга Фалетти оставляет по прочтении чувство растерянности. Ее почти невозможно описать, поскольку любое определение будет отрицательным. Вот список того, чего нет в романе «Я убиваю»: увлекательного сюжета, живых и ярких персонажей, свежих повествовательных приемов, хорошего языка, неожиданной развязки, страшного, смешного, грустного, психологической правды, вкусных деталей, полезной или любопытной информации. И «Я убиваю» отнюдь не первый миллионтиражный роман, о котором доброго слова сказать не получается. Похоже, само слово «бестселлер» со временем приобретает новое значение: очень плохая книга, которую усердно рекламируют. Так что пора бы интеллектуальным издательствам ввести понятие «антибестселлер» и ставить рядом с книгами табличку: «Этот роман пока еще не купил ни один человек». На сегодняшний день такой рекламный слоган уже звучит более привлекательно, чем информация про миллионные тиражи.

