

Трудности заголовка

Труднее всего подобрать заголовок к этому материалу. Оригинальность кинокритиков в отношении фильма «Дьявол носит Прада» заставляет запоздавших просто совершить акт надругательства над креативностью.

Так сказать, творческий аборт: оно бы и хочется родить что-то эдакое, да только остальные творения, вне всякого сомнения, претендуют на звание ребенка-вундеркинда. Как, впрочем, и сам роман. Я бы на месте Сергея Минаева, актуального увы-гуру российского антигламура, постыдился вообще относить рукопись «Duhless» в издательство: слишком уж явно преимущество госпожи Вайсбергер при выборе схожей темы. Даже с литературной точки зрения в переводном варианте. Говоря знакомой г-ну Минаеву, активному пользователю «Живого Журнала», лексикой, «убей себя ап стену». Впрочем, желания не судят. Тем более желание самовыражения. Что, однако же, не освобождает от суда общественностью результат этого желания. Даже если желала сама Лорен Вайсбергер.

А пожелала она неплохо: миллионные тиражи книги в тех странах мира, где продаются «гламурные журналы», и неоспоримый успех фильма, снятого «по мотивам». Впрочем, того ли хотела бывшая ассистентка Анны Винтур, главного редактора «Vogue»? Наверное, принимая во внимание хорошую школу этого журнала, который, по всей видимости, и послужил прототипом «Подюма» в книге, вопрос успешности проекта стоял не на последнем месте. Правда, сама Вайсбергер никогда не подтверждала родство «Вога» и «Подюма». Но особо и не опровергала, что в данной ситуации более чем достаточно.

Лучшее подтверждение определенной качества романа – отсутствие единой позиции критиков. И собственно критики в отношении книги, так же, как и фильма, более чем достаточно. Ведь когда только хвалят – возникает ощущение «живого классика», о котором или хорошо, или дурной тон. А уж когда только ругают, то остается утешаться самовнушением титула «непризнанного гения». С 2002 года – момента окончания романа – прошло уже достаточно времени, чтобы понять: это если и не бессмертный шедевр, то уж точно вещь, популярность которой не определяется пропиской автора на Рублевке... пардон, на Пятой авеню Манхэттена.

История, казалось бы, банальнее некуда: из провинции в Йорков град приехала молодая амбициозная девушка, которая – вот те неповторимо! – победила в паре местных конкурсов школьных журналистов а-ля «мы ищем таланты», и вот уже Пулитцеровская премия, кажется, прописалась в соседней комнате. Правда, юное дарование не оценили по достоинству циничные акулы журналистики. И пришлось рассылать резюме по самым разным адресам. Чудо возникло в виде телефонного звонка: откликнулся журнал «Подюм» – всемирный авторитет модного мэйнстрима, перед мнением которого трепещут модельеры, дизайнеры, модели, словом, все, кто, так или иначе, связан с фабрикой грез под названием «fashion industry». И не просто откликнулся, но предложил вакантную должность младшей секретарши редактора «Подюма», всемогущей Миранды Пристли. Это женщина, которая решает судьбы коллекций модных домов и отдельно взятых дизайнеров, общается с сенаторами, министрами и главами крупнейших мировых корпораций, формирует вкус элиты Америки и Европы. И она же, согласно аннотации, «то ли продала душу дьяволу, то ли (по слухам) изгнана из ада за невозможный характер».

Чего, наверное, достаточно, чтобы представить дальнейшее развитие событий: несчастная Энди, которая надеется по протекции «Подюма» устроиться в издание, где из букв, помимо заголовков, составляют еще и тексты, вынуждена исполнять любую прихоть барыни. А барыня похлеще хрестоматийной Салтычихи будет: звонки в любое время суток, невероятные требования типа достать неопубликованную рукопись нового «Гарри Поттера», полное презрение к секретарше как к человеку и сотруднику. Описание трудовых будней занимает 90% романа. В итоге Энди «прозревает», понимает, что не так и, собственно, хотелось. Да и посылает к чертям Миранду вместе с ее журналом.

Это в романе. В фильме почти так же, только вот форма увольнения помягче и образ Миранды гуманнее. Хотя лучшей кандидатуры на место гламурного воплощения дьявола, чем Мэрил Стрип, найти невозможно. Однако режиссер и продюсеры побоялись все же соответствовать книге. Ибо там госпожа Пристли достойна заголовка. А в фильме, несмотря на гениальную игру Стрип, нет-нет, да проскользнет в ней что-то человеческое.

Но что проку искать различия в пунктуации акцентов кино и романа? Просто из одного материала сделали разные мессаджи. И литературный получился, безусловно, более жестким и реалистичным.

Откровенно говоря, корни успеха лежат в закрытости темы от глаз обывателей. Неистребимое удовольствие заглянуть в замочную скважину. Подглядеть за монстрами модной индустрии и с удовлетворением отметить: а у них, блин, все так же, как у меня на работе в захолустной кафешке американского города с населением в пятнадцать тысяч человек – такая же скотина босс, такие же мегеры коллеги. Естественно, все предпочитают не задумываться, хватит ли у сил восстать против собственной Миранды Пристли. Ведь так удобнее: пар выпустил, вечером начальника отходил последними словами, вдохновившись бестселлером Вайсбергер, и вроде на утро не так и противно лицезреть знакомую до «не могу» физиономию. Гениальный маркетинговый ход автора: и в тайну кулис моды посвятил, и каждому близок до родства остался. И, что интересно, это не зависит от социального положения и места работы читателя: близко всем.

Собственно, идея книгофильма осталась где-то там. А она весьма серьезна: сможешь ли ты растоптать себя ради выгоды? Сможешь ли ты остаться самим собой, не поддаться, кажется, всесильному влиянию среды? Сможешь ли ты и после работы в главном журнале мод мира одеваться на Шанхайке, потому что это дешевле и удобнее, чем мегаоблегающие брюки от Дольче и Габбана и коротко рукавные свитера от Донателлы Версаче? Сможешь ли ты понять, что сумка по пате может быть, в общем-то, не хуже таковой от «Louis Vuitton»? И сможешь ли ты усмехнуться в лицо искусителю, который говорит, что небрендовые вещи – позор для нормального человека? Особенно если его одевает «Chanel», «Dior» и «Prada»?

Наверное, именно так возникают трудности заголовка. Если это – заголовок твоего обычного дня...

Автор: Глеб Русин © Афиша в Иркутске КУЛЬТУРА, МИР 👁 7038 21.10.2006, 20:15 📄 424

URL: <https://babr24.com/?ADE=33467> Bytes: 6177 / 6177 Версия для печати

👍 [Порекомендовать текст](#)

Поделиться в соцсетях:

Также читай те эксклюзивную информацию в соцсетях:

- [Телеграм](#)

- [ВКонтакте](#)

Связаться с редакцией Бабра:

newsbabr@gmail.com

Автор текста: **Глеб Русин**.

НАПИСАТЬ ГЛАВРЕДУ:

Телеграм: [@babr24_link_bot](#)

Эл.почта: newsbabr@gmail.com

ЗАКАЗАТЬ РАССЛЕДОВАНИЕ:

эл.почта: bratska.net.net@gmail.com

КОНТАКТЫ

Бурятия и Монголия: Станислав Цырь

Телеграм: [@bur24_link_bot](#)

эл.почта: bur.babr@gmail.com

Иркутск: Анастасия Суворова

Телеграм: [@irk24_link_bot](#)

эл.почта: irkbabr24@gmail.com

Красноярск: Ирина Манская

Телеграм: [@kras24_link_bot](#)

эл.почта: krsyayr.babr@gmail.com

Новосибирск: Алина Обская
Телеграм: [@nsk24_link_bot](https://t.me/@nsk24_link_bot)
эл.почта: nsk.babr@gmail.com

Томск: Николай Ушайкин
Телеграм: [@tomsk24_link_bot](https://t.me/@tomsk24_link_bot)
эл.почта: tomsk.babr@gmail.com

[Прислать свою новость](#)

ЗАКАЗАТЬ РАЗМЕЩЕНИЕ:

Рекламная группа "Экватор"
Телеграм: [@babrobot_bot](https://t.me/@babrobot_bot)
эл.почта: equatoria@gmail.com

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО:

эл.почта: babrmarket@gmail.com

[Подробнее о размещении](#)

[Отказ от ответственности](#)

[Правила перепечаток](#)

[Соглашение о франчайзинге](#)

[Что такое Бабр24](#)

[Вакансии](#)

[Статистика сайта](#)

[Архив](#)

[Календарь](#)

[Зеркала сайта](#)