



вершаются путешествия в Америку. Парк стал важным источником благосостояния штата Калифорния, он обеспечил тысячи и тысячи людей работой, создал но-

Этот текст прибыл к нам из-за океана.

Владимир Война – некогда советский журналист-международник, а ныне – гражданин США и журналист американский – рассказывает о неизвестной войне, которую ведет кинокомпания “Уолт Дисней”.



Парки американской культуры и отдыха имени У. Диснея

Но главный источник доходов компании – знаменитые диснеевские парки развлечений.

В этих парках поистине “сказка стала былью” – благодаря соединению творческого воображения художников кино с передовым инженерным мышлением, с последними достижениями науки и техники.

Все здесь поражает воображение – масштабы, бесконечность территории парков, фантазия создателей аттракционов, умелая организация, позволяющая пропустить неограниченное число посетителей в самые напряженные, выходные дни.

Персонажи диснеевских мультфильмов здесь оживают в буквальном смысле слова: актеры, исполняющие их роли, дают представления, импровизируют, вовлекают детей в игру на улицах и площадях “волшебного города”, который воссоздает мир сказок Андерсена, братьев Гримм, “Тысяча и одной ночи”, плюс, разумеется, мир старых и новых диснеевских фильмов.

В первом по времени создания парке, 50-летие которого с триумфом отмечала недавно вся Америка (Disneyland, “Страна Диснея” вблизи Лос-Анджелеса) можно вознестись высоко над землей и облететь территорию парка, потом погрузиться в пучины моря на подводной лодке и увидеть сквозь иллюминаторы окруженную диковинными рыбами русалочку, затем совершить полет в космос, совершить путешествие по кипящей крокодилами реке в джунглях, встретить на ее берегах совершенно живых, в натуральную величину электронных слонов, бегемотов, тигров, а потом побывать на карнавале, заглянуть в дом с привидениями, провести час-полтора в настоящем салуне на Диком Западе времен золотой лихорадки, пообедав там – или в каком-то другом экзотическом ресторане, благо нет проблемы, где поесть. Нескончаемый праздник, развлечений так много, что одним днем не обойдешься.

Нет в мире ребенка, который не мечтал бы побывать в “Стране Диснея” в Калифорнии, да и взрослые радуются такой возможности. Ради визита в парк со-

Художник-мультипликатор Уолт Дисней – легендарная фигура в истории кино.

Созданные его воображением герои – Белоснежка и семь гномов, олененок Бэмби, деревянный человечек Пиноккио, мышонки Микки, утенок Дональд и другие персонажи его мультфильмов любимы детворой сегодня так же, как и в пору появления этих фильмов на экране.

Он был к тому же гениальным организатором кинопроизводства, создателем киностудии “Уолт Дисней”. Студия не ограничилась техникой мультипликации и занялась обычным игровым кино. Благодаря числу, разнообразию, техническому совершенству выпускаемых ею “мультиков” и полнометражных художественных фильмов “Уолт Дисней компани” завоевала уникальное место на мировом рынке детского и юношеского кино, захватила солидную часть рынка фильмов для семейного просмотра, для всех возрастов.

Сегодня “Уолт Дисней компани” продолжает выпускать и рисованные, и игровые фильмы – для детей и для взрослых. Выпуск видеокассет, а также компакт-дисков и аудиокассет с музыкой к

диснеевским фильмам – тоже важнейшая статья ее доходов.

Заняла эта компания весомое место и на теле-рынке. Высотная башня “Disney Channel” в Лос-Анджелесе стала символом ее влияния на рынке телекоммуникаций. Принадлежащий компании кабельный, платный канал готовит оригинальные передачи, прокатывает старые и новые диснеевские фильмы. В гигантской империи, названной именем ее основателя Уолта Диснея, все взаимопереплетено – и все приносит доход.

Солидную прибыль приносит продажа кукол, игрушек, книжек, сувениров на темы диснеевских фильмов. Фирменные магазины, торгующие ими, расположены по всей Америке, последний по счету вот-вот откроется в Нью-Йорке, на Манхэттене. В этом гигантском “Детском мире” можно будет купить Микки-Мауса в сотнях, тысячах разнообразных воплощений. Едва ли какой другой, придуманный воображением художника персонаж, приобрел такую популярность в мире – и принес его создателям столь фантастические прибыли.

Новые приключения

Владимир ВОЙНА

вые производства – и выдвинул корпорацию на видное место в деловом мире Америки.

Затем был построен еще один парк – Disney World, у берегов Атлантического океана, в расчете на тех, кому проще добраться до Флориды, чем пересекать всю страну ради посещения калифорнийского парка. Причем оба парка разные.

Вошли в моду семейные поездки для посещения диснеевских парков, которые рассчитаны не на один день. В их стоимость входит и авиапутешествие, и пребывание в диснеевской гостинице, и, разумеется, посещение самого парка. Отдых не дешевый, но мало найдется родителей, которые не хотели бы сделать детям подарок и привезти их в такой городок развлечений. И от каждого истраченного ими доллара богатеет корпорация, одна из самых богатых в Америке.

Прибыли идут на создание новых парков. Это и тематические парки, на исторические темы, воссоздающие жизнь и быт старой Америки, или ландшафтные, природные парки. Благодаря диснеевским паркам в Америке выросли комплексы новейших гостиниц, построены подъездные пути – скоростные автомагистрали, аэ-

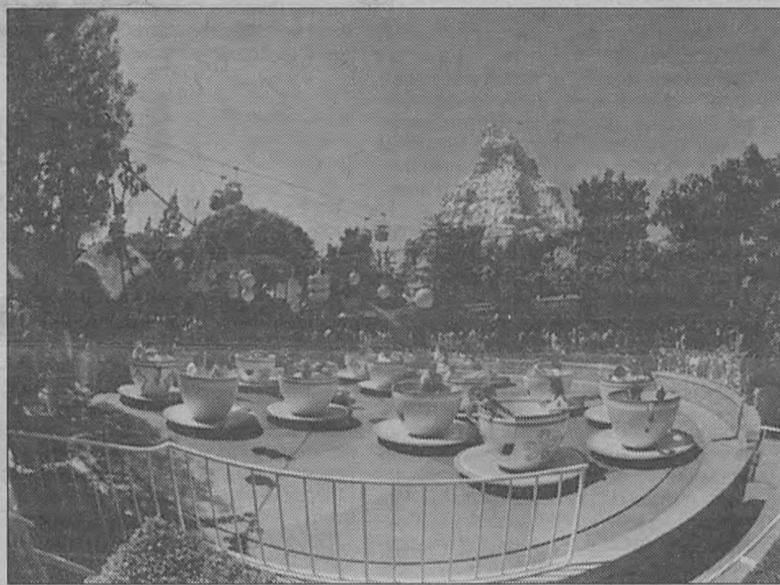
ровокзалы, создана нишевая отрасль, которая кормит миллионы посетителей. Эти парки, существенно дополнившие “облик Америки”, выросли в целую индустрию с многомиллиардными оборотами и безграничными возможностями роста. Их “экспансия” не ограничилась только Америкой, но распространилась и на другие страны и континенты.

“Евродисней”: конфликт культур?

Под Парижем сооружен крупнейший из зарубежных парков этой компании – “Евродисней”. Была сделана ставка на то, что “вся Европа” посещает Париж и непременно в этот парк завернет, а уж французские дети, как рассчитывали американцы, в парк тем более потянутся. Кто же перед “Диснеем” устоит?

Американская массовая культура, может, многим и не нравится, кого-то и вовсе отталкивает, вызывает порой острую критику за пределами США, но в притягательности ей не откажешь. Сегодня в любом городе мира найдешь магазины, бары, клубы, кинотеатры в китчевом американском стиле – “Бродвей”, “Пятая авеню”, “Техас”, “Дикая лошадь”. Европейский диснейленд был

Гений мультипликации



призван стать своеобразным американским заповедником в Старом Свете – и одной из главных приманок Парижа.

Однако французы, наделенные развитым национально-патриотическим чувством и к тому же люди со стилем, традицией, изысканным вкусом, снисходительно, с иронией относятся к молодой, “детской” по их меркам, культуре

американцев. Многие американцы убеждены, что французы – снобы, а многие французы, в свою очередь, отвечают им тем, что игнорируют товары и популярные развлечения, на которых написано “Сделано в США”.

Посещаемость парка “Евродисней” не оправдала возложенных надежд, парк принес большие убытки компании. Его долги, накопившиеся за несколько лет, достигли 3 миллиардов долларов.

Парком владеет не американская, а дочерняя, французская компания, в которой американцам принадлежит лишь часть акций. Но все равно, отсутствие интереса к парку в Европе чувствительно задело гордость американцев, да и на курс акций американского “Диснея” неудача с парком во Франции повлияла отрицательно.

Между тем “Уолт Дисней компани” – одна из крупнейших в Америке, в нее вложили средства миллионы владельцев акций. И потому с радостным чувством облегчения газеты в Америке сообщили под конец 1996 года, что дела “Евродиснея”, кажется, пошли на поправку. Негативную тенденцию в конце концов удалось переломать. Ведь не только французы его посещают.

Парк за истекший финансовый год посетило рекордное число гостей – 11,7 миллиона, которые оставили в его кассах 983 миллиона долларов. (Несложно подче-

