

Травкин - 1993 - 25 марта - с. 4

# Кто поможет доплыть «Броненосцу», или «Кина» не будет

Полнометражному игровому кинофильму, как и здоровью ребенка, необходимо примерно девять месяцев, чтобы появиться на свет. Но в наше парадоксальное время «появиться на свет» и «увидеть свет» для отечественного кинофильма отнюдь не одно и то же. Многие десятки кинокартин, созданных в последние годы на государственных киностудиях и так называемым «альтернативным кинематографом» России и «ближнем зарубежье», бесследно исчезли в «черной дыре» проката. А тут еще небывалый кризис кинопроизводства...

Летом прошлого года режиссер Геннадий Полока, создатель ставших отечественной киноклассикой кинолент «Республика Шкид», «Интервенция» и многих других, пригласил меня редактором и исполнительным продюсером своего нового фильма. Сценарий, написанный им совместно с молодым кинодраматургом Владимиром Брагиным, поразил точностью выбора темы. Фабула его — съемки в Одессе в 1925 году Сергеем Эйзенштейном лучшего фильма всех времен «Броненосец «Потемкин». Идея, душа будущей кинокартины — окрашенное грустной иронией прощание на пороге зпа с революционной романтикой, верность которой до конца сохраняет главный герой фильма отставной конник казачьего корпуса Примакова.

Убеджен: вольные и невольные параллели описанных в сценарии событий с современной

нашей общественно-политической реальностью предвещают фильму и широкий зрительский успех. Именно такая картина — трогательно чистая, грустная и вместе с тем по-настоящему оптимистическая, как кислород необходима массовому российскому зрителю.

Это поняли и в Кинокомитете России. Придали будущему фильму Г. Полоки статус творческо-социального заказа. Под мастера и сценарий выделили средства. К сожалению, государственная субсидия не смогла покрыть смету сложной постановки «Броненосца». Но со временем нашелся инвестор М. С. Зусманович — столь желанный нам всем просвещенный предприниматель правления Белорусского фонда помощи развитию культуры. Собрав государственные и предпринимательские инвестиции, определились по срокам и... Вместо трудной, но упоительно радостной работы над фильмом для его создателей начался изматывающий душу и силы бег от инфляции...

Недавно, соблюдая ритуал, разбили тарелку и сняли первые кадры. Развивая метафору, можно сказать, что «Броненосец» поплыл по бурным волнам съемочного периода. Но, боже мой, как много финансовых и организационных рифов, каждый из которых может стать последним, роковым, на его пути!

Не без тайного умысла изложил я эту историю, характерную для нынешней ситуации в кино. Подумалось: может, все же най-

дутся среди предпринимателей патриотически настроенные крупные хозяйственники, которые щедрой инвестицией помогут удержаться на плаву нашему «Броненосцу»?

«А как же система кредитов?» — слышу вполне резонный встречный вопрос. К сожалению, никак.

Банки, словно сговорившись (может, действительно сговорились?), отказываются финансировать кинопроизводство. И если оставить эмоции, их, банки, особенно коммерческие, понять не сложно. Действительно, что значит для банка выдать в разгар галопирующей инфляции кредит на год под божеские проценты? Ясное дело — чистое разорение. А кредита с иными условиями просто не вернуть. Ведь даже очень удачно проданный отечественный кинофильм сейчас едва покрывает производственные затраты. Кинопроизводство, всегда бывшее прибыльной и весьма уважаемой отраслью, ныне стало зоной повышенного риска, а то и вовсе плавно убиточным. Цена на отечественные кинофильмы на наших рынках растет много медленнее, нежели производственные затраты киностудий. Объяснение тому предельно простое: кинорынки наши буквально наводнены низкопробными зарубежными кинолентами (в первую очередь — американскими), которые сплошь и рядом продаются пресловутыми «пакетами» от 5 до 10 штук по бросовой, явно демпинговой цене. Прокатчику выгоднее при-

обрести такой «пакет», нежели лицензию на новую российскую кинокартину. Не многие способны устоять перед соблазном легкой прибыли.

В конечном итоге не внакладе оказываются и владельцы зарубежного киноширпотреба. Контролируя около 80 процентов мирового кинопроката, снимая с этой обширной акватории жирные «сливки», американские дельцы вполне могут позволить себе в России и «ближнем зарубежье» решать пока не столько чисто коммерческие, сколько стратегические задачи: осваивать (читай: поднимать под себя) российский рынок аудиовизуалики, приучать российскую молодежь исключительно к голливудским стандартам, сформировать у новых поколений потребность в американском кино.

Как тут не вспомнить сообщение из американской печати о том, что торговцы наркотиками вдруг стали бесплатно раздавать в нью-йоркских и чикагских школах марихуану. Главное — приучить потреблять. Повзрослевшие мальчишки и девчонки, пристрастившись к зелью и перейдя на дорогостоящие краг и кокаин, сполна вернут торговцам наркотиками дешевый марихуановый «долг». Тот же самый прием, не правда ли?

Маниловщина российских руководителей, уповающих на то, что «заграница нам поможет», особенно очевидна на примере кинематографа.

Курс рубля по отношению к доллару дает возможность за-

падным и заокеанским продюсерам, в общем-то, за символические суммы в «зеленых» снимать в России сложнотаночные костюмные киноленты, за которые у себя дома им пришлось бы выложить десятки, а то и сотни миллионов долларов. Возможность уникальная, ибо по расценкам третьего мира и даже более низким покупаются производственные и творческие услуги высококлассной, всемирно признанной кинематографии.

Но что-то не спешат закордонные продюсеры вкладывать даже скромные средства в развитие нашего кинематографа. Мне могут возразить: кто же из здравомыслящих предпринимателей станет инвестировать шаткую экономику нестабильной во всех смыслах страны? Однако такой аргумент рассчитан на дилетантов. Специалисту же хорошо известно, что экономика кинопроизводства уникальна. Деньги выделяются для немногочисленной съемочной группы, которая предельно автономна и вольна размещать заказы на любой производственной базе. Кризис привел к хронической недогрузке, и кинокомбинаты, соперничая друг с другом, борются за заказчика. А инфляция только удешевляет для зарубежного заказчика конечный продукт — кинофильм.

Нет, сдержанность западноевропейских и американских продюсеров объясняется не сиюминутной выгодой, а соображениями стратегическими. Не хотят они видеть нас державой с развитой кинематографией! И оза-

бочены главным образом тем, как же окончательно превратить «одну шестую часть суши» в гигантский киноvideозал для своей продукции.

Выходит, как ни верти, одна надежда на щедрых доморощенных меценатов. Но у богатых, как известно, свои привычки. Если они и жертвуют, то, как правило, на съемки фильмов определенного сорта. Вполне могут попросить при этом режиссера егнать в главной роли свюю фаворитку. Что ж, кто платит, тот и заказывает музыку... Сотрудничая с такими «меценатами», лучше не поминать все самое понятие «искусство».

И уж, конечно, таким «любителям кино» не предложишь профинансировать те проекты, которые после тщательного отбора находятся в моем продюсерском портфеле и за которые мне не стыдно перед самыми взыскательными коллегами.

Один из этих проектов задуман как правдивый жесткий фильм об опаленном войной поколении. О верности воинской присяге, идеалам, на которых воспитан, и о гнусном предательстве; о добре и зле, о любви, побеждающей ненависть... Если сейчас вдумчиво, несуетно начать работу над кинопроектом, то в год 50-летия Великой Победы можно ожидать рождения во всех отношениях добротного фильма о трагической судьбе рядового защитника Отечества, нашего с вами современника и соплеменника. Все к такой работе готово: сценарий, режиссер, ак-

теры. Одна проблема — инвестиции...

Чем больше думаешь о причинах кризиса в стране и о том, кто, какими действиями разваливал налаженный механизм отрасли, понимаешь, что кризис этот, как многое в нашем Отечестве, — результат не только объективных экономических обстоятельств, но и злой воли дозавшейся до власти когорты разрушителей. Однако выход из кризиса вовсе не столь долг и мучителен, как пытаются внушить нам.

Для того, чтобы в нормальных творческо-производственных условиях создавать нужные зрителю фильмы, вовсе не надо идти по кругу с шапкой, бить челом перед капризными нуворщиками или кланить дополнительные бюджетные ассигнования. Необходимо остановить в кинопроизводстве и кинопрокате навязанный нам беспредел — принять разумный закон о кинематографии.

Закон, где были бы предусмотрены откровенно протекционистские меры в отношении национальной кинематографии, как то принято во всех уважающих себя странах. Закон, который бы ввел жесткое квотирование иностранных фильмов и сверхналог на тех предпринимателей, кто занят их прокатом. И одновременно установить льготное налогообложение тех, кто прокатывает отечественную кинопродукцию.

Решите, господа-товарищи руководители, хотя бы только эти вопросы, и оживет, вздохнет

освобожденно российский кино! Потекут к нему без принуждения предпринимательские капиталы. Став по-настоящему доходной, отрасль наша вновь обретет былой престиж, вернет в кинотеатры зрителя.

Недавно мне довелось ознакомиться с проектом закона о кинематографе, подготовленным инициативной группой Союза кинематографистов. Дельный проект, предусматривающий столь необходимый национальному кинематографу режим наибольшего благоприятствования. Говорят, документ этот ждет своей очереди в Верховном Совете. Конечно, у страны сейчас хоть отбавляй иных забот. На всех уровнях, от семьи до Кабинета министров, приходится думать все чаще и чаще о хлебе насущном. И все же не следует забывать, друзья, что живы мы не хлебом единым...

**Юрий ГОЛУБИЦКИЙ,**  
независимый продюсер,  
кинодраматург,

**Р. С.** Для тех хозяйственников, предпринимателей и частных лиц, тех, кого не оставила безразличными ситуация в отечественном кинематографе, изложенная в статье, и кто готов оказать реальное содействие российскому патриотическому кино в целом и кинопроекту «Возвращение «Броненосца» в частности, сообщаем телефон продюсерской конторы «Кубера-студио» — 181-51-24.