

Американцы добились победы над «Сталинградом»

Старый голливудский «ужастик» поставил подножку европейскому суперколоссу

Известия - 1991 - 31 марта - с. 10

«Вы уже смотрели «Сталинград»? — спросил меня торговец газетами, у которого я ежедневно покупаю толстую пачку свежей прессы. Я видел этот фильм. «Правда — впечатляющее зрелище?». Я согласился с мсье.

Эльмар ГУСЕЙНОВ

Большинство зрителей — молодежь, как правило, из небогатых предместий больших городов. Она-то и виновата в прокатном провале картины Жан-Жака Анно «Сталинград. Враг у ворот». Между тем французские продюсеры и прокатчики, судя по всему, сильно рассчитывали на успех.

За первую неделю проката эпопею, посвященную знаменитой битве на Волге и состязанию двух снайперов, немца и русского, во Франции посмотрели 382 тысячи человек. При очень большом количестве запущенных в прокат копий — 463 — это составило 825 зрителей на каждый кинозал. Показатель, который французские критики считают ниже минимально необходимого уровня в 1000 зрителей для картины с такими затратами на производство и рекламу.

А в лидеры французского проката на этой неделе вышел старичок «Экзорсист». Фильм ужасов на первой свежести 1974 года в новой версии — 11 дополнительных минут, не вошедших в первоначальный вариант, —

собрал 621 тысячу зрителей за первые 7 дней показа.

Почему «Сталинград» сорвался в самом важном для него, французском прокате, специалисты пока объяснить не могут. Анно — один из самых кассовых режиссеров местной киноиндустрии. Его фильмы «Медведь» (1988) и «Имя Розы» (1992) собрали соответственно 9 и 5 миллионов зрителей при демонстрации во Франции. На «Сталинград» продюсеры потратили невиданную для европейского кино сумму — 70 миллионов долларов. Рекламная компания была суперагрессивной. Сюжет — масштабное батальное полотно — теоретически является очень привлекательным для зрителей. И все-таки состарившийся американский «Экзорсист» побил новое чудо французского кинематографа по всем статьям.

В том, что прокат «Сталинграда» сорвали американцы из «Уорнер Франс», никто не сомневается. Местный кинорынок не резиновый, и если вам не удалось захватить зрителей в первые 3—4 недели проката, дальше посещаемость лент идет обычно на спад. Так вот, «Экзорсист» в пер-

вую неделю своего повторного проката приобрел 20 процентов всего зрительского рынка Франции. «Сталинград» сделал все, что мог, освоив 12 процентов аудитории. Он, видимо, так и не выйдет на уровень предыдущего фильма Анно, «Семь лет в Тибете», который собрал 2,8 миллиона зрителей в прокате на родине.

Сам Анно в обсуждении причин относительной неудачи своей картины пока не участвует. За день до выхода картины на экраны во Франции режиссер отбыл в мировое турне, цель которого — рекламная раскрутка «Сталинграда». Он вернется в Париж только в конце апреля, когда поправить уже ничего не удастся.

Успех пронафталиненной американской ленты в целом соответствует пристрастиям французского зрителя. Большая часть зрительской аудитории в стране предпочитает Голливуд. «Классика» фильмов-ужасов, он покорила юнцов, которые его никогда не видели, а также тех, кого заинтересовали не вошедшие в фильм сцены — написал об успехе «Экзорсиста» журнал «Французский фильм». Этим объяснением, очевидно, и придется утешаться создателям «Сталинграда», которые вряд ли смогут вернуть затраченные на эту картину огромные деньги.

Париж