



**КОГДА Я НАПИСАЛ ПЕРВУЮ СТАТЬЮ** в защиту развлекательного кино, со мной перестали здороваться критики. Но наша профессия — не быть любимым, наша профессия — говорить правду. Как критик, я могу предположить, что развитие кинопроцесса пойдет в таком-то направлении. Если оно не идет в этом направлении, мне говорят: вы были не правы. Если оно все же пошло так, как я прогнозировал, но это кому-то не нравится, то мне скажут: вы были правы, но нам это не нравится.

Когда я говорил, что в России в скромом времени будет засилье американского барабана, меня даже прогоняли с трибуны. А года четыре назад я писал, что грядет эра телевизионных сериалов. Я и сегодня могу предположить, пусть это кому-то покажется странным, что будет в нашей кинематографии, скажем, через пять лет. Это — большая телевизионная индустрия игровых фильмов и сериалов плюс какая-то подпитка (для престижа или еще с какими-то целями) собственно кинофильмами.

Противоречий здесь много, и однозначного выхода из ситуации нет. Благодаря телевизионным сериалам, возрождается профессия, сообщество, которое работает и делает фильмы. Независимо от того, хорошие это фильмы или плохие, дорогие или дешевые, люди начинают постоянно работать. В результате — продюсерам легче набрать специалистов из этого работающего сообщества, чем набирать одиночек. Одиночки — это всегда имена, а имена — это большие деньги. А что касается рядовых специалистов, то мы сейчас видим на экранах какое-то почти любительское кино, снятное непонятно как и непонятно кем.

Чем больше будет отечественных сериалов, тем крепче будет наше кино. Интеграция между кино и телевидением неизбежна. Телевидение во всех странах — сильный партнер для кино. Поэтому конфликт с телевидением, идущий еще с советских времен и продолжающийся по сей день, чрезвычайно вредит развитию самой профессии кинематографиста.

Отношения между кино и телевидением сложны, но мне уже сейчас совершенно ясно, что кино как производство без телевидения не выживет.

Думаю, что тут возможно двойное развитие событий: либо телевидение съест кинематограф полностью, присоединив кино к себе, либо наладится какое-то продуктивное сотрудничество, при котором производство фильмов для кинотеатров тоже будет продолжаться. Я глубоко убежден, что фильмы, создаваемые для кинотеатров, в кинотеатрах и надо смотреть. Возвращение зрителей в кинотеатры постепенно уже происходит, но это пока только в Москве, Санкт-Петербурге и двух-трех других городах.

**НАША МОЛОДАЯ КРИТИКА** сейчас просто переписывает рекламные аннотации с голливудских боевиков. К отечественным фильмам не делают такого толстого рекламного пакета, а к каждому голливудскому фильму материалы еще и переводятся на русский язык. Вот почему сейчас значительная часть критики занимается такой простенькой апологией американских звезд, американского кино. Их приглашают на презентации, их поют, кормят... В результате и получается, что наша критика сейчас поддерживает коммерческое кино.

Если бы все отечественное кино было, подобно «Сибирскому цирюльнику», во-первых, качественное, во-вторых, с соответствующим рекламным пакетом, в-третьих, с соответствующим механизмом продвижения, тогда и в каждом случае получалась бы квалифицированная кампания, опирающаяся не только на имя режиссера, но и на все, что этому сопутствует — соответствующий уровень контрактов, соответствующее отношение к кинотеатрам и так далее.

У нас же считается так: взял деньги, сделал фильм и забыл. А бюджет рекламной кампании — это, как минимум, треть бюджета от всего кинопроизводства. Если фильм стоит 200 млн долларов, то еще 55-60 млн пойдет на рекламу. У нас же такого понимания нет. Создал фильм и предложил его дистрибутору. Продал права и забыл.

#### ОПРЕДЕЛЕНИЕ НАЦИОНАЛЬНОГО ФИЛЬМА

в нашем законе сказано с аналогичного европейского, за исключением каких-то мелких различий, которые были внесены уже здесь и только ухудшили его. То, что закон работает в Европе, но не ра-

лейского фильма и увидите, что вложены средства, субсидии национального киноконцерна. Это не что иное, как аванс, который возвращается, если фильм пользуется успехом, из того же самого государственного обеспечения. Это деньги из регионального фонда поддержки кинематографа, который есть в каждой немецкой земле, в каждом районе Франции. Это деньги национальных телевизионных компаний, которые они по закону обязаны вкладывать в кинопроизводство. Правда, поди угадай, какой оборот у телекомпаний — этого не знают даже Гусинский с Березовским.

Дальше — обязательная часть денег, которые частные телекомпании обязаны вкладывать в национальное кинопроизводство. И так в каждой стране: национальный фонд, региональный фонд, телевизионный фонд. И плюс два де-

Что такое национальное кино и каковы возможные пути его развития? Как будут складываться отношения между кино и телевидением в ближайшие годы? Почему Запад неохотно покупает наши фильмы, и каковы перспективы сотрудничества с западными странами? Есть ли смысл обратить внимание на другие регионы, кроме тех, которые мы называем «Запад»? Как в современных условиях возродить кинематографические профессии? На эти и другие вопросы ответил киновед Кирилл Разлогов в ходе выступления на конференции «Концептуальные проблемы российской кинематографии в контексте мирового экранного процесса».

СК «Новосибирск» — 2000 г. — 17 марта  
с. 7.

## «Пока нет стабильности — в голове хаос...»

ботает у нас — это другой вопрос. Ясно, что на бумаге одно, а в жизни другое... Но вот если бы дать кинокомпаниям все льготы, ликвидировать Госкино и отнести всю отрасль к Министерству культуры, то это решило бы кучу проблем, хотя и породило бы, в свою очередь, множество новых.

Один из путей развития нашего кино — это естественная европейская интеграция. Ни одна картина не может окупиться на нашей территории и даже на территории СНГ. В этих условиях все кинопроизводство превращается в благотворительность — либо в государственную, либо в частную, или же в поле для отмывания денег, хотя в последнее время выяснилось, что отмывать деньги можно с успехом и в других областях. Уж не знаю, что сейчас заставляет людей, имеющих деньги, тратиться на российское кино: ну, разве что желание познакомиться с актрисой... Нормальный механизм предполагает хотя бы возврат денег.

Западный механизм весь построен на том, что собираются государственные деньги. Посмотрите титры любого европ-

Кирилл Разлогов



«На ножах»

сятка частных фондов, скажем, в поддержку актеров. Собрал три страны и пошел в европейский фонд при Совете Европы, взял треть еще и оттуда. В результате, по имеющимся к меня сведениям, приблизительно 13-15% бюджета фильма — это деньги продюсеров. Если считать, что в среднем бюджет завышен на 25%, то вполне очевидно: человек собирает деньги, но реально не вкладывает. Он, как и русский продюсер, получает прибыль за счет чужих денег. Его не интересует, будет ли картина пользоваться каким-то успехом, собирает ли она зрителей...

Например, во Франции, если картина показана в кинотеатре, то она может быть приобретена телекомпанией. Продюсер арендует кинотеатр на один день, показывает там картину и продает ее каналу, а прибыль оставляет себе. То есть фиктивная экономика там существует точно так же, как и у нас. Только у нас источников мало.

Если мы каким-то образом интегрируемся в эту систему, то все эти источники для нас откроются. Только пускать на туда никто не собирается. Европейские организации проводят здесь семинары, привозят своих экспертов, рассказывают, что происходит у них, но как только речь заходит о взаимодействии, о совместном производстве, они говорят: «У вас свои законы, у нас — свои. Мы объясняем вам, как у нас. Если хотите, чтобы и вам было хорошо, сделайте все, как у нас». Хотя любая наша картина могла бы окупить-

ся мгновенно — одной продажей на крупный западный телеканал, скажем, на ЗДФ. Показал в России, продал на видео в России, продал на телеканал российский — покрыл всего 15%.

Если они хотят сделать картину про Россию, они заказывают ее своим, что вернее. Если бы не чудовищные таможенные запреты, то и озвучивание, и дубляж мы делали бы вовсе не в Москве, а в Париже, поскольку это дешевле и быстрее.

Нельзя забывать, что есть еще один мировой регион, который имеет преимущества в развитии по сравнению с Западом. Это — Юго-Восточная Азия. Нам надо ориентироваться именно на этот регион, посмотреть, как они работают, как развиваются, проанализировать, есть ли точки пересечения с нами. Наше молодое поколение может спокойно переориентироваться, надо только изучить языки этих стран — одним английским там, как я уже понял, не обойдешься...

**КИНЕМАТОГРАФ В ПОСТСОВЕТСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ** живет в противофазе к мировому кино. Сейчас во всем мире идет возрождение социалистического реализма. Все крупные картины, которые делаются в Америке и Европе, выдержаны в канонах соцреализма.

А где же этот соцреализм в стране, которая его породила? У нас это теперь не престижно... Мы вообще живем в противофазе. Был период (шестидесятые годы), когда западные фестивали брали экспериментальные картины. Мы же тогда, через Госкино, предлагали им соцреалистические. Если бы мы им не навязывали эти картины и наши фильмы не попадали бы за рубеж, то никаких тогда и премий не получали бы. Мы были в противофазе. Потом у нас пошла мода на авангард, но она, опять же, оказалась в противофазе, потому что в это время на Западе стал моден социалистический реализм. Девять лет назад они наш авангард с удовольствием взяли...

Если мы хотим иметь европейский и мировой успех, мы должны находиться в фазе, пусть даже и неосознанно. Ведь все предсказывали «Титанику» полный провал. Когда он перебрал бюджет на 25%, все были уверены, что это и есть предел. Но фильм создал свою собственную фазу. И мы тоже можем этого добиться.

Фильм «Безумный Макс» стоил небольшую сумму денег в Австралии, где Фирма «Warner Brothers» купила за 800 тыс. долл. все мировые права на него. Создатели фильма были довольны: сняли, окупили и получили прибыль. На «Warner Brothers» решили прокатить его без особого шума, рассчитывая получить от этого порядка миллиона, то есть тысяч 200 прибыли, что тоже деньги... Но тогдашнему руководителю отдела кинокомпании показалось, что в этой картине что-то есть. Он предложил начать ее прокат с Японии и вложил 2 миллиона долларов в рекламу. В результате же получил 7 миллионов с Японии и 25 — со всего мира. Не потрать они деньги на рекламу, картина прошла бы нормально, но и получили бы этот самый запланированный миллион. Это — во-первых, технология, во-вторых, чутье, а в третьих — возможность распоряжаться деньгами не для того, чтобы купить на них машину или положить себе в карман, а для того, чтобы генерировать коммерческий результат картины и бизнеса вообще.

У нас же все сложилось иначе. В силу кустарного характера производства, личные деньги мешаются с деньгами, отпущенными на развитие, и путаются даже у самых крупных продюсеров. Пока у нас нет веры в то, что развитие в конечном итоге принесет больше, чем ты можешь урвать сейчас. А это связано с общей политической и экономической ситуацией.

Кино — это все-таки долгосрочные проекты, оно требует соответствующего мышления и соответствующей стабильности общества. В России нет ни того, ни другого. Пока нет стабильности — и в голове будет хаос.

Беседу записал  
Сергей САКАНСКИЙ



Raymond Kupress

17.3.2001