

Андерсон Пол Томас  
(режиссер, амер.)

7.07.03

## КИНО НЕ ВСЕХ

## СБИВАЕТ С НОГ

Газета - 2003 - 7  
АНТОН ДОЛИН | *шла с 10*

Конечно, прокатная ситуация в России улучшается не по дням, а по часам. И разумеется, прокатом могут и должны заниматься отнюдь не одни киномены, но и далекие от искусства люди, способные умело управляться с товаром. Например, в России есть несколько крупнейших прокатчиков, работающих с так называемыми «мэйджорами» (главными голливудскими студиями) по контракту: другими словами, им достаются все фильмы без разбора. О'кей, все в порядке, нормальный способ заработать деньги и заодно поспособствовать развитию проката. Но иногда, право слово, такое жуткое зло берет на людей, которые не разбираются в кино, хотя им владеют, что сдерживаться больше сил нет. Как в этом случае, когда поводом для написания колонки стало издание фильма Пола Томаса Андерсона «Любовь, сбивающая с ног» на видео.

Одна из прокатных компаний регулярно выпускает в России разного рода развлекательные фильмы. Триллеры, боевики, фильмы ужасов, лирические комедии. Американские, разумеется. Таким фильмам не нужно мнение критиков, они берут постерами и растяжками на всех углах, роликами на музыкальных каналах и розыгрышами билетов на музыкальных радиостанциях.

Скажем честно: даже не будь этого, все равно прикормленный зритель, как загнилотиженный кролик, потащился бы в ближайший к дому кинотеатр, дабы скрасить очередной выходной. И на здоровье. Просто так случилось, что этой компании — вот так, в общем пакете — достался выдающийся фильм.

Пол Томас Андерсон — молодой американский режиссер, ставший фаворитом фестивалей и умной публики сразу после первого фильма. Следующие, «Ночи в стиле буги» и особенно «Магнолия», принесли ему крупнейшие награды (в том числе «Золотого медведя» в Берлине), международное признание и номинации на «Оскар». Новая картина, «Любовь, сбивающая с ног», была показана год с лишним назад в конкурсе Каннского фестиваля, где президентом жюри был Дэвид Линч, и получила престижнейший приз за лучшую режиссуру.

Заслуженный приз. В большинстве европейских стран картина была выпущена на широкие экраны, заслужила лучшие отзывы самых авторитетных изданий, окупала свой скромный бюджет. Как это и происходит с подобными талантливыми картинами. Но в России фильм миновал кинотеатры и вышел на видео — сразу. Тихо, незаметно. Вероятность того, что адресная аудитория Андерсона найдет его и посмотрит, близка к нулю. Другими словами, картину можно считать заведомо и заживо похороненной.

Предыдущий шедевр Андерсона, «Магнолия», несмотря на трехчасовую хронометраж и сложную драматургическую структуру, шел в самой крупной на тот момент сети российских кинотеатров — «Империи кино». Потому что выпускали ее люди, разбирающиеся с ног», возможно, тоже люди компетентные, но в этом случае приходится констатировать, что кинематограф им до лампы. Новая работа Андерсона длится всего полтора часа и решена в жанре романтической комедии — идеальный жанр для проката.

В главных ролях заняты не только замечательные любимые артисты режиссера Луис Гузман и Филипп Сеймур Хофман, не только звезда «Расекая волны» Эмили Уотсон, но и поставленный в центр популярный комик (и, как неожиданно выясняется, незаурядный актер) Адам Сэндлер. Спрашивается, почему ерунда под невыносимым названием «Как отделаться от парня за 10 дней» идет по всей стране, почему идиотская комедия с тем же Сэндлером (!) «Управление гневом» заполняет собой абсолютное большинство кинотеатров, а по-настоящему выдающаяся картина проходит мимо?

Широкий зритель мог бы пойти в кино на одно только имя и уморительную рожу Сэндлера. Публике ни к чему было знать, что саундтрек был написан для подготовленного фортепиано, что вместо титров использованы авангардные видеoinсталляции, что монтаж доведен до совершенства, что семерых сестер главного героя играют непрофессиональные актрисы, что диалоги создавались под очевидным влиянием Кафки и театра абсурда.

Публика могла бы попросту пойти и посмотреть очередную умильную историю о двух не подготовленных к жизни бедолагах, которым суждено встретиться и полюбить друг друга. Даже прослезиться в финале. Сделать хорошему фильму приличную кассу — в кои-то веки! Не взяла бы крупная сеть — с руками бы оторвали независимые кинотеатры, запросто катающие самое экзотическое кино, от тайландского до исландского. Но ничего этого не случилось.

Жизнеописание незадачливого и чрезмерно сентиментального производителя вантузов в синем костюме, которого «кинула на бабки» фирма услуг секса по телефону, останется достоянием понимающих единиц. Вот и говорите после этого об элитарном искусстве, щеголяя штампом «кино не для всех», — аудиторию-то ограничивают те самые люди, которые должны были позаботиться о выгодной продаже продукта.

Поневоле делаешь вывод: раз их самих кино с ног не сбивает и не любовь, а выгода связывает их с этим бизнесом, может, они нарочно не хотят показывать зрителям те фильмы, которые не укладываются в концепцию легкого ненавязчивого развлечения? Насильно мил не будешь, это ясно. Понятны и мотивы одного из «мэйджоров», студии Warner Bros., которая вдруг решила не продавать крупный пакет привычным российским партнерам, а распределить его между двумя независимыми, более скромными компаниями, известными своим пристрастием к фильмам, существующим не только для заработка. Это бизнес, но не простой, а, как поется в песне, «по любви». Сбивающей некоторых с ног.