

Роман КАЧАНОВ: «Какой будет бюджет, такая будет и история»

К Роману Качанову можно относиться по-разному. Его армейская комедия «ДМБ» вызвала целый шквал негативных отзывов критиков, но при этом собрала урожай призов на фестивалях, а главное, стала всенародным хитом. С последней лентой режиссера — «Даун Хаус» по роману Достоевского «Идиот» — ситуация повторилась. Фильм обзывали последними словами, и эпитет «спорный» — самое из них мягкое. При этом все как один признавали нестандартность подхода к классическому материалу, а режиссера записали в авангард отечественного кинематографа.

Артем РЯЗАНЦЕВ

— Роман, а вы сами относите себя к нашему новому кино?

— Относят в основном меня. После «ДМБ» меня записали в фольклористы в хорошем смысле слова, а сейчас, после «Даун Хауса», объявили чуть ли не главным новатором. Ни того, ни другого я, честно говоря, не ожидал. Поэтому отношу ли я себя к новому кино? Да нет, я себя скорее к старому кино отношу.

— По вашим же словам, у вас три с половиной фильма. Полтора были в самом начале 90-х, а «ДМБ» и «Даун Хаус» появились только недавно. Промежуток же был заполнен рекламой...

— Да. Связи в рекламном мире я

вел беспорядочные. Собственно, я и в рекламном мире-то не был, я просто снимал. Меня вызывали какие-то фирмы — большие и очень большие — и говорили: снимите-ка нам рекламу для Америки. Тогда это звучало очень серьезно. Но знаете, реклама — это очень хитрая вещь, под ней ведь не расписываешься, и поэтому можно делать что хочешь. Естественно, исходя из пожеланий заказчика, из собственных принципов и из материальных возможностей. Это все равно что делать табуретки... Хотя иногда даже на табуретках ставится клеймо, к примеру, «мастер Иванов».

— Насколько я понимаю, реклама куда более доходное дело, чем кино. Так стоило вообще возвращаться?

— Здесь все достаточно условно.

К концу фильма истощаются всякие моральные и материальные ресурсы, и кажется, что больше потратил, чем заработал. Да, наверное, так оно и есть. И опять же нет возможности понтов намолотить или какую-то халтуру сделать — кино отнимает все силы и время. Поэтому логично, что режиссер должен много получать. А то, что у нас все немножечко сдвинулось в этом смысле — за что много платят, за что мало, — так это уже не первый день.

Опять же как тратить деньги. Что такое реклама? Реклама — это периодически возникающие гонорары. На гонорары жить можно, но тогда надо держать себя в очень строгом теле. Потому что тут же возникает желание гонорар потратить, а когда следующий появится, никто никаких гарантий дать не может. Поэтому вроде как денег больше, а на самом деле их и не больше...

Я думаю, более доходное дело — нефтью торговать. Хотя если поговорить с нефтяниками, тоже могут выясниться разные нюансы.

— Все киношники жалуются на безденежье. Как вы находите средства на свои фильмы?

— Тут как посмотреть: я нахожу деньги или деньги находят меня. Денег никогда не бывает достаточно, их всегда не хватает. К тому же в производстве фильма их не хватает не тебе одному, а еще 60—70 сотоварищам и сотрудникам. Как находятся? Я, например, знаю, что «ДМБ» дал серьезный толчок не только моим фильмам, потому что это был доходный проект. Много на него было истрачено или мало — это тоже как посмотреть, но фильм получился и невысокозатратный, и хорошо пошедший, и совершенно независимый ни от олигархов, ни от государства. Может, после этого немножко проще стало искать деньги.

— А зависит качество фильма от его бюджета?

— Это очень индивидуально. Иногда бюджет может очень повредить какой-то истории, а на другую историю бюджет не повлияет. В реальности все наоборот: ты представляешь, какой может быть бюджет, и уже под него делаешь историю. Поэтому я часто сталкиваюсь с ситуацией, когда мне говорят: а какая у тебя история? Ну история-то у меня одна — моя, а какой у вас бюджет, товарищи продюсеры? Они мне: вот какая у тебя история, такой будет и бюджет. В реальности так не бывает. Какой у вас будет бюджет, такая у меня будет и история.

— На сегодняшний день вне конкуренции «Сибирский цирюльник» с его 35—40—45 миллионами долла-

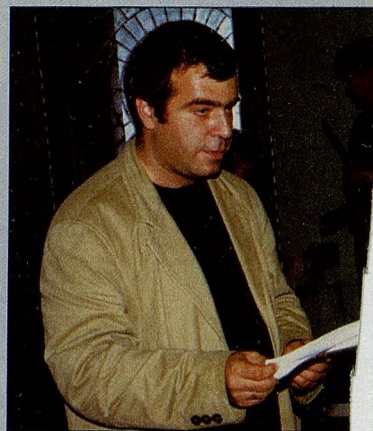
ров. Стоило, по-вашему, тратить на него такие деньги?

— Не я тратил, поэтому не знаю, какая была реальная цифра. А с другой стороны, он же был прозападно ориентированный, там иностранные актеры играли, а для «туда» это в принципе нормальная сумма.

— А если бы у вас был такой бюджет, какая была бы история?

— Это вопрос, конечно, на засыпку. Наверное, пришлось бы делать тоже какую-то буржуйскую. Чего делать с таким бюджетом у нас, не очень понятно — в стране просто нет такого количества денег, чтобы они вернулись в виде билетов, платы за кассеты и так далее. Наверное, надо было бы тоже звать флибустьеров разных, варягов и прочую шуштуру и делать глобалку. Хотя если глобалка делается изначально, то она скорее всего не получается.

Хотя я еще и не очень старый, но помню доперестроечные времена, когда говорили, что если фильм совместный, значит, он плохой. Тогда, помните, делали советско-американские, советско-бразильские, советско-аргентинские проекты, и, как правило, они были говно. Они тоже были ориентированы и туда, и сюда, и нашим, и вашим, и с художественными достоинствами было плоховато. Поэтому, если бы у меня был такой гигантский бюджет и я делал бы совместную постановку с каким-нибудь американским жуликом, в результате получилась бы такая же байда. Или на-



до было бы ехать туда, плотно сидеть где-нибудь на ферме в Айове и делать уже совсем американское кино. Хотя не исключено, что та же самая байда бы и получилась.

— Ваши фильмы — это стопроцентные комедии, даже из «Идиота» Достоевского вы сумели сделать смешной фильм. Это гражданская позиция такая?

— Может быть, я сейчас буду выдавать секреты мастерства, но мне

МК 5 января - 2001 -
2 сент. - с 14-15.



Современные князь Мышкин (Сергей Бондарчук) и купец Парфен Рогожин (Иван Охлобыстин).

кажется, что на фильме человек должен или смеяться, или плакать. Должны быть эмоции какие-то выражены. Смех — самая сложная в этой ситуации эмоция, попросить человека смеяться просто так очень сложно, если ты его не щекочешь. Поэтому местами в моих фильмах может быть смешно, но под смехом существует какой-то другой слой, какая-то горечь, какие-то мысли.

— Две последние работы вы делали с Охлобыстиным, потому что вы друзья или потому что нет лучше Охлобыстина сценариста?

— Во-первых, потому что сценариста лучше Охлобыстина я на сегодняшний момент не вижу. Во-вторых, самому писать очень не хочется, поэтому ищешь человека, который мог бы максимально тебя дополнить и выразить то, что ты хочешь сказать. Если режиссер будет еще и писать сценарий, не исключено, что к середине фильма у него все это будет вызывать дикое отвращение.

А с Ваней мы действительно давние друзья. Не то что мы живем в соседних квартирах и никак расстаться не можем, мы расстаемся, довольно часто и надолго, и даже как-то не очень друг по другу грустим. Но по работе мы с ним сталкивались еще в отроческие времена, когда, кстати, я ему какие-то сценарии писал. Потом он стал писателем, а я читателем. И для себя я лучшего сценариста не вижу. Хотя работать с Иваном сложно, и слухи, что так уж все зашибись, тоже сильно преувеличены.

— В "Даун Хаусе" большую роль играет саундтрек. Это дань моде?

— По поводу моды я слабый специалист. До сих пор получалось, что я не гнался за модой, а даже ее немножечко делал. И потом, как коммерческое предприятие саундтрек не имеет смысла. Как иностранное слово это красиво. "Что ты делаешь? — Саундтрек!" А вообще, в кино музыка играет довольно большую роль, как и ее отсутствие. Мне кажется, что для "Даун Хауса" музыка была

вызвал. Мало еще времени прошло от "ДМБ" и "Даун Хауса", очень интересно было бы посмотреть эти фильмы лет через пять.

Про себя говорить как-то неудобно, но нормальный срок для кино лет двадцать-тридцать. Просто есть кино, и есть кино. Временем все это проверяется, больше ничем.

— Понятно, что наши фильмы конкурировать с западными не могут. А в состоянии они конкурировать с нашим же кино тридцатилетней давности? Что будут смотреть через двадцать лет — "Даун Хаус" или "Чебурашку"?

— У меня сейчас детишки, которых не обманешь, — полтора и два с половиной года, и они требуют "Гену". И



очень нужна, чтобы народ понял ритм истории. И во-вторых, чтобы не думал про Достоевского и переживал все ассоциативно, а не логически.

— Для каждого фильма есть срок, когда он интересен, своевременен, востребован. Сколько будут жить ваши ленты?

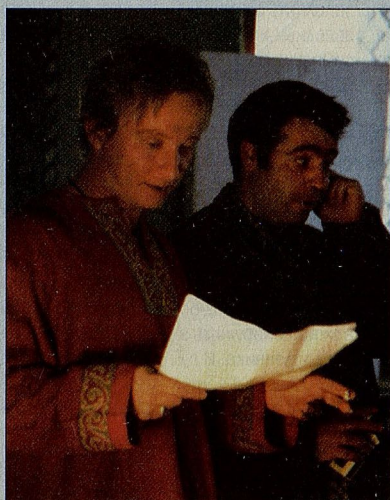
— Это очень серьезный момент. Когда фильм востребован и своевременен, все ясно, но только через несколько лет выясняется, как он смотрится. Я, например, недавно пересмотрела свой первый фильм "Урод", кстати, тоже по сценарию Охлобыстина, и отвращения он у меня не

потому что это семейная реликвия (этот мультфильм сделал отец Романа мультипликатор Роман Качанов-старший. — А.Р.). Конечно, дети, я надеюсь, будут просить "Чебурашку", а наши фильмы будут смотреть люди постарше. Но я так загадывать не берусь — дожить бы, посмотреть бы.

— Как главный новатор скажите, что будет с нашим кино еще через десять лет.

— Что будет с кино через десять лет, подумать страшно. Потому что при нынешней скорости развития технологии оно будет сильно связано с Интернетом и с какими-то пластмассовыми людьми. Через десять лет должны открыть лекарство от всего, поселиться на Марсе, а кругом должны выпасть снега по пояс. Но если всего этого не случится или случится в разумных пределах, то с кино все будет в порядке.

Ведь кино тоже меняется, и не только в технике. В ритме фильмов, во взаимоотношениях героев, в звуке, в голосе актеров, в восприятии заграничных и своих фильмов. Кино будет меняться вместе со всем остальным. Главное, дожить, и чтобы нас каким-нибудь цунами не накрыло.



НАШ ЭКСПЕРТ

Игорь КОКАРЕВ
шеф-редактор газеты Союза кинематографистов "СК-Новости", кандидат философских наук, доцент ВГИКа, автор книг "Кино как бизнес", "Российский кинематограф: между прошлым и будущим" и др.

— Частные инвесторы вкладывают деньги в кино по трем основным причинам:

1. Романтический ореол самого кино. Эта причина была действенна на заре рыночной экономики. Частному инвестору было приятно прикоснуться к самому процессу, засветиться на публике, получить благодарности. К тому же можно снять в своем фильме жену, ребенка. Или за месяц путешествия на шикарном теплоходе снять фильм и в процессе вкушать романтику участия в киномбизнесе.

2. Вера в прибыль в десятки тысяч процентов. Этот соблазн будет в кино всегда. Например, "Брат-2" хорошо вернул вложенные в него деньги, и не только он. Картину с бюджетом в полмиллиона-миллион долларов достаточно продать на зарубежное телевидение, и вы уже возвращаете полбюджета. А ведь есть еще видеорынок и телатральный прокат. Сейчас в сотне современных долби-кинотеатров уже можно собрать сумму, близкую к затратам, а вскоре можно будет говорить и о прибыли.

3. Отмыывание денег. Кино, как никакая другая отрасль, позволяет спрятать наличность в десятки статей бюджета. Процент усушки и утруски здесь очень соблазнительный. Собственно говоря, в США в 60-х годах тоже немало фильмов снималось на деньги мафии. А у нас тот же закон о благотворительности, снимающий благотворительный взнос на культуру с налогооблагаемой базы, позволяет перечислять на счета киноорганизаций большие средства, а после обналичивания 60—70% суммы забирать обратно. То есть на кино идут 30—40%, которые "меценат" и так бы заплатил в качестве налогов. Если говорить языком современной теневой экономики, это типичный откат.

Но сейчас утверждается тенденция, возвращающая кинематограф к советским временам, — государство наращивает прямое финансирование кино. Кроме того, государство вкладывает деньги в реконструкцию кинотеатров и создает свою систему проката, которая опять будет работать не на прибыль, а на пропаганду. Обиднее всего, что с начала реформ кинематографисты выступали застрельщиками свобод, но, испугавшись рыночных отношений, быстрее смекнули, что государство-то более надежный инвестор. И захотели в стойло.