

«КИНО — В ЗНАЧИТЕЛЬНОЙ СТЕПЕНИ ЛОТЕРЕЯ»



В ночь с 4 на 5 марта в Лос-Анджелесе пройдет 90-я церемония вручения наград премии «Оскар». Сколько стоит снять оscarоносное кино, «Деньги» поинтересовались у известного российского кинорежиссера, сценариста, кинопродюсера, генерального директора, председателя правления киноконцерна «Мосфильм» Карена Шахназарова.

6ытует мнение, что гениальный фильм гениальный режиссер с гениальными актерами может снять буквально за копейки. Сколько на самом деле нужно денег, чтобы снять оscarоносную картину?

— Хороший, качественный фильм действительно можно сделать и за небольшие деньги. Многое зависит от темы фильма, задач. Но деньги все равно имеют значение. Я в свое время снял «Курьер» за очень небольшие даже по меркам СССР деньги. И он стал и популярным, и фестивальным. Но четкого закона нет.

Можно вспомнить американскую картину Денниса Хоппера «Беспечный ездок», у которого бюджет был сравнительно небольшим, но картина стала знаменитой. На мой взгляд, в пропорции деньги/качество все-таки нет закономерности. В кино очень дорогая в производстве картина может оказаться действительно очень хорошей, а может быть дорогой, но ужасной.

— Из чего же складывается бюджет хорошей картины?

— У американцев большая часть бюджета фильма уходит на гонорары звезд. У нас бывают высокие гонорары, но вознаграждение наших актеров, даже самых дорогостоящих, не идет ни в какое сравнение с голливудским.

Бюджет картины зависит и от того, о чем она. Если картина постановочная, где много масок, военных действий и различных декораций, то это, конечно, весьма и весьма затратно. Исторические картины обычно стоят дорого. Много денег требуется, если в картине много компьютерной графики, например красочные бои инопланетян-пришельцев. Это дорого и в Голливуде, и у нас... хотя, у нас и немного дешевле.

— На ваш взгляд, нужно ли России сегодня в принципе дорогое кино?

— Нужно. Это же индустрия. Все уважающие себя кинематографии стараются иметь блокбастеры в своем багаже. Но сделать блокбастер непросто, ведь для этого нужно иметь хороший технический состав, который способен решать поставленные задачи. Как в авиации! Хорошо делать маленький гражданский самолет, а можно (и нужно) — большой. Большой, конечно, делать сложнее и дольше, но он тянет за собой всю индустрию. Так и в кино!

Дорогой блокбастер поднимает уровень технологий всей национальной киноиндустрии. Высокий уровень технологий требует подготовки высококлассных специалистов, дает им же хорошую практику. Если же делать только дешевые мелодрамы или артхаус, то национальное кино быстро потеряет способность решать серьезные постановочные задачи, ведь в кино вопрос зрелища очень важен. Но это не значит, что снял блокбастер — и впереди успех. Кино в значительной степени лотерея.

— Что мешает кроме языкового барьера российскому кино получать широкий экран в Европе, Америке и Азии? Так ли уж различен менталитет и кинотрадиция?

— Продвижением надо заниматься! У нас нет компаний, которые занимались бы продвижением за рубежом. Каждый этим озабочен сам. К примеру, наша новая «Анна Каренина». Мы впервые в истории смогли сейчас организовать широкий прокат российского фильма в Индии. Для этого надо было приложить большие усилия. Организовали его прокат в нескольких европейских странах. Единичный пример, а это нужно делать постоянно! Чтобы закрепиться на конкретном рынке, нужно продвигать постоянно, не одну, а сразу несколько картин. А нам ведь и предложить нечего. Нужно нарастить количество фильмов. Имея в арсенале около ста новых фильмов, нельзя рассчитывать на серьезное место в мировом прокате. В мировом понятии — это отсутствие кино. Одна Франция делает 400, а у них населения гораздо меньше, чем у нас. Нам нужно увеличить число производимых картин как минимум до 250. Большие компании имеют по 100 картин, из них десятков хитов, а остальные — так себе, зато им всегда есть что предложить. Посмотрите, Голливуд производит массу картин, которые не претендуют на широкий экран, в зале при их просмотре — не более трех-пяти человек. Но ведь их снимают.

Главная же проблема российского кино — в его организации. Сегодня оно практически полностью находится на государственном иждивении. Господдержка, конечно, должна быть, но мы должны научиться зарабатывать, привлекать инвесторов. И еще сегодня в мире нет



ДМИТРИЙ АЗАРОВ

практики продажи картины, нужно идти в долю. А мы стараемся сразу продать, но в мире уже так не делается, никто не хочет рисковать, риск хотят делить.

В кино очень важны личные связи и контакты. Они нарабатываются годами. Не бывает так, что ты пришел и все сразу хотят с тобой работать. У нас, к сожалению, существует языковой барьер — мало кто из представителей компаний в совершенстве владеет иностранными языками. Это очень серьезная проблема российского кино.

— Есть ли смысл российским картинам в принципе участвовать в «Оскаре»?

— Конечно же, фильмы надо посылать на разные фестивали и конкурсы. Но у нас в последнее время появился некий нездоровый истеричный ажиотаж вокруг «Оскара». На эту кинонаграду надо смотреть объективно. «Оскар» не может быть критерием качества фильма. Посмотрите, там представлена масса откровенно слабых картин, которые, несмотря на это, получают призы. Предлагая кино на «Оскар», нужно учитывать там свою «химию», политическую конъюнктуру. Надо понимать, что для участия в «Оскаре» мало просто подать заявку, надо иметь серьезные деньги для продвижения. Картину надо показывать, надо платить пиар-компаниям, это же огромная индустрия. Как только иностранная картина выдвигается на «Оскар», вокруг нее сразу появляется масса американских компаний, практически принуждающих платить за одно, за другое. Но надо не забывать, что «Оскар» имеет коммерческое значение преимущественно для американского кино. Если фильм получил «Оскар», он сразу начинает зарабатывать деньги, его цена на американском рынке возрастает. А для иностранных победителей такая награда дает больше известности и славы. Их еще нужно уметь монетизировать. Безусловно, американская киноиндустрия сегодня сильнейшая в мире. Но если поставить цель, то и мы много можем достигнуть. ●