



Комов Юрий Александрович

Голливуд без маски.

Искусство, 1982. (отсканировано в 2010)

(Империализм. События. Факты. Документы).

В основу книги легли личные наблюдения журналиста Ю. Комова, его встречи со многими актерами, режиссерами и другими американскими кинодеятелями. В зарисовках той действительности, с которой столкнулся автор, показаны скрытые стороны деятельности Голливуда, детали механизма «индустрии» кинопроизводства в мире наживы. Это помогает лучше понять важное звено буржуазной идеологической обработки населения США и многих других стран.

Голливуд вымышленный,	
Голливуд реальный	1
Две столицы Голливуда	11
Нью-Йорк кинематографический	15
Реклама – проблема рынка	17
Лос-Анджелес безработный	25
Деловой Голливуд: агенты, звезды,	
администраторы и дельцы	34
Агенты, агенты, агенты... ..	34
Гегои, звезды и антимирь	43
Голливуд и политика, или политика по-голливудски	61
«МГМ», «Парамаунт» и другие	82
Вопреки стандартам голливуда	98
«Дикарь на свободе»	100
В двух измерениях	107
Режиссер «личных» фильмов	113
Встречи с Робертом Олтменом	117
Френсис Ф. Коппола и его «Апокалипсис»	124
Голливуд на параде и за кулисами	132
Примечания	143

ГОЛЛИВУД ВЫМЫШЛЕННЫЙ, ГОЛЛИВУД РЕАЛЬНЫЙ

В толковом словаре — все основные сведения: район Лос-Анджелеса (штат Калифорния), место, где некогда была сосредоточена основная часть американской кинопромышленности. И второе, переносное значение: Голливуд — кинопромышленность в США как таковая, ее мир, ее жизнь, все, что с этим связано.

...На холмах, раскинутые в причудливой зелени, бросаются в глаза огромные, отстоящие друг от друга на десятки метров буквы. С расстояния они складываются в знакомое слово — «Голливуд». Знаменитая «фабрика грез» рекламирует себя, постоянно напоминает всем — собственным работникам и туристам, авторам картин и зрителям — о своем существовании. Голливуду вроде бы и нельзя иначе, он был и остается по сей день многоликим символом Америки: это и «творческий Олимп», и «место, где люди продают за золото душу», и «среда, в которой гибнут таланты», это и деловое предприятие, часть огромного шоу-бизнеса.

В Голливуде творят художники и профессиональные халтурщики, Голливуд богат талантами и агентами по их продаже. Голливуд начинен дельцами, которые ворочают миллионами. В Голливуде работают самые разные актеры — звезды и статисты.

Голливуд, шумный, пестрый, зависший в крике, как яркая реклама,— это фасад. Тихи и неподвижны аккуратные улочки Беверли Хиллз, обители звезд, и покрыты невидимой пылью времени павильоны и съемочные площадки в Бербенке и Универсал-сити. Студия «Юниверсал пикчерз» — не является исключением, хотя выглядит оживленнее других. Этому помогает нескончаемый поток туристов: шумны маршруты экскурсий, ни на минуту не умолкают хорошо тренированные гиды, весело бегут по асфальту переполненные «трамвайчики», заинтригованные посетители ждут, что вот-вот за ближайшим поворотом столкнутся лицом к лицу с кино- или телезвездой.

Съемочные площадки действительно находятся рядом, однако массивные стены павильонов преграждают путь толпе. За кинокулисами Голливуд серьезен и сосредоточен, идет обычная работа — съемка фильма «У. С. Филдс и я».

Об известном американском комике Уильяме Клоде Филдсе, которого ставят в один ряд с Чарлзом Чаплином, написана не одна книга. Его работы в кино и на сцене изучают на искусствovedческих факультетах университетов и колледжей США. Вокруг личности Филдса в свое время ходили легенды, многие из них пересказываются и по сю пору. Актер немого и звукового кино, бродячий жонглер и одна из звезд Голливуда 40-х годов, Филдс по праву вошел в историю американского кинематографа.

«Но в фильме,— говорит режиссер ленты Артур Хиллер (автор «Истории любви», «Человека из Ламанчи» и других картин),— нас интересует прежде всего Филдс-человек, его личность, каким он был в жизни, а не на сцене».

...Из небольшого вагончика, притулившегося рядом с павильоном, выходит невысокого роста, грузный человек и усталой походкой, не спеша идет к малоприметной двери в огромном деревянном щите, составляющем часть стены павильона. Ловлю в объектив крупные черты его лица, умные глаза, большой сизый нос картошкой, искусно сделанный модным голливудским гримером Станом Уинстоном.

«Нос Филдса,— говорит на ходу Род Стайгер, исполняющий роль Филдса, видя мои усилия поймать «портрет»,— часть его истории, он у него такой не от пьянства, а от побоев. Мой герой прожил нелегкую жизнь».

Род Стайгер, актер хорошо знакомый советскому зрителю, чтобы вжиться в образ, прочел массу литературы о Филдсе, прослушал все пластинки с записями его выступлений, просмотрел все ленты, в которых играл Филдс. Беседы со Стайгером, условленной на конец съемки, пришлось ждать довольно долго: режиссер сделал одиннадцать дублей, пока наконец и он и актер были удовлетворены эпизодом. Здесь же, на съемочной площадке, присев у погасшего на время «юпитера» и не спеша снимая слой за слоем знаменитый нос, Стайгер говорит: «Для меня большая честь играть Филдса, но мой герой понравится не всем. К этому человеку каждый в Америке относится по-своему. Для меня эта роль одновременно и захватывающее путешествие в неизвестное, и исследование характера, и испытание творческих сил. По-настоящему никто не знал Филдса. Он вырос в нищете, знал нужду, стал актером, много и упорно работал. И всегда говорил то, что думал, даже когда стал знаменит. Голливуд ему этого не прощал — независимость здесь не в почете».

Наш разговор прерывает начавшаяся суэта приготовлений к съемке следующей сцены. Артур Хиллер дает последние указания актрисе Валери Пэррен, играющей вместе со Стайгером. В перерыве прошу актрису сказать несколько слов о ее героине. «Эта роль отличается от всего, что я играла раньше,— говорит Пэррен.— Не часто приходится создавать лирический образ женщины: моя героиня невинна, чиста... В Голливуде сегодня очень редко снимают фильмы, где есть полноценные женские роли. Приходится приспособливаться».

Одним это удастся, другим — нет.

...Его звали Фредди Принц. В свои двадцать два года он, по американским стандартам, казалось, достиг всего. На телевидении с огромным успехом шла программа «Чико и человек» с его участием.

Администрации крупнейших голливудских студий приглашали Фредди сниматься. Он выступил на концерте в Вашингтоне перед

членами конгресса и самим президентом. «Разве можно желать большего?» — спрашивали американские репортеры читателей.

Талантливый актер заметили в 1973 году в одной из телепередач. Яркий темперамент, жаргон пуэрториканца, поданные в голливудском стиле, сразу нашли широкую аудиторию. Дальнейшее было делом «звездной» техники. Из Фредди усиленно делали стандартного голливудского принца. Актер как личность не интересовал никого. Продюсеры рассматривали талант прежде всего как товар. Фредди-клоун, веселящий американскую публику, — вот что, по их мнению, можно было выгодно продать.

Сам Принц, однако, хотел большего. Актер стремился рассказать о том, что происходит в Соединенных Штатах с «маленьким человеком». Будни и праздники его героев были правдивыми зарисовками из жизни обитателей бедных кварталов, тех, кто, существуя в трущобах, сохраняет свое человеческое достоинство.

Актер любил ассоциировать себя с близким ему героем — простым и открытым пуэрториканцем Чико. «Он оптимист по натуре, — говорил Фредди, — у него грандиозные планы, и он трудолюбив. Но все, что происходит вокруг него, так горько». Как раз это «горько» и не устраивало продюсеров. Они укладывали талант Фредди в привычные рамки шоу: за шутками и репризами старались спрятать все, что могло насторожить зрителя, заставить его задуматься.

Джек Албертсон, коллега Принца, вспоминает: «Все вокруг угнетало Фредди. Временами он пытался шутить, смеяться, потом снова впадал в депрессию». Так пришла мысль о самоубийстве. Актер не раз говорил об этом с друзьями. В конце концов голливудский принц, вокруг которого возник фальшивый ореол удачи, пустил себе пулю в лоб. Он не нашел места в голливудском мире лживой беспечности, где все понятия искажены до неузнаваемости.

В оставленной им предсмертной записке говорилось: «Не могу больше тянуть эту лямку».

Принц умер, но остался жить его «двойник» — Тони Орlando часто путали с Фредди. У двух друзей было много общего — латиноамериканское происхождение, бурный темперамент; изнуряющая работа, колоссальные перегрузки в «звездном мире голливудской невесомости», постоянный психологический стресс, нескончаемый трудовой марафон давали себя знать. Какое-то время Орlando еще работал по инерции, но кризис наступил: во время очередного выступления Орlando сказал зрителям, что покидает эстраду ради того, чтобы выжить. Голливуд ломает людей, втягивает намертво в свою систему, хотя и может поначалу показаться, что все так просто в этом «прекрасном мире кино».

Сам по себе Голливуд — это не строго ограниченный географический район, хотя и существует такой почтовый адрес. Слово «Голливуд» вызывает многочисленные ассоциации (смесь

слухов и фактов, вымысла и хроники), значительная часть которых, вероятно, связана с понятием «развлечение». Голливуд действительно — часть так называемой «индустрии развлечений», обширной отрасли бизнеса, функционирующей в США на равных с другими. На первый взгляд Голливуд вроде бы выполняет в системе большого капитала роль этакого массовика-затейника и его обязанность — лишь в том, чтобы отвлекать от серьезных проблем, которых достаточно в сегодняшнем мире. Но не следует забывать, что Голливуд выступает и как один из проводников буржуазной идеологии. Потому-то направленность всей продукции далеко выходит за пределы простой развлекательности. Конечная цель состоит в воспитании лояльных членов общества потребления, в растлении духовности, размывании сознания.

Предлагаемые читателю рассказы о Голливуде возникли не вдруг, они результат шестилетнего пребывания автора в США, ежедневного общения с американцами, знакомства с американской культурой, американским образом жизни. Впечатления, накапливавшиеся день за днем, подтверждаемые или опровергаемые самими американцами, суждениями печати, критики о тех или иных актерах, режиссерах, их фильмах, с которыми была возможность знакомиться, встречи и беседы с работниками кино, голливудские «картинки», запечатленные в памяти, на пленке, в блокноте, на магнитофонной ленте, позволили проникнуть за кулисы, постигнуть процесс кинопромышленности. Наблюдения автора как бы проецируются на экран кадр за кадром, как цветные диапозитивы. И спадает маска, Голливуд перестает быть заморским чудом. Это уже определенное состояние ума, существующее в Соединенных Штатах везде, где живут и работают люди, связанные с кино. Голливуд — это и своего рода пояснение к американской культуре и американскому обществу.

Но начнем с самого простого — исторической справки. В 1894 году некто по имени Горацій Гендерсон Уилкокс, приехавший из Канзаса, купил под Лос-Анджелесом 120 акров безжизненной, засохшей земли. К 1903 году здесь был уже небольшой городок, в 1910 году жители выступили за включение его в рамки Лос-Анджелеса.

В это же время начинают появляться на западном побережье США первые кинопредприятия. Большая часть из них переселялась с востока, из Нью-Йорка, — особенно часто рассказывают в этой связи историю об «исходе независимых продюсеров», тех, что не входили в девятку киноселизм («Эдисон», «Байограф», «Вайтаграф», «Эссеней», «Калем», «Селиг», «Любин», «Патэ фрер» и «Мельес»), составивших так называемую «Компанию патентного кино», образованную в 1908 году. Чтобы легче было избежать встреч с агентами первого киноконцерна, «независимые» покинули восточное побережье и осели неподалеку от мексиканской границы, в 2901 миле от Нью-Йорка. (Цифру эту иногда называют в

Голливуде «психологической дистанцией», имея в виду как бы условные границы киногосударства, раскинувшегося от Нью-Йорка до Лос-Анджелеса.) Первой перебралась на запад «Нью-Йоркская кинокомпания», приобретшая в 1909 году землю в Санта Моника и начавшая на новом месте активное производство вестернов. Уже к 1912 году фирмы «Компании патентного кино» выпускали не всю кинопродукцию, а лишь чуть больше половины. Остальные ленты делали «независимые». Заметим, что термин этот — «независимые», — появившись на заре американского кинематографа, сохранился до сих пор и означает лишь самостоятельные деловые предприятия, работающие по собственному циклу, но имеющие выход на тот же коммерческий рынок и руководствующиеся законами этого рынка.

Итак, «независимый», а затем и «патентный» кинематограф постепенно осваивали Калифорнию. Кинофирмы, однако, открывая студии на западном побережье, часть деловых операций продолжали вести на Манхэттене или Лонг-Айленде. Довольно распространенной практикой было сохранение деловых офисов в Нью-Йорке, при том, что создание фильмов концентрировалось в Лос-Анджелесе.

Некоторые американские киноведы склонны полагать, что в тот период начальной истории Голливуда «денежные люди, — как пишет, например, автор книги «Америка, которую сделали фильмы» Роберт Склар, — остались на востоке, тогда как творческие работники перебравшись на запад»¹. Это, конечно, довольно упрощенный подход к вопросу. И творческое и деловое, и искусство и бизнес в американском кинематографе пытались (пытаются и сейчас) идти рука об руку и в Нью-Йорке и в Лос-Анджелесе, в Голливуде в целом. Когда в 20-е годы кинопроизводство в США стало стремительно расти, кинокомпаниям, значительная часть которых действительно перебралась в Лос-Анджелес и его окрестности, понадобились большие средства на производство картин, постройку кинотеатров и т. д. Деньги эти предоставляли банки, штаб-квартиры которых, как правило, располагались в Нью-Йорке, признанном деловом центре.

Постепенно продюсеры попадали во все большую материальную зависимость от бизнесменов, а те в свою очередь вкладывали все большие средства в новую, быстро развивающуюся промышленность, которая давала хорошую прибыль. Финансовые учреждения и киностудии находили точки соприкосновения, шло активное взаимопроникновение (часто сопровождавшееся реорганизацией студий, перегруппировкой их самих и их связей с деловыми кругами²). Кинопромышленность в США завоевала на рынке сбыта довольно прочные позиции, и слава Голливуда пошла путешествовать по свету. Возникла легенда: о Голливуде стали думать как о городе, в котором сбываются все мечты. А вот кого

поселил на этой «земле обетованной», распределив всех обитателей по категориям, американский киновед Гарсон Канин:

«Магнаты и авантюристы.

Звезды и кордебалет.

Влюбленные и секс-символы.

Окрыленные надеждой и утратившие ее.

Халтурщики и гении.

Люди творческие и люди деловые»³.

Это как бы профессиональный и психологический срез Голливуда, породившего условия, при которых, как заметил американский писатель Бад Шульберг, «бизнес стремится стать искусством, а искусство постоянно пытается достичь стандартизированной эффективности бизнеса»⁴.

Искусство или бизнес? В самих Соединенных Штатах, в отраслях индустрии массовых развлечений до сих пор продолжаются дискуссии и острая полемика на тему, может ли искусство возникать в среде, основной целью которой является получение максимальной прибыли.

Некоторые видные художники, работы которых по достоинству оценены во всем мире, своим творчеством, своим гражданским поведением стремятся доказать, что и в Голливуде работают не роботы на потоке низкопробного конвейера, а живые люди, мыслящие, честные. Но, к сожалению, не они определяют лицо Голливуда. Было бы неверно утверждать, что прогрессивные художники являются выразителями идей Голливуда, носителями его философии. И мы будем говорить в основном не о них, а о голливудской системе — устоявшихся взглядах, узаконенных шаблонах, деловой практике, освященной традициями бизнеса.

При этом следует подчеркнуть, что голливудская система — это не только главная составная индустрии развлечений, более того, — это фундамент, на котором и сегодня пытаются создавать «американскую мечту», утверждать американский образ жизни как идеал.

Правящие круги Соединенных Штатов последовательно, целенаправленно используют все формы искусства, включая кинематограф, для насаждения в массах реакционного мировоззрения, в основе которого — антикоммунизм и антисоветизм.

Не случайно именно сейчас, в начале 80-х годов, когда, нагнетая военную истерию, противники разрядки перешли в открытое наступление на миролюбивые силы, именно сейчас голливудская продукция призвана сыграть свою роль — помочь продолжить формирование «среднего американца», обывателя, члена «общества потребления».

Голливудские бизнесмены искусно варьируют свой товар, находят все новые способы его сбыта. Они прекрасно понимают огромную роль индустрии развлечений в современной Америке.

Используя обширные возможности кинематографа, телевидения, литературы, идеологи капитализма пытаются распространить на каждого американца влияние «массовой культуры», пытаются отнять у него право мыслить самостоятельно, навязывают буржуазные идеологические стандарты, старательно маскируя их под естественную линию жизненного поведения.

Голливуд для осуществления этих планов — идеальный институт. Здесь идет обработка как потребителей, так и творцов, как зрителей, так и художников. А как разнообразны каналы, по которым идет эта обработка!

Ведь Голливуд — это не только киностудии и обиталище звезд, это еще и огромный телебизнес, и компании звукозаписи, и отделения коммерческих издательств, и туристские офисы — словом, весь «развлекательный бизнес». И кино как деловое предприятие — его составная часть налаженно действующей машины, подчиненной законам делового мира.

Индустрия развлечений — это и производитель культуры ради денег. Бернард Шоу, рассуждая о судьбах искусства в мире наживы, о промышленности, эксплуатирующей труд творческих работников, писал: «Все отрасли этой промышленности находятся под контролем бизнесменов-капиталистов. Если капиталисты позволят себе отказаться от погони за прибылью ради искусства, они не успеют и оглянуться, как обанкротятся. Погоню за деньгами нельзя совмещать со стремлением к искусству»⁵.

Заметим, что в Голливуде формально никто не принуждает работников кино трудиться лишь в рамках студий, где их деятельность легче контролировать. В Голливуде работает множество различных «независимых», и потому часто происходит путаница — «независимый» еще вовсе не означает прогрессивный. «Независимый» также пытается найти в Голливуде свое место, и место это нередко ему охотно предоставляется (чем крупнее художник, тем больше стремление привлечь его в культурный бизнес, включить в рамки официального Голливуда — пусть он получает его награды, призы, добивается его признания).

Киноработники приходят на голливудский «олимп» — и попадают в атмосферу духовного дурмана. Подготовленные всем предшествующим образом жизни, обстоятельствами капиталистической системы к восприятию голливудской «творческой философии», художники приобщаются на «фабрике грез» к таинствам отождествления культуры и бизнеса. При этом большая часть творческой интеллигенции прекрасно отдает себе отчет в том, что происходит: они утрачивают иллюзию свободы, с горечью расстаются с наивными — внеголливудскими — представлениями и понятиями. Художник пытается примирить свое «я» с атрибутами Голливуда. А это не всегда получается — отсюда так сильны у части голливудских художников антиголливудские настроения.

Конечно, честный художник пытается противостоять потребительскому подходу к искусству, внести в массовую продукцию, которой от него требуют, элементы художественности. Но при всем этом конечный характер продукции определяет капиталист-заказчик. Ибо все, что создается в Голливуде, подчинено интересам господствующего класса, законам буржуазного государства.

Социальная организация Голливуда, всей американской индустрии развлечений позволила бизнесменам захватить контроль над художниками: контроль этот с годами ужесточался, творческие ценности подчинялись деловым соображениям.

Кино в США всегда было бизнесом. 14 апреля 1894 года на Бродвее в Нью-Йорке братья Холланд продемонстрировали первые кинескопы, приобретя их у компании Эдисона. «Движущиеся образы» вызвали сенсацию, они взволновали массовую аудиторию. Поражало, что образ рождает не сам человек, а лишь его изображение. Публика выстаивала огромные очереди, чтобы, уплатив 25 центов, перенестись в другой, необычный мир. Дельцы мгновенно оценили ситуацию — началась эра коммерческого кино: развлечение для миллионов американцев превращалось в деловое предприятие для бизнесменов. Шел процесс взаимопроникновения американского киноискусства и американского бизнеса (одно не кончалось там, где начиналось другое). В Голливуде материальные отношения мистифицировались, как это происходит во всем буржуазном обществе, а отношения духовные приобретали деловую окраску.

Для первых зрителей кино казалось волшебством. Эффект «движущихся образов» связывали с эффектом мечты, с эффектом снобидения. Появлялась удивительная возможность убежать от обычного, каждодневного, обыденного. Кино становилось особенным видением мира. И этот момент в США старались выделить, старались вызвать у массовой аудитории восприятие кинематографа как развлечения, составляющего необходимый компонент жизни американского общества.

«Такая крупная отрасль промышленности, как кино,— пишет автор исследования «Америка как цивилизация» Макс Лернер,— мгновенно и непосредственно строилась на материале человеческих мечтаний... Грезы выстраивались вокруг символов, возникавших в вашем собственном воображении, ибо фильмы — это то, из чего сделана **американская мечта**»⁶ (подчеркнуто мною. — Ю. К.).

Итак, миф об «обществе равных возможностей», на который работает и Голливуд, превращается в своего рода «субкультуру»: влияние Голливуда становится все ощутимее, оно выходит далее за пределы американского общества, оно пропагандирует американский образ жизни во всем мире.

Уже с 20-х годов американские фильмы стали широко распространяться за рубежом, в 1925 году доходы от продажи лент

за границу составили 50 миллионов долларов. Именно тогда возник знаменитый лозунг «Торговля следует за кино», означавший для деловых людей, что кино — это своего рода реклама, двигатель торговли (зрители активно покупают не только сами фильмы, но и то, что видят в фильмах, — и товары и... образ мыслей!). Это признавали и сами американцы.

Таким образом, Голливуд становился творцом мифов, прославляющих общество, которое его породило. Без него уже невозможно представить себе во всей полноте «американский ландшафт». Голливуд — это как бы культура наоборот, рождающая массовую продукцию, которая в определенном смысле редуцирует личность в буржуазном обществе, навязывает ей стереотипы этого общества. Американские исследователи, правда, пытаются говорить, смягчая формулировки, о «культивировании вкусов», но сами же признают, что фактически это означает подспудное внушение взглядов и понятий, необходимых капиталистической системе.

Интересный термин встречается, например, у американского киноведа Джона Фелла⁸. Он определяет американское кино как *communal medium* — словосочетание, переводимое и как «общинное средство коммуникации» и как «коммуникативное средство общности». Иначе говоря, кино в американском обществе рассматривается как некая социальная привычка, дающая «одинокому человеку XX века» выход в толпу, чувство единения с ней.

«Развлекайтесь, как это делают все», — говорил американцу Голливуд. На полную мощь работала рекламная машина, уже к нему кино относившаяся как к искусству и массовому коммерческому развлечению. Эти два понятия сливались, по замыслу кинопромышленников, в единую кинокультуру, ставшую, скажем, в 30-е и 40-е годы, преобладающей формой культуры для многих американцев.

Важно отметить, что культура сознательно рассматривалась как продукт потребления, культура превращалась в производство псевдохудожественных ценностей, с помощью которых шло формирование сознания американца. Все четче при этом проявлялась реакциянная сущность и политическая тенденциозность «голлиудской культуры», то есть буржуазной «массовой культуры».

Голливуд нередко использовал и использует неблагоприятные приемы «психологической войны», причем ведет ее не только на внешнем, но и на внутреннем фронте борьбы за умы и сердца. Это особенно важно понимать сейчас, когда на рубеже 80-х годов весь мир стал свидетелем стремлений империализма вновь повернуть к «холодной войне».

Голливуд и в годы разрядки не прекращал распространять миф о «советской угрозе», принимал участие в провокационной кампании борьбы за «права человека»; на разных этапах своего

развития Голливуд способствовал усилению в стране правых тенденций, вносил свою лепту в создание атмосферы истерии и шовинизма. Иначе говоря, Голливуд и американская индустрия развлечений выполняли и выполняют конкретную роль по отвлечению внимания от агрессивной политики империализма, по затушевыванию губительных для народа последствий кризиса капитализма.

Исходя из этого, Голливуд нельзя рассматривать в отрыве от мира капитала, в рамках которого он существует. Хотя нельзя не признать при этом и того, что американское кино в отдельных своих произведениях достигало высокого художественного уровня — такие работы с полным правом могли называться искусством. Но и в этих случаях оно было поставлено на службу коммерции, предприятие в первую очередь было деловым. Однако не это главное. Кино это никогда не было искусством для народа, хотя всегда ориентировалось на массового зрителя.

Голливуд, таким образом, становился одним из центров псевдокультуры, где все строилось с расчетом на поточное производство (не важно, что ленты выпускают не только «блоками», но и поштучно), на стандартизацию вкусов.

В «Критических заметках по национальному вопросу» В. И. Ленин писал, что «в каждой национальной культуре есть, хотя бы и не развитые, элементы демократической и социалистической культуры, ибо в каждой нации есть трудящаяся и эксплуатируемая масса, условия жизни которой неизбежно порождают идеологию демократическую и социалистическую. Но в каждой нации есть также культура буржуазная (а в большинстве еще черносотенная и клерикальная) — притом не в виде только «элементов», а в виде господствующей культуры»⁹.

Начиная наши рассказы о Голливуде, еще раз заметим, что в США существуют очаги духовной культуры, выходящей на художественный и интеллектуальный уровень, есть в Голливуде и большие художники, крупные мастера кино (о некоторых из них мы расскажем). Но и эти художники и творческие процессы, в которых они участвуют, — все это замкнуто в капиталистической системе. И мы будем говорить прежде всего о «господствующей культуре» общества, строящего свои отношения и взаимосвязи в рамках мифа об «американской мечте». Мы будем говорить о Голливуде без маски — не только о так называемом «уникальном содружестве искусства и коммерции», которое так любят возводить в культ хозяева индустрии развлечений, но и, повторим, об американском кино как предприятии, существующем на равных с другими отраслями бизнеса.

Неизбежно поэтому, что за пределами данных рассказов останутся некоторые важные и сложные аспекты киножизни в США. В клубке явлений, имен, веяний современного Голливуда не всегда, возможно, будут глубоко очерчены отдельные фигуры.

Некоторые читатели, вероятно, скажут, что талантливые художники американского кино не только делают деньги, что кино для них — это еще и творчество. Все правильно. Хозяева индустрии развлечений абсолютно уверены, что могут купить любого режиссера, актера. Но не все продают свою независимость, творческую свободу. Отношения заказчика и исполнителя достаточно сложны, результаты их совместной деятельности по созданию фильма различны. Хозяевам Голливуда нужен «надежный товар», охотно покупаемый массовым зрителем, и в то же время товар этот должен быть необычен, оригинален. Работы «надежных художников» с хорошей коммерческой репутацией часто оказываются безжизненными. Произведения крупных мастеров кино находят большой отклик, но здесь для бизнесменов всегда есть риск потерять над таким художником контроль. И бизнесмены постоянно лавируют, применяются к обстоятельствам, не забывая о главном — получить прибыль и сохранить при этом удобное им статус-кво.

Голливуд не уложить в один стереотип — кинопромышленности, где властвуют алчные бизнесмены. Голливуд не объяснишь лишь процессом купли-продажи, как не скажешь, что это только машина развлечений. Голливуд — это все вместе: крупнейшее предприятие, приносящее огромные доходы, и пропагандистский центр буржуазной идеологии, использующий средства искусства для обработки членов «свободного общества», дабы сделать из них образцовых потребителей. Голливуд на мировой арене — это проводник культурной экспансии США, орудие империализма в современной идеологической борьбе. И Голливуд прежде всего — продукт капиталистической системы.

ДВЕ СТОЛИЦЫ ГОЛЛИВУДА

Традиционная задача — вытащить американца из дома, повести его на фильм — каждый год требует новых усилий, воображения авторов, создателей кинолент. Нелегко противостоять телевидению: оно сегодня поглотило все, к нему перешла роль информатора, наставника и затейника. За довольно короткое время голубой экран прочно занял доминирующее положение в сфере свободного времени американца. И это заставляет кинопромышленников еще упорнее искать надежные пути, обеспечивающие кассовый успех картин. В условиях «общества потребителей» аудитория, вся нация, — это большой рынок.

Потрафить вкусам и сформировать определенную покупательную способность, угодить толпе и сорвать куш на моде, на скоротечных и изменчивых настроениях — вот задача, которая стоит перед кинодельцами.

Будущие произведения формируются под влиянием законов кинобизнеса. В середине 70-х годов 35 тысяч студентов изучали в 6.13 колледжах науку рекламы теле- и кинофильмов, процессы создания массовой продукции индустрии развлечений¹. Следует отдать должное кинопромышленникам. При всем их практицизме и беззастенчивости в выборе средств продажи продукции, их деятельность приносила свои плоды: посещаемость кинотеатров, упавшая до минимума в 1966 году, стала постепенно расти. После статистических подсчетов — важного звена в формировании общественного мнения — выяснилось, что прогнозы на каждый новый киносезон выглядают все более обнадеживающими.

Большой успех части фильмов у зрителя, определяющийся кассовыми сборами², очереди у кинотеатров — такого давно не знала Америка. Что же произошло?

Анализ статистических данных показывает, что если в период 1935—1946 годов происходило неуклонное повышение посещаемости американцами кинотеатров (число зрителей выросло втрое), то затем наступил кризисный период. В 70-е годы кривая опять поползла вверх.

Это десятилетие стало также для американской кинопромышленности качественно новым периодом. В Голливуде укреплялись деловые отношения, коммерческий прокат все больше обретал черты большого бизнеса. По экранной продукции этих лет, по настроениям работников Голливуда можно судить о том, как проявлялась активность делового рынка. Голливуд, повторяем, всегда был коммерческим предприятием, но в новое десятилетие обретал новые, с поправкой на современность, на нынешний «американский образ жизни» черты.

К середине 70-х годов американская кинопромышленность переживала настоящий бум. Некоторые находки кинокомпаний сделали большие кассовые сборы. Лидировала в списке картина «Звездные войны» (1977) режиссера Джорджа Лукаса, на втором месте был фильм Стивена Спилберга «Челюсти» (1975), затем — «Бриллиантин» (1978) режиссера Рендола Клейзера, далее следовали «Изгоняющий дьявола» (1973) Уильяма Фридкина, «Крестный отец» (1972) Фрэнсиса Форда Копполы и «Супермен» (1978) Ригарда Доннера (по данным на январь 1980 года). Владельцы кинотеатров, с которыми приходилось беседовать, высказывали полное удовлетворение положением дел — страхи, по их мнению, остались позади. Однако «кризис», по суждению более осторожно подходящих к этому вопросу владельцев и администраторов студий, может повториться.

Интересно отметить, что, хотя работа над производством новых лент на крупных студиях продолжается, она ведется не так интенсивно, как прежде, — «кассовый бум» не сопровождается «бумом студийным».

«Количество выпускаемых кинофильмов резко сократилось, — говорит Джек Валенти, президент Киноассоциации Америки, —

кинокомпания пережили ужасный кризис в период между 1967-м и 1971 годами, потеряв в общей сложности 400 миллионов долларов». Нынешнее преуспевание кинопромышленности, по его мнению, — это результат перестройки Голливуда, где теперь к созданию кинопродукции подходят с «научной» точки зрения. Студии получают больший доход от меньшего количества лент³ за счет предварительного изучения рынка, точного предсказания реакции американского зрителя. Администраторы современного американского проката изучают настроения американцев, учитывают малейшие нюансы. Кинобизнесмены сейчас, признают представители деловых кругов, учатся и переучиваются, как делать фильмы на массового зрителя.

Нужно сказать, что многие деятели кино в Соединенных Штатах связывают лучшие кассовые годы с трудными временами для американцев. Историки кино отмечают, что во времена «великой депрессии», экономического кризиса 1929 года и целого периода после него наблюдалась аналогичная картина. Годы депрессии показали, какую огромную роль играет кино в жизни американцев: оно развлекало их, являлось хоть какой-то отдушиной в гнетущей обстановке экономического спада.

Энтони Доусон писал, например, в своем подробном исследовании экономических явлений, связанных с деятельностью кинопромышленности, что киноиндустрия в годы депрессии выглядела более стабильно, чем экономика страны в целом⁴. Еще раньше, в 1935 году, на страницах журнала «Форум» говорилось, что «страдания и опустошения, которые принесла депрессия, породили спрос на грезы»⁵. Продукция Голливуда находила спрос — позиции американского кинорынка укреплялись. Выполняя свои идеологические функции, «спасая» трудящихся США от опасных «раздумий», Голливуд успешно создавал и свой положительный экономический баланс.

Американцы активно покупали кинотовар. В среднем в тот период каждая американская семья расходовала на кино 25 долларов в год, и это при цене билета 10—25 центов. Сегодня каждое посещение кинотеатра обходится американцу 3—5 долларов, — нетрудно, исходя из этого, вычислить доходы кинокомпаний.

Большие сборы, возрождающаяся популярность кино, по мнению того же Джека Валенти, — это результат, скорее, не повышения качества кинопродукции, а следствие событий в реальном мире, в частности инфляции и энергетического кризиса, больно ударивших по американскому потребителю. «Энергетический кризис, — говорит он, — заставил многих людей отказаться от поездок на пляж и в другие отдаленные места отдыха, — американцы стали чаще ходить в кино».

В ходе выяснения вопроса, почему американцы вообще ходят в кино, обнаружилось, что происходит это чаще всего по двум причинам: первая — необходимость уйти из дома, сменить

обстановку, вторая — найти средство общения с большим числом людей. Основа у этого одна — усиливающееся отчуждение людей в условиях буржуазного общества.

Американец у себя дома, у экрана телевизора — это давно уже не тот человек, что, скажем, двадцать-тридцать лет назад. Все чаще одолевает его беспокойство.

Зная об этих настроениях, угадывая их, вычисляя с помощью опросов общественного мнения, видя разочарование все большего числа американцев в идеалах «свободного мира», стоящие у власти усиливают идеологический нажим, подменяя реальное существование иллюзорным. В стремлении нивелировать человеческую личность они приводят людей к внутреннему краху, к полной бездуховности. Для них вынуждены создавать все новые «наркотики», увеличивать дурманящие дозы. Власть предрержащие пытаются взять под контроль все свободное время американца и убить сразу двух зайцев — получить прибыль и показать (в том же кинематографе) картины благополучной жизни, где классовые противоречия затушеваны.

Иначе говоря, американская индустрия развлечений, Голливуд, работая на полную мощь, делают деньги на трудных временах, попутно пытаясь упрочить миф об идеальном «американском образе жизни». «В дни экономического спада и личных трагедий, — признается один из администраторов студии «20-й век — Фокс», Уильям Иммерман, — люди хотят забыться».

Итак, несмотря на общий промышленный спад, индустрия развлечений не останавливает свои конвейеры, расширяет сферы своей деятельности. Американская кинопромышленность лишь часть, но значительная часть этой индустрии. На январь 1974 года в Соединенных Штатах насчитывалось 14 650 кинозалов⁶. В 1980 году число кинотеатров по сравнению с 1970 годом выросло на 23 процента. Большая часть просмотровых залов контролировалась 700 различными корпорациями, владеющими четырьмя и более кинотеатрами.

Деловые люди кинопромышленности по возможности пытаются учитывать все, что касается зрительской аудитории. Принимается во внимание и образовательный ценз, и возраст, и социальное положение, влияние критики и т. д. и т. п. Так, президент Киноассоциации Америки заявил в 1980 году, что, исходя из демографической ситуации, согласно которой к 1985 году 45 процентов населения земного шара составят люди в возрасте 12—39 лет, увеличится соответственно и киноаудитория⁷. И бизнесмены разворачивают бурную деятельность в мире рекламы и в столицах Голливуда — Нью-Йорке и Лос-Анджелесе, где проходят все кинопремьеры, где начинается судьба фильма.

НЬЮ-ЙОРК КИНЕМАТОГРАФИЧЕСКИЙ

Каждый новый город — это целое открытие, еще одно место на земле, где ты сумел побывать, увидеть незнакомое, запечатлеть в памяти.

Тихие улочки Женевы, каналы Венеции, многоликий Париж, кирхи Вены, миниатюрный Вадуц, почти классические, но такие разные Лондон и Амстердам — Старый Свет. Когда подлетаешь к Нью-Йорку, самолет, прежде чем приземлиться в аэропорту Кеннеди, делает несколько вынужденных «кругов почета» над Манхэттеном: в воздухе Нового Света, как и на земле, движение исключительно насыщенное — век прогресса. И под вами встает вздыбленная нью-йоркская земля: шпили небоскребов «фантастического острова», хищно оскалившись, нацелены как ракеты. Сверху они маленькие и злые, когда смотришь на них снизу, с земли, молчаливые глыбы лениво уходят в небо. А вокруг бурлит улица: сирены, рекламы, толчея, набегающий приливами, разносящийся оглушительным шепотом гул толпы.

Культурная жизнь большого города пестра и разнообразна. Каждый день в многочисленных музеях, библиотеках, центрах бывают просмотры, премьеры, лекции, дискуссии.

Нью-Йорк — восточные ворота Соединенных Штатов, здесь, как правило, впервые ступают на американскую землю туристы из Европы, и здесь начинается знакомство с американской машиной развлечений. Кинематограф — ее составная.

В многочисленных кинотеатрах Нью-Йорка идут одновременно самые разные фильмы: серьезные работы и варианты поточной продукции, фильмы для детей и порнографические ленты, новинки крупных студий и ленты прошлых лет. «Кино в Нью-Йорке, — по выражению кинокритика популярного еженедельника «Виллидж войс» Эндрю Сарриса, — одна из отраслей бизнеса, которой пока не грозит банкротство».

Самые фешенебельные кинотеатры расположены на Второй и Третьей авеню, в районах 50 — 60-х улиц. Это престижный киноквартал, ньюйоркцы называют его «золотым берегом».

Не менее романтическое название — «бульвар грез» — носит район Даффи-сквер и Бродвея от 43-й до 50-х улиц: здесь расположены кинозалы, где в большом числе идут легкие, развлекательные фильмы и порнографические ленты.

Блок между Седьмой и Восьмой авеню, где в 1915 году в одном из кинозалов состоялась премьера картины Гриффита «Рождение нации», сегодня отдан на откуп владельцам порнографических кинотеатров, магазинов порнографической литературы и проституткам.

На знаменитой 42-й улице, от Пятой до Седьмой авеню один к одному, в ряд выстроились кинозалы, чья яркая реклама, горящая и

днем и ночью, предлагает зрителю самый разнообразный кинотовар: здесь и вестерн, и «фильм ужасов», и фантастика, и поделки о мастерах карате и кунг фу, «гениях дзюдо», и опять порнофильмы.

Это своеобразное «географическое» разделение кинозалов в Нью-Йорке давно принимается как должное. Здесь проходят свои «культурные границы», существуют свои гетто, значные места, кварталы, связанные с историей американского кино.

Для «интеллектуального зрителя» в различных музеях и обществах проводятся тематические кинофестивали, особенно часто — в Музее современного искусства на 53-й улице и в Музее Уитни на углу 75-й улицы и Мэдисон авеню. Время от времени составляют свои «программы для любителей» Бруклинская музыкальная академия, а также Иммигрантский музей, расположенный у подножия статуи Свободы.

Киножизнь Нью-Йорка охватывает, таким образом, разнообразные интересы, удовлетворяет все вкусы. На этом смешении серьезного и потребительского вырастает зритель, которого в деловых офисах кинокомпаний называют «массовым». В Нью-Йорке за посетителя — потенциального потребителя и источника дохода — ведется постоянная борьба; в ней участвуют все. У входа в церковь св. Томаса, как маленькая афиша, — объявление на Деревянном щите: «Добро пожаловать: зайти — отдохни, помолись, взгляни и предайся размышлениям». Внутри собора тихо и сумрачно, старинные гобелены на стенах, цветные витражи, уходящий в высоту алтарь. Скамьи для прихожан с удобны ми «карманчиками», в которых покоятся библии

А через несколько кварталов от св. Томаса в здании другой церкви, по вечерам грохочет джаз часть ежедневной программы для молодых прихожан — современные танцы. Церковники не хотят отставать от модных новинок: подобные развлекательно-зрелищные мероприятия в ходу, они — часть культурной жизни большого города, насчитывающего более полутора тысяч «мест развлечений».

Традиционно принято считать Нью-Йорк самый «либеральным» городом в США (здесь вроде бы все возможно), однако за этой либеральностью многие усматривают, и не без оснований, элементарную распущенность — вкусов, нравов, бытия.

Яркими красками переливаются рекламные щиты кинотеатров на Бродвее, 42-й улице, Третьей авеню. С них целятся в спешащий поток людей (потенциальных зрителей и жертв) из всех видов оружия, здесь бесстыдно выставляют напоказ свои «стопроцентные» прелести многочисленные киногерои. Смотрят с высоты огромного щита на Таймс сквер — самого видного рекламного места — персонажи «сенсационного хита». Прильнул к небоскребу на афише герой очередного боевика. Грохочет у подножия статуи Джорджа Вашингтона молодежный квинтет. Нью-Йоркский музей джаза вместе с городскими властями

представляет новую летнюю программу. А в Центральном парке — шекспировский фестиваль...

Искусство в Нью-Йорке, как и во всей стране, — это часть шоу-бизнеса. По мнению администраций города, насыщенная программа развлекательных мероприятий — залог его процветания. Но при решении этой проблемы дилетантский подход не годится. Члены городской комиссии по осуществлению политики в области культуры, куда вошли немало бизнесменов, говорят, что для них вопрос этот перестал быть «чисто академическим». Казна города часто бывает пуста, это серьезно отражается на состоянии культурной жизни. Вопрос в том, как свести концы с концами и выжить — в расчете на лучшие времена.

Администрация города заинтересована, например, в установлении более тесных связей с представителями кинопромышленности и привлечении съемочных групп на территорию Нью-Йорка. Для этого был создан специальный консультативный совет, в который входили известные режиссеры, продюсеры, актеры — Сидней Люмет, Дино Де Лаурентис, Элиа Казан, Кэри Грант и другие. Словом, помощников у городских властей хватало, но, несмотря на это, в пределах города не так часто проходят съемки. И это понятно: Нью-Йорк — один из самых «дорогих» городов США. Все услуги здесь обходятся значительно дороже, чем, например, в Лос-Анджелесе: на каждый миллион долларов надо накидывать еще сто тысяч⁸.

Было даже предложение ввести в городе трехпроцентный «налог на развлечение», против чего выступили владельцы всех кинотеатров (их в Нью-Йорке около четырехсот). К протесту Городской ассоциации владельцев кинотеатров присоединились члены Национальной ассоциации, «Культурный бизнес уйдет из Нью-Йорка», — пригрозили бизнесмены от кино и театра, и дело затихло. Администрация Нью-Йорка не могла себе позволить пойти на разрыв с индустрией развлечений. Нью-Йорк кинематографический тесно связан с деловым миром.

РЕКЛАМА – ПРОБЛЕМА РЫНКА

Кинорынок в США имеет свою специфику. Иностранные ленты, не отвечающие местным «стандартам», а также продукция части «независимых» авторов, не связанных с какой-либо крупной студией, чаще всего не привлекают внимания публики. Но не следует торопиться с выводом, будто американский зритель самостоятелен в выборе. Просто организаторы некоммерческих просмотров не имеют, как правило, достаточно средств на рекламу, которая давно превратилась в неотъемлемую часть «американского образа жизни». Именно реклама обеспечивает нередко громкий успех тому или иному фильму, с помощью которого Голливуд и его хозяева решают свои идеологические задачи. Реклама стала

главным в экранной жизни ленты. Реклама в капиталистических странах, особенно в США, использует сегодня все достижения науки и техники в области средств массовой коммуникации. На рекламу расходуются огромные средства (затраты только в кинопромышленности составляют 600—650 миллионов долларов), влияние ее на американского потребителя исключительно велико. Поэтому киномагнаты постоянно совершенствуют рекламу, изыскивают новые формы для приманки зрителя. Самой распространенной в последние два десятилетия (когда кино- и телепромышленность объединили свои усилия в рамках индустрии развлечений⁹) были транслирующиеся по телевидению специальные передачи, в том числе разного рода шоу-конкурсы, кино вечера, рекламирующие кинопродукцию.

Наряду с этим широко используются и другие формы рекламы, традиционные и ультрасовременные: к каким только трюкам не прибегают администраторы студий, чтобы завлечь зрителя на фильм, чтобы обеспечить сборы. Одна из наиболее распространенных — графическая реклама картины. Вот пример интригующей афиши, представляющей картину «Мир Дикого Запада»: замкнутое пространство, в котором смешались безликие роботы и люди с отсутствующим взглядом. Лента сделала неплохие сборы и в марте 1976 года с успехом прошла на экранах телевидения. А через несколько месяцев — другая реклама: распахнутая дверь из замкнутого пространства и люди, бегущие из «Мира будущего» — новой картины, продолжающей первую серию. Это «таинственное» пояснение содержания ленты. Есть примеры и более «прямой» подачи: на рекламном плакате фильма «Дракула» ленты 1979 года, являвшейся перепевом известного сюжета, изображен вампир и его жертва; текст гласит: «На протяжении истории он наполнял сердца мужчин ужасом, а сердца женщин — желанием».

В американской кинопромышленности используется и другой способ подготовки зрителя к новому фильму. Это так называемые «трейлеры», рекламные ролики, представляющие выходящую на экраны ленту. Трейлер состоит из нескольких сцен, показывающих общую направленность картины: если, скажем, рекламируется «фильм ужасов», идут наиболее «красочные» кадры. Сам фильм впоследствии может оказаться неинтересным, но трейлер, как правило, не понравиться не может.

Роберт Фабер, возглавлявший отдел трейлеров на студии «Юниверсал», объяснял, что трейлеры (от английского «trail», означающего «идти сзади» и... «прокладывать путь») всегда клеили на конце пленки демонстрировавшегося фильма: прокручивают их обычно в перерыве между сеансами. Впервые трейлеры применили в Нью-Йорке, и были они просто рисованными заставками с титрами, поясняющими содержание. «Сейчас, — говорит Фабер, — значительное число трейлеров опять делается в Нью-Йорке. Но это потому, что там работает

большинство компаний, занимающихся выпуском «коммершиалс», рекламирующих любые товары, и студии заключают с этими предприятиями договоры на поставку необходимых трейлеров».

Практика эта приобрела широкий размах. Мелкие предприятия исчезли, уступая место огромным рекламным агентствам, действующим в союзе с предприятиями индустрии развлечений. Собственные отделы трейлеров сохранились лишь на «Уолт Дисней продакшенс», «Уорнер бразерс» и «Юниверсал». Хотя последние две компании пользуются и услугами на стороне.

В 70-е годы крупные студии продолжали прибегать и к «более простым» способам подачи картины. Они могли, например, создать ажиотаж вокруг новой ленты, устроив шикарный прием для избранной публики, оставив заинтригованных обывателей поджидать на улице, когда промелькнет — от лимузина до входа — знаменитость. К такому великосветскому рауту (о котором широко оповестили не только приглашенных, но и массовой потребителя, желающего быть в курсе «жизни богемы»), к приему в честь премьеры фильма «Великий Гэтсби» (1973), администрация студии «Парамаунт», например, готовила аудиторию тщательнее, чем к «Крестному отцу» в 1972 году или, скажем, «Клеопатре» в 1963 году. На премьере, состоявшейся в одном из кинотеатров на Бродвее присутствовали семьсот знаменитостей, как писали на следующий день все газеты. Все призвано было произвести неизгладимое впечатление на потребителей, дать им коснуться Голливуда, райской сказки, подтолкнуть их к «правильному» восприятию картины.

В Нью-Йорке какой-то период были в моде 20-е годы — моду эту породил... фильм, а вернее те, кто подготовил «условия» его продажи. С легкой руки журналов для женщин и журналов мод сезон 1974/75 года явился триумфом «стиля Гэтсби»

Известное произведение крупнейшего американского писателя Фицджеральда экранизировали много раз: впервые, в 1926 году, через год после выхода книги в свет, появилась немая лента с участием Луи Уилсон и Уорнера Бакстера; в 1949 году Гэтсби играл Алан Лэдд, Дейзи — Бетти Филд. Сделать новый фильм, спроецированный в настоящее, ответить на ностальгию американцев по «прекрасной мечте», по романтической сказке — такова была задача авторов.

Администрация студии «Парамаунт» решала вопрос практически: «Великий Гэтсби» должен был стать картиной года, явиться событием. Начиная фильм, заранее знали, чего хотели: «Гэтсби» должен был повторить успех популярного фильма «История любви», картины, сделавшей прекрасные сборы, и «Крестного отца», принесшего студии миллионы. Фрэнк Яблэнс, бывший тогда президентом «Парамаунт», заявил, что «Гэтсби» станет картиной, завершающей «великий треугольник» современная лирика — насилие — мелодрама.

За сценарий картины взялся Трумен Капоте, но его трактовка показала администрацию студии чересчур «камерной». Бизнесменам хотелось, с одной стороны, несколько приблизить сюжет к сегодняшнему дню американцев и, с другой, — дать зрителю возможность «оглянуться назад и расчувствоваться», иначе говоря, необходимо было современное «романтическое ретро», фильм о красивом прошлом с минимальным, но легкоуловимым выходом в настоящее. Переложил роман Фицджеральда для кино режиссер «Крестного отца» и обладатель «Оскара» за сценарий фильма «Паттон» (лучшая картина 1970 года — бизнесмены учитывали все) Фрэнсис Форд Коппола.

Фильм, поставленный английским режиссером Джеком Клейтоном, вышел на экраны сразу 370 кинотеатров страны. Конечно, успех ленты нельзя объяснить только умелой рекламой — фильм отразил и определенные тенденции американского общественного сознания в этот период, но нельзя все же не обратить внимание на спланированную операцию подготовки зрителя и последующую кампанию за популяризацию «стиля Гэтсби», новой приманки для массового потребителя. Сделав скрупулезный анализ американского кинорынка и учитывая ситуацию в стране, тягу американцев к «светлому прошлому», специалисты пришли к выводу, что мода на «ретро», возрожденная создателями «современного Гэтсби», поможет активному сбыту фильма.

Фирма «Баллэнтайн скотч», пользуясь правом финансового «соавтора», каждый день давала по телевидению с промежутком 15 минут рекламу «вечера у Гэтсби — Баллэнтайн был на них». Времена «сухого закона» в США, расцвета бутлегерства ожили на экранах: под популярную мелодию из фильма рождались новые модные образы, новые имиджи, красиво запакованные для американцев: «Ах, эти беспечные люди — Том и Дейзи!»

Мода на «Гэтсби», связанная с коммерческим Успехом фильма, рождала, как это принято в кинопрокате США, новые картины, являющиеся продолжением «серии». На студии «Парамаунт» срочно завершили в 1976 году фильм по незаконченному роману Фицджеральда «Последний магнат», велась также работа над картиной «Зельда» по биографии жены Фицджеральда, написанной Нэнси Милфорд и ставшей бестселлером несколько лет назад.

Трагическая фигура американского писателя, не понятого и отвергнутого современниками, являлась теперь в представлении американского обывателя романтической и овеянной ореолом модной тайны. Мало кто вспоминает сегодня в Америке что Фицджеральд, умерший в 1940 году в возраст сорока четырех лет, последние годы жизни работа, на писательских «галереях» студии «Метро — Голдвин — Майер» («МГМ»), где любой талант эксплуатировался беспощадно, и слыл неудачником.

Специальные отделы киностудий находятся в постоянном поиске аудитории, фильтруют ее на все лады, но нередко тем не

менее зритель открывает фильм (для себя и авторов) стихийно. Так случилось, например, с лентой Фила Карлсона «Не склоняя головы». В 1973 году фильм выше на экраны Лос-Анджелеса, Чикаго, Бостона и других крупных городов (кроме Нью-Йорка) и сделал скромные сборы — поначалу он казался очередной вариацией на тему организованной преступности в Соединенных Штатах (в кино после известного «Крестного отца» гангстеризм стал ходовым сюжетом).

После небольшого перерыва ленту пустили «глубинке», в «типичных американских городках» — и вдруг о картине заговорили. Периферийная аудитория в буквальном смысле рукоплескала событиям на экране (где «средний американец» с дубиной в руках расправлялся с членами мафии). «Такого Америка давно уже не помнит», — заявил изумленный Чарлз Пратт, президент «Би-Си-Пи филмс», финансировавшей ленту. Фильм привлек внимание — и вот здесь уже администраторы от кино действовали по-деловому: мгновенно ленту пусти ли на экраны кинотеатров в Нью-Йорке — единственном городе, чья «избранная» аудитория не была еще с ним знакома. Акция удалась — успех оправдал надежды, но «если бы мы показали картину в Нью-Йорке раньше, — признался вице-президент «Би-Си-Пи» Артур Мэнсон, — сборы составили бы гроши».

С Мэнсоном согласен вице-президент прокатной организации «Синерама» Марвин Леви: пустить картину в Нью-Йорке, говорит он, дело нешуточное — лишь аренда залов обходится прокатчику, как правило, в один миллион долларов; «удачно, что картина прошла пробу в других городах» — риск был сведен до минимума.

Но все-таки он был. За примером далеко ходить не надо: сделанный, например, «МГМ» фильм «Рико» с Дином Мартином компания «Юнайтед артисте» выпустила на экраны Нью-Йорка в тот момент, когда, по мнению специалистов, шоу Мартина на телевидении пользовалось наибольшей популярностью. Лента, однако, сошла с афиш так же внезапно, как появилась, — не было кассовых сборов, эффекта неожиданности не получилось.

«Стихийность» американского кинорынка — явление, безусловно, управляемое, но до определенных пределов. Сохранить баланс, искусно используя рекламу, — значит в мире наживы обойти конкурентов, а они в свою очередь не дремлют.

Когда в конце декабря 1975 года администрация студии «Парамаунт» и компания известного продюсера Дино Де Лаурентиса торжественно, на огромном развороте газеты «Нью-Йорк тайме», уведомили американских зрителей, что «по многочисленным просьбам» работают над выпуском обновленного варианта известной ленты «Кинг Конг», это было лишь началом очередной киноэпопеи по-американски, новой спланированной рекламной кампании.

На какие только ухищрения не шли «Парамаунт» и Лаурентис, чтобы создать шумиху вокруг своего нового проекта. Они даже

выступили с предложением поставить на Тайме сквер в Нью-Йорке статую гигантской обезьяны высотой 33 фута. Ощерившись в «яростной» улыбке, сжимая в одной руке женскую фигурку, другой круша вертолет Кинг Конг возвышался бы, по замыслу кинопромышленников, над Бродвеем. Статую хотели отделать настоящим мехом, окружить защитной сеткой — круглые сутки полицейские должны были бы ее охранять.

Городские власти поддерживали идею «Парамаунт» и Лаурентиса, выдвигая, правда, при этом «встречное требование» — получения определенных средств в обмен на разрешение осуществить «кино мероприятие».

Сами же жители Нью-Йорка, однако, отвергли экстравагантную идею: районный совет, представляющий эту часть Манхэттена, отклонил «любезное» и «беспристрастное» предложение кинокорпорации. После того как это стало известно, выступил с заявлением Уильям О'Хара, директор «Парамаунт» по вопросам рекламы. Не смущаясь, он заявил, что, хотя решение жителей города несколько усложняет первоначальные планы студии, «Парамаунт» тем не менее собирается истратить на рекламу «Кинг Конга» столько, сколько не расходовала еще ни на одну картину. В течение более чем полугода перед каждой лентой, выпускавшейся «Парамаунт», шла обязательная заставка — реклама будущего фильма. И ньюйоркцев приобщили таки к «работе» над фильмом, проведя около огромных башен торгового центра несколько репетиций чучело гигантской обезьяны три дня подряд «сбрасывали» с крыши одного из стодесятиэтажных зданий. Атракцион собирал толпы.

А кампания навязывания зрителю «Кинг Конга» продолжалась. В один из августовских дней 1976 года к ней подключилась даже администрация такого некоммерческого кинотеатра, как зал имени Д.-У. Гриффита: в кинотеатре в течение некоторого времени демонстрировался прежний «Кинг Конг», фильм 1933 года, причем для привлечения внимания несколько сеансов дали по цене того времени — 10 центов за билет. Затем цена билетов вновь стала привычной — 3 доллара 50 центов.

А как только прошел этот маленький, часть большого шоу, рекламный номер в кинотеатре Гриффита, представитель Лаурентиса заявил, что старая лента изымается из проката — новый вариант должен был начать свое шествие одновременно по экранам 1500 кинотеатров в США и Канаде и 1000 кинозалов в других странах. Такой премьеры, по заявлению прокатчиков компании «Парамаунт», кинематограф еще не знал.

Критики только гадали, какой куш сорвут на этой находке кинопромышленники. При этом вспоминали кассовый успех старого варианта—ленты, знакомой буквально каждому американцу: фильм в свое время превозносили не только за «техническое совершенство», о нем говорили как о культурном событии. Исключительной популярностью пользовалась

исполнительница главной роли Фэй Рей, которая сегодня вспоминает, что после «Кинг Конга» ее непрестанно приглашали сниматься в картинах, где она становилась жертвой то одного, то другого чудовища. Более ста фильмов в послужном списке актрисы, однако помнит ее американский зритель лишь по одному...

Гигантская обезьяна вошла в сознание американцев как еще один символ национального искусства, еще одно кинобожество. Почти аналогичная история произошла с фильмом «Изгоняющий дьявола».

На эту картину мне удалось попасть лишь спустя два месяца после выхода ее на экраны. Наплыв публики был так велик, что залы не вмещали всех желающих.

Картина оставляла гнетущее впечатление. Подготовленная, наслышавшаяся о фильме самых страшных историй, аудитория была как замороженная.

После сеанса люди активно обменивались мнениями. Ведь американская пресса, играя на руку организаторам рекламной шумихи, сообщала, что после просмотра фильма некоторые шли в церковь, уверенные в том, что в них вселился дьявол, другие, напротив, обращались в «дьявольскую веру», стали интересоваться черной магией.

Увлечение американцев фильмом, спекулировавшим и на религиозности части аудитории и на «темных» рудиментах человеческой психики, создатели рекламы и кинопромышленники использовали в дальнейшем. Появлялись и появляются до сих пор аналогичные ленты — реклама рождает уже и моду на сверхъестественное, легко завоевывающую американский потребительский рынок с его разительными перепадами крайней восторженности и глубокой духовной депрессии, вызванной чувством неуверенности и беспокойства за само свое существование в этом «безумном» мире.

Словом, рекламная кампания «Изгоняющего дьявола» удалась — резонанс был, но если разобраться...

Картина сделана по шаблону: банальное начало — археологические раскопки (конечно же, на таинственном и древнем Востоке), случайная находка, символика (сцепившиеся в яростной схватке псы, древняя статуя Люцифера — и человек, противостоящие друг другу под дикими порывами ветра, несущего песок забвения). Действие фильма после вступления переносится в Соединенные Штаты в наши дни. В девочку вселяется дьявол и начинает свои дьявольские штучки: вся мебель в доме ходит ходуном, хлопают ставни, угрожающе воеет ветер, скрипят половицы, свет и тень на экране постоянно враждуют друг с другом, приглушенно звучат голоса... и вдруг адский рев — пронзительный крик жертвы... К концу фильма — всего три трупа (что очень скромно по американским масштабам), недоумевающий, но живой полицейский следователь, здоровая

девочка, получающая благословение святого отца, изгнавшего из нее дьявола, и исчезающий к горизонту «мерседес» — покачивающийся на мягких рессорах символ достатка и благополучия.

Многие в Голливуде считали, что авторам «Изгоняющего дьявола» необыкновенно повезло — фильм вышел на экраны как раз в то время, когда в стране для него созрела ситуация. Сами авторы утверждали, что уловили тягу аме риканцев к иррациональному, тягу к таинственному, необъяснимому как новому аттракциону. Но критика почти в один голос заявила, что, если бы не реклама, с помощью которой фильм сумели удачно подать, он не вызвал бы такого ажиотажа.

Следует отметить, что в ходе рекламной кампании учитывались и некоторые официальные институты и церковь, которые так или иначе должны были выразить свое отношение к фильму. Мне, например, пришлось беседовать с американскими священнослужителями, спрашивать их мнение относительно ленты, которую одни критики называли «почти религиозной», другие — «сатанински атеистической». Как и оценки критики, были разными ответы святых отцов. Церковники в самом деле не знали, как классифицировать фильм. Он был для них приемлем, ибо привлекал внимание огромной аудитории — молодежи, что особенно ценно, — к церкви, приемлем он оказывался и «с точки зрения христианской морали», но, с другой стороны, «смущал душу и сознание».

Конференция католиков США через свой отдел фильмов и вещания либерально поместила его в невинной категории «А» по сравнению с «В» (нерекондуемые, аморальные фильмы) и «С» (запрещенные фильмы).

Один из официозов американской кинопромышленности, Классификационный совет Киноассоциации Америки, также поставил картину в категорию*, фактически не ограничивавшую возраст аудитории: дети пропускались в зал в сопровождении родителей. Молодежь, несомненно, составляла большую часть зрителей, видевших «Изгоняющего дьявола».

Президент Киноассоциации Джек Валенти I в своем письме, опубликованном в газете «Нью-Йорк таймс», в ответ на обвинения некоторых кинокритиков в связи со странной либеральностью Классификационного совета писал, что в фильме отсутствуют сцены «открытого секса» или «чрезмерного насилия». Употребление «некоторых сильных выражений» (читай: отборной ругани), по мнению Валенти, «неразрывно связано с сюжетом фильма и, в общем, сведено до возможного минимума».

* Все выходящие на экраны фильмы подразделяются на четыре категории: G (general) — ленты для общей аудитории, PG (parental guidance) — картины, которые дети могут смотреть только с разрешения родителей, R (restricted) — фильмы, на которые дети допускаются лишь в сопровождении взрослых, и, наконец, «X» — фильмы либо порнографические, либо в чрезмерной степени насыщенные насилием, сексом, бранью.

Устами двенадцатилетней девочки дьявол на экране на протяжении более двух часов сквернословил и изрыгал проклятия вперемешку с рвотой. Линда Блэр, исполнительница роли Риган, так передавала свои ощущения: «Сначала, когда Билли Фридкин показал мне сценарий, я подумала: наверное, будет очень стыдно сказать все, что там написано. Но я сумела это сделать — все до строчки».

Эти слова интриговали массового зрителя, являлись рекламным крючком. А высказывания продолжались, их словно подбирали одно к другому — со стороны это выглядело совсем невинно. Тот же Валенти вдруг признавался, что своих детей на просмотр не пустит. Его взаимоисключающие высказывания помогали — собирали большую аудиторию.

Исчерпали одно — сыпятся новые цитаты, мысли вслух. Организован даже небольшой скандал (как же без сенсаций!): актриса Маккембридж, дублерша голоса дьявола, поселившегося в героине фильма, внезапно выступает с претензиями к «Уорнер бразерс», чересчур превозносящей способности юной Блэр. Все, что произносила Линда, доказывает репортерам Маккембридж, «весь этот дьявольский запас слов — мой, каждая буква каждая...» Актриса обвинила студию в том, что боясь испортить шансы Блэр на получение «Оскара», они игнорировали ее заслуги. В чем они заключались? Оказывается, говорить за девочку дьявольским голосом было совсем не легко: «Иногда, — говорит Маккембридж, — мне приходилось сдавливать шею шарфом, почти душить себя».

Защищая права Линды Блэр, режиссер Фридкин заявлял, что в большинстве сцен Линда обходилась без дублеров. Специальная электронная аппаратура создавала звуковые эффекты, использовалось множество трюков, чтобы создать у зрителя «правильное» впечатление.

Итак, американский зритель был подготовлен рекламой к фильму. Одних привлекала чертовщина, другим было интересно услышать голос Маккембридж, прибегавшей к так ярко описанным ухищрениям. Удался многосторонний, многоступенчатый охват аудитории. Сегодня такой рекламе — по деловому образцу — уделяют особое внимание все американские киностудии. Чтобы заставить зрителя раскошелиться на кинопродукцию, дельцы от шоу-бизнеса прибегают в США к утонченным приемам, варьируют их, вызывая новые реакции аудитории. Эти данные анализируются самым тщательным образом и используются в ходе подготовки и проведения следующих, очередных рекламных кампаний.

ЛОС-АНДЖЕЛЕС БЕЗЗАБОТНЫЙ

В США зарегистрировано более 8 миллионов безработных — такого не бывало со времен «великой депрессии». Согласно

статистическим данным, в ближайшие годы положение не улучшится: число безработных по-прежнему будет составлять более 8 процентов всего трудоспособного населения страны.

Нет, наверное, в Соединенных Штатах более часто повторяемого с ужасом, горечью и безнадежностью слова, чем «безработица», — все районы страны охвачены ею. Служба Института Гэллапа, проводящая регулярные опросы общественного мнения, установила, что среди все большего числа американцев распространяется паника: немалая часть населения страны — 15 процентов, — еще имеющая возможность трудиться, живет в страхе остаться без работы. Особенно эти настроения, как заверяет Институт Гэллапа, характерны для востока и среднего запада Соединенных Штатов. Специалисты уже выделяют «зоны безработицы», но вряд ли в результате такого «зонального» анализа станет лучше выглядеть картина в других районах страны. Американская пресса полна материалов, свидетельствующих о росте безработицы всюду; газеты и журналы пестрят фотографиями: очереди безработных, часами выстаивающих в надежде получить место или пособие. На лицах этих людей, в Сан-Франциско или Атланте, Чикаго или Сиэтле, — выражение отчаяния, один вопрос: где найти работу, как обрести уверенность в завтрашнем дне?

Беспечно и даже несколько легкомысленно, как может показаться на этом фоне, выглядит район Лос-Анджелеса, где люди сохранили «стоцентную» улыбку и надежду «спокойно» трудиться — ведь здесь находится всемирно известный Голливуд, «обитель талантов». Утопают в зелени шикарные виллы, спокойна вода мраморных бассейнов, отражает солнце Калифорнии и слепит холодный металл предупреждающих табличек: «Не пересекать — частная собственность». Роскошь и беспечность «сказочного» города — неотъемлемые атрибуты легенды, сочиненной и для тех, кто занят на «фабрике грез», чей труд эксплуатируется огромной шоу-индустрией, в которой занято, по данным на 1974 год, 203 тысячи человек¹⁰. Для многих легенда, перекладываемая на разный манер в зависимости от обстоятельств, является неким притягательным магнитом. В Калифорнии всегда теплее, полагает обыватель, и кроме того, там Голливуд, он процветает — как беспечны, как уверены в себе участники этого грандиозного аттракциона развлечений, работающего день и ночь.

Статистика безработицы в Лос-Анджелесе и Нью-Йорке, где сосредоточена американская киноиндустрия, далеко не утешительна — 7,3 и 6,4 процента соответственно. Работники кино и театра не составляют исключения: они стоят в очередях дня получения пособия и мечутся в поисках работы, как и все остальные. По данным Национального фонда искусств, в 1979 году более одной трети (35,8 процента) актеров в США являлись безработными¹¹.

Многие обитатели «сказочного» Голливуда, как и другие трудящиеся Америки, вынуждены были бороться за свои права. В декабре 1975 года прошла совместная забастовка членов Гильдии киноактеров и Американской федерации работников телевидения и радио, объединяющих 65 тысяч человек. В июле 1980 года Голливуд вновь прекратил работу — актеры, технические работники требовали повышения заработной платы, нормальных условий труда, протестовали против произвола администраторов, выступали за решение вопроса о предоставлении им гарантии занятости.

По данным Гильдии киноактеров, внимательно следящей за состоянием компаний-работодателей на деловом рынке, доходы телеиндустрии растут из года в год, они неуклонно увеличиваются и у Эн-Би-Си, и у Эй-Би-Си, и у Си-Би-Эс — трех «китов», властвующих на голубом экране. Если успех киноленты в Соединенных Штатах во многом обеспечивает — забудем на мгновение о рекламе — и ее новизна, то, оказывается, как утверждает статистика, у телезрителя вырабатывается привычка к встрече со старыми героями. На голубом экране телеленты прошлого года или даже десятилетней давности нередко идут с еще большим успехом. Казалось бы, что в этом плохого, но актеры остаются без работы, оказываются не у дел. Это один из «американских парадоксов».

Кинопромышленность США, как мы отмечали, претерпевает значительные изменения — времена великого Голливуда, независимого и сильного, канули в вечность. Но не забывается красивая легенда: грандиозный «ноев ковчег», пристанище талантов, продолжает свои странствия. Более тридцати лет (1925—1958) Голливуд считался столицей мирового кинематографа. В 30-е годы ежегодно выпускалось в среднем свыше 500 фильмов, в 40-е — 445¹². С 1958 года (когда кинопромышленность продала около 3700 своих фильмов на телевидение¹³) и до конца 60-х годов происходил явный спад: фильмы становились дороже, режиссеры покидали киностудии. Стало не хватать работы членам Международной ассоциации работников театральной сцены, насчитывающей 20 тысяч человек, членам Союза кинооператоров США и Канады, Гильдии писателей, объединения «Американские киноредакторы» и Гильдии киноактеров. В ноябре 1970 года Голливудский совет (он представляет интересы всех творческих союзов) провел конференцию, в работе которой приняли участие несколько тысяч человек. Главным в повестке дня был вопрос, как избежать безработицы в теле- и кинопромышленности. На конференции выступали тогдашний губернатор Калифорнии и другие политические деятели. Обещания решить проблему сыпались как из рога изобилия. Летом 1971 года положение стало настолько серьезным, что в своем «малом, калифорнийском Белом доме» с профсоюзными лидерами, представляющими индустрию

развлечений, вынужден был встретиться президент Никсон. Переговоры, как говорится, велись на высоком уровне. Новые обещания, однако, мало что изменили. В докладе, выпущенном Голливудским советом в феврале 1973 года, приводились убедительные данные о неуклонном росте безработицы среди работников искусства.

Особенно трудно приходится молодежи, уровень безработицы среди которой достиг к 1980 году самой высокой отметки — 16,4 процента. Почт 4 миллиона молодых американцев не имеют шансов на трудоустройство. Молодые кинематографисты не исключение, они прекрасно отдают себе отчет в том, что, даже получив специальное образование, не просто найти дорогу в Голливуд.

Целиком и полностью это можно отнести даже к студентам одного из самых привилегированных учебных кинозаведений США — Американском институту кино (АИК). В этот институт, расположенный в Лос-Анджелесе, ежегодно принимают (60 — 90 студентов, период обучения — два года. Но далеко не каждый желающий может позволить себе учебу в институте: в этом кинозаведении, как, кстати, и на факультетах кино Университета Южной Калифорнии и Калифорнийского университета в Лос-Анджелесе (двух других крупных центрах на западном побережье США), обучение платное — более 5 тысяч долларов должны выложить будущие студенты за возможность получить знания (во всех американских колледжах и университетах плата за обучение исчисляется четырехзначными цифрами, при этом администрация оставляет за собой право — эту поправку вы найдете в любом проспекте учебного заведения — «варьировать» эти суммы, всегда, впрочем, в сторону увеличения). В США дорожает с каждым годом все, включая знания; в 1975 году, например, студенты Университета Южной Калифорнии, занимающиеся на факультете искусств, платили по 1620 долларов за семестр, не считая дополнительных расходов.

«Мы предупреждаем поступающих,— говорят администраторы и преподаватели АИК,— о том, что они должны иметь соответствующий счет в банке, дающий им возможность чувствовать себя полноправными студентами». В обширных помещениях Грейстоун-меншен в Беверли Хиллз, где располагается АИК, для учащихся предусмотрены лишь классы и мастерские; удивление вызвал мой вопрос об общезнании или каком-нибудь «кампусе», где студенты могли бы проводить свободное время, отдыхать, обмениваться мнениями. И этому нашлось объяснение: что происходит со студентами за массивными стенами института, администрацию не интересует.

Американский индивидуализм доведен в АИК, пожалуй, до абсолюта. Каждый сам по себе, общее для учащихся — желание пробиться «наверх».

Во время одного из посещений института я услышал признания самих студентов. В ходе беседы с классом преподавателя Нины

Фош я попросил студентов рассказать о себе, и выяснилось, что только сейчас, здесь каждый из них узнал кое-что о своих однокурсниках: круг интересов, планы на будущее, подробности биографии. Хотя прошел уже год совместной учебы, студентов ничто не связывало. Общность возникала лишь на занятиях, когда преподаватели объясняли, как решать профессиональные задачи, а администрация постоянно подчеркивала, что они должны научиться мыслить по-деловому, по-голливудски, дабы не растеряться потом, не утонуть в бурных водоворотах американской жизни.

Начинающих американских кинематографистов ждет нелегкая участь, очень часто им приходится вести настоящую борьбу за существование. Найти работу по специальности, применить полученные знания после завершения учебы очень трудно. Рынок труда в США подвержен стихийным течениям и практически неконтролируем. Кинопромышленность — не исключение. Это вынуждает молодых киноработников лавировать: нередко, не видя для себя возможности работать в большом кино, они идут на «подпольные» фабрики 16-миллиметрового кино, делают, как их называют, «ленты, эксплуатирующие секс», а попросту говоря, — порнографическую продукцию.

Так или иначе, вчерашних студентов, а ныне молодых кинематографистов (работают ли они в порноиндустрии, штампуя самую низкопробную продукцию, или, если им «повезло», попадают на одну из крупных студий) объединяют, формируют их мировоззрение стандарты Голливуда, где все построено на страсти к наживе, на стремлении к славе.

«Все, что происходит с кинофильмом — до, в течение и после его производства, а также во время проката — **в совершенно нормальной** (подчеркнуто мною. — Ю. К.) американской действительности, сводится к одному, очень простому понятию — деньги». Эти слова принадлежат известному американскому режиссеру Сиднею Люмету. «Именно деньги решают судьбу картины, — продолжает Люмет на страницах книги «Люди кино», — и именно в силу фактора денег трудно найти работу молодым кинематографистам»¹⁴.

Новичков в американском кинематографе чаще других волнуют вопросы — как изыскать средства на финансирование картины, чем поступиться при торге с администраторами студий и всеми теми, от кого зависит бюджет будущей ленты. В кинопромышленности США — ни для кого давно не секрет — за широко разрекламированной «свободой мысли в свободном обществе» стоит произвол администраций студий, диктат хозяев Голливуда. Чтобы начать осуществление замысла, художник должен заинтересовать своей идеей кинобизнесменов. Если промышленник не видит «коммерческой перспективы», он отказывается финансировать работу. После двух-трех «неудач» такого плана

начинающие кинематографисты попадают в категорию «сомнительных личностей», своего рода «черный список».

Поступиться убеждениями — значит в обществе наживы получить шанс «выйти наверх», приобрести имя. В противном случае художник просто оказывается за воротами, становится «неходким товаром» на «свободном» рынке труда. Эту науку студентам втолковывают настойчиво, с первых шагов их причаляют к «правильному» пониманию пресловутой «свободы творчества».

Вот, например, что отвечает на вопросы будущих режиссеров, проходящих обучение в Американском институте кино, маститый продюсер, один из процветающих сегодня в Голливуде деловых людей Дэвид Браун. Режиссер, по мнению Брауна, должен, мягко говоря, «прислушиваться» к суждению администрации студии, продюсера, «организующего» будущее произведение искусства. Именно продюсер, говорит Браун, «избирает сюжет, затем, используя писателя, который нам подходит, мы разрабатываем сценарий без помощи режиссера. Мы не спорим с режиссером о том, как ставить фильм: если необходимо, мы заменяем режиссера».

Эта угроза-совет будущим кинематографистам тут же увязывается с генеральной темой творческого процесса по-голливудски. Коллега Брауна, бывший президент компании «20-й век — Фокс» Ричард Занук втолковывает тем же студентам, что идея любого фильма должна быть выдержана в «высококоммерческом стиле». «Основная наша цель,— говорит Занук,— создать фильм-развлечение, большую коммерческую ленту». Иначе говоря, голливудские бизнесмены не могут обойтись в кино без коммерции. Это ясно. Но это далеко не все: бизнесмены лгут, когда говорят, что коммерция ничего общего не имеет с политикой и идеологией. Развлечение в абстрактном, «чистом» виде Голливуд, как бы он это ни рекламировал, позволить себе не может. У индустрии развлечений в рамках западного мира большая, конкретная задача — сохранить благонамеренного, послушного члена общества. Итак, «сказочный» Голливуд, Голливуд, где только развлекаются,— это «рабочая легенда». Голливуд в деловой реальности, Голливуд на службе капитала — это «рабочее место», это большой бизнес, это один из пропагандистских центров, ориентирующих потребителей на то, чтобы видеть в доступных им наслаждениях весь смысл жизни.

Голливуд формирует мировоззрение американцев. И в системе воспитания профессиональных кинематографистов идет тот же процесс — здесь вырабатывают необходимые коммерческие навыки и учат основам делового Голливуда. Меньше всего, а вернее, совсем не занимаются трудоустройством будущих кинематографистов. «Трудоустройство, говорил, например, генеральный управляющий АИК Дэвид Ланни,— не входит в компетенцию института, мы не поставщики рабочей силы, наша задача — развитие заложенных в студенте возможностей».

Следует признать — студенты АИК получают неплохую подготовку, но сами же считают, что главное не в этом. Возможность установить «вязи и контакты с представителями делового Голливуда — вот основное достоинство привилегированного положения АИК в системе американской индустрии развлечений.

По американской «трактовке удачи» образование для актера не обязательно: внешние данные исполнителя и хороший агент по продаже талантов — залог успеха. Ну а режиссер, сценарист — они просто должны быть сговорчивы, должны укладывать свои идеи и проекты в рамки коммерческого проката.

Позвольте, скажет читатель, познакомившись с изложенными выше фактами, с 70-х годов индустрия развлечений процветает, растет ее аудитория, — значит, должны быть довольны и те, кто стоит у конвейера, с которого сходят художественные и документальные ленты, телефильмы, представления, вся шоу-продукция. Факты, однако, говорят другое. Даже рассказывая о сегодняшних суперзвездах, которым, казалось бы, о проблеме безработицы беспокоиться нечего, американские киноведы вынуждены отмечать, как это делает, например, Дэвид Ханна в своей книге о Роберте Редфорде, что «актеры никогда не имеют постоянной работы, это — удел бизнесменов»¹⁵.

А что до Голливуда в целом — не его звездной надстройки, — то, по сообщениям американской прессы, безработица там приняла катастрофические размеры. Нелегко приходится сотрудникам голливудского центра по безработице. С самого утра выстраиваются у здания центра длинные очереди безработных.

По данным Гильдии киноактеров, значительное большинство из 30 тысяч членов этого творческого объединения не имеют работы. Пособие по безработице, которое они могут получать в течение 26 недель, отстояв очередь в голливудском центре, не превышает 90 долларов в неделю — при том, что одна только квартплата, как правило, составляет не менее 200 долларов в месяц. Часто актерам и сценаристам, режиссерам и операторам приходится работать и официантами и разнорабочими.

Голливуд во все времена был символом волшебной удачи. И постоянно, с момента рождения «фабрики грез», существовала голливудская социальная пирамида — деньги, власть, престиж. Постоянно шла и идет борьба за то, чтобы попасть в число обитателей Голливуда. Более четверти века назад одна из исследователей Голливуда, Гортензия Паудемейкер, писала: «Статистика может давать любые данные о безработице в Голливуде, но люди запоминают лишь броские заголовки о сногшибательных доходах звезд и продюсеров... В самом Голливуде в этот миф верят абсолютно»¹⁶.

Это высказывание справедливо и сейчас. Миф об «американской мечте» — одно из самых мощных орудий буржуазной пропаганды. Жизнь развенчивает его каждый день, но

новые вариации, вырастая из ставшей уже традицией веры в удачу, продолжают будоражить сознание американцев. Голливуд как компонент «американской мечты» — это не только некое условное «географическое Эльдorado», часть Соединенных Штатов, это и часть социальной системы. Американская философия успеха — это голливудская философия. От удачи, считают и американские бизнесмены и американские работники кино, зависит почти все — и доходы студий и компаний и вознесение на Олимп. Слепой случай в Голливуде прямо-таки обожествляется, он превращен в культ, он давно стал основой деятельности индустрии развлечений. «Оседлай судьбу» — вот закон свободного предпринимательства, перенесенный в сферу искусства. Наивно было бы полагать, что вся американская кинопродукция создается только по раз и навсегда отформованным заготовкам, голливудским штампам. Так же наивно было бы утверждать, что только удача — не талант и упорная работа — приносит успех. Художественное творчество существует, но каким разрушительным образом действует окружающая среда, атмосфера общества наживы. Не всегда у художников хватает нравственной твердости, силы воли противостоять внешнему воздействию. Создатели картин, как это ни парадоксально, хотя и принимают активное участие в процессе кинопроизводства, фактически утрачивают свою независимость как люди творческие и становятся наемными рабочими. Соответственно меняется — но «шкале удачи» — и их экономический статус.

Итак, с одной стороны, как отмечал еще американский киновед Лео Ростен в своей книге о Голливуде, «в киноколонии, как и в содержании самих картин, апогея славы достиг **романтический индивидуализм** (подчеркнуто мною. — Ю. К.) — наиболее привлекательная в американской истории идея»¹⁷. «Кинокарьера, — продолжает эту мысль уже современный исследователь Голливуда Гарт Джовет, — требует не хорошего образования... но огромного куска удачи»¹⁸. Это один аспект голливудской философии. С другой стороны, как отмечает тот же Ростен, «люди Голливуда не чувствуют себя покойно даже во время успеха и долларového водопада... все это может так же легко уйти в любую минуту, как и пришло»¹⁹. Даже дав художнику успех, «Оскар», состояние, Голливуд все время заставляет его доказывать, что он сверхчеловек. Многие не выдерживают этой крысиной гонки, этого бесконечного марафона.

При этом Голливуд, как и вообще «американская удача», функционирует по жестким законам мира бизнеса, скидок не делается никому — ни звездам (которых нередко доводят до самоубийства), ни тем, кого манят надеждой вознестись на Олимп.

Условия голливудского рынка труда часто много сложнее, чем в других сферах производства. «Кино и телевидение, — вынуждена была признать в 1977 году газета «Нью-Йорк таймс», — это отрасли

промышленности, где безработица актеров и технического персонала держится на очень высоком уровне»²⁰.

Итак, актер, мечтавший покорить легендарный Голливуд, стать одной из его «коронованных особ», — в очереди голливудского центра по безработице или в роли (не на сцене, а в жизни) человека, хватающегося за любую случайно подвернувшуюся возможность заработать на существование — один из многих, чья судьба в Америке складывается по-разному в частном, но одинаково в общем. Безработный, кто бы он ни был, — это морально угнетенный, часто сломленный человек. Не так просто достаются и 90 долларов «творческого» пособия. Перед безработными открывается во всей своей непривлекательности другой мир — мир, где обитают изгои. Униженно отстояв очередь, заполнив множество анкет и справок, ответив на целый ряд вопросов, эти люди по окончании всей процедуры становятся даже для своих знакомых и друзей как бы гражданами второго сорта. Им «не повезло», они не смогли удержаться на поверхности — тем труднее теперь будет всплыть: ведь уважение в обществе наживы испытывают, лишь к тем, кто «выглядит респектабельно», имеет солидный доход. Неудачников избегают, к ним применяют карантинные меры — страшнее чумы безработица.

Население западного и восточного побережий США, всего континентального пространства между ними от Лос-Анджелеса до Нью-Йорка, вся страна переживает не лучшие времена: рабочие руки и таланты не всегда могут найти себе применение. Кинематографисты подвергаются такой же трудовой дискриминации, как и все. Они, несмотря на все разглаживание защитников «свободного» мира, либо вообще лишены права на труд, либо вынуждены производить, как отмечал еще Луначарский в «Диалоге об искусстве», «просто на безымянный базар», где, естественно, «базарное искусство задает тон»²¹. Специалисты занимаются подсчетами, приводят свои доводы, пытаются объяснить ситуацию, но все сходится в одном — число безработных будет продолжать увеличиваться: строительному рабочему и актеру, клерку и сценаристу, потомкам выходцев из Европы и африканских рабов — многим и многим американцам в ближайшие годы, как и прежде, придется решать старые проблемы.

Расцветает огнями реклама кинотеатров на востоке США, в Нью-Йорке, солидно и уютно поблескивают в зелени огнями окон коттеджи на западном побережье, в Беверли Хиллз, все так же фотогеничен Голливуд. Его экранные герои — на огромных полотнах в кинотеатрах под открытым небом и в маленьком квадрате телевизора, старые знакомые и новые лица — призваны развлекать членов «общества потребления», общества, которое, находясь на высокой ступени технического развития, не в состоянии обеспечить всех своих людей, не в состоянии дать им

самого главного — права трудиться и быть уверенным в завтрашнем дне.

ДЕЛОВОЙ ГОЛЛИВУД: АГЕНТЫ, ЗВЕЗДЫ, АДМИНИСТРАТОРЫ И ДЕЛЬЦЫ

Многие американские критики считают, что американское кино художественно в той мере в какой это необходимо, — фильмы, в конце концов, рассуждают они, делаются для того, чтобы приносить доход. Тот факт, что коммерческое начало в кинематографе США преобладает над художественным, обычно не скрывают.) Американская киноиндустрия ставит своей целью производство товарных развлечений, и декларирует это открыто. А если так, напрашивается вывод (он же — искомое): цель кинобизнеса заключается в получении максимальных прибылей. По этому принципу работает в Америке не только кинопромышленность, но и издательства, театры, телевидение.

Исходя из этого, с полным основанием можно и нужно говорить об американской коммерческой культуре, частью которой является и кинематограф.

АГЕНТЫ, АГЕНТЫ, АГЕНТЫ...

«В Голливуде все зыбко, кроме смерти, налогов и агентов», — писал сорок лет назад Лео Ростен¹. О чем это?

Немного истории и настоящего. Началось все с «решения о разводе». В 1946 году Верховный суд США постановил, что кинокомпании, участвующие в производстве и прокате картин, не имеют права владеть кинотеатрами. Этот антитрестовский закон перевернул все сложившиеся в Голливуде отношения. Недаром на него обращают внимание многие историки американского кино — как на поворотный момент в развитии кинематографа США². В первую очередь это отразилось, конечно, на администраторах студий — они утратили часть своей власти, некогда почти неограниченной. Теперь голливудский «трон за кулисами» занимал триумvirат: к администраторам присоединились банки и агенты (и прежде могущественные, но не царствовавшие).

Если до «разделения власти» банки сужали просто «под конвейерное производство», которое в условиях высокого спроса на кино, в системе гарантированного рынка (поскольку кинозалами владели студии) обеспечивало устойчивые поступления, то теперь хозяева кинотеатров, не связанные с производством, могли снять с демонстрации фильм, не пользующийся успехом, или вообще от

него отказаться. Усложнялась, таким образом, схема организации кинопрограмм — она не обеспечивала более гарантированного проката.

Каждая картина по новым деловым законам продавалась и выпускалась отдельно. Финансирование фильмов стало дифференцированным. Банки рисковать не хотели. Чтобы получить их одобрение, администраторы должны были подтвердить рентабельность: банкиров убеждали прежде всего с помощью таких аргументов, как звезды и эффектные сюжеты.

При всех этих операциях возрастала роль звезд — выражалось это, в частности, в постепенном исчезновении системы долгосрочных контрактов, закрепощавшей исполнителей³.

Звезды стали диктовать более жесткие условия своего участия в фильме, наделяя полномочиями своих «деловых распорядителей», менеджеров, агентов — так было проще и надежнее. Посмотрим почему.

«Голливуд — это всегда рискованное деловое предприятие, лишь замаскированное под страховую компанию» — эти слова мне довелось однажды услышать в Беверли Хиллз. Само по себе такое высказывание, возможно, и не привлекло бы внимание, но оно было произнесено в стенах «кинообитатели» и потому звучало весомо. В этом, вероятно, и ответ на взаимоотношения художников кино и их агентов в системе Голливуда. Шаткость своего положения в блистательном и «вечном» Голливуде понимают многие. Даже звезды нуждаются в поддержке. Страховка, гарантия на будущее, необходима обитателям этого столь красного и беззаботного внешне, но прежде всего делового мира В Беверли Хиллз давно уже процветает агентство Уильяма Морриса, представляющее интересы полутора тысяч режиссеров, актеров, сценаристов, среди которых немало знаменитостей. Агентство по договору получает «небольшие» отчисления в виде процентов со всех доходов своих подопечных. Стив Маккуин, например, в свое время перечислял агентству Уильяма Морриса 10 процентов со всех своих гонораров. В конце 70-х годов эта цифра сократилась вдвое (Маккуин-звезда расширил тогда собственное дело, он сам стал солидным киносценаристом), но все же была достаточно внушительной⁴. Ежегодный оборот заведения Уильяма Морриса составляет более 20 миллионов долларов. Для членов такого своеобразного и привилегированного «профсоюза», оказывающего постоянную помощь, поставляющего работу, это большое подспорье, для администрации агентства — деловое предприятие, бизнес.

Сотворение кумира. Ведущим агентом в Голливуде 30-х годов считался Мирон Селзник. Оборот его делового предприятия составлял несколько миллионов в год. Одной из крупных профессиональных побед Селзника считалась карьера Кэрл Ломбард: из безвестной актрисы он сделал звезду, гонорары которой составляли десятки тысяч долларов.

В неожиданной карьере Бронсона также не последнюю роль сыграла деловая сторона. Его агент причисляет себя к числу творцов «легенды актера»: он сумел убедить администрации студий, что Чарлз Бронсон ничем не хуже, скажем, таких звезд, как Клинт Иствуд или Берт Рейнолдс, а снимается он и того чаще.

Но начиналось все гораздо сложнее. Чарлза Бучинского (таково настоящее имя актера) в Голливуде никто не знал. С 1951 года он периодически появлялся на экране, но дальше эпизодических ролей дело не шло. Именно это обстоятельство, однако, обратило на Бронсона внимание Гаса Демблинга.

Агенты типа Демблинга — частые гости на съемочных площадках Голливуда. Цель такого дельца — подобрать целую группу актеров, занятых пока на незначительных ролях. Задача Демблинга сводилась к тому, чтобы появление его клиентов на экране стало привычным для зрителя. Исполнителю, таким образом, обеспечен более или менее устойчивый заработок, а агенту по традиции — 10 процентов со всех доходов.

Подбор фильмов при этом не важен: для агента главное — «задействовать» своего клиента. Бронсон в начале 50-х годов, если посмотреть его послужной список, снимался в год в среднем в четырех-пяти картинах, но роли его мало чем отличались одна от другой. Не видя для себя выхода в большое кино, актер расстался с Демблингом. Свою дальнейшую карьеру он связал с другим лицом — более солидным менеджером. (У Бронсона, естественно, с годами расширялся «голливудский кругозор».)

Мейер Мушкин оперативнее, со вниманием подходил к «товару», которым собирался торговать. Он усмотрел «слабое место»: имя Бучинский «не звучало». Более того, оно ассоциировалось, по мнению агента, с чем-то «красным» (!). Следовало немедленно найти экранное имя. В Лос-Анджелесе обнаружили мало кому известную Бронсон-стрит — так актер Бучинский стал актером Бронсоном. Бронсон начал играть в телефильмах: ролей у него стало меньше, но зато они были больше, серьезнее.

От Мушкина Бронсон попал под опеку небольшого агентства Лестера Салкова. В 1958 году снялся в «Келли-пулемете», картине, повествующей о знаменитом гангстере (критика уже тогда отметила, что Бронсон «слишком хорош в плохих фильмах»), появился в «Великолепной семерке» (1960). Успех этой картины способствовал популярности всех занятых в ней актеров: зритель узнал имена Роберта Воена, Джеймса Кобурна, стала восходить звезда Стива Маккуина, зритель просто обожествлял Юла Бриннера. Кассовые сборы ленты добавили весу и Бронсону. И вот от Салкова Бронсон попадает уже в руки агентов крупнейшего голливудского предприятия по продаже талантов — компании Эм-Си-Эй. Подряд следуют четыре работы в кино, Бронсон продолжает появляться и на голубом экране.

С 1962 года деловым посредником между актером Бронсоном и киномиром становится агент Поль Кохнер. Он, считая конкуренцию на американском рынке слишком сильной, «экспортирует» своего клиента в Европу. Фильм за фильмом укрепляются позиции актера в деловом мире. Кохнер заключает все новые сделки — Бронсон в Европе становится кассовой звездой.

В начале 70-х годов «тайной» Бронсона заинтересовались голливудские продюсеры. «Звезда номер один», «секс-символ» в Европе и Японии, Бронсон, однако, оставался неизвестен широкому американскому зрителю. Голливуд стал подумывать, нельзя ли использовать актера в своих планах... а Кохнер уже действовал. В прессе и в кулуарах американского киномира Кохнер организовал умелую кампанию: к массовой пропаганде имиджа Бронсона он подключает Эрни Андерсена, одного из самых известных рекламных киноагентов в голливудском бизнесе.

Кохнер и Андерсен сотрудничали и раньше. Не без их участия Америка стала считать своими фильмы известного шведского режиссера Ингмара Бергмана. Для его «иностранных» лент они ухитрились организовать массовый прокат. Америка была подготовлена к признанию Бергмана как явления «почти отечественного», голливудского.

Американец Бронсон также пока был для массового зрителя «иностранцем», его необходимо было умно подать американской аудитории. Агенты сдеали упор на три момента: деньги, слава, образ мужественного авантюриста. Заметим, что все это вписывалось в рамки «американской мечты» и, следовательно, Бронсон-товар выбрасывался на рынок с учетом американских условий, с расчетом на потребителя.

Репортерам Андерсен сообщил, что Бронсон является одной из самых кассовых звезд (что в начале не соответствовало действительности). Это, однако, еще требовалось подтвердить. Первый голливудский фильм Бронсона-звезды — «Механик» — вышел в 1972 году. Риск продюсеров Винклера и Чартофа (известные имена в Голливуде 70-х) оправдал себя: в США картина сделала сборы, хотя и скромные по американским масштабам; в Европе ленту ждал запланированный успех: Бронсона здесь уже хорошо знали. В том же 1972 году Ассоциация иностранной прессы в Голливуде удостоила Бронсона своей награды — «Золотого глобуса» — как самого популярного американского актера в мире.

Америка 70-х годов, «страна насилия, в которой обитают яростные люди» (в реальной действительности, в кино, на телевидении, в литературе — это выражение стало общеизвестным), покупала «имидж мужественного авантюриста». Бронсоном пугали детей и репортеров. Хладнокровное насилие сделали основой всех фильмов с его участием.

Деловой мир оказался так же подготовленным к восхождению новой звезды, как и зритель. Продюсер Лаурентие, испытав

Бронсона в картине «Показания Валаччи», заключил с ним — опять же через Кохнера — договор на три фильма.

В 1976 году я видел Бронсона на ежегодном «оскаровском» шоу, традиционном смотре сил Голливуда. Бронсон-человек не был похож на чудовище, созданное агентами. Но актер уже стал устью киноконвейера — и рекламная кампания Кохнера продолжалась. Теперь Бронсона, кумира массового зрителя, активно «вписывали» в большой Голливуд. В новой деловой комбинации Кохнера актер на сей раз «обыгрывался» в паре со своей женой, актрисой Джил Айрленд. Во второй половине 70-х годов она неизменно появлялась в фильмах вместе с мужем. «Королем и королевой кино» начинала именоваться их кинопресса. По аналогии с Фербенксом и Пикфорд, Гейблом и Ломбард, Бартоном и Тейлор создавалась новая прибыльная кинопара. Агенты продолжали действовать.

Торговцы живым товаром. О Голливуде в Голливуде шутят так: «Голливуд — это место, где вы тратите больше, чем зарабатываете. Тратите на то, что вам не нужно, чтобы произвести впечатление на людей, которые вам не нравятся».

Агенты удивительно точно вписываются в этот мир. Выступая в роли посредников, они помогают выстраивать голливудскую иерархическую лестницу. Обитатели киноолимпа разделяются по категориям: сценаристы, скажем, котируются ниже режиссеров, еще меньше (за редким исключением) знают композиторов, сочиняющих музыку для кино. Но на первом месте — актеры. Агенты (как и продюсеры) тоже составляют особую группу — они, как правило, обладатели крупных состояний и, конечно, люди деловые. Известность им ни к чему. Их знают не больше, чем парикмахера суперзвезды или владельца популярного среди обитателей Беверли Хиллз кафе. Но именно в их небольших и строгих офисах, а часто — просто дома, за чашкой кофе, за коктейлем, совершаются миллионные сделки, оговариваются условия купли-продажи талантов, настоящих или «культивированных» с помощью рекламной машины большого кинобизнеса.

В числе самых известных агентов по продаже: талантов была в Голливуде 70-х годов Су Менгерс. Среди ее подопечных — Барбра Стрейзанд Джин Хэкман, Райан О'Нил, Джордж Сигал, Али Макгро, Сибил Шепард, Майк Никольс, Питер Богданович, Сидней Люмет, Аргур Пени и другие кинематографисты с мировым именем.

В чем же секрет «удачливого агента»? Ответ, оказывается, прост: Менгерс не считает нужным скрывать то, что «знает каждый американец, связанный с кино». На семинаре в Американском институте кино, делясь опытом с начинающими кинематографистами, Менгерс на самый первый (и основной) вопрос — «Какое качество в клиенте привлекает вас больше

всего?» — дает немногословный ответ: «Деньги. Его потенциальные возможности делать деньги».

Менгерс подтверждает, что звезды в системе голливудского кинопроизводства нуждаются в еще большей поддержке, чем «бездельники кино». «Если актер становится знаменитым, — говорит она, — это не означает, что он отказывается от моих услуг. Я считаю, что звездам помощь и совет необходимы, ибо они должны постоянно поддерживать достигнутый статус».

«Считаете ли вы, что зритель идет на фильм, чтобы увидеть ту или иную звезду на экране?» — «И да и нет. Примеров можно привести множество. Аудитория тепло принимает, скажем, Джека Николсона в картине «Кто-то пролетел над гнездом кукушки...» и не обращает на него внимания в фильме «Последний наряд». Зритель стремится увидеть Уоррена Битти в «Шампуне» и не идет на «Богатство» с его же участием. Зал рукоплещет Барбре Стрейзанд в фильме «Такими мы были» и не хочет ее видеть в «Песочнице вверх ногами». Студии, однако, полагают, что если они пускают в прокат удачный фильм, занятая в нем звезда помогает увеличить кассовые сборы. Возьмем, например, картину «Многоэтажный ад»: зачем понадобилось в ней участие Маккуина и Ньюмена? Студия утверждает, что возросли сборы, хотя и без этих звезд картина пользовалась бы успехом, имена некоторых актеров значат много».

Итак, идет торговля живым товаром — пояснение Су Менгерс дает полное представление об этом: кто больше даст за звезду наличными. Актеры нередко оказываются связанными в эту биржевую игру. Джин Хэкман, например, в 1975 году снялся подряд в четырех картинах («Ночные передвижения», «Укуси пулю», «Французский связной II» и «Леди-удача»), что, по мнению Менгерс, «чересчур», но она тут же оправдывает актера: агент не хотел упустить «золотое звездное мгновение».

Оказывается, актер понимал (а агент подсказывал ему), что мода на него у кинопродюсеров может пройти, что именно в данный момент нужно сорвать куш. От индустрии развлечений, продукция которой поставлена на конвейер, требуется в изобилии снабжать рынок ходовым товаром. Тут не до эстетических требований. Индивидуальный талант втягивается в эту гонку, программируется в кассовую сетку.

Агенты за работой. В социальном плане система звезд создала в Беверли Хиллз, в Бель-Эр, Малибу и других прилегающих к Голливуду районах странное сообщество — работоспособную, профессиональную категорию людей, деятельность которых доходна, но не дает им полной уверенности в завтрашнем дне. Им становятся необходимы посредники. И здесь есть два момента.

Звезды у всех на виду, им завидуют, поклоняются, их обожествляют. Но происходит все это в рамках системы искусственно выработанных отношений, системы, где случай

играет подчас куда большую и важную роль, чем талант. И хотя перед зрителем звезду превозносят до небес, набивая ей цену, за кулисами дельцы рассматривают ее прежде всего как вещь.

Для агентов их клиентура — «карты» в крупной игре. До тех пор пока банки будут выделять средства на осуществление очередного кинопроекта под звезды, агенты останутся азартными игроками и будут опекать интересы звезд как свои собственные (ибо это действительно их интересы). Крупный агент в сегодняшнем Голливуде, как правило, связан с крупным агентством по продаже талантов.

Такие агентства обычно владеют определенным пакетом акций той или иной студии или нескольких студий. Таким образом, во взаимоотношениях деловых предприятий возникает ситуация двойного интереса — клиентов и их боссов. Агент, следовательно, может работать и против своего подопечного (не «супертовара»).

Агенты — необходимый атрибут голливудской машины, ее важный узел. С одной стороны, они — бизнесмены, специалисты по продаже, с другой — профессионалы, представляющие интересы актера, режиссера, сценариста. Они занимаются самыми разнообразными деловыми операциями, связанными с кинобизнесом — заключением договоров, сделок, определением размера гонорара.

Есть, однако, у агентов и своя специализация. Ростен, например, отмечает, что из «киноагента», когда у него крупное дело, вырастает «делец по продаже талантов»⁵. Делец (business manager) занимается всеми финансовыми вопросами своего клиента. Иными словами, делец — это и посредник между художником и его деньгами, а не только между творческим работником и нанимателем.

Несколько другие функции у рекламного агента. Его задача — создание и поддержание репутации звезды. Рекламный агент обязан постоянно нагнетать атмосферу интереса вокруг своего клиента, все время создавать так называемую «соревновательную ситуацию» (competitive bidding situation) — положение, когда студии заинтересованы в участии звезды именно в их картинах.

Нередко «соревновательная ситуация» принимает форму самого настоящего аукциона, открытого торга. Сценарий картины «Серебряный экспресс», например, демонстрировавшейся на экранах Америки в 1977 году, агенты продали студии «20-й век — Фокс», ибо она дала больше, чем «Парамаунт». При этом учитывалась реальная биржевая конъюнктура: акции американской железнодорожной компании «Амтрек» котировались достаточно высоко — можно было рассчитывать, что зритель пойдет на «фильм о приключениях в поезде».

А вот другой пример. Исходя из огромной популярности в США и других странах актера Роберта Редфорда, который во второй половине 70-х годов затмевал многие другие «светила» Голливуда, рекламный агент молодого исполнителя Жана-Мишеля Венсана

подавал его аудитории как одного из возможных преемников Редфорда: «Он блондин, с прекрасным загаром и соответствующей мускулатурой, голубоглазый, к тому же (sic!) у него есть актерские данные»...

Реклама — один из самых сильных рычагов индустрии развлечений. И не правы те американские киноеды, которые, как, например, Гилберт Селдес, утверждают, что «не нужно никакого рекламного агентства, чтобы звезды оставались звездами»⁶.

Рекламные агенты делят свою клиентуру на три категории: «художник на подъеме», «взошедшая звезда» и «звезда падающая». Но с кем бы он ни работал, агенты верят в волшебство рекламы и уверены, что могут помочь киноработнику на всех уровнях удачи.

Их задача и состоит, по замыслу хозяев Голливуда, в том, чтобы передать свою «уверенность» как звездам, так и зрителям. Первых они как бы «посвящают» в деловые люди. Под напором расхожих представлений создается мнение, что степень индивидуального таланта должна исчисляться в Голливуде в долларах. Не важно, в каком фильме занят большой актер, — важен кассовый успех ленты и размер вознаграждения.

Стэнли Креймер, например, заметил как-то, говоря о Марлоне Брандо, что его «кто-то убедил быть практичным, может быть, его агент, который прямо заинтересован в размере гонораров актера»⁷. Что касается зрителей, то их «приобщают» к культу звезд. Как — это уже вопрос техники, в ход здесь идет все: от крупных, комплексных, спланированных акций, как в случае с Бронсоном и его агентами, до отдельных закулисных сделок, фоторекламы, использования любого факта личной жизни или творческой карьеры подопечного, наконец, «деловой игры», как именуют агенты свою работу.

Игра?.. Да, для агентов их бизнес действительно азартная игра. «Мне приходится работать, как счетной машине, и постоянно рисковать», — говорит Скотт Мерит, один из самых известных в США «литературных агентов». Мерит ворочает миллионами, среди его клиентов и Норман Мейлер, и бывший вице-президент Спиро Агню, и молодые, неизвестные еще читателю авторы, возможно будущие сценаристы, — «товар», который может подняться в цене.

Сидней Шейнберг, президент Эм-Си-Эй, заключил в свое время долгосрочный договор с молодым Спилбергом и не прогадал: «Челюсти», «Контакт: ступень третья», другие ленты молодого режиссера собрали миллионы долларов. Эм-Си-Эй теперь — это могущественный коммерческий голливудский конгломерат, предприятие, которое использует собственные площадки в Юниверсал-сити⁸. Министерство юстиции США начало даже расследование деятельности этой корпорации, которая владеет не только талантами, но и «кинособственностью». Антитрестовские действия, таким образом, необходимо было вести и в 70-е годы. Формально Эм-Си-Эй отпустила штат своих агентов в вольный поиск талантов, но вряд ли отказалась от контроля, «курирования»

этого вопроса. Агенты — это резиденты большого бизнеса в искусстве, персонал, обслуживающий машину индустрии развлечений.

Американский мир искусств насыщен агентами — они работают не только в кино, но и в театре, на телевидении, в литературе, в промышленности звукозаписи. Агент Марти Эрлихман, например, в свое время «открыл» и взял под опеку (в театре и промышленности звукозаписи) Барбру Стрейзанд, а в большое кино ее ввел Рей Старк, голливудский продюсер, связанный с Бродвеем.

Начиная с 1961 года агенты распоряжались творческой судьбой актрисы как хотели. Для аудитории усиленно создавали легенду «замарашки из Бруклина», превратившейся в принцессу. Стрейзанд на обложках «Лайфа», «Лука», «Тайма», «Шоу» «Космополитен», других изданий — это усиленная работа агентов. Стрейзанд в роли манекенщицы на страницах журнала «Вог» — это дополнительное «паблисити». 1963 год: Стрейзанд названа лучшей певицей года, и хозяева индустрии развлечений организуют ее выступления одно за другим, спешат получить «сполна» (в десятикратном, в стократном размере) по накопившимся «рекламным счетам», расходам, которые они понесли в связи с тем, что «родилась звезда». 1966 год: овацией встречает певицу аудитория в Центральном парке Нью-Йорка — 135 тысяч зрителей... «Звезда! Суперзвезда!» — кричат афиши. «Она создана для Голливуда», — подсказывают киномиру агенты, которых манят новые деловые горизонты, большие прибыли. И Стрейзанд подписывает по указке своих менеджеров все новые и новые контракты. Сама актриса признается позже, что даже некоторые ее лучшие роли («Смешная девчонка», «Таковыми мы были») сыграны в фильмах, в которых она снималась поневоле, выполняя навязанные ей обязательства. Рассказывая об этом, актриса называет и имя упоминавшегося нами Рея Старка. Именно с ним, агентом, выступавшим в роли продюсера, Стрейзанд заключила в свое время договор на четыре картины, о чем не раз сожалела. Стрейзанд утверждает, в частности, что вплоть до 1974 года в связи с деятельностью своих посредников, опутавших ее обязательствами, не могла работать так, как ей того хотелось.

В 1957 году появилось в США (впервые в журнале «Лайф») понятие «новый Голливуд». Оно вошло в лексикон американского кинематографа и сегодня под ним подразумевают некий союз, могущественную комбинацию агентов, звезд, администраторов и банков. Формально, таким образом, триумvirат (администраторы, банки и агенты), о котором мы писали в начале этой главы в связи с «решением о разводе», несколько видоизменился. В число «деловых» лиц, контролирующих бизнес, включили звезд. В этом яковы и проявилось «новое». О проникновении творческого в деловое, о звездах-бизнесменах — разговор особый. И кто они — подданные или члены «царствующих фамилий» — в этом еще необходимо разобраться. Говоря же о «новом» или «старом» Голливуде, следует подчеркнуть одно: и раньше и сегодня

существовали агенты, люди, скрывающиеся за спиной художников, торгующие ими и плодами их труда, правящие в Голливуде уже не одно десятилетие. В Голливуде деловом они и «авторы сценариев», и «режиссеры» рекламных кампаний, исполнители (без кавычек!) воли большого капитала.

ГЕРОИ, ЗВЕЗДЫ И АНТИМИРЫ

С первых шагов кинематографа у зрителя возник интерес к исполнителям, занятым в фильмах. Само по себе это явление оказалось решающим, исключительно значимым для кино (не только американского), его будущего.

Звезды и «американская мечта». Звездная система, как отмечают американские историки кино, возникла в Голливуде не по инициативе студий. В первых лентах имена актеров вообще не упоминались, и зрители могли получить информацию о полюбившихся им исполнителях, лишь написав на студию. Но там, как правило, такую переписку не поощряли. Ростен отмечает, например, что продюсеры картин вначале сами претендовали на громкую известность, были уверены, что их популярность сделает знаменитыми и названия их компаний⁹, а кроме того, продюсеры справедливо полагали, что актеры, узнав о своей популярности, будут требовать больших гонораров.

Вскоре, однако, администрации студий обнаружили, что популярность исполнителей может быть использована, что на ней можно заработать (даже пойдя на увеличение гонораров).

С деловой точки зрения система звезд дает много преимуществ. Голливуд быстро научился понимать, что картины с участием звезд делают, как правило, большие сборы. Зритель, привыкая к тому или иному герою или проходя мимо (одни лица запоминались, другие нет), создал, сам того не ведая, соревновательную систему кинопроизводства — так началась погоня за успехом. В Соединенных Штатах это прекрасно вписывалось в рамки философии «американской мечты».

«Превращения» происходили с самого начала. Актриса Глэдис Смит не только стала всеобщей любимицей — Мэри Пикфорд: в полном соответствии с «американской мечтой» она стала на экране и в жизни счастливой золушкой. Выбор личностей приводил и к выбору картин: если Голливуд для американцев стал означать фильмы, то фильмы теперь означали участие звезд. К 1915 году уже сложилась практика демонстрации в одном кинотеатре нескольких лент с участием одного и того же исполнителя.

Звездная система становилась как бы фронтоном здания кинобизнеса — блестящим, сверкающим, впечатляющим. И постепенно весь Голливуд — больше чем какое-либо другое место в Соединенных Штатах — стал символом достижимого,

возможного успеха, славы, богатства, то есть всего, что составляло и составляет суть «американской меч ты» — оптимального и абсолютного для «среднего» американца.

Система звезд, таким образом, уложенная в основание кинопромышленности, стала одновременно и частью фундамента «американского образ» жизни», характерным его проявлением.

ИРБ (к философии Клинта Иствуда). Согласно официальным данным, самыми кассовыми звездами прошедшего десятилетия следует считать Иствуда, Рейнольдса, Стрейзанд и Редфорда.

ИРБ — так сокращенно именуют в Голливуде современную «ударную» тройку: Иствуд, Рейнольдс Бронсон. О последнем мы уже рассказывали и еще вернемся к этому актеру. Что касается Рейнольдса, то он продолжает сниматься все в тех же ролях «крепких ребят» — частных детективов, полицейских сыщиков и нарушителей порядка романтически-авантюрного плана. Кроме того, Рейнольдс во второй половине 70-х годов выступил в новой для себя роли режиссера и продюсера фильмов, в которых сам снимался («Гатор», «Сент-Ив», «Конец»). Зрители и критика приняли эти ленты, как и прежние фильмы: сборы они сделали, разговоров или споров не вызвали (правда, кто-то в Голливуде назвал картины Рейнольдса, где он выступает и в качестве актера, «второсортными лентами, выдаваемыми за первосортные» — этим и ограничилось).

Интересные метаморфозы происходили с Иствудом. Место актера в голливудской «табели о рангах» — важный момент для кинопромышленности и привычная информация для американского зрителя. Иствуд — явление 70-х годов, он устойчивая кассовая составная американского кинематографа этого периода.

Звезда киноактера взошла еще в 60-е годы. Иствуд в картине Серджио Леоне «За пригоршню долларов» (1964) стал открытием. Зритель признал его, принял, хотя актер не внес в роль на первый взгляд ничего нового, сыграл, как, скажем, мог сыграть тот же Бронсон,— кстати, Леоне сначала ему предложил эту роль. Но Бронсон отказался. За незначительный гонорар в ленте снялся никому не известный Клинт Иствуд. Успех оказался легендарным. Витторио Де Сика назвал Иствуда «новым Гэрри Купером». Характеры, созданные им, носили «сильные черты», в них просматривался — и чем дальше, больше — бунтарь, изгой.

Многие американские критики отмечают, что «старые звезды» (Уэйн, Брандо) нередко прятались за свои мифы, не пытались их разрушать. Легенды о величии, экстравагантности гениальных актеров вполне их устраивали. Иствуд же от фильма к фильму создавал как бы самого себя — образ, который критика называла «среднегероическим»¹⁰.

В 1976 году в США шел фильм «Джози Уэйлс, человек вне закона», фильм, в котором Иствуд выступал в качестве режиссера и исполнителя главной роли. На первый взгляд лента, казалось, ничем

не отличалась от предыдущих его работ: главное действующее лицо по сценарию (написанному Филом Кауфманом и Соней Чернус) все время либо убивало кого-нибудь, либо собиралось это сделать.

В то же время персонаж Иствуда пользовался любой возможностью, чтобы показать, что он — человек чести и даже рыцарь (неважно, что не брит и не так галантно выглядит). Джози был мирным фермером в Миссури, пока какие-то негодяи, искатели приключений, не сожгли его дом и не убили жену и ребенка. И вот он стал бездомным бродягой, потом — солдатом-мародером и, наконец, — преследуемым всеми, законом и профессиональными убийцами, изгоем.

Иствуд не претендовал на то, чтобы показать характер в развитии или, скажем, отразить историческую обстановку (события в фильме разворачивались в смутные времена после гражданской войны). Его вариант представлял собой нечто среднее между «спагетти вестерном» Серджо Леоне и работами Дональда Сигела, автора многих «лент насилия». И лишь концовку фильма Иствуд придумал сам: пройдя через все приключения и испытания, его герой пришел к тому, с чего начал, — возвращался к доброй жизни, предшествовавшей злой реальности.

Иными словами, Клинт Иствуд приводил Джози к «хэппи энду», который герой создал собственными руками: он расправился с десятком головорезов, сделал доброе, наказал дурное так, как он это понимает. Вот здесь-то и появлялся «экранный героизм», появлялось «среднегероическое», к чему Иствуд как исполнитель, а затем как режиссер шел давно.

Фильм «Грязный Гарри» Дон Сигел поставил еще в 1971 году. Иствуд весьма убедительно сыграл в нем полицейского инспектора, которому каждый день приходится сталкиваться с отбросами общества, разгребать помойные ямы американской действительности, рисковать жизнью, а в благодарность получать лишь презрение вышестоящих чинов и даже своих коллег.

Классическим примером столкновения человека и закона по-американски является сцена, когда Гарри — Иствуду сообщают, что он «незаконным образом» задержал убийцу-маньяка и заставил его признаться в совершенном преступлении. Убийца, найденный и схваченный с таким трудом, вновь на свободе в силу казуистики американских судебных процедур, где с «нечеловеческой» скрупулезностью учитываются все возможные нарушения прав человека при каждодневном реальном их нарушении.

Полицейский Гарри — жестокий человек, на страже общества он растерял многие идеалы и беспощаден к преступникам, как и к самому себе. Благородство же его в том, что он не пошлет в тюрьму человека невиновного, не злоумышленника; хладнокровие и садизм — в том, что он не моргнув всадит пулю в лоб грабителю или сумасшедшему. Гарри чем-то сродни герою Бронсона в картине «Жажда смерти» и другим персонажам из жанра «полицейского фильма».

И одновременно Гарри — настоящий «экранный герой», он насаждает добро. Гарри — «Принудитель» (так называлась лента 1977 года, с успехом шедшая на экранах страны и являвшаяся продолжением «Грязного Гарри»), вторгающееся в сознание американцев популярное «среднегероическое».

В звездной системе это важно. Образы, созданные Иствудом, как и характеры Бронсона или Рейнольдса, ближе американскому зрителю, ибо они в чем-то будничны, достижимы, они не прячутся в заоблачных высотах. ИРБ как отражение «яростных событий в стране насилия» стало находкой американской кинопромышленности 70-х годов.

«Священное чудовище» Америки. На афише — плотно сбитый человек с жесткими чертами лица; выделены художником его огромные сжатые кулаки. «Тяжелые времена» — названа очередная картина с участием Чарлза Бронсона.

Как отмечалось, в Соединенных Штатах Бронсон — один из самых кассовых актеров; фильмы, в которых он занят, всегда приносят прокатчикам доход. Бронсону за пятьдесят, в его послужном списке — более пятидесяти картин. В начале карьеры Бронсон снимался в основном в ковбойских лентах.

С успехом выступал он также в картинах, где исполнял роли профессиональных преступников. Многие фильмы с его участием экспортировались в Европу, Азию, на Ближний Восток. Во Франции, например, имя Бронсона стало так же широко известно, как имена Алена Делона или Жана-Поля Бельмондо. Америка открыла его позже — мы уже рассказали, как и с чьей помощью. В Бронсоне, по замечанию одного из журналистов, Америка обрела свое «священное чудовище».

Иначе говоря, актер нашел свое «амплуа» — стал сниматься в фильмах так называемой «волны преступности». Режиссеры и актеры (к ним можно отнести Дона Сигела, Ли Марвина, Клинта Иствуда, Телли Саваласа) делают одну за другой очень схожие между собой ленты насилия. Бронсон, например, в течение двух лет снялся подряд в трех картинах английского режиссера Майкла Уиннера — в «Жажде смерти» (фильме, названном в десятке лучших в 1974 году), «Механике» и «Хладнокровном убийце». В последних двух из названных лент он — профессиональный убийца; в «Жажде смерти» — человек, объявивший войну преступникам, но использующий их средства ведения этой войны.

В Соединенных Штатах Бронсон особенно широко стал известен после выхода на экраны картины «Показания Валаччи», сделанной по книге, которая была написана под диктовку одного из членов американской мафии. Впервые мир гангстеров — убийство, шантаж, угрозы, вымогательство, торговля наркотиками, сутенерство — был показан изнутри. Картина смотрелась как документальное повествование, и она являлась таковым: шаг за шагом, день за днем рассказывал Валаччи (Бронсон) историю «Коза

ностры», называл имена гангстеров. Реальный Валаччи, на жизнь которого не раз покушались, кончил свои дни в комфортабельной тюремной камере под усиленной охраной. За десятком заповор он, однако, не чувствовал себя в полной безопасности, ибо назвал организацию, о существовании которой раньше почти никто не знал, хотя тяжелую ее руку ощущали на себе многие.

Расследованием деятельности мафии в 60-е годы вынужден был заняться даже конгресс Соединенных Штатов. Однако усилиями «неизвестных» лиц постепенно все сошло на нет. Из серьезного вопроса, волнующего нацию, расследование, как по мановению волшебной палочки, превратилось в модную тему на страницах «светской» хроники, хлебную для писателей, режиссеров и актеров. «Показания Валаччи», другие ленты о гангстерах собрали миллионы долларов.

Интересно отметить, что многие в США относили успех фильма за счет самой мафии, говорили о том, что волнует тема, не актер. Но Бронсон для роли подходил как нельзя лучше. Режиссер Теренс Янг, автор нескольких лент о секретном агенте 007 Джеймсе Бонде, заметил в этой связи, что «когда Бронсон на экране, в воздухе пахнет опасностью».

В чем же дело, чем объясняется головокружительная карьера Бронсона, слава, пришедшая к нему вдруг уже в зрелом возрасте? В обществе, где людей формирует лишь привычка к потреблению, искусство подчас становится одновременно и формой приспособления и формой протеста. Бронсон — яркий пример этой «смеси». Он — бунтарь, он восстает против буржуазного общества, но восстает по-своему. Бунт помогает его карьере, ибо зрительская аудитория боится жизненных прототипов его героев. И при этом бунт Бронсона устраивает кинопромышленников, ибо он — исполнитель их заказов.

В 1958 году, когда до славы суперзвезды было еще далеко, актер заявил как-то в интервью корреспонденту «Нью-Йорк миррор», что «рассерженные молодые» Голливуда — Брандо, Дин, Ньюмен — ничего не знают и не могут знать о тяжелой, полной лишений жизни. Они из «среднего класса», жизнь не била, не калечила их так, как Бронсона, или, скажем, в чем-то похожих на него актеров с нелегкой биографией — Джека Палланса, Ли Марвина, Эрнеста Боргнайна.

Один из кучи оборвышей в семье, где было пятнадцать детей, Бронсон с раннего детства в полной мере познал, что такое «общество всеобщего благоденствия»: по две смены приходилось ему работать на шахте, чтобы не быть обузой, кормить братьев и сестер.

Герои Бронсона, ожесточившиеся, верящие лишь в силу своих кулаков, возводящие в культ свой «профессионализм», растлевают души зрителей, приводят их к выводу: в безжалостном мире выживает сильный. Бизнесмены от кино, люди, исповедующие голый индивидуализм и привыкшие эксплуатировать талант и

слепой случай, внакладе не остаются. А держателям акций, кинопромышленникам (правлящей группе), это тем более на руку: потребитель (он же рабочая сила) доволен, исправно платит за свои развлечения, мозг его настроен на одну волну — крамольных мыслей меньше.

Став частью Голливуда, Бронсон, однако, старается отгородиться от него, пытается существовать вдаль от шикарного Беверли Хиллз, прячется в личную жизнь, семью, говорит, что только эту реальность он принимает.

Хотя слава пришла к Бронсону сначала в Европе, он такой же продукт Голливуда, как и другие кинозвезды. Для кинопромышленников он прежде всего очередная персонификация «американской мечты» — от оборвыша до звезды. Понять это — значит понять Голливуд, которым сегодня, как и во всей Америке во все времена, правит имидж, престиж в деловом мире наживы. Голливуд — это не только шикарные коттеджи и автомобили (хотя и говорят, что пешком в Беверли Хиллз никто не ходит), Голливуд — это не только бульвар, выложенный звездами, на которых вписаны громкие имена героев индустрии развлечений. Голливуд — это, как мы уже отмечали, состояние ума.

Актер Бронсон не любит показухи, шума «светских приемов», бежит от поклонения толпы, но он отнюдь не часть другого Голливуда, ибо такого не существует.

Актер запрограммирован в планы индустрии развлечений. Его индивидуальные усилия, его идеи не получают реализации. В «Жажде смерти», например, ленте, в которой Бронсон обязан был отработать по договору с продюсером Лаурентисом, актер, по собственным словам, хотел показать, что контрнасилие в его анархических проявлениях «бессмысленно, ибо оно порождает еще большее насилие»¹¹. Но продюсер и прокатчики подавали картину зрителю в совершенно ином ключе, аудитория на ура принимала очередной «ню-йоркский вестерн 1974 года». «Насилие себя не оправдывает, мои фильмы говорят именно об этом, — протестовал актер.— Зрители думают, что я супергерой насилия, — это не так»¹². Но Бронсона уже никто не слушал. Американцы поклонялись «священному чудовищу», как и остальной капиталистический мир, как зрители Франции, Италии, Японии.

Абсолютно точно «срисовывает» американский экран то, что происходит в жизни, персонажи фильмов действуют в том же измерении. Герои Бронсона — это в значительной степени отражение «яростной» американской действительности — американского индивидуализма и «американской волны преступности». Не находя выхода из этого замкнутого круга, обыватель-потребитель, запутавшись, либо начинает всего бояться, либо сам превращается в зверя и выходит с топором (или с автоматической винтовкой) на ближнего своего.

Популярность актера Чарльза Бронсона и коммерческий успех лент «волны преступности» в американском кинематографе,

думается, связаны с этим непосредственно. Завершенный цикл повторяется вновь и вновь.

Совершенствуется едва уловимый, но неизбежный и страшный процесс: зрители и авторы — не только очевидцы, свидетели происходящего вокруг них, не только творцы, так или иначе отражающие в своих работах лицо «свободного» мира, но и жертвы.

Смешная леди — леди-удача. На экранах США с шумной рекламой шел в 1976 году фильм «Леди-удача» с Лайзой Миннелли в главной роли. Это была первая работа актрисы после картины «Кабаре», принесшей ей еще в 1972 году громкий успех, титул лучшей актрисы и маленькую, но много значащую в киномире Америки фигурку «Оскара» — приза голливудской киноакадемии.

Чем объяснить такой длительный перерыв в творческой карьере актрисы? Прежде всего — отсутствием сценариев, в которых женский образ был бы ведущим и давал возможность раскрыть внутренний мир героини, отвечает сама Миннелли.

Американская печать, специалисты в области кино, зритель, актеры с огорчением констатировали в 70-х годах, что все реже появляются на экранах США значительные женские образы.

Известная американская манекенщица Мод Адамс, снимавшаяся также в целом ряде современных коммерческих лент («Роллербол», «Команда убийц», «Человек с золотым пистолетом»), говорит, что сегодня американский кинобизнес «ориентируется на актеров-мужчин»: фильмы с участием Чарлза Бронсона или Роберта Редфорда неизменно приносят доход, найти же исполнительницу, которая бы вписывалась в наиболее ходкие сюжеты современного американского проката, не так легко.

По-разному реагируют на эту ситуацию актрисы. Барбра Стрейзанд и Лайза Миннелли, например, понимая, что являются исключением (ибо принадлежат к немногим, как их называют в США, «кассовым» исполнительницам), не раз жаловались на то, что предлагаемые им роли не отвечают их запросам.

В фильме «Леди-удача» Миннелли играет певичку из кабаре, которая в паре с двумя искателями приключений (в исполнении Джина Хэкмана и Берта Рейнольдса), готовыми на любую авантюру, занимается контрабандой спиртных напитков во времена «сухого закона» в США. Фильм насыщен перестрелками, погонями, стремительным диалогом.

В первоначальном варианте картины сообщники героини погибали, легкий, развлекательный фильм обрывался на трагической ноте, и эта концовка давала возможность актрисе выразить глубже, драматичнее внутренний мир своей героини. Но администраторы решили по-другому: картина стоила слишком много миллионов, чтобы «рисковать». Лента-развлечение — вот что могло оправдать расходы и принести проценты на вклад. Режиссер фильма Стэнли Донен спешно созвал актеров на съемку нескольких дополнительных сцен — нужен был «хэппи энд».

Миннелли резко возражала против нового варианта, справедливо считая, что со счастливым концом исчезает эмоциональный накал фильма, он превращается в красивую безделушку. Актрису поддержал и Берт Рейнольде, заявив, что такая редакция умалит значение женского образа, но последнее слово осталось за бизнесменами — зритель увидел на экране современный, кассовый вариант «Леди-удачи».

Трудно существуют голливудские актрисы в рамках делового проката. В погоне за башмачком Золушки (когда вот-вот — так по крайней мере кажется — часы пробьют полночь) забывают они все остальное. А потом волшебный туман рассеивается, приходится решать реальные проблемы.

«Хотела бы сыграть роль леди Макбет или одну из героинь пьес Чехова, — говорит актриса Рита Морено, — но это мечты несбыточные». В 1961 году за исполнение роли Аниты, одной из пуэрториканских девушек в известной картине «Вестсайдская история», Морено была удостоена «Оскара». «После долгих лет в Голливуде, — вспоминает актриса, — когда я, как и многие мои коллеги, просто пыталась выжить, берясь за любую работу, — вот наконец, думала я, пришла удача. Я была уверена, что «Оскар» внесет изменения в мою жизнь, но скоро выяснилось, что ничего волшебного не происходит. Число ролей, сыгранных мною, росло, но «испанское» содержание их оставалось».

Героини Риты Морено не выходили за рамки «темпераментного латиноамериканского характера» — актриса становилась жертвой жанровой специализации.

В клетке киноимиджа, «кассового амплуа» оказалась и такая известная американская актриса, как Ракэл Уэлч. Уэлч рассказывает, как невыносимо жить в рамках одного образа, сковывающего творческие возможности. «Поскольку большинство предлагавшихся мне ролей особой глубиной не отличались, — говорит актриса, — критика перестала относиться ко мне серьезно. Это ранило, и я решила временно уйти из кино, чтобы подготовить свое шоу и доказать, что я нечто большее, чем просто кассовая секс-бомба». Первые представления Уэлч прошли за пределами Соединенных Штатов. Аудитория тепло принимала актрису в Акапулько и Париже. Американская премьера Уэлч состоялась в 1976 году в Филадельфии, затем шоу успешно шло в Нью-Йорке и других городах.

Знаменитые и начинающие актрисы в 70-е годы вынуждены были отдавать предпочтение шоу-программам. Ветеран Голливуда Ширли Маклейн, например, говорила, что найти в современных кинолентах хорошую женскую роль «практически невозможно». «Единственные женщины, кого знают голливудские дельцы, — продолжала она, — это домашние хозяйки и проститутки. Из тридцати семи ролей, сыгранных мною, четырнадцать были женщины легкого поведения».

Звезда (готовая или потенциальная) — это конкретный товар. На протяжении 70-х годов таким товаром, находящим спрос, являлись в основном мужчины. Они лучше вписывались в «яростное» десятилетие, когда все резко проявлялись на экране, как и в жизни, страшные черты жестокости и насилия, присущие американскому обществу.

Внезапные взлеты и падения творческой карьеры в Голливуде — явление нормальное. Они случаются каждый раз, как только открывается или прекращается очередная рекламная кампания. Много писала американская критика — после выхода на экраны фильма Олтмена «Нэшвилл» — о Рони Блейкли. Снявшись в серьезной картине у блестящего режиссера, она вдруг стала известной. Актриса и певица, Рони привлекла внимание бизнесменов шоу, они прочили ей блестящее будущее. Но отгремели фанфары («Нэшвилл» не всем в Голливуде пришелся по вкусу) — и о Блейкли забыли. В 1976 году актриса выступала в нью-йоркских ресторанах и некоторых ночных клубах, дальше этого ее «блестящая карьера» не пошла.

Голливуд бывает не только «забывчив», но и откровенно жесток. В 50-е годы огни этого «королевства кривых зеркал» поманили семнадцатилетнюю Джин Сиберг. Две роли в двух слабых, но выдержанных в коммерческом духе картинах — две творческие неудачи и последовавший за этим кризис. Чуть приоткрыв для актрисы заветную Дверку в «волшебное царство», Голливуд тут же ее захлопнул. В 60-е годы актриса вновь стала сниматься, появлялась время от времени в эпизодических ролях. Но вот распространился слух, что она поддерживает связи с «революционными элементами» и даже причастна к деятельности «черных пантер», — началась травля, сопровождаемая грязными инсинуациями. Актриса в это время ждала ребенка, ненавистническая кампания, проходившая в «лучших традициях» времен маккартизма, довела ее до травмы. Сиберг уехала из Соединенных Штатов, но травля продолжалась. В самом конце 70-х годов актриса покончила жизнь самоубийством.

Чтобы выжить в кино Америки, надо иметь крепкие нервы. Владая всеми приемами каратэ и кунг фу, пробивает себе путь на большой экран актриса Пэм Гриэр. Целая серия второсортных лент с ее участием — это рассказ о «независимой» женщине, опытным частном детективе и страстной любовнице. Героини Гриэр не стесняются ни в действиях, ни в выражениях: сочный набор крепких словечек, хорошо натренированный удар — вот их облик.

Этот новый тип «современной» женщины уже получил право на существование в индустрии развлечений. Одна из лучших эстрадных исполнительниц, актриса и певица Бет Мидлер, гвоздем своих шоу сделала скабрзные анекдоты и шутки. После исполнения лирической песни Мидлер может, застав зал врасплох, разразиться площадной бранью, и аудитория, принимая этот вызов,

понимая его как своеобразный протест женщины в «свободном» обществе, отвечает громом аплодисментов.

Пришел этот «откровенный» образ и в большое кино: актриса Бренда Вакарро в фильме «Один раз недостаточно» сыграла такую «раскрепощенную» женщину, лишенную идеалов и иллюзий.

В начале 1976 года Ассоциация иностранной прессы в Голливуде назвала Вакарро одной из лучших современных исполнительниц и присудила ей приз «Золотой глобус». Получив награду, вручение которой, как и вручение «Оскара», обставлено по всем традициям американского шоу и транслируется по телевидению, актриса вскоре выступила в главной роли в новой телесерии. Компания Си-Би-Эс, оперативно уловив очередное веяние, выпустила на голубые экраны «фильм с продолжением» под названием «Сара, женщина, укротившая Дикий Запад». Время действия отнесено на сто лет назад, но грубоватый голос Вакарро произносил весьма современный текст.

Мне довелось присутствовать на сорок восьмом по счету «оскаровском» шоу, проходившем в конце марта 1976 года в лос-анджелесском Мюзик-центре. Наэлектризованная атмосфера ожидания, таинственности и в то же время какой-то безудержной вакханалии наполняла многоярусный зал и сцену, все светящееся тысячами огней здание.

«Удачи, Бренда!» — крикнул кто-то из толпы гостей в фойе, когда взволнованная Вакарро — она была выдвинута на соискание «Оскара» — проходила в зал. Члены Академии отдали предпочтение другой актрисе: Ли Грант, по их суждению, была лучше в ленте «Шампунь», в роли стареющей миллионерши, перешагнувшей «предрассудки морали».

Крутится колесо американского кинообозрения. По-разному складываются судьбы киноактрис. В поисках «своей удачи» снимается в новых картинах Лайза Миннелли. «Жизнь — это кабаре, старик!» — провозглашала ее героиня в «Кабаре», и все же «Я верю в музыку, я верю в любовь», — скажет она словами популярной песни на телешоу в гостях у Мака Дэвиса. Давно выросла из «смешной девчонки»^{*} и стала киноледи Барбра Стрейзанд, и от картины к картине открывает ее заново критика, пытается доискаться «истины» в путаных сплетениях, неожиданных взлетах и падениях американского «женского кинематографа». Но ...смешная леди — леди-удача. И наблюдая мир «американской мечты», приходишь к выводу: мечта давно стала иллюзией, превратилась в тяжелый кошмар.

Дети в Голливуде. Когда Татум О'Нил спросили после «оскаровского» шоу в 1974 году, где ей вручили приз за исполнение

^{*} Так назывался один из самых успешных фильмов с участием Стрейзанд, вышедший в 1968 году. В марте 1975 года в Центре Кеннеди в Вашингтоне состоялась премьера второй серии фильма — «Смешная леди», в основу сюжета которой легла биография известной актрисы Фанни Байс.

женской вспомогательной роли в фильме Питера Богдановича «Бумажная луна», как она восприняла награду, Татум ответила: «Нормально». На вопросы о дальнейших творческих планах она пожалала плечами и, не понимая назойливости репортеров, сказала: «Пока сниматься не собираюсь». В 1974 году Татум О'Нил было десять лет.

Татум не только самая юная в истории американского кинематографа актриса, удостоенная взрослого приза Академии *, — она одна из немногих «оскаровских» лауреатов, в чьем активе к моменту выдвижения на соискание была всего лишь одна-единственная работа, одна сыгранная роль.

Питер Богданович вспоминает, что поначалу Татум восприняла все как интересную игру, ей было забавно сниматься в картине вместе с отцом (известным актером Райаном О'Нилом). «Нередко я, прибегая к невинным уловкам, угощал Татум конфетами, — рассказывает Богданович, — это помогало ей сосредоточиться. Татум хороша на экране, ибо она непрофессиональна, у нее нет никакого представления, что правильно, она не знает, как выглядит со стороны. Из нее можно лепить все что угодно».

Сразу после выхода «Бумажной луны», по настоянию отца, Татум «ушла из кино». Райан О'Нил хотел, чтобы у его дочери было нормальное детство. Но Татум осаждали репортеры, в журнале «Вог» появились ее фотографии. На шоу у известной телезвезды и исполнительницы популярных песен Шер она выступила в роли жены, подающей на развод. Жизнь Татум, с точки зрения обывателя, выглядела сплошным развлечением. В Голливуде Райан и Татум были у всех на устах, где бы их ни видели, взоры обращались к ним. Актер Уолтер Месау (снимавшийся с Татум позже, в фильме «Медвежата-неудачники») говорил: «Окружающие обращались с ней как с испорченным ребенком, ребенком-звездой».

Татум выросла на глазах — ее судьбой теперь занимался не отец, а агент по продаже талантов, известная Су Менгерс. Татум получала по три сценария в месяц, написанных специально для нее. Татум не сходила с экрана.

И уже в 1980 году Голливуд рекламировал ее в новом, очередном фильме под названием «Очаровашки» вместе с другой юной звездой — Кристи Макникол.

Компания «Парамаунт», на съемочных площадках которой Татум сделала первые шаги в шоу-бизнесе, выпускала на экраны картину о «двух невинных девочках, которые соревнуются в том, чтобы не считаться таковыми» — так гласил рекламный проспект.

Известный режиссер Мартин Скорсезе считает детей-актеров своего рода выразителями современных веяний. В его фильме «Алиса здесь больше не живет» двенадцатилетняя Джоди Фостер

* В 1935 году «за выдающийся вклад в киноискусство» миниатюрного, специального «Оскара» была удостоена шестилетняя Ширли Темпл.

произносила на экране «невинные», будничные ругательства (куда как далеки были они от «вынужденного», по задумке авторов, сквернословия пятнадцатилетней Линды Блэр в «Изгоняющем дьявола»).

Но это только начало профессиональной карьеры. В следующем фильме Скорсезе, «Таксист», Джоди, став взрослее, играет уже малолетнюю проститутку. Так, первые бранные слова, прозвучав программно, привели к «оригинальной» женской роли и... выдвигению на «Оскара». Американская печать сообщала, что в ходе работы над ролью Джодизнакомилась с жизнью злачных районов Нью-Йорка (?!). Она подготовилась «серьезно», и лишь в «наиболее откровенных» сценах, уточняли репортеры, Джоди заменяла ее двадцатилетняя сестра Конни.

А вот тринадцатилетняя Мерилин Хемингуэй вместе со своей сестрой Марго появилась-таки на экране в «рискованных» эпизодах фильма «Губная помада». (Любопытная деталь: Мерилин не пустили в кинотеатр на ленту с ее участием — детям фильм «Губная помада» смотреть не разрешается.)

Акселерация! Именно на этом и спекулируют кинобоссы: в век ускоренного развития дети порой знают и понимают больше взрослых. Вот и продолжается этот чудовищный марафон эксплуатации маленьких актеров. Успех Джоди_Фостер и Мерилин Хемингуэй многие американские критики сравнивали с успехом и карьерой Линды Блэр, которая после «Изгоняющего дьявола» получила много приглашений сниматься и снималась. Сначала — в очередной «картине-катастрофе» «Аэропорт, 1975», затем в двух телелентах: «Рожденная невинной», в фильме, рассказывающем о нравах, царящих в современных американских учебных заведениях (Линда сыграла роль жертвы коллективного изнасилования), и «Сара Т.», ленте о подростке-алкоголике. В конце 1975 года Эн-Би-Си показала еще одну телеработу Линды Блэр — фильм «Милая заложница»: похищенная бежавшим из сумасшедшего дома, героиня Линды становилась его любовницей и соучастницей преступлений.

Кроме того, студия «Уорнер бразерс» обещала Линде главные роли в двух своих лентах в будущем, при условии, что она снимется в продолжении «Изгоняющего дьявола», что Линда и сделала: в 1977 году вышел на экраны Соединенных Штатов фильм «Еретик: Изгоняющий дьявола II». Так, «голливудский ребенок», ставший кассовой звездой, одновременно оказался пленником жанра, очередной современной волны американского кинематографа, где дети играют «взрослые» роли в фильмах, рассчитанных на «массового» зрителя.

Линду Блэр очень надежно опекают: ее «профессиональными» делами занимается упоминавшееся нами агентство Уильяма Морриса, которое, «покровительствуя» многим известным исполнителям, зарабатывает на их именах немалые деньги.

По существу, голливудская карьера Линды достигла своего пика и плавно катится дальше по «звездным» рельсам. А попутно создалась еще одна голливудская легенда: девочка-подросток, никогда не имевшая какого-либо актерского образования, превратилась в звезду, как по мановению волшебной палочки.

То, что произошло с Линдой Блэр, стало примером для подражания. Дети — кассовые звезды — это «веяние 70-х»! И вот уже, повторяя Линду, выступает в новой роли Джоди Фостер. Когда-то она была трогательной Бекки в «Томе Сойере», в 1977 году зритель мог уже оценить ее возможности в очередной «сенсационной» картине — «Маленькая девочка, которая живет в конце улицы», — где она сыграла девочку-убийцу. А одновременно на экраны выходило несколько мюзиклов с ее участием.

В отличие от Линды, Джоди больше повезло с «ассортиментом» ролей. Так по крайней мере считают в Голливуде. И мало кто задумывается над тем, как это отражается на самих юных актрисах, на их судьбе.

Знаменитая Мэрилин Монро стала секс-символом, и она хотела, добивалась этого, как и тысячи девушек в Голливуде. Но когда ветер подزمки — в знаменитом кадре, долгое время являвшемся лучшим рекламным щитом на Бродвее, — завихрил ее юбку в звездном кружении и репортеры и толпа не давали прохода, она поняла наконец, что стала товаром. Всю Америку облетела ее фраза: «Секс-символ становится вещью — я ненавижу быть вещью». Но было поздно. В последнем интервью Монро говорила о том, что «всегда хотела жить в мире фантазии», но не смогла жить в мире лжи... Удивительный, но сугубо практичный и единственно возможный комментарий к этим словам делалось мне, как и миллионам американских телезрителей, услышать в августе 1977 года, в очередной передаче из серии «Лайф» идет в кино». Говорила Лайза Миннелли, суперзвезда 70-х годов, говорила о том, что кинобизнес — это занятие не для слабонервных: надо уметь приспособливаться, уметь даже продавать себя. Иначе нельзя.

И как бы принимая эту «звездную связь поколений», спустя лишь два месяца, в октябре 1977 года, о том же говорила в другой телепередаче двенадцатилетняя актриса Брук Шилдс.

В 1978 году демонстрировалась на экранах картина «Симпатичный ребенок», в которой очередной «голливудский ребенок» исполнял одну из главных ролей — роль малолетней проститутки. Брук Шилдс, девочка, из которой гримеры делают двадцатисемилетнюю за несколько минут, именно тот имидж, по мнению предприимчивого дельца, издателя журнала «Пентхауз» Гуччионе, который нужен сегодня Америке. Гуччионе открыто признается, что «дети пользуются спросом, а это бизнес, и мы действуем по законам бизнеса».

Дети в Голливуде всегда пользовались спросом, ибо зритель их принимал хорошо, начиная от Джеки Кугана до Ширли Темпл, Мики Руни, Джуди Гарланд, Маргарет О'Брайен. По-разному

сложилась судьбы прежних детей-актеров Голливуда. Джуди Гарланд стала актрисой-звездой и ушла из кино после скандальной, «типично голливудской» жизни. Ширли Темпл — дипломатический работник: эту необычную карьеру также на все лады обыгрывает американская пресса. Маргарет О'Брайен время от времени появляется в небольших ролях на телевидении, иногда снимается в рекламных роликах. Мики Руни — неперменный участник всех голливудских детских праздников, он теперь в роли «пожилого ребенка».

О других забыли, их имена можно встретить лишь в старых справочниках по кино.

Что станет с Тагум О'Нил, Джоди Фостер, Мерилин Хемингвэй, Брук Шилдс, что сделает с ними кинобизнес? Останутся ли они участниками шоу, парадов, пестрых будней-праздников Голливуда? Будущее покажет, но сейчас можно с уверенностью сказать одно: все они уже обременены страшным «голливудским багажом» — все вынесли из детства «звездную болезнь», усталость, опустошенность, вечную погоню за удачей.

Ответные операции. «Звезды... необходимо оговориться, — отмечает киновед Холлис Алперт, — гораздо более важны для кинобизнеса, чем для кинотворчества»¹³. В этом высказывании заключена суть делового Голливуда.

Голливуд — это «товар на продажу» и «товар лицом». Ни одно предприятие в Соединенных Штатах не получает такой громкой рекламы, о работниках этой «фабрики» страна знает больше, чем о ком-либо. Особенно об актерах. Их имена у всех на устах. Их не оставляют в покое фоторепортеры. В солидных периодических изданиях ведут специальную голливудскую хронику.

Для «массового» зрителя все, что имеет отношение к звезде, интересно, ибо кинозвезды — это американская «аристократия». Герои, кумиры толпы живут как бы в антимире, они по легенде — и сотворены-то из другой материи, они недосыгаемы.

Звездная система культивируется. Почему? Здесь есть два момента. Один лежит на поверхности.

Киномагнаты платят звездам огромные гонорары, потому что вынуждены это делать, чтобы получить в свою очередь огромные прибыли. Это взаимосвязано. И чем больше прибыль, тем больше будут гонорары.

Вывод очевиден: администраторам и владельцам студий выгодно поддерживать и все более развивать систему звезд.

Второй момент сложнее. Система звезд — это часть социальной организации Голливуда. У звезд не только большие гонорары — фильмы с их участием грандиознее, у них лучше режиссеры, оборотистее продюсеры. Они сами могут в определенный момент заняться деловыми операциями!

Ростен приводит следующие данные¹⁴: владельцы студии «20-й век — Фокс» заработали в 30-е годы на популярности Ширли Темпл

не один миллион долларов. Не меньше принесли фильмы с участием Сони Хени. А Дина Дурбин в 1938—1939 годах просто спасла «Юниверсал» от банкротства — каждая ее картина, без исключения, принесла солидный доход. Дурбин, Хени, Темпл — это примеры прямой эксплуатации звезд, эксплуатации «безответной».

В истории Голливуда были примеры и «ответных» операций. Первый бунт художников кино произошел еще в 1919 году, когда Мэри Пикфорд, Дуглас Фербенкс, Чарлз Чаплин и режиссер Гриффит создали собственную компанию — «Юнайтед артисте». Ричард Ролэнд, который стоял в то время во главе киностудии «Метро», сказал об этом: «Сумасшедшие совершили нападение на свой же сумасшедший дом». На самом деле это было лишь первым проникновением «звездного» в деловое, первым голливудским синтезом такого рода.

В 50-е годы звезды часто становились продюсерами: Ланкастер, Дуглас, Уэйн, Синатра, Грант¹⁵. Это было не просто модно, это могло быть выгодно. А кроме того, это был своего рода вызов столпам Голливуда, работодателям. Звезды демонстрировали свое умение осуществлять деловые операции, заниматься бизнесом самостоятельно.

Успешно, например, функционировала созданная в 1955 году компания «ДРМ продакшенс», принадлежавшая Роберту Митчму: после пятифильмового контракта с «Юнайтед артисте» «актер-фирма» на протяжении ряда лет сотрудничал с компанией «20-й век—Фокс»¹⁶.

В 1961 году свое кинопредприятие, «Солар продакшенс», создал Стив Маккуин. Позднее актер-звезда выпустил акции своей компании на биржевой рынок (контрольный пакет Маккуин, однако, оставил за собой)¹⁷.

В 1969 году голливудцы повторили «бунт 1919 года»: Барбра Стрейзанд вместе с Сиднеем Пуатье и Полом Ньюменом организовали кинообъединение «Ферст артисте». Год спустя к ним примкнул Маккуин — его деловая деятельность расширилась. Несколько позже к союзу присоединился Дастин Хоффман. Звезды приняли на себя обязательство работать — в рамках союза — без гонораров, делать фильмы в строгих и заранее определенных бюджетах, доходы делить поровну. Деловая активность звезд приносила свои плоды: лента Стрейзанд «Рождение звезды», вышедшая на экраны в декабре 1976 года, стала событием. С успехом шел в США и вестерн 1980 года «Том Хорн» с участием Стива Маккуина, который, так же как и Стрейзанд, являлся «продюсером-распорядителем». Кассовые сборы составили миллионы долларов.

Практиковалась в Голливуде и другая, более сложная форма участия звезд в кинофильмах. С соблюдением всех юридических формальностей, по договору звезды соглашались иногда на меньший гонорар в обмен на участие в возможных прибылях от

кассовых сборов фильма. Иначе говоря, звезды как бы частично финансировали постановку.

В 50-е годы, правда, кинопромышленники пошли на это не от хорошей жизни. Для американского «массового» кино это были кризисные годы. Большинство картин, которые производил Голливуд, прибыли не приносили. Но кинопроизводству и вовлечению (в новом качестве) звезд способствовал большой успех отдельных лент.

Классическим стал пример Уильяма Холдена. К 1960 году он входил в число звезд, получавших большие гонорары. Но при съемках картины «Мост через реку Квай» (1957) Холден получил лишь треть обычного гонорара, согласившись на десятипроцентное участие в будущих сборах. «Мост через реку Квай» собрал миллионы — по договору компания «Коламбия пикчерз» обязывалась выплачивать актеру крупную ренту¹⁸.

На подобных отдельных — немногочисленных и исключительных — примерах зиждется вся голливудская «философия успеха». Элемент случайности возводится в ранг закономерности, в культ, ведь он — часть понятия «американской мечты».

Итак как мифы о звездах — это неотъемлемая часть Голливуда, они вне зависимости от того, правдивы или фальшивы, оказывают свое влияние на поведение людей.

Звездное и человеческое. Кумиры Голливуда — это на языке кинопромышленников «кассовые» (bankable) актеры, «товар», который хорошо идет. Сегодня! Но ведь спрос на него не вечен.

«Ни в чем нельзя быть уверенным,— заявил как-то Фрэнк Яблэнс,— следующая картина с Бобом Редфордом или Джеком Николсоном может лопнуть как мыльный пузырь». Заявление бывшего президента компании «Парамаунт» не лишено оснований: не раз уже незаметно сходили с экрана, едва появившись, ленты с участием таких, например, звезд, как Элизабет Тейлор или Шон Коннери. Проваливались даже картины с участием Брандо, Бартонна, Скотта, Хоффмана. Звездная система не всегда срывается, случается, что мнение критики и зрителей все-таки расходится с авторами рекламы очередного звездного проекта.

Как же так, спросит читатель, ведь говорилось иное? Законы Голливуда — понятие весьма гибкое, они, как и политика американских бизнесменов от кино, подвержены многочисленным вариациям.

Система звезд — краеугольный камень Голливуда, но компоненты ее (сами звезды) взаимозаменяемы. И звездам об этом постоянно напоминают.

Голливудские боги, идолы, герои — назовите их как угодно — остаются все же людьми. Многие из них не выдерживают адского ритма в погоне за успехом. Первые победы нередко оборачиваются поражениями. У Мэрилин Монро, покончившей с собой в 1962

году, и у двадцатидвухлетнего Фредди Принца, застрелившегося в 1977 году, много общего. У них пришло в столкновение, в неразрешимое противоречие звездное и человеческое, породившее в итоге страх потерять то, что добыто ценой колоссальных усилий и утрат.

«Аудитория наделяет этих людей исключительными свойствами,— высказывается на страницах издания «Инквайер» д-р Гарольд Гринвальд, профессор психологии в университете Сан-Диего,— и они начинают относиться к себе соответственно. Все подчинено одному желанию — выбраться наверх, добиться совершенного успеха. А когда цель достигнута, одолевает страх: что же дальше... Страх растет, усугубляется мыслью, что кто-то другой может занять это звездное место. Равновесие может быть нарушено внезапно: глубокая депрессия нередко заканчивается самоубийством».

Голливуд расчетливо воспитывает у звезд обязательное чувство первенства. Суперзвезда, утверждают бизнесмены от кино, должна постоянно сиять на пределе своих возможностей, постоянно обращать на себя внимание. Такая система, полагает д-р Сэм Янус, заведующий кафедрой психологии в нью-йоркском медицинском колледже, несет в себе «элементы саморазрушения». Многие из звезд, считает он, глубоко несчастны, «это люди, пытающиеся заполнить пустоты души звездной легковесной пылью». Им постоянно необходимо внимание аудитории. Требуются все более сильные дозы — умиленной критики, огромных гонораров, других атрибутов успеха. Но самого главного — творческой удовлетворенности — голливудская звездная система дать не может.

Показательны судьбы отдельных ветеранов «фабрики грез», зигзаги их карьеры, часто зависящей от «стихии» голливудского рынка.

Одним, считали в Голливуде, повезло. Они удачно вписались в современные «киноволны». Какая-то картина может вдруг (отразив настроения зрителей) стать кассовой находкой — и тогда звезда, потерявшая популярность, участвуя в этой картине, вновь вернет зрительский интерес.

На волне «картин-катастроф», например, практически не сходил с экрана Чарлтон Хестон, герой почти забытого «Бен Гура». Он был занят и в «Похищенном в воздухе», и в «Аэропорте, 1975», и в «Землетрясении». В 1979 году актер снялся в новой ленте — «Пробуждение», где играл археолога, открывающего тайну мумии фараона.

Труднее было уже упоминавшемуся нами Уильяму Холдену и Грегори Пеку. «Звезды гаснущие» не вызвали интереса у бизнесменов. Холден изредка выступал на телевидении, в кино больших работ не было — память о звезде сохранилась лишь в трудах киноведа. Забыт был и Пек. Последний кассовый фильм с его участием, «Арабеска», вышел в 1966 году. Попытки выступить в

роли продюсера (ленты «Катонсвилль-9» 1971 года и «Голубь» 1973 года) успехом не увенчались. И вот в киносезон 1976/77 года с Пекком и Холденом происходят схожие истории.

Грегори Пек, снявшись в картине «Предзнаменование», становится «кассовой неожиданностью», ветеран кино — нарасхват у крупных студий, предложения сниматься сыплются как из рога изобилия. Подряд следуют две большие работы — «Макартур» (1977) и «Мальчики из Бразилии» (1978).

Что же произошло? Пек прекрасно вписался в современный фильм ужасов. К Франкенштейну, Дракуле уже привыкли, их не воспринимали всерьез. Что касается персонажей, подобных герою известной картины Хичкока «Психо» (1960), они были реальны и потому объяснимы — в конце концов, полагали американцы, только что узнавшие о поимке безумного убийцы «сына Сэма», терроризировавшего в 1977 году весь Нью-Йорк, в этих случаях можно надеяться на помощь полиции. Но «Предзнаменование» пугало необъяснимы м, которое каждый пытался тем не менее как-то объяснить.

Действительность, в которой жили герои, была буднична, реальна, она была узнаваема, но нельзя было объяснить дьявольского наваждения, так похожего на правду, особенно по сравнению со сказками о монстрах в прежних лентах.

Интересно в этой связи высказывание известного американского писателя Джеймса Болдуина, который писал о фильме, во многом похожем на «Предзнаменование», — об «Изгоняющем дьявола»: «Картина эта — меньше всего фильм о дьявольщине... но о частной собственности, о желании забыть, о бремени налогов, обо всем, что окружает нас»¹⁹. Это точное определение действительного подтекста фильма об ирреальном полностью справедливо для обеих лент. Актер Пек, таким образом, обретал «второе звездное дыхание», попав в «картину спроса».

Примерно то же происходило и при «возрождении» актера Холдена. Но схема была иной. Холден блеснул своим мастерством в одной из самых запоминающихся картин сезона 1976/77 года — «Телесеть».

Картина «Телесеть» правдиво раскрывала мир американского телевидения — мир наживы, сенсаций, систему оболванивания зрителя. Режиссер Сидней Люмет и сценарист Пэдди Чаевски показывали телепромышленность такой, какова она за кулисами. Авторы говорили не только о том, что американское ТВ толкает зрителя к тому, чтобы думать как можно меньше, доверившись голубому экрану, но и о том, что ТВ призвано манипулировать человеком, неотвратимо овладевать его душой, подчинять себе; такова конечная цель тех, для кого средства массовой информации — орудие для насаждения «экранного невежества», средство интеллектуального террора. Фильм «Телесеть» затрагивал проблемы, волнующие людей, и этим выгодно отличался от обычной голливудской кинопродукции. Массовый зритель

откликнулся на картину, а это означало, что он в состоянии понять и принять размышление о современном обществе.

Холден-звезда, таким образом, вписывался в кинематограф 70-х годов совершенно под другим углом, и это было отражением того, что в Америке есть художники и зрители, способные мыслить реально, честно и современно. Но по-иному рассудили кинопромышленники: учитывая новый успех актера у массового зрителя, его «задействовали» в новом проекте. В 1980 году вышел на экраны фильм с его участием «Дамен. Предзнаменование II» — Холден как бы принял эстафету у Пека. Бизнесмены продолжили серию «фильмов ужасов» и расчетливо использовали звезду.

ГОЛЛИВУД И ПОЛИТИКА, ИЛИ ПОЛИТИКА ПО-ГОЛЛИВУДСКИ

«Кино — форма творческого выражения, что бы там еще о нем ни говорили», — пишет в книге «Фильмы как средство коммуникации» киновед Льюис Джейкобс²⁰. И, добавим, это возможность общения с миром, возможность быть человеком.

«Красные в Голливуде». На протяжении своей истории Голливуд по-разному откликнулся на события в мире. Ошибкой было бы считать, что работники «фабрики грез» всегда делали только деньги, отгородившись сказочным от реального. Хотя официальный Голливуд и декларировал, что занимает «нейтральные» позиции, боялся быть «вовлеченным в политику», художники кино активно высказывали свое отношение к конкретной действительности.

Ростен считает, что первые политические выступления начались в Голливуде в 30-е годы (он даже уточняет дату — 1934 год), до этого периода обитатели Голливуда были похожи на неких волшебных существ, которых как бы не касалось то, что происходит на земле²¹. Думается, что это не совсем точно — достаточно вспомнить фильмы Чаплина. Но 30-е годы действительно стали временем, когда в Голливуде не один художник, а многие проявляли гражданскую активность.

Для честных американцев, голливудцев в том числе, война в Испании показала, какую угрозу человечеству несет фашизм. События в Испании пробудили политическое сознание Голливуда. Целый ряд антифашистских групп был создан как в Калифорнии, так и в Нью-Йорке, они повели работу против влияния фашистской пропаганды в Соединенных Штатах. Голливудские звезды не молчали, они реагировали на острые, конфликтные ситуации, не хотели оставаться в стороне. Джоан Кроуфорд осудила вторжение итальянцев в Абиссинию; Фредерик Марч выступил с призывом оказать помощь Испании. Аналогичные заявления делали Джин Харлоу, Джеймс Кэгни, многие голливудские писатели.

В 1936 году возникла в Голливуде Антинацистская лига: членам ее удалось не допустить рекламирования и демонстрации нескольких нацистских фильмов, они также бойкотировали деятельность эмиссара Муссолини. Не менее активно вел себя Комитет кинорботников (во главе с Дэшиэлем Хэмметом), который объявил сбор средств в помощь Испании. А вскоре после позорного мюнхенского сговора пятьдесят шесть деятелей Голливуда составили и обнародовали документ, в котором призывали американцев бойкотировать все товары фашистской Германии. Эти люди не были членами компартии, их трудно было упрекнуть даже в излишнем либерализме, но, действуя по велению совести, они нашли в себе силы быть прежде всего людьми — не просто экранными имиджами. Реакционеры, однако, сразу взяли их на заметку, стали распространять слухи о «социалистической ориентации Голливуда»; некоторые фильмы (и соответственно их авторов и участников) официозы американской печати попросту именовали «красными» — поводом для этого служил уже сам отклик художников на события в мире. Так было, например, в 1938 году с картиной «независимого» продюсера Уолтера Уэнгера «Блокада» (сценарий Джона Говарда Лоусона, режиссер Уильям Дитерле).

«Блокада» — история защитников морского порта, осажденного с суши войсками Франко и заблокированного с моря немецкими и итальянскими подводными лодками. Люди терпят лишения, голодают, но не сдаются и верят, что придет помощь от тех, кто борется с фашизмом, — они ждут корабль с продовольствием и боеприпасами. И корабль, прорвав блокаду, приходит.

Фильм был необычен для Голливуда: на экране возникало звериное лицо фашизма, впервые герой обращался в зал, произнося в финале: «Пробудись, совесть мира!» «Блокада» говорила о том, что честные художники в Голливуде следят за тем, что происходит в мире, хотят активно выразить свою позицию, а главное, показать, какую угрозу представляет фашизм, несущий войну, разрушения, горе.

Американцы с большим интересом встретили кинокартину, сборы она сделала очень хорошие, но против ленты единым фронтом выступили все силы реакции — от католической церкви до откровенно фашистских организаций. Уэнгер, Дитерле и Лоусон начали готовить новый фильм — события его должны были развернуться в нацистской Германии (лента эта стала бы «приговором фашизму», писал позже Джон Лоусон²²), — но от замысла пришлось отказаться. Кампания, развернутая против прогрессивно настроенных кинематографистов, привела к тому, что банки не предоставили Уэнгеру кредитов. Более того, его предупредили, что, если он будет продолжать упорствовать и немедленно не прекратит приготовления к постановке, банки и вовсе пересмотрят свои отношения с «красным» продюсером, раз и навсегда лишив его средств.

Реакция выступала широким фронтом, прикрываясь общими «свободолюбивыми» и «демократическими» лозунгами. В 1936 году несколько сот деятелей кино (в числе которых были крупные продюсеры и режиссеры) организовали группу, начавшую поход против прогрессивных художников, называя коммунистами всех, кто выступал против фашизма. В середине 30-х годов возникают в Голливуде и организации явно фашистского толка (Ростен, в частности, называет две из них — «Голливудских гусар» и «Легкую кавалерию»²³). Эти сразу повели атаку против «коммунистической угрозы», поспешили причислить к числу «радикалов» таких крупных актеров (весьма далеких от политики), как Бэтт Девис, Кэтрин Хепберн, Розалин Рассел, Генри Фонда.

К кампании травли подключились и представители власти. Один из них, некто Бэрн Фиттс, окружной прокурор в Лос-Анджелесе, которому как раз подошло время переизбираться, лозунгом своей кампании сделал «красную угрозу киноколонии»²⁴. Ложь, придуманная Фиттсом во спасение своей должности, была подхвачена реакционной американской прессой — в руках мракобесов она превращалась уже в политическое оружие. При этом в полном соответствии с нормами буржуазной морали провозглашался принцип: «Все средства хороши, когда разоблачаешь коммунистов»... Таким образом, произошло неожиданное, то, чего не предусмотрели «нейтральные» хозяева «фабрики грез»: в умах обывателей начали сливаться воедино понятия «Голливуд» и «коммунизм».

Кампания под девизом «Красные в Голливуде», однако, испугала кинопромышленников. Ирония этой ситуации заключалась еще и в том, что того же Фиттса киномагнаты всегда материально поддерживали. И Майер и Джек Уорнер давали средства на содержание прыткого прокурора, развившего поистине титаническую деятельность. Фиттс направил повестки явиться в суд четырнадцати членам Гильдии сценаристов, которых обвинил в том, что они «красные». Он молниеносно, не давая обвиняемым возможности выступить в свою защиту, провел закрытое слушание дел.

Вслед за этим Фиттс выступил с аналогичным обвинением в адрес некоторых членов Гильдии киноактеров, в частности Фредерика Марча, Джеймса Кэгни, Хэмфри Богарта, Мелвина Дугласа и других.

Но на выборах Фиттса прокатили. Чересчур ретивым оказался окружной прокурор хозяевам Голливуда — понятие «красная киноколония» не вписывалось в легенду о сказочном Голливуде. Легенда должна была быть красивой, ничего общего не имеющей с суровой реальностью.

С ростом влияния кинематографа, однако, росла и озабоченность «официальной» Америки тем, какими путями движется творческая мысль художников кино, каких убеждений придерживаются работники кинофабрики, призванные — по воле

бизнесменов — лишь развлекать аудиторию, воспитывая массового потребителя. Хозяева Голливуда прекрасно понимали, что в «развлекательности», производимой на конвейерах «фабрику грез», и распространяемой не только в самих Соединенных Штатах, но и во всем мире, — суть большой политики капитализма. Увести от проблем реальной жизни, внедрить в сознание стереотипы буржуазного общества, подавить любые проявления независимости — вот задача, которую ставили и ставят правящие круги перед американской кинопромышленностью. Именно поэтому голливудские боссы и те, с кем они были неразрывно связаны в сфере большого бизнеса, осаживая чересчур ретивых деятелей, вроде упомянутого Фиттса, одновременно предпринимали действия против прогрессивных художников, пытаясь заставить их замолчать. И если случай с Фиттсом был лишь эпизодом в отношениях капиталистов и делающих на их деньги (и с их соизволения) карьеру беззастенчивых политиков и чиновников, то кампания против любого проявления «независимых настроений», против тех, кто выражал малейшее сочувствие прогрессивным идеям, являлась основной линией политики кинопромышленников.

Шла война с фашизмом, а голливудцев, принимавших, скажем, участие в деятельности Антинацистской лиги, обвиняли в «приверженности коммунизму». В августе 1940 года радиокomentатор Мартин Дайс на всю страну возвестил о том, что сорок два работника Голливуда — «яркие красные», среди них: Лестер Коул, Герберт Биберман, Бад Шульберг, Лайонел Стендер, Фрэншот Тоун, Фриц Ланг и другие. Через несколько лет многие из этих сорока двух попадут в черные списки комиссии по расследованию антиамериканской деятельности.

«Разоблачения». 9 февраля 1950 года сенатор Джозеф Маккарти, выступая в местечке Уиллинг (Западная Виргиния), заявил, что у него имеется список 257 коммунистов, работающих в государственном департаменте. Некоторые историки именно с этого момента ведут отсчет «эры маккартизма» в Соединенных Штатах — мрачной страничке истории страны.

Преследование всего прогрессивного, однако, ко времени «маккартизма» шло уже полным ходом. По предложению президента Трумена, которого активно поддержал небезызвестный глава ФБР Эдгар Гувер, началась массовая «проверка граждан на лояльность». Ее в обязательном порядке проходили федеральные служащие. Преследованиям подвергался каждый, кто подозревался в «сочувствии коммунистам».

Известная американская писательница, драматург и сценарист Лириан Хеллман пишет об этом периоде в своей книге воспоминаний, красноречиво озаглавленной «Времена негодяев»: «...ситуация не была новой. Она возникла еще в 1917 году, после революции в России. Победа революции, а стало быть, и угроза,

которую она представляла, все время давали себя знать. Возник страх перед коммунизмом...»²⁵.

«Охота за ведьмами» коснулась всех граждан США, отразилась и на культурной жизни страны. Так, печально известная комиссия по расследованию антиамериканской деятельности присвоила себе право определять «идеологическое содержание» любого произведения искусства в Соединенных Штатах. Начали ярые поборники американизма свою инквизиторскую деятельность с «дезинфекции» американского кинематографа.

Кампания эта подготавливалась давно. В 20-е годы первый президент только что созданной киноорганизации «Американские кинопродюсеры и прокатчики» Уил Хейс, один из бывших чиновников в администрации президента Гардинга, считал, что основной целью возникшего под его началом киноучреждения является «чистка Голливуда»²⁶.

В 1938 году комиссия по расследованию антиамериканской деятельности создается лишь как временный орган, но орган с вполне определенными целями: комиссия берет на себя обязанность обращать внимание общественности на подрывную деятельность отдельных элементов». К этим «отдельным элементам», впрочем, относят лишь коммунистов или тех, кто подозревается в сочувствии им.

Важно отметить, что комиссию сразу же поддерживают самые реакционные силы — более ста профашистски настроенных организаций, в их числе ку-клукс-клан, глава которого во всеуслышание заявляет, что «комиссия оказывает стране большую услугу» и что цели ее совпадают с целями клана²⁷. С благословения правящих кругов комиссия расширяет сферу своей деятельности — начинает по всей стране кампанию «за чистую Америку».

Уже в одном из первых своих докладов, опубликованном в 1939 году, комиссия объясняет, с кем ведет борьбу. Ее члены видят себя в роли «общественных обвинителей», они обвиняют всех, кого можно заподозрить в «антиамериканской» деятельности. Под эту категорию — следует подробное пояснение — подпадает каждый, кто «верит в

- 1) полное социальное и расовое равенство,
- 2) уничтожение частной собственности,
- 3) замену частной собственности общественной,
- 4) то, что правительство обязано заботиться о народе...»²⁸ и т. д.

В стране разворачивается беспрецедентная по своему размаху кампания шантажа и провокаций, рассчитанная на дискредитацию свободолюбивых взглядов. Прибегая к подтасовке фактов, смешивая открытую ложь и сенсационные разоблачения газетных репортеров, реакция сеет семена злобы, раздора, подозрения.

В ходе многочисленных своих заседаний, бесконечных слушаний комиссия обвинила сотни людей — цвет американской интеллигенции: писателей, художников, кинематографистов, преподавателей. Она сделала безработными огромное число

талантливых специалистов, занеся их в черные списки. Людей клеймили как предателей, в «обществе равных возможностей» их низводили до положения парий.

Страшным документом стали «сводные отчеты»²⁹ комиссии; эти издания, размером с толстую телефонную книгу, становились практическим руководством, «пособием» для администраций фирм, голливудских продюсеров, хозяев квартир — всех, кто мог соприкоснуться с «неблагонадежными». В отчетах — имена почти 45 тысяч человек, а также несколько сот прогрессивных организаций. И это лишь «основной» черный список: в 1954 году было переиздано так называемое «Добавление IX» к «сводным отчетам», в котором содержится 250 тысяч имен лиц, поддерживавших «коммунистический фронт» начиная еще с 30-х годов. «Добавление IX» и по сию пору используется ФБР и ЦРУ, в этих организациях документ именуют «библией подрывной деятельности в США».

Как видно, комиссия не без оснований внушала страх. И не без оснований уловили в ее активности возможность проявить себя самые беспринципные политические деятели. На волне антикоммунизма они превращались в «защитников нации», в «патриотов с большой буквы», они самым подлым образом строили свою карьеру на том, что способствовали физическому уничтожению (не выдержав травли, некоторые кончали жизнь самоубийством³⁰) или морально калечили сотни и тысячи своих сограждан.

Репрессиям подверглись работники радио, авторы тех передач, где критиковалась деятельность комиссии, явно противоречившая американской конституции. Все громче стали раздаваться новые предостережения о «красной угрозе» в Голливуде.

Необходимо отметить, что «маккартизм» возник в США не вдруг, не на пустом месте. Антикоммунистическая истерия, начавшаяся сразу после победы Октябрьской революции и нараставшая, как мы отмечали, в 20—30-е годы, не утихала и в годы войны против фашизма. Даже перед лицом общего врага, как известно, американские политические деятели вели двойную игру, надеясь подорвать мощь Советского государства. И проявлялось это не только в сфере «чистой политики», но и на идеологическом фронте, где реакция уже вела подготовку к «холодной войне». Любопытнейший материал дает в этом плане изучение архивов конгресса США. Оказывается, именно в тот момент, когда по просьбе администрации Рузвельта в Голливуде было поставлено несколько картин, рассказывавших о совместной борьбе с

фашизмом, в конгрессе нашлись деятели, заявлявшие, что «фильмы, в которых появляются на экране русские, не нужны американцам»³¹.

Дальше — больше. В 1945 году торговая палата США опубликовала доклад под названием «Проникновение коммунистов в Соединенные Штаты», в котором, в частности, говорилось, что коммунисты пытаются захватить контроль над средствами массовой информации и развлекательным бизнесом. Составители доклада для пущей достоверности даже утверждали, что в Голливуде коммунисты уже захватили в свои руки Гильдию сценаристов.

Прогрессивных писателей, сценаристов — среди них Бертольта Брехта, Лилиан Хеллман и других — обвиняли во всех смертных грехах, подвергали сомнению все, что связано с их работой, они попадали под особый надзор американской охраны.

Слежка велась непрерывная. За Брехтом, например, «наблюдение» продолжали вести даже тогда, когда он покинул пределы Соединенных Штатов и активно включился в строительство новой, демократической Германии. «Информируйте нас, пожалуйста, о всех его европейских действиях...» — писал шеф ФБР Гувер руководителям ЦРУ³².

Начав с радио, кинематографа, ультрареакционные силы, собравшиеся под знаменем комиссии, уже после «голливудских слушаний» 1947 года развернули широкую «проверку» общеобразовательной системы США. Не осталась без внимания ни одна школа, все учебники пролистывались, прочесывались на предмет обнаружения в них подрывной пропаганды. Мракобесие с особой циничностью проявилось во время дебатов в конгрессе по вопросу о расширении в стране сети библиотек. Председатель комиссии Гарольд Вельд, кстати бывший сотрудник ФБР, открыто заявил, выступая в марте 1950 года: «Повышение образовательного уровня американцев путем лучшего библиотечного обслуживания может более чем что-либо другое способствовать изменению их политических взглядов. Образование народа — это то, что составляет суть коммунистического и социалистического влияния»³³. Под строгий контроль бралось и кино, ибо оно, как отмечали американские исследователи, «оказывает огромное влияние на безграмотную или малограмотную прослойку населения, до которой печатное слово не доходит»³⁴.

Голливуд на скамье подсудимых. В фильме 1944 года «Только ты, одинокое сердце» герой (его роль исполнял известный американский актер Кэри Грант) произносил фразу, в которой говорилось о том, что «последние гроши выжимают из людей, которые еще беднее нас». Комиссия по расследованию антиамериканской деятельности нашла, что картина «в чрезмерной степени насыщена коммунистической философией».

В ленте «Песня о России» (1944) американец говорил русскому: «Какой хороший у вас хлеб уродился»; комиссия квалифицировала эту фразу как «подрывную».

Особенно раздражало «патриотов американизма» то, что в ряде лент, выпущенных в Голливуде в годы войны, русские улыбались. «Это один из трюков коммунистической пропаганды», — было заявлено «квалифицированным экспертом от кино», приглашенным комиссией для консультаций.

В 1947 году председателем комиссии по расследованию антиамериканской деятельности стал некто Парнел Томас, ярый антикоммунист. Он начал с того, что обвинил всю бывшую администрацию Рузвельта в коммунизме. Среди прочего Томас акцентировал тот момент, что в годы войны с фашистской Германией в Голливуде был сделан ряд «прорусских картин», в частности «Песня о России» и «Миссия в Москву» (1943); комиссия усмотрела также «социалистическую направленность» в антивоенных фильмах «Верный товарищ» Дмитрыка и «Бои в Северной Атлантике» Ллойда Бэкона. Томаса поддержали: конгрессмен Ричард Никсон посетовал на то, что Голливуд «по непонятным причинам» совсем не делает антикоммунистических фильмов.

Кинопромышленники, люди, стоявшие у руля Голливуда, повторяем, считали начавшуюся кампанию «профилактической»; они рассматривали ее как акцию, которая бы помогла им чужими руками расправиться с «вольнодумцами» и лишний раз продемонстрировать собственное могущество. Поэтому, когда конгрессмен Джон Ранкин выступил с предложением «провести чистку Голливуда», они промолчали. Комиссия по расследованию пошла еще дальше: «**Каждого** (подчеркнуто мною.— Ю. К.), чья лояльность находится под сомнением, следует без колебаний устранить из кинопромышленности»³⁵. Здесь уже надо было отвечать; президент Ассоциации кинопродюсеров Эрик Джонстон обратился к хозяевам студий с призывом «навести порядок в собственном доме» — порвать какие бы то ни было отношения с

«коммунистами и сочувствующими», — пока дело не дошло до расследования в конгрессе.

Поначалу, однако, такие крупные фигуры Голливуда, как Шэри, Голдвин и некоторые другие, высказались против «чистки», против самой идеи создания черных списков, попадая в которые кинематографисты уже не могли бы найти в Голливуде работу. Но события принимали необратимый характер, истерия антикоммунизма разрасталась.

В июле 1947 года комиссия по расследованию антиамериканской деятельности объявила о своем намерении провести «тщательное расследование» влияния коммунизма в американском кинематографе. Повестками для дачи показаний в комиссии вызывались голливудцы самой различной политической ориентации — от, условно говоря, «правых», к которым относили, например, Гэрри Купера и Адольфа Менжу, до «левых»: режиссеров Льюиса Майлстоуна, Ирвинга Пичеля, Эдварда Дмитрика, продюсера Адриана Скотта и целой когорты писателей, включая тогдашнего президента американской Гильдии сценаристов Джона Говарда Лоусона.

Среди кинематографистов, вызванных для дачи показаний, были и те, кто готов был сотрудничать с этим «общественным судом», и те, кто решительно заявлял о том, что комиссия конгресса, созданная в нарушение американских законов и конституции, неправомочна вести дознание. Возмущение достигло предела, когда в ходе слушаний так называемые «свидетели от комиссии» (те, кто согласился с ней сотрудничать) разразились потоком бездоказательных обвинений и абсурдных предположений, принимавшихся тем не менее за абсолютную истину.

Особенно ярким нападкам подверглись девятнадцать человек, первыми получившие повестки явиться в комиссию. Их просто лишили возможности сказать что-либо в свою защиту: их адвокаты не могли задавать вопросы лжесвидетелям, их заявления не принимались во внимание. Иначе говоря, хваленая «американская демократия» предстала во всей своей красе — беззакония и грубого произвола.

Нарушения элементарной законности были настолько вопиющи, что члены комиссии после слушания первых десяти дел устроили длительный «перерыв»: одиннадцатого представителя Голливуда, Роберта Россена, и восемь его коллег «оставили в покое», их даже не стали слушать. В печати уже разворачивалась грязная, черносотенная кампания травли. Сначала осудили

«голливудскую десятку» (это Альва Бесси, Герберт Биберман, Эдвард Дмитрык, Лестер Коул, Ринг Ларднер, Джон Говард Лоусон, Альберт Мальц, Сэмюэль Орнитц, Адриан Скотт, Дэлтон Трамбо): двоих приговорили к шести месяцам заключения, остальных восемь — к году (кроме того, они подверглись штрафу в 1000 долларов каждый по смехотворному обвинению в «проявлении неуважения к членам комиссии»). Затем открылась «эра черных списков» — массовые репрессии.

Подняли голову самые реакционные организации: «Американский легион», например, пригрозил бойкотировать все фильмы, в которых принимали участие члены «голливудской десятки» или «им подобные». Эти заявления вызвали переполох в деловых кругах Уолл-стрита. Официальный Голливуд вынужден был реагировать: кампания в прессе, широко освещавшей все перипетии, грозила прямыми убытками — у обывателя могло создаться впечатление, что к кинематографу следует относиться настороженно. И вот 24 ноября 1947 года, в тот же день, когда палата представителей большинством голосов утвердила обвинения комиссии в отношении «десятки», хозяева Голливуда собрались в Нью-Йорке. Совещание было по-деловому кратким. Прежде всего кинопромышленники поспешили отмежеваться от членов «десятки».

Особо подчеркивалось, что с коммунистами кинокомпания ничего общего иметь не желают. «Голливуд лоялен, он полностью поддерживает все акции правительства Соединенных Штатов» — с такими заголовками выходили газеты, получившие соответствующие «наставления». Хозяева Голливуда успокаивали деловой мир — ведь вклады бизнесменов в кинопромышленность составляли огромную по тем временам сумму в 60 миллионов долларов.

В Голливуде стали составлять черные списки все, кто в малейшей степени выступал против разгула махровой реакции, кто хотел остаться честным попадали под подозрение. Черные списки росли не по дням, а по часам. «Всех красных в Голливуде необходимо известить», — заявил Мирон Фаган, возглавлявший так называемую Гильдию по изучению кино. Не ограничиваясь устными нападками, анонимными телефонными звонками, письмами, бойкотом, Фаган и его приверженцы внушали американцам, что ненависть — самое мощное их оружие в борьбе с коммунистами. Они ставили своей задачей формирование по всей стране «групп ненависти». Государству, уверяли они, необходимы «глобальные разоблачения». Осуществляя массовые провокации,

занимаясь подстрекательством, Фаган получал помощь, указания и «наводящую» информацию из ФБР.

Были выпущены даже две брошюры — «Красная измена в Голливуде» и «Документы о красных звездах в Голливуде». В числе «красных» назывались такие ленты, как «Джентльменское соглашение» (1947) Элиа Казана, его же, совместная с Джоном Фордом, картина «Розовая» (1949), «В тупике» (1950) Джозефа Манкевича. К так называемым «фильмам-посланиям», также квалифицировавшимся как «сомнительные», относили «Лучшие годы нашей жизни» (1946) Уильяма Уайлера, «Перекрестный огонь» (1947) Эдварда Димитрыка, «Стучись в любую дверь» (1949) Николаса Рея. «Сомнительными» делала их тематика, ибо то были картины о реальных проблемах американского общества: о безработице, коррупции, расовых предрассудках, преступности. Темные стороны жизни «процветающей Америки» четко проявлялись в этих произведениях — именно поэтому они вызывали яростные нападки реакции*.

Студии одна за другой захлопывали двери перед «неблагонадежными». Администрация «20-й век — Фокс», например, в числе первых поставила своих сотрудников в известность о том, что она «отказывается от услуг киноработников, подозреваемых в сочувствии коммунистам»³⁶. Даже те, кто соглашался давать показания, дабы снять с себя подозрение, наказывались «в административном порядке»: так, хозяева «20-й век — Фокс» наполовину срезали гонорары Элиа Казана, ставшего «свидетелем от комиссии»³⁷.

Свидетелей таких было немало — свидетелей-добровольцев и свидетелей по принуждению. Прием, к которому прибегала комиссия по расследованию антиамериканской деятельности, был изощренно подл: людей вызывали повесткой на очередное заседание комиссии, проводившееся при закрытых дверях; если они не соглашались сотрудничать (то есть разоблачать других), их уже слушали на открытом заседании, где они становились обвиняемыми, не свидетелями. В вину им могли поставить что угодно — от случайно оброненного слова до выступления с критикой порядков, царящих в стране. В комиссии даже пресловутая

* Гораздо позже, во второй половине 70-х годов, ленты эти получают более деликатное, соответствующее новой, «гибкой» политике Голливуда название — «проблемные драмы». Массовому зрителю будут внушать, что попытки американских кинематографистов разобраться в сложных противоречиях, обратить внимание на расовые проблемы, социальное неравенство никогда не находили и не найдут спроса — ведь к Голливуду всегда относились лишь как к источнику развлечений.

«свобода по-американски» определялась так: «Ваши права,— говорил Парнел Томас, ставший в 1947 году председателем комиссии и оказавшийся в 1948 году за решеткой по обвинению в воровстве, мошенничестве и взяточничестве,— это лишь те права, которые разрешает вам наша комиссия»³⁸.

Комиссия по расследованию стала главным органом, центром всех ультраправых сил Америки. Ее членами были и деятели из общества Джона Берча, не скрывавшие своей принадлежности к этой организации, и платные агенты ФБР, и все, кто видел «крамолу» в малейшем проявлении подлинной свободы в обществе «всех свобод».

Даже «далекие от либерализма» киноработники вынуждены были — уже в 70-е годы, в своих воспоминаниях — отмечать, как это делает, например, актер Роберт Воен в своей книге «Только жертвы» что деятельность комиссии по расследованию «принесла нации мало пользы в сравнении с вопиющей несправедливостью, проявленной к отдельным лицам...»³⁹.

«Охота за ведьмами,— отмечает киновед Гарт Джовет,— вынудила лучшие таланты Голливуда отойти от творчества, что нанесло кинопромышленности в 50-е и 60-е годы большой урон»⁴⁰.

Кинопромышленники прекрасно понимали, что в коммерческом плане антикоммунистический угар не сулит больших выгод, но мода на разоблачения, говорили они, пройдет, экран вернет себе утраченные позиции, а мы за это время воспитаем армию актеров, режиссеров, сценаристов, готовых выполнить за приличное вознаграждение любой заказ.

«Реабилитации» и новые преследования. В 70-е годы в суд в Голливуде никого не вызывали, не просили давать объяснения по поводу своих политических воззрений. О мрачных временах маккартизма, деятельности комиссии по расследованию говорить считалось нетактичным. Не все с этим соглашались.

Сорок девятое по счету «оскаровское» шоу проходило 28 марта 1977 года. На следующий день, как всегда, газеты пестрели портретами победителей, названиями лент-лауреатов — были полны обычного голливудского шума. Но лишь в одном-двух американских печатных органах, освещавших вечер, вскользь упомянули имя Лилиан Хеллман, а о ее коротеньком выступлении при вручении приза лучшему документальному фильму вообще не появилось ни строчки.

«Я когда-то была уважаемым членом этого клуба, — сказала Хеллман, обращаясь к «академикам», голливудской элите, —

надеюсь, этого никогда больше не произойдет». Сарказм и горечь в словах известной писательницы, драматурга, сценариста были вызваны тем, что администрация Академии, сделав «демократичный» жест, вынуждена была предоставить ей возможность появиться на вечере после многих лет заговора молчания вокруг имени Хеллман и других голливудских «неблагонадежных».

С начала разгула маккартизма в Америке прошел уже не один десяток лет, но до сих пор не реабилитированы многие из попавших в черные списки.

В 1951 году режиссер Абрахам Полонски, вызванный в комиссию, отказался давать показания. Голливуд, хотя и предоставлял ему изредка возможность работать, лишил режиссера имени. Даже двадцать лет спустя фамилия Полонски в титрах фильма «Скажите им, что Билли Бой здесь» не появилась. Когда один из репортеров спросил его, знает ли он, что, вероятно, до сих пор находится в черных списках, Полонски ответил, что ему об этом при каждом удобном случае напоминает каждый: «студия, мой агент, газеты, конгресс и хозяин квартиры».

Хозяева Голливуда, однако, прекрасно понимают, что новые времена диктуют новую тактику, новые методы «обращения с художниками». Комиссия по расследованию прекратила свое существование еще в 1969 году... ее переименовали. Схожими вопросами, но под благопристойной вывеской занимается теперь «комиссия по вопросам внутренней безопасности». Благонадежность американских граждан постоянно проверяют ФБР и ЦРУ. Только в списках последней, как выяснилось в ходе специального расследования, проведенного в середине 70-х годов, среди «подозрительных» — более полутора миллионов человек.

Охватившая страну глубокая депрессия вызывает беспокойство у правящих кругов. Они пытаются взять ситуацию под контроль, предусмотреть возможные «эксцессы». Людей с независимыми суждениями берут на заметку или открыто преследуют, а что до «среднего» американца, то его усиленно пытаются сохранить в рядах «молчаливого большинства». Придумывают различные трюки, используют даже политические скандалы для прославления пресловутой «американской демократии».

Так, «плач» Америки в связи с позором «Уотергейта» для правящих кругов США — своего рода ширма, с помощью которой от американской общественности пытались скрыть истинное лицо политических и государственных институтов на службе капиталов. Прошло тридцать лет, маккартизм модернизировал свои формы.

Сегодня действуют тоньше, гибче. Игра в либерализм, продуманная, нацеленная на создание видимости демократизма, включает отдельные акции по «реабилитации».

В марте 1976 года Гильдия писателей удостоила звания лауреата Майкла Вильсона — «за достижения в области сценарного искусства». Писателя чествовали коллеги. Работы Вильсона получили наконец официальное признание (выдвижение на приз Академии за «Пять легких пьес», несколько наград Гильдии писателей). Официальному Голливуду понадобилось немало времени, чтобы вспомнить Лилиан Хеллман, не сразу решились «маститые» отметить и Вильсона. Писатель участвовал в создании таких известных, отмеченных «Оскарами» лент, как «Лоуренс Аравийский» (1962) и «Мост через реку Квай» (1957), но, так как был занесен в черные списки и причислен к «опасным» элементам, имя его в титрах не упоминалось.

«Либеральный» Голливуд снисходит до своих «изгоев», когда трудно становится игнорировать их талантливые работы, но нередко просто попадает впросак. Так, в 1956 году «Оскар» был присужден Роберту Ричу за сценарий ленты «Храбрец». Как выяснилось, под этим псевдонимом работал писатель Делтон Трамбо, который в свое время был одним из самых известных в Голливуде сценаристов, работавших на студии «МГМ» и попавших в черные списки.

В период «молчаливого преследования» Трамбо написал тридцать пять сценариев, по некоторым из них были сделаны фильмы, шедшие на экранах, но имя автора нигде не упоминалось. Наконец, в 1960 году Отто Премингер первый «выпустил» имя Трамбо в титрах в фильме «Исход». Затем его примеру последовал Керк Дуглас: Трамбо — соавтор «Спартака». Писателю «повезло», как считают в Голливуде, но далеко не всем кинороботникам, попавшим в черные списки в годы разгула маккартизма, удалось вернуться в кино.

5 мая 1975 года, почти двадцать лет спустя, на скромной (неразрекламированной — члены Академии на сей раз избегали шумихи) церемонии Трамбо получил своего «Оскара» 1956 года.

Итак, реабилитации — одна, другая. Значит ли это, что Голливуд отказался от политики с позиции силы? Нет. Голливуд использует и кнут и пряник. Вот уже сколько лет он пытается «утихомирить» Джейн Фонда. В 60-е годы кинопромышленники скептически отнеслись к первым сообщениям об участии актрисы в антивоенном движении — говорили о «капризах», «озорстве» звезды. Потом стало ясно, что Фонда последовательна в своей

борьбе за справедливость,— Голливуд не поднял свой голос в защиту актрисы, когда в 1974 году палата представителей конгресса США провела специальное расследование деятельности Фонда. За ней следили службы ФБР и ЦРУ, на актрису обрушился поток грязных, клеветнических измышлений и угроз. А Голливуд стал еще более настороженно относиться к Фонду, замалчивать ее работы, Голливуд отшатнулся от нее; обошла актрису стороной премия «Оскар» за исполнение главной роли в известном советскому зрителю фильме «Загнанных лошадей пристреливают, не правда ли?».

В 1978 году, однако, Голливуд изменил тактику, год был урожайным на «вьетнамские» фильмы. Оказалось, что зритель принимает эту ранее запрещенную в Голливуде тему. Кассовые сборы сделала и лирическая драма «Герои» с участием Генри Уинклера, и грязный пасквиль, насквозь проникнутый лживыми утверждениями о «зверствах» вьетнамцев (не американцев!) во Вьетнаме и «Охотник на оленей», лента, во многом перекликавшаяся со знаменитыми «Зелеными беретами», также в свое время вызвавшими широкие протесты мировой общественности, и «Возвращение домой», антивоенная лента с участием Джейн Фонда.

В 1979 году Фонда была все же удостоена «Оскара» за лучшее исполнение женской роли в этом фильме. Активно содействовала этому компания «Юнайтед артистс», которая готовила к выпуску еще две ленты о Вьетнаме — «Собаčky солдаты» и «Апокалипсис наших дней». Бизнесмены были заинтересованы в хорошей рекламе вьетнамской темы.

Следует отметить, что планам современного Голливуда нисколько не противоречат отдельные обращения художников к острым проблемам, своего рода «политизация» кинопродукции.

Бизнесмены старались использовать ситуацию, сыграть на возникшей у зрителя потребности услышать о Вьетнаме опять, осмыслить происшедшую трагедию, разобраться, а что же все-таки было, как это могло случиться.

Но меньше всего интересовал кинопромышленников действительно больной для нации вопрос — об участии США во вьетнамской войне. И отнюдь не собирались они прощать Джейн Фонда ее принципиальной позиции. Как только актриса летом 1979 года решительно осудила клеветническую кампанию, развязанную в США в связи с так называемой «проблемой вьетнамских беженцев», карательные действия не замедлили последовать. Актриса подверглась травле потому, что открыто заявила о том, что

вопрос о беженцах сфабрикован и поднят с целью снять с США ответственность за чудовищные преступления, совершенные американскими войсками во Вьетнаме. «Вон эту красную из Голливуда!» — вопили реакционеры всех мастей. Точно как раньше, как в годы маккартизма. Новоявленные «патриоты» обвинили Фонда не больше не меньше как в «предательстве национальных интересов США». Законодательная ассамблея штата Калифорния вывела актрису из состава своей комиссии по делам искусств; «нам не нужны коммунисты» — такова была мгновенная реакция тех, кто и в 70-е годы ориентировался на установки деятелей времен «холодной войны». Да и сейчас, когда мир столкнулся с новым рецидивом империалистической политики силы, когда вашингтонская администрация развязывает «вторую холодную войну», становится видно, что официальный Голливуд, как и раньше, пытается отмежеваться от неугодных ему художников и, более того, — приспособить свою политику идеологического рупора империализма к новым условиям.

В 1980 году в американскую печать просочились сведения о том, что по указке конгресса и с ведома кинопромышленников в США ежегодно создается около трехсот пропагандистских фильмов, рисующих интервентов и убийц в виде «патриотов американской нации». Производство подобных лент финансируют не только деловые круги, но и военные ведомства.

В этой связи следует сказать и о такой долговременной акции кинопромышленников, как экранизация романов Флеминга о секретном агенте 007 Джеймсе Бонде. Почти двадцать лет длится марафон «бондовских» фильмов — более десятка лент из этой серии появилось на экранах Америки и других континентов.

«Бондовские» картины хозяева Голливуда приняли на вооружение не только потому, что они дают хорошую прибыль. Сторонники «холодной войны» видят в экранизациях разрекламированных походов бравого агента возможность лишний раз подчеркнуть, как заботится «свободный» мир о своих «жизненных интересах», как борется он с «советской военной угрозой».

Голливуд продолжает разрабатывать среди прочего банальные сюжеты повседневного апокалипсиса, рисуя картины ужаса и страха, немислимых катастроф и космических коллапсов, усиленно трубит о «советской угрозе». Кинопромышленники вместе с военной индустрией наживают миллионные прибыли и подогревают гонку вооружений.

На экранах США появляются время от времени и картины, претендующие на критику определенных общественных институтов. Подобные фильмы рождаются в ходе сложных процессов, и следует отметить, что происходит это не только потому, что голливудцы хотят высказать свое отношение к конкретным событиям в их стране,— происходит это с соизволения правящей верхушки, которая, рассуждая о демократии, маскирует Голливуд под «свободное» сообщество «независимых» художников.

«Вся президентская рать». В 70-е годы Голливуд волей-неволей должен был откликнуться и на другую злободневную тему, также смущавшую умы и сердца американцев,— тему функционирования своих политических институтов. Это стало очень злободневно, это волновало — «Уотергейт» был не за горами. Возникал и развивался кризис доверия. Многие, например, высказывали неудовлетворение тем, какой разительный контраст являет собой кандидат в президенты страны в начале избирательной кампании и через несколько месяцев после его избрания. Недоверие американцев как к демократам, так и к республиканцам, утрата иллюзий приводят к переоценке многих критериев, попыткам отыскать правду.

Актер Роберт Редфорд говорит, что ему понятно, почему американская молодежь в большинстве своем не принимает участия в выборах: молодые американцы не видят разницы между кандидатами, полагая, что в решении их собственных проблем им не поможет ни один. Актер создал в свое время образ такого политического деятеля в фильме 1972 года «Кандидат».

В начале своей избирательной кампании Билли Маккей (Редфорд) — молодой американец, искренне надеющийся помочь своим избирателям; в середине кампании — это человек, обремененный рамками имиджа и знанием закулисной борьбы, когда все приемы хороши, лишь бы переплюнуть соперника; к концу ленты вырисовывается картина рождения современного политического деятеля: забыты радикальные призывы, их сменила дипломатичная фраза; к лицу, выставленному под юпитеры, приклеена стопроцентная улыбка, а наедине с собой — растерянный человек. В погоне за голосами, следуя советам опытных наставников, он растерял собственное «я». Маккей — Редфорд, опускаясь в изнеможении на усыпанный победным серпантинном пол, спрашивает: «А что же дальше?»

Редфорд ездил по стране, принимал участие в рекламной кампании фильма «Кандидат», когда разразился «уотергейтский»

скандал. Очередная «полицейская» история неожиданно вылилась в разоблачение «преступления века», как именуют это дело в Соединенных Штатах. У Редфорда и его коллег возникла идея создать фильм «Вся президентская рать», прослеживающего перипетии событий в почти документальной форме. Замысел этой картины вызревал постепенно.

Вначале предполагалось, что это будет, как говорил сам актер, «скромная, черно-белая лента с двумя безвестными исполнителями». Администраторы Голливуда с недоверием отнеслись к этой «рискованной» идее. Тогда Редфорд изменил тактику. Он стал утверждать, что фильм об «Уотергейте» можно сделать в «таинственном ключе детективной истории». Наконец, «Уорнер бразерс» согласилась частично финансировать «затею». Половину бюджета, однако, покрывала компания «Вайлдвуд», принадлежащая самому Редфорду, и непременным условием было его участие как актере (плюс солидный — звездный — состав исполнителей).

На экраны вышел фильм не просто о столь модном в 70-е годы «разоблачительном журнализме» — картина стала и рассказом о журнализме по-американски, о сенсационных репортажах.

Но главное — что осталось «не замеченным» американским зрителем и, возможно, ускользнуло даже от авторов (но, конечно же, учитывалось заказчиками-бизнесменами) — фильм прославлял «американскую демократию», «американский образ жизни».

Возможно, именно поэтому сценарий ленты был противоречивым. Редфорд сначала предложил написать его известному сценаристу Уильяму Голдмену (автору «Батч Кассиди и Санданс Кид» — фильма 1969 года, который сделал актера знаменитым), но чересчур «хроникальная» манера Голдмена не удовлетворила продюсера. Редфорд хотел большего, его не устраивал сюжет о репортерах, гоняющихся за сенсацией. Свой вариант представил Карл Бернштейн, но он казался слишком «романтичным» — герои выступали борцами за правду. Редфорд же должен был умиловить всех: зрителей, жаждавших увидеть на экране «скандал века», администрацию студии, требовавшую «полицейскую, детективную» историю, и, наконец, кинопромышленников, знавших, что заказывают они картину о современном варианте «американской мечты», ленту, пытающуюся убедить в том, что в США каждый имеет равные права. На стыке этих «заявок» и создавалась сенсационная «разоблачительная» лента — в производство пошла компромиссная версия, удовлетворяющая и авторов, и заказчиков, и тех, кто думал, что

создает правдивый, почти документальный фильм, и тех, кто знал, что картина работает на обычное американское мифотворчество.

Фильм вышел на экраны в апреле 1976 года более чем в шестистах кинотеатрах одновременно. Кассовые сборы превзошли самые смелые предположения — за первую неделю фильм собрал больше, чем «Крестный отец», и почти столько же, сколько «Челюсти». Редфорд говорил, что сам этого не ожидал. Несмотря на то, что многие зрители, отмечая злободневность ленты, считали, что авторы больше подали сенсацию, чем факт, все же успех фильма «Вся президентская рать» был закономерен — американцы хотели высказать (соотнести с тем же киновариантом) свое отношение к тому, что произошло и происходит в реальной действительности. Мнения при этом можно было услышать в США самые разные, но большинство — и зрители и художники — при всех крайностях точек зрения сходились в одном: «Вся президентская рать» кроме прочего была, как характеризовал фильм Редфорд, «картиной о правде» и о том, «как близки американцы к тому, чтобы потерять право знать правду».

Голливудский баланс. «Вся президентская рать» — работа, несомненно добавившая новые черты к портрету Роберта Редфорда, которому официальная критика поспешила ранее приклеить ярлычком «романтического героя» и даже «секс-символа».

Редфорд — один из представителей модной в 70-е годы, набирающей силу в Голливуде группы актеров, становящихся продюсерами. Как и Клинт Иствуд или Барбра Стрейзанд, он сам подает идею будущего фильма, сам ведет переговоры с той или иной крупной компанией, заручаясь ее поддержкой, сам отбирает и покупает «собственность» (сценарий или книгу), сам подыскивает режиссера, работает вместе с писателем над сценарием, при сутствует на пробах исполнителей — словом, осуществляет всю многообразную работу продюсера.

Редфорд от картины к картине все расширяет свои функции продюсера. Если в «Стремительном спуске» (1969) он довольствовался совсем малым, пробуя свои силы, активность его в «Кандидате» и «Джеремие Джонсоне» (1971) неизмеримо возросла. Что касается фильма «Вся президентская рать», то здесь Редфорд участвовал во всем — от монтажа картины до организации ее рекламы. Последнее требовало особых усилий.

С тех пор как в 1973 году началась работа над фильмом, слухов в кинемире вокруг него ходило невероятное количество. Скептики пророчили провал картины, исходя из того, что в истории

американского кино практически ни одна «политическая» лента не делала сборов. И многие считают, что если бы не энтузиазм Редфорда (кстати, есть и другое мнение — если бы не его кассовая популярность, на которую также рассчитывали кинопромышленники), проект не был бы осуществлен.

Актер Дастин Хоффман говорит: «Боб заслужил успех картины. Конечно, многое сделал и Алан Пакула, режиссер фильма, но с самого начала это была идея Редфорда, и он сумел ее реализовать. Редфорд не только звезда, он — личность». Звезда и личность — в этом нюансе, подмеченном Хоффманом, думается, есть ответ на противоречия в фильме. С одной стороны, по собственному признанию Редфорда, он искал в разоблачительном журнализме больше чем просто информацию сенсационного характера — он хотел поверить в то, что честные люди спасают страну от кошмара. Более того, Редфорд шел еще дальше: выходя за рамки «Уотергейта», за рамки сценария фильма, он считал чрезвычайно опасным происходящее в Соединенных Штатах слияние правительственного аппарата и капитала, при котором капитал подчиняет все своему диктату⁴¹.

Но Редфорд-звезда, Редфорд-деловой человек вынужден был все-таки сохранить в картине «голливудский баланс». Подлинные разоблачения в фильме перемешаны с детективными приемами. Картина — и откровение, и сенсация, и разоблачение системы коррупции, шантажа, подкупа, процветающей в Соединенных Штатах на всех уровнях власти, и гимн «свободной» американской печати.

Редфорд сумел также, по собственному признанию, не только достичь этого компромисса с хозяевами индустрии развлечений, но и сбалансировать собственные дела. Он — и это в Голливуде заметили многие и отдали должное его «деловой гибкости», — заключая союз с «Уорнер бразерс», подстраховывался собственной популярностью. Редфорд знал, что то, что он может потерять как продюсер и бизнесмен при финансировании «Всей президентской рати», будет компенсировано гонораром звезды. Иначе говоря, Редфорд, оперируя категориями индустрии развлечений, разговаривал на ее языке. Случай это не единичный.

Определенная (хотя и относительная) самостоятельность американского актера-звезды сегодня, его возможные прорывы в деловой мир Голливуда можно проследить еще на одном примере, еще одной «политической картине».

В популярности с Редфордом сравним сегодня в Соединенных Штатах Уоррена Битти.

В 1975 году Битти вернулся на большой экран после трехлетнего перерыва. В 1972 году он вместе со своей сестрой актрисой Ширли Маклейн принимал активное участие в президентской кампании сенатора Макговерна. Действие фильма Битти «Шампунь» (продюсером которого он был, сценарий которого написал в содружестве с Робертом Тауном и в котором играл главную роль) начинается 4 ноября 1968 года, в день завершения президентских выборов. Сюжет, однако, ничего общего, как казалось американской критике, с политикой не имеет. Это комедия о злоключениях голливудского парикмахера (место действия — Беверли Хиллз, Калифорния). Киножурналы, специализирующиеся на слухах и сплетнях вокруг киномира, давно присвоили Битти звание «голливудского Дон Жуана», и многие считали, что картина в какой-то степени автобиографична. Это и определило характер рекламной кампании. Фильм, в котором можно было увидеть еще одну «мужскую секс-бомбу» (девиз картины: «Голливуд — это большая кровать!»), шел с аншлагом. И захлебывался от восторга приобщившийся к «сладкой жизни» обыватель.

Некоторые критики иронизировали. «Это старая голливудская звездная история о неземных людях, живущих райской жизнью», — писал один из них. Между салонами красоты и будуарами шикарных женщин мечется модный парикмахер, «суперсекс-символ». А как бы второй план картины, делающий ее фарсом, составляют выступления обанкротившихся политических деятелей, их обещания, повторяемые от одной кампании к другой и никогда не выполняемые, рассуждения героев — в промежутках между любовными утехами — о том, например, что дельцы, финансирующие избирательные кампании, заботятся лишь о собственных интересах, а не о благосостоянии нации. Вероятно, именно это соединение секса и политики «по Битти», на американский манер, привлекало массового зрителя. С одной стороны, политический фарс, с другой — лента, полностью отвечающая голливудским стандартам.

Итак, как и в случае с Редфордом, это «странная» попытка осмыслить происходящее, отреагировать на реальное, высказаться, но не выходя за рамки голливудских штампов.

Зрелищный характер продукции Голливуда может дать повод к тому, чтобы делать вывод о некоей деполитизации американского кино. Но не следует забывать о том, что многие голливудские художники, хотя и того или нет, все же пропагандируют

определенные идеи, в которых отражаются политические и философские взгляды правящего класса.

Следовательно, колебания крупных мастеров Голливуда между «серьезным» и «развлекательным» — это не только политика по-голливудски, это шире: это голливудское отношение к искусству, к правде жизни.

«МГМ», « ПАРАМАУНТ» И ДРУГИЕ

В самом начале 70-х тогдашний президент «Метро — Голдвин — Майер» Джеймс Обри обронил фразу: «Голливуд больше не увеселительное заведение, здесь делают деньги».

Но в Голливуде всегда делали деньги, хотя в разные времена — по-разному... и одинаково.

К вопросу о периодизации. О «новом поколении голливудских администраторов» писали еще в начале 30-х годов: называли имена Ирвинга Талберга, Дэвида Селзника, Даррила Занука — они активно искали аудиторию, изучали ее вкусы.

С «новых администраторов» начиналось в Голливуде многое. В 1932 году Талберг поставил на «МГМ» фильм «Уродцы» — на экране царствовали монстры, страшилища. Годом позже на студии «РКО» Дэвид Селзник сделал «Кинг Конга». А трио Блумберг, Верк, Фокс, администраторы «Юниверсал», наладили «римейки» и продолжения «Дракулы» и «Франкенштейна», фильмов, вышедших в 1931 году. С приходом «новых администраторов» изменились в какой-то степени критерии подхода к созданию кинопродукции⁴².

Со временем состав этой группы, естественно, менялся. В 1951 году из «МГМ» ушел Луис Б. Майер. Гарри Кон, возглавлявший «Коламбиа пикчерз», умер в 1958-м. Сэмюэль Голдвин перестал заниматься кино, когда ему было уже за семьдесят. Дэвид Селзник сделал свою последнюю ленту в середине 50-х годов. Даррил Занук ушел из руководства «20-й век — Фокс» в 1956-м. Барни Балабан в «Парамаунт» и Джек Уорнер в «Уорнер» держались до 60-х годов. И хотя Адольф Цукор в собственном офисе в здании «Парамаунт» справлял свою сотую годовщину в 1973 году, он лишь формально оставался в администрации компании, потеряв единоличный контроль над ней еще в 1935 году. Но все эти имена, став частью легенды «фабрики грез», не появляются сегодня в деловых сводках Голливуда.

Смене «нового поколения» («второму новому») досталась сложная ситуация. Картин делалось все меньше и меньше. И все меньшее число из них приносило доходы (притом, что отдельные ленты давали астрономические прибыли). Это требовало определенной перестройки процесса кинопроизводства.

Основа, впрочем, оставалась старая — поймать момент, уловить очередную серию. После «Звуков музыки» (1965) спешили ставить мюзиклы, после «Бонни и Клайда» (1967) — гангстерские картины. Но размах был шире, чем раньше, ленты в 60-е годы стоили уже миллионы. А это означало большой риск, который не всегда себя оправдывал.

Последний такой всплеск «второго нового поколения» произошел буквально накануне 70-х годов — после выхода на экраны «Беспечного ездока» (1969). Фильм захватил молодежную аудиторию, которая в отчужденности героев Денниса Хоппера, Питера Фонда и Джека Николсона видела собственную неприкаянность. Лента стоила 400 тысяч долларов, сборы составили сумму в 25 раз большую. О Берте Шнайдере, чья компания «Би-Би-ЭС продакшнс» финансировала картину, заговорили как о представителе «второй волны второго нового поколения» администраторов. Началась «золотая лихорадка» подражаний «Беспечному ездоку», продолжалась она до тех пор, пока не выяснилось, что большинство этих лент сборов не делают.

Сегодня нельзя просто говорить о приходе «третьего» или «четвертого» поколения администраторов, хотя, безусловно, очередное «новое» поколение существует. Прежде всего необходимо отметить начало «века» коммерческих конгломератов, захвативших в кино сильные позиции. Следует говорить о слиянии кинобизнеса с бизнесом вообще: многочисленные некогда студии Голливуда поглощаются извне огромными многоотраслевыми корпорациями. Студии все больше попадают в зависимость от воротил большого бизнеса.

Сегодняшние администраторы, менеджеры, пришедшие к рычагам власти на волнах новой управленческой науки, являются верными слугами, исполнителями воли капитала.

В то же время крупные администраторы сами входят в число промышленников, многие из них располагают значительным капиталом. Так, например, Лео Вассерман, стоящий во главе Эм-Си-Эй, владеет 10 процентами акций этой фирмы. Буржуазные управляющие представляют, по сути, определенную прослойку правящего класса. Контроль за индустрией развлечений, включая кинопроизводство, оказывается, таким образом, у финансовой

олигархии. «Парамаунт» попала в руки многоотраслевой корпорации «Галф энд Вестерн», контроль над «Уорнер бразерс» захватила «Киннинэшил сервис», фирма, занимающаяся всем, от строительных операций до выпуска комиксов. «Юнайтед артистс» стала частью корпорации «Трансамерика», империи банков, страховых компаний и нефтяного бизнеса. Кинофирму «Эмбасси» контролировала «Авко корпорейшн», поставщик авиационного оборудования. «Юниверсал» перешла в собственность Эм-Си-Эй⁴³. Уолл-стрит, давно являющийся важным фактором в финансовой структуре американской индустрии развлечений, захватывал все новые ключевые позиции.

Параллельно с процессом поглощения кинопредприятий коммерческими конгломератами крупные кинокомпании и сами включались в большой бизнес. Показательна в этом отношении деятельность «Коламбиа пикчерз». В 1977 году руководству «Коламбиа» удалось заключить с консорциумом десяти банков выгодное соглашение. Банки предоставляли компании кредит на сумму 122 миллиона долларов с погашением в конце 1983 года (специалисты объясняли «мягкость» банкиров в первую очередь умелым ведением финансовых операций новой администрацией фирмы).

В 1974 году после провала дорогостоящего фильма «Затерянный горизонт» и еще нескольких неудачных лент «Коламбиа» перешла к системе «параллельного производства», при которой, во-первых, наряду с одним-двумя крупными проектами осуществляется широкое производство дешевых лент и, во-вторых, средства вкладываются не только в кинопроизводство, но и в другие отрасли индустрии развлечений.

В 1977 году фирма получала доходы не только по статье «кино», но и по статье «пластинки» и по новейшей отрасли бизнеса — «игральные аппараты».

Итак, кинобизнес в 70-е годы стремился не только к разнообразию своей продукции, широкому ее ассортименту, но и занимался «смежными» деловыми манипуляциями. Не следует, однако, впадать в крайность, утверждая, что кинопроизводство сворачивалось, уступая место более надежным способам помещения капитала. Даже старейшая голливудская компания «МГМ», получая львиную долю своих доходов не от кинопроката, не устранялась полностью от кинопроизводства. И какие бы разные пути получения прибылей ни разрабатывались «новыми» и «новейшими» поколениями голливудских администраторов, неизменным осталось одно — жесткая деловая хватка, умение не

растеряться в биржевой игре, какой бы товар ни был сегодня или завтра в цене.

Попробуйте кинофильмы. На волне киноажиотажа 70-х годов пошли вверх акции предприятий индустрии развлечений. Особая активность наблюдалась на нью-йоркской бирже, где ходят ценные бумаги таких «китов» шоу-бизнеса, как «Коламбия пикчерз», «Уолт Дисней продакшнс», «Галф энд Вестерн», «Левэс корпорейшнс», «МГМ», «20-й век — Фокс» и «Уорнер коммюникейшнс».

«Акции кинокомпаний так же активны сегодня на бирже, как акции нефтяных корпораций», — отмечала 9 июня 1977 года «Нью-Йорк таймс». Три месяца спустя та же газета под рубрикой «На рынке» публиковала материал, озаглавленный «Долгосрочный прогноз? Попробуйте кинофильмы».

Маклерам, спекулянтам, играющим на бирже, предлагали присмотреться к ходко идущему товару. Почему? Потому что-де есть все основания полагать, что это товар с будущим.

Новые времена приносили новые возможности. Если в прошлом, скажем, кинокомпании лишь продавали свою стареющую продукцию на телевидение (в 60-е годы Эй-Би-Си, например, заплатила «20-й век — Фокс» почти 20 миллионов долларов за право показа по телевидению 17 фильмов, включая 5 миллионов за двухразовую демонстрацию «Клеопатры»⁴⁴), то теперь появился новый фактор, имеющий, по мнению экспертов, важнейшее значение для будущего кинопромышленности: Речь идет об огромном потенциале платных телефонных каналов, а также видеопленок и видеодисков. Массовость этого потребительского рынка предсказуема.

В черте Нью-Йорка некоторые его обитатели приобщились к так называемому «кабельному ТВ» — они имеют возможность смотреть фильмы совсем недавно бывшие в прокате. Дом, по-существу, становится кинотеатром.

А в магазинах давно можно приобрести видеоманитофоны, позволяющие вести запись телепрограмм. Картина, таким образом, может стать вашей собственностью. С разработкой объемных видеодисков кинорынок может значительно расширить свою аудиторию.

Но у этого явления есть обратная сторона. Крупные поставщики кинопродукции не без оснований опасаются, что, как и телевидение в свое время, видеосредства могут оказать «неожиданное влияние на традиционный кинопоток. «Уолт Дисней продакшнс» и

«Юниверсал» оспорили в суде неконтролируемую практику записи фильмов на пленку.

Так что, давая те или иные рекомендации, изучая деловой рынок, биржевики не могут сделать абсолютно точных прогнозов. Судя по их высказываниям, на данном этапе они отдадут предпочтение компаниям со смешанными интересами, занимающимся кино и другими товарами⁴⁵: это позволяет компенсировать одни статьи другими, всегда получать положительный баланс.

Крестный отец кинобизнеса. За механическую обезьяну высотой 40 футов запросили больше миллиона долларов. Новая дорогая «игрушка» вошла в историю американского кинематографа вслед за «чудом техники» — известной акулой из фильма «Челюсти». Бюджет проекта, очередной находки американской кинопромышленности, составил 12 миллионов долларов — на экране вновь Кинг Конг, герой известной ленты 1933 года. Охочая до сенсаций американская пресса сообщала, что картина будет чем-то средним между «фильмами ужасов» и так называемыми «картинами-катастрофами» и должна, по расчетам, принести солидный доход. «Кинг Конг» станет «наиболее волнующей, оригинальной картиной — событием всех времен», — говорил продюсер ленты Дино Де Лаурентис.

На Таймс сквер, Третьей и Второй авеню, 42-й улице — везде, где сосредоточены кинотеатры Нью-Йорка, часто можно видеть огромные рекламные щиты, переливающиеся всеми цветами радуги, с лаконичной надписью: «Дино Де Лаурентис представляет на ваш суд новую картину».

В самом начале 70-х годов Лаурентис, один из крупнейших итальянских продюсеров, распродав принадлежавшие ему киновладения в окрестностях Рима, перенес свое дело в США. Уже первая его лента, «Показания Валаччи», рассказывавшая об организованной преступности в Соединенных Штатах, пользовалась исключительным успехом. Дебют на новом месте оказался удачным — Лаурентис стал одним из самых процветающих голливудских кинобизнесменов.

Писатель Питер Маас вспоминает, что никто из продюсеров в США, кому он предлагал экранизировать «Показания Валаччи», не взялся за это: одни считали проект чересчур «рискованным» по деловым соображениям, другие — потому, что слишком открыто говорилось в «Показаниях» об американской мафии, вещи назывались своими именами. Лаурентис поставил ленту — и успех

превзошел все ожидания. Зритель принял картину, а уже потом были «Крестный отец», его продолжение и бесчисленные повторения темы.

Картины Лаурентиса нацелены прежде всего на обывателя, потребляющего хорошо разрекламированную продукцию, товар, который ему подают как первосортный. Один из приемов Лаурентиса — подбор талантливых художников для работы даже в наиболее откровенных коммерческих лентах.

Актер Чарлз Бронсон, который неоднократно снимался в картинах Лаурентиса, говорит: «Так как Дино вкладывает в материал значительные средства, он обязан найти добротный сюжет — это привлекает звезд и режиссеров! Ну а когда дело доходит до продажи готовой картины, это «конек» Дино: у него связи с целым миром».

Слова Бронсона можно принять с определенной оговоркой: «деловая» репутация Лаурентиса как бизнесмена, умеющего делать деньги, — вот одна из его главных характеристик. Все средства хороши в мире наживы, гласит неписанный закон американского кинобизнеса, коль скоро потребитель исправно выкладывает наличными за каждую новую кинонаходку. А в современной американской кинопромышленности на вооружении новые, современные методы производства кинопродукции деловая организация труда. Такой опытный продюсер, как Лаурентис, прекрасно знает, скаже что посещаемость фильмов Феллини или Бергмана по сравнению с массовой безвкусицей, угодной обывателю, не так высока. Но верно также, что талантливые, известные авторы имеют свою аудиторию, которую никак нельзя сбрасывать со счетов. Более того, эта часть зрителей нередко влияет и суждение критики, на ход рекламной кампании, даже ведет за собой в отдельных случаях «массового американца».

И производители, исходя из этого, идут и «уступки», и, чтобы оставить за собой контроль над большим художником, они поддерживают иллюзию того, что позволяют существовать настоящему кино.

Даже известный шведский режиссер Ингмар Бергман, который сделал для Лаурентиса картину «Змеиное яйцо» (1976), говорит, что с этим заказчиком ему просто и удобно работать, ибо он многое отдает на откуп режиссера. Бергман не чувствует зависимости от промышленника — и ошибается: Лаурентис оставляет за собой не только финансовый контроль.

О мнимом деловом «благодушии» Лаурентиса у нас еще будет возможность поговорить подробно в рассказе о Роберте Олтмене,

пока же отметим, что в активе компании Лаурентиса, как видно, самый разнообразный «деловой» набор.

Интересно, что параллельно с «Кинг Конгом» Лаурентиса над своей версией приключений гигантской обезьяны работала студия «Юниверсал», основной в 70-е годы поставщик «картин-катастроф».

Администрация студии предполагала сделать «впечатляющий, поражающий воображение» фильм, огромную цветную панораму, озвученную по тому же принципу, что и известная картина «Землетрясение», также поставленная «Юниверсал» (специальные устройства создают в кинозале иллюзию присутствия: грохот, рычание, визуальные эффекты в сочетании с нагнетанием ужаса на экране). «Юниверсал» даже начала работу сразу над несколькими механическими обезьянами (впрочем, по сравнению с чудовищем Лаурентиса их можно назвать «обезьянками»).

Лаурентис пытался остановить неожиданных конкурентов. Несколько месяцев в судебных инстанциях рассматривали встречные иски компании Лаурентиса и студии «Юниверсал», каждой — о своих исключительных правах. Дело принимало серьезный оборот, тяжба могла поставить под угрозу само осуществление проектов. Наконец, обе стороны решили проявить деловую гибкость. Согласно достигнутому соглашению лента Лаурентиса выходила на экраны первой, прокатывала ее студия «Парамаунт», а «Юниверсал» должна была выпустить свой вариант, «Легенда Кинг Конга», позже. Американскому зрителю, таким образом, обеспечивался безостановочный «обезьяний марафон». Лаурентис снимал первую жатву с заинтригованного зрителя, а для «Юниверсал» лента продюсера становилась своеобразной рекламой собственного продолжения приключений Кинг Конга. Итак, деловые люди заранее поделили будущую аудиторию, кинопромышленник Лаурентис не остался внакладе — сказался опыт осуществления крупных финансовых операций на рынке коммерческого кинематографа.

Карьера продюсера началась в середине 30-х годов, когда он сделал свой первый фильм. В 1940 году Лаурентис работал помощником режиссера на одной из студий в Турине. После войны открыл свое дело, организовав кинокомпанию на паях с Карло Понти, работал с лучшими итальянскими режиссерами — достаточно упомянуть имя Федерико Феллини.

В мире деловых людей бизнес — прежде всего; конкуренты вынудили Лаурентиса оставить студию. Сам продюсер говорит, что уехал из Италии потому, что выросли расходы на постановку

картин. Так или иначе, сегодня он один из основных поставщиков кинопродукции на американском рынке. С легкой руки газетных репортеров к нему пристало прозвище «крестного отца» американского кинобизнеса.

Особенно оценили в Голливуде деловые качества Лаурентиса, его нух бизнесмена, улавливающего настроения зрителя. Сколько уж раз на страницах американской печати раздавались сетования актрис на то, что в современном прокате в США отсутствуют ленты с серьезными женскими ролями. Не стало героинь, все главные роли отданы в «век насилия» на откуп исполнителям-мужчинам. И вот уже Лаурентис ведет переговоры о том, чтобы в его фильмах играли такие известные актрисы, как Ингрид Бергман и Лив Ульман. Это планы на будущее, когда прокатная ситуация вдруг может измениться. А до того, в 1976 году» вышел на экраны его фильм с «экзотическим» названием «Губная помада». Главные роли, как мы рассказывали, исполняли сестры Хемингуэй. Эю был их кинодебют; по сюжету они жертвы насилия, и на экране — сексуальные подробности на грани порнографии. Это дань продюсера «современному» женскому образу.

Новоявленный «крестный отец» от кинобизнеса прибирает к рукам все новые таланты, новые идеи: железную хватку «делового человека» Лаурентиса почувствовали на себе Лос-Анджелес и Нью-Йорк, западная и восточная столицы американской индустрии развлечений. Лаурентис ведет дело широко, прибегая к сотрудничеству как с крупными кинокомпаниями, так и с «частными вкладчиками». «Человек-фирма» предпочитали называть его в 70-е годы в США те, кто не любил ассоциаций с «крестным отцом».

Новые формулы Алана Лэда. Если Лаурентис в основном ассоциировался у американского потребителя с «Кинг Конгом», если у Роберта Эванса и Фрэнка Яблэнса, весьма успешно действовавших в 70-е годы администраторов, во время их работы на «Парамаунт»⁴⁶ были две кассовые находки, о которых трубил весь Голливуд, — «История любви» и «Крестный отец», — то у Алана Лэда, возглавлявшего кинопроизводство студии «20-й век — Фокс»⁴⁷, таких побед насчитывалось больше.

Фильмы «Молодой Франкенштейн», «Серебряный экспресс», «Предзнаменование», «По ту сторону полуночи» сделали большие кассовые сборы, а лента «Звездные войны» Джорджа Лукаса, вышедшая в прокат летом 1977 года, перекрыла показатели фильма-рекордсмена — «Челюсти».

«Звездные войны» отвергли на «Юниверсал», а Лэдд решил купить идею научно-фантастического фильма и не прогадал. То же произошло, когда «Коламбия» отказалась от проката «Молодого Франкенштейна» Мэла Брукса. Сценарий «Предзнаменования» отклонили на «Уорнер» — Лэдд приобрел и поставил фильм, ставший кассовым событием. Получалось, что главный администратор «20-й век — Фокс» подбирает сомнительные сюжеты, скупает по дешевке то, что не удовлетворяет его коллег и соперников из других фирм. И при этом ему еще и отчаянно везет.

Лэдд пробовал разное: комедию, ужасы, старую романтическую историю, новые варианты фантастического. Но при этом планировал свои операции, находил объяснение победам и поражениям, Своим и чужим, искал в неудачах возможные рецепты успеха. Администратор считал, например, что цикл «картин-катастроф» завершился. Именно поэтому он отказался от идеи финансирования ленты Ирвина Аллена «День, когда мир перестал существовать» и фильма «Рой» — о пчелах-убийцах, атакующих жителей американских городов.

В то же время Лэдд, разбираясь в сплетениях киносерий 70-х годов (в этом ему помогает опыт прежней работы вице-президента фирмы по художественным вопросам), объясняет, что картина Лаурентиса «Кинг Конг» пользовалась бы еще большим успехом, если бы «фильм не сделали слишком сложным», — надо было побольше ужасов, поменьше умных разговоров. Иначе говоря, Лэдд готов использовать и старые голливудские формулы, но применительно к меняющейся рыночной ситуации.

Одной из составных формулы успеха, по Лэдду, является так называемый «осторожный» прокат. Лэдд тщательно готовит зрителя к своим фильмам. Съемки картины «Звездные войны» Лэдд с самого начала засекретил — лишь отдельные репортеры (и то перед самым выходом ленты на экраны) смогли сообщить американцам отдельные (но интригующие) подробности. Реклама «Звездных войн» поначалу не была громкой. И картина демонстрировалась всего в нескольких кинотеатрах страны. В Нью-Йорке даже в октябре 1977 года, когда о фильме уже давно писали и говорили как о кассовом событии, он демонстрировался лишь в одном кинотеатре на Бродвее. Сборы «Звездных войн» уже перекрывали производственные затраты, но до широкого проката еще было далеко: миллионы «осторожно» множились⁴⁸.

Мюзикл Питера Богдановича «Наконец-то любовь» (1975) Лэдд также пускал «осторожным» прокатом. Но интереса у зрителей

картина не вызвала, а критика о ней писала лишь в раздраженных тонах.

Отзывы критики, впрочем, по мнению Лэдда, не стоят и гроша. В качестве примера он приводит разгромные рецензии на «Серебряный экспресс» и «По ту сторону полуночи» и дифирамбы лентам продюсера Эванса «Марафонец» и «Черное воскресенье»: первые две, как мы отмечали, принесли большую прибыль, две последние не достигли желаемого эффекта — расходы едва окупились. Лэдд полагает, что критика действительно может помочь, Но лишь на всплеске успеха, в то мгновение, когда «устная молва» (в среде массового зрителя) уже создала атмосферу успеха. Именно тогда и время для шумной рекламной кампании.

Лэдд учитывает рынок, изучает его, направленно выходит на зрителя с конкретным товаром. Успех Лэдда-администратора — в знании не только Голливуда, но и Уолл-стрита, где кассовые сборы «Звездных войн» способствовали «неожиданному» взлету акций «20-й век — Фокс».

Игра продолжается. 25 мая, в день, когда лента «Звездные войны» вышла на экраны Нью-Йорка, акции «20-й век — Фокс» можно было купить на бирже без особых проблем. Но не прошло и двух недель, как цена на них подскочила, спрос превышал предложение: «фантастическим» называли бизнесмены деловой успех научно-фантастического фильма. Такого, говорили многие, не было с 1975 года, когда успех «Челюстей» поднял цену на акции корпорации Эм-Си-Эй.

В связи с успехом компании «20-й век — Фокс» подскочили в цене и акции «Дженерал синема», которой принадлежит большинство кинотеатров в Соединенных Штатах. Оперативно действовали «околокиношные» фирмы. «Дженерал миллс» сообщила, что заключила подряд на изготовление игрушек на темы «Звездных войн» — акции компании также пошли вверх. Выше стали котироваться ценные бумаги и другого «игрушечного» предприятия — «Тонка», ранее успешно использовавшего киносюжеты в своей продукции. Подскочили поначалу даже акции «Коламбия», выпустившей подражание «Челюстям», фильм «Глубина», поставленный по второму роману Бенчли, — так сильна была инерция, эхо «Звездных Войн».

Итак, ирония биржевой судьбы компании «20-й век — Фокс» заключалась в том, что формально фирма не была связана, как многие другие, с многоотраслевыми конгломератами. Фильмы являлись практически единственным ее товаром (в конце 50-х годов

хозяева «20-й век — Фокс», правда, превратили большую часть студийных владений в Лос-Анджелесе в коммерческий комплекс Сенчури-сити), другие моменты, таким образом, повлиять на курс акций не могли. За первые одиннадцать дней проката «Звездные войны» собрали 5,2 миллиона долларов, и Уолл-стрит быстро подсчитал, что такой же «осторожный» прокат во всем мире даст, по самым скромным подсчетам, более 100 миллионов долларов прибыли. Так или иначе, было очевидно, что научная фантастика властвовала не только на экранах кинотеатров она царила и в «строгом хаосе цифр» на светящихся, мигающих, бегущих табло биржевых сводок.

Лев из Калвер-сити. Небольшое здание на бульваре Вашингтона в Калвер-сити, в Лос-Анджелесе, само по себе вряд ли может привлечь внимание неискушенного туриста. Но под козырьком парадного подъезда бросаются в глаза три гигантские буквы — «МГМ». У американского зрителя они мгновенно ассоциируются с мордой рычащего льва — традиционной (почти такой же «древней», как Голливуд) эмблемой одной из крупнейших киностудий страны — «Метро — Голдвин — Майер».

В 1969 году контроль над «МГМ» перешел к Керку Керкориану, которого в деловой Америке именуют «отельным магнатом». У нового хозяина оказались свои планы в отношении будущего студии, планы, которые активно начали претворять в жизнь оборотистые управляющие. В историю американского кинематографа они вошли как очередное новое поколение голливудских администраторов.

Хозяева «МГМ» считали, что основную ставку следует делать не на сомнительные кинопроекты, а на устойчивые поступления от азартных игр, процветающих в штате Невада. Специально построенный в Лас-Вегасе двадцатисестизэтажный «Гранд-отель» — это импозантное здание, находящееся как раз напротив другого известного отеля «города азартных игр», знаменитого «Дворца Цезаря», где выступают со своими шоу все звезды. Заядлому зрителю или празднующему стоит вечером лишь пересечь площадь, и он успевает побывать на двух представлениях. Сезон в «Гранд-отеле» открылся сводной программой «Голливуд, Голливуд!», затем пошла шоу Дина Мартина, Ширли Маклейн, популярного негритянского ансамбля «Джексон-5» и других.

Во время одной из поездок в Лос-Анджелес мне удалось встретиться с новым президентом «МГМ» Розенфелтом. Ответы его на все мои вопросы о текущей политике администрации студии и о

ее дальнейших планах были немногословны. Красноречивее «говорили стены» старейшего кинозаведения. Во время индивидуальной экскурсии, проведенной со мной по указанию Розенфелта, я увидел практически пустые съемочные павильоны, лишь с одной занятой площадкой (с перерывами шла работа над научно-фантастической лентой «Побег Логана»), а в лабораториях студии, где увлекательно рассказывали о технических возможностях современного кинопроизводства, работники «МГМ» трудились над картинами других кинокорпораций, отдельными лентами «независимых» авторов — словом, любого, кто арендует технику и рабочую силу, ранее обслуживавшую лишь престижные проекты студии.

И действительно (и Розенфелт этого не скрывал) в помещениях и офисах «МГМ» «людей искусства» сменили бухгалтеры, статистики и «настоящие деловые люди». Вроде бы погасли огни блистательной некогда, считавшейся самой престижной студии Голливуда, обладавшей, как любили говорить, большим количеством звезд, чем их можно сосчитать в небе. И если верить американским кинорепортерам, гигант превращается в лилипута, сильное животное (лев — царь зверей) дряхлеет. Иногда начинают говорить о снижении деловой активности «МГМ», даже о ее финансовом кризисе. Это неверно. С учетом новой конъюнктуры рынка возобновилось активное кинопроизводство.

Анализируя состояние дел «МГМ» в 70-е годы, следует отметить прежде всего изменение политики руководства и поиск владельцами фирмы более надежных, выгодных способов помещения капитала. И несомненно именно этим принципом руководствовались хозяева «МГМ», когда в 1980 году приняли решение о разделении деловых операций: были образованы два новых предприятия — «МГМ Гранд-отель, инк.» и «МГМ фильм компани».

Разные, но одинаковые рецепты. Одно из последних нововведений администраторов 70-х годов — система так называемого «параллельного производства». В Голливуде, как объясняли мне его обитатели, крупные компании ведут двойную игру; выпускают большие ленты известных режиссеров и картины в духе «лент второго сорта». Расчет прост: миллионные проекты с полным набором звезд, известных художников кино могут при удачном повороте дел дать стократную прибыль. Если же такой фильм остается незамеченным или даже проваливается, дефицит

покрывается за счет почти обреченных на сборы, дешевых «картин жесткой сметы».

Одна из глав фундаментального труда американского киноведа Гарта Джовета «Фильм. Демократическое искусство» называется «Новый Голливуд». Джовет пишет о том, что к концу 60-х годов старая студийная система массового производства навсегда исчезла, что на ее месте зародилась «новая философия кинопроизводства», которая корнями своими уходила в кабинеты деловых людей крупных корпораций, а не на съемочные площадки студии⁴⁹.

Это так. Новые администраторы Голливуда оперируют новыми категориями, применяют в работе новейшие методы; несмотря на традиционное соперничество, они сотрудничают между собой, если того требуют интересы дела.

Чтобы максимально обезопасить себя от риска, студии все чаще прибегают к так называемому смешанному финансированию проектов. Так, «Парамаунт», делая «Великого Гэтсби», кооперировалась с другими, частными вкладчиками. Картину «Леди поет блюзы» «Парамаунт» финансировала вместе с компанией по выпуску пластинок «Мотаун рекордс».

Кроме того, в сегодняшнем Голливуде осуществляется определенное «производственное сотрудничество» между крупными поставщиками кинопродукции: так, «Коламбия пикчерз» и «Уорнер бразерс» совместно пользуются съемочными павильонами и площадками, принадлежащими «Уорнер» в Бербенке, у них и общая прокатная организация (как, впрочем, и у «Парамаунт» и «Юниверсал»).

Крупные студии кооперируются не только между собой, но и привлекают для финансирования картин, например, различные коммерческие фирмы. Так, часовая компания «Булова вотч» выделила студии «Парамаунт» 6,5 миллионов долларов для съемок и рекламы фильма «Преследование» (1975), в котором известный актер Керк Дуглас (он же режиссер и продюсер фильма) демонстрировал строгую пунктуальность своего героя с помощью часов фирмы «Булова».

В то же время у каждого — свои формулы успеха. В 1971 году «МГМ» продала 68 акров своих знаменитых владений в Калвер-сити, получив за них более 7 миллионов долларов⁵⁰. А администрация «Юниверсал» рассудила иначе: на 420 акрах, где располагаются съемочные павильоны студии, проводятся экскурсионные туры. Цена билета — от 2 до 4 долларов. И это приносит доход, а также является дополнительной рекламой

продукции компании. Рецепты, словом, разные, но все они — часть гибкой политики кинобизнесменов, хозяев «большой восьмерки» голливудских компаний, наращивающих свой положительный баланс⁵¹.

Кому служит «Парамаунт»? Начиналось все как в детективной истории. Для редких прохожих сцена эта могла показаться странной: жаркой летней ночью группа лиц, выглядящих преуспевающими бизнесменами, погружала в машину (перед входом одного из деловых небоскребов Манхэттена) аккуратные коробки, в которых обычно перевозят документацию. Происходило это в 1968 году. Машина была взята напрокат, а документы принадлежали компании «Парамаунт» и представляли собой отчеты об уплате налогов. Отчеты эти срочно перевозили из штаб-квартиры фирмы в одно из отделений корпорации «Галф энд Вестерн», расположенное в Коннектикуте.

Зачем понадобилось совершать этот вояж, из Нью-Йорка в соседний штат вдруг и второпях и под покровом темноты? На следующее утро ждали ревизоров нью-йоркского отделения службы налогового контроля: они должны были ознакомиться с grossбухами «Парамаунт», предприятия в ведомстве «Галф энд Вестерн».

Девять лет понадобилось дотошным американским репортерам, чтобы докопаться до сути, узнать о том, что удалось в свое время скрыть даже от многоопытных инспекторов налоговой службы. Через деловое посредничество своего киноотделения «Галф энд Вестерн» совершала кое-какие закулисные операции, в частности крупные платежи в некоторых третьих странах в обмен на необходимые корпорации услуги.

Позднее, для удобства, администрация «Парамаунт» даже провела внутреннюю реорганизацию и перевела свой отдел, занимающийся «вопросами кинопроката за рубежом», из Нью-Йорка в Амстердам, на нейтральную почву, подальше от любопытных взглядов.

Это не единственный пример, так сказать, «смешанного производства», взаимосвязи служб одной деловой организации. Куда только не проникали эмиссары «Галф энд Вестерн»...

Ла-Романа — остров в Карибском море, принадлежащий Доминиканской Республике. Чарлз Блюхдорн, президент корпорации «Галф энд Вестерн», приезжал сюда в 1977 году чуть не каждую педелю: «Галф энд Вестерн», владеющая на острове значительными земельными участками (на которых раскинулись

обширные цитрусовые плантации), решила часть их использовать как место развлечений. На острове возникли комфортабельные виллы, поля для игры в гольф, теннисные корты, яхт-клубы и клубы любителей верховой езды — остров стал приманкой для богатых туристов.

Блюхдорн считает, что туристский бизнес — хорошее помещение капитала. Сегодня, говорит он, туризм — та же часть индустрии развлечений — выгоден, как и... кино («Галф энд Вестерн»), как мы отмечали, владеет студией «Парамаунт»).

В Голливуде об этом почти не упоминают, деловые разговоры идут в основном вокруг администраторов киноответвления «Галф энд Вестерн»: они, как считают многие, вершат кинодела. Блюхдорн здесь предпочитает оставаться в тени, он не раз подчеркивал, что не вмешивается в детали, оставляя их на усмотрение администраторов студии.

Отдавая киноработу на откуп администраторам, подлинные хозяева спускаются со своих «олимпов» лишь тогда, когда речь идет о совершении крупной акции. Блюхдорн, например, лично контролировал некоторые «смешанные операции». Чтобы избежать уплаты налогов с определенной части доходов, руководство «Галф энд Вестерн» придумало трюк с созданием в Канаде фирмы «Парамаунт телевижн». Через эту подставную организацию на телевидение было продано старых фильмов на сумму 167 миллионов долларов. Сумма эта была пущена по статье «поступления из-за рубежа». Таким образом, сделка, совершенная американцами с американцами на «нейтральной» территории, имела «особый практический смысл» — позволяла уклониться от налогов.

Специальная комиссия конгресса занималась этим вопросом, на ноги были подняты детективы, архивариусы, пресса. Выяснилось еще несколько побочных «деталей». Президент «Галф энд Вестерн» использовал, оказывается, средства, высвобождающиеся в результате различных темных махинаций, проведенных через отделения корпорации для «личных займов». На эти деньги, в частности он скупил 22 процента акций сети магазинов «Бохэк», захватил контроль за ними, затеял целую схватку на бирже с соперничающей компанией «Эй энд Пи».

Для «Галф энд Вестерн», межнациональной, многоотраслевой корпорации, действующей в капиталистическом мире (осуществляющей подкуп, шантаж, подлог, обман), кино — лишь одна из статей дохода, не самая главная, несущая отвлекающую функцию. Оборотистость, деловая беззастенчивость, преступность

хозяев и администраторов корпорации — это условие процветания фирмы в мире наживы. Пока налоговые инспекторы производили ревизии, а пресса пережевывала факты девятилетней давности, большой бизнес продол жался.

Коммерческий кинематограф. Теодор Драйзер писал: «Я уверен, что кино как вид искусства имеет огромные возможности... но является ли кино в Голливуде хоть чем-то отдаленно напоминающим искусство?»⁵². Отвечая на этот вопрос, американский писатель говорил о том, что все администраторы студий, с которыми ему приходилось встречаться, были бизнесменами.

Абсолютное большинство тех, кто сколачивал себе состояние в американской кинопромышленности, никогда серьезно не занимались вопросами культуры, да и вообще мало были с ней знакомы, не имели ни малейшего желания содействовать развитию кино. Не только по складу характера, но и по методам, которыми они пользовались, эти люди были спекулянтами, игроками, авантюристами.

Кино, «чудо XX века», став на ноги, превратившись в зрелое искусство, не могло само содержать себя в капиталистическом обществе. Киноработники вынуждены были идти на поклон к банкам.оборот кинопромышленности США рос год от года, и контроль над ней все в большей степени осуществлялся финансовым капиталом. Иначе говоря, американская индустрия развлечений, составной частью которой является кинематограф, проходила и проходит все обычные и неизбежные стадии капиталистического делового предприятия.

Еще в 1937 году английские исследователи Клингендер и Легг писали о том, что контроль над кинопромышленностью «захватила наиболее могущественная в Соединенных Штатах, если не во всем капиталистическом мире, финансовая группа»⁵³. Два факта наталкивали на этот вывод — контроль над системами звукозаписи и крупными студиями со стороны монополистического капитала. (Звукозапись с самого начала находилась в руках фирм, связанных с Морганам и Рокфеллерами, а во времена кризиса, в начале 30-х годов, некоторые уолл-стритовские банковские компании, принадлежавшие Морганам, и «Чейз нешнл бэнк», которым владеют Рокфеллеры, захватили крупные пакеты акций нескольких ведущих студий Голливуда.)

Итак, противоречие между фильмом-товаром и фильмом — произведением искусства, являющееся принципиальным в

условиях буржуазного кинопроизводства, существует в США не одно десятилетие и проявляется в этой стране с наибольшей отчетливостью и остротой. Оно проявляется в конкретных процессах последних лет, о некоторых из них мы сейчас рассказали. Создание любого, большого или малого фильма, процедура его купли-продажи, конфликты и сотрудничество между банкирами, администраторами, агентами и звездами — это составные одного явления, американской коммерческой культуры, в которой компромиссы между деловым и творческим началом всегда достигаются с неизменным перевесом в сторону бизнеса.

Чтобы быть бизнесменом в кино, необходимо строго придерживаться общих законов капиталистического бизнеса. Чтобы быть художником, надо учитывать требования искусства. В Голливуде об этом хорошо знают, но чаще предпочитают говорить не о неразрешимых противоречиях между искусством и коммерцией, а о вкусах, материи, как говорится, деликатной.

Вкусы, конечно, играют определенную роль как при создании, так и при восприятии фильма. Но не они в конечном итоге определяют, каким быть кинематографу в США, существующему в жестких границах экономических факторов капиталистической системы. У дельцов, которые контролируют кинопромышленность, те же «вкусы» и интересы, что и у американских капиталистов вообще. Они думают и поступают согласно своим классовым понятиям и мировоззрению, которые по-своему и отражают социальный феномен современного Голливуда.

ВОПРЕКИ СТАНДАРТАМ ГОЛЛИВУДА

«Профессионалы» — так говорят в Голливуде о тех, кто в полной мере овладел всеми навыками коммерческого кинопроизводства, для кого коммерция стала неотделима от искусства. Голливудские профессионалы — это специалисты, люди отнюдь не бесталанные. Свою работу они вовсе не сводят к сумме профессиональных приемов.

В среде профессионалов, чьи имена широко известны не только в самих Соединенных Штатах Америки, но и за их пределами, — ведущие мастера мирового кинематографа. Это художники, чьи судьбы в Голливуде складывались и складываются по-разному. Но их всегда отличает стремление сказать свое слово с экрана, отойти

от традиционных голливудских канонов, обратиться к серьезным проблемам действительности, бытия и нравов общества, переживающего глубокий кризис, показать прошлое и настоящее страны, где далеко не все так благополучно, как хотели бы представить хозяева Голливуда. Интересны судьбы этих мастеров потому, что они отражают картину существования художника в Америке.

И все-таки независимых художников в Голливуде нет. Элементы творческой независимости, безусловно, налицо, но они — в рамках господствующих общественных отношений, господствующей, «массовой», культуры. Тех, кто финансирует американский кинематограф и определяет его идеологическую направленность, «независимость» крупных художников вполне устраивает, ибо сильные мира сего знают, сколь относительно в буржуазном обществе это понятие. Процесс делания денег и творческий поиск, высокий профессионализм и глубину суждений, считают они, можно увязать в один узел. И чем сложнее, запутаннее он будет, тем легче контролировать художника, влиять на него.

Художник в капиталистическом мире, как бы талантлив он ни был, не может оградить себя от влияния окружающей среды. Искусство гуманистическое, демократическое подвергается губительным воздействиям. У мастеров Голливуда, «независимых» профессионалов в том числе, не может выработаться абсолютный иммунитет к негативным проявлениям американской кинокультуры, к господствующей философии потребительского успеха и преуспевания.

Чрезвычайно опасна способность «массовой культуры» захватывать все новые и новые территории общественного сознания. В ловушку попадают и потребители кинопродукции и ее творцы. В невинных на первый взгляд голливудских развлечениях американец растворяется как личность, теряет способность к независимому мышлению. А в рамках индустрии развлечений постепенно закабаляется художник, принимающий формулы мира наживы. В сферу развлечений при этом включаются самые разные проявления «настроений» общества: буржуазные идеологи используют и ностальгию — так появляются фильмы «ретро», в чувства потерянности, утраты идеалов — отсюда «фильмы ужасов», «картины-катастрофы», и тягу к абстрактному лучшему, недостижимому — одна за другой создаются фантастические ленты. Наконец, используют сам протест против норм буржуазной государственности и морали — фильмы, содержащие этот протест, вводятся в русло голливудского кинопотока. При этом сохраняется

видимость «полной свободы» художника — ему позволяют «высказаться».

«ДИКАРЬ НА СВОБОДЕ»

Во второй половине 40-х годов, как отмечают американские историки кино, в Голливуде стали появляться новые интересные тенденции. Одна из них — создание независимых компаний по производству фильмов. В основе этого явления лежали, с одной стороны, практические соображения, с другой — стремление обрести творческую свободу. Голливудские звезды, актеры и режиссеры, получали большие гонорары, соответственно они должны были платить большие налоги. Но, основав независимое производство, часть своих доходов они получали уже не только в виде гонорара, а в виде процентов с участия в деловом предприятии. Иначе говоря, материальный стимул был налицо. А кроме того, у «независимых» появлялась возможность работать вне надзора студийных администраций.

Цифры тех лет более чем убедительны. Если в 1945 году, по данным, приводимым в различных ежегодниках, из 377 лент, выпущенных на экраны Америки, работы «независимых» составили 38 процентов, то в 1947 году из 486 фильмов — 49 процентов. В 1947 году возникло более ста новых независимых компаний. Движение «независимых» становилось важной частью работы послевоенного Голливуда, оно развивалось.

К 1953 году почти половину проката такой солидной фирмы, как «Уорнер бразерс», составляли работы «независимых»¹.

«Положение «независимых» в Голливуде за последнее десятилетие неуклонно укреплялось,— писал критик Гилберт Селдес в 1956 году,— студии теперь выделяют значительные средства на производство картин, процесс которых не контролируют. Это означает, что продюсер, показавший, на что он способен, может предложить студии сюжет, в который он верит, предложить нравящегося ему сценариста, а также режиссера, имя которого может привлечь внимание популярных звезд»².

В этих словах Селдеса — весь «независимый» Голливуд в сочетании с традиционным Голливудом. Здесь и возможность (потенциальная) контролировать свой проект и необходимость (реальная) предлагать заказчику свой товар, учитывая звездную схему. Эти «странные» противоречивые моменты с годами лишь усугублялись. Каждый кинофильм требовал решения задачи

индивидуального финансирования ленты. Банки, как правило, отказывались давать ссуды без заверения, что прокатчиком будущей работы станет одна из крупных студий. Но прокатчики в свою очередь давали такое заверение лишь в том случае, когда знали или полагали, что знают, как данное конкретное кинопроизведение может быть выгодно продано. В связи с этим они предъявляли свои требования, что неизбежно отражалось и на содержании сценария и на подборе исполнителей. Иначе говоря, «независимые» начинали все чаще работать по заказу, их усилия исподволь вписывались в традиционные голливудские формулы.

Семидесятые годы для американского кино были не менее богаты событиями, чем предыдущие десятилетия. Киноаудитория выросла до 21 миллиона зрителей в неделю. Число кинотеатров в стране увеличивалось начиная с 1964 года в среднем на двести в год³. Конкурсы, киношоу, вечера, посвященные кинознаменитостям, сменяли одни другие. Искусство, как сказал известный актер, Джордж С. Скотт, выступая одной из передач по телевидению, помогало американцам «выжить в жестоком мире». Скотт, значительную часть времени работавший тогда в Нью-Йорке, много выступал перед различными аудиториями - это было связано с «организацией зрителя» на его фильм «Дикарь на свободе» (1974). На одном из телешоу Скотт высказал некоторые соображения, которые побудили его к созданию этой «независимой» ленты.

По мнению Скотта, люди в Америке чрезвычайно разобщены, они «рождаются и умирают в одиночку». В течение своего жизненного пути они окружены со всех сторон многочисленными «табу» (как и художник, работающий в Голливуде). Свой протест против общества, против официального Голливуда Скотт выразил отчасти и в фильме «Дикарь на свободе». Картина, сделанная по сценарию Макса Эрлиха и Фрэнка Де Фелитты, являлась своего рода «семейным» вариантом «Робинзона Крузо». Джон и Мейда, спасшиеся во время кораблекрушения, оказались на необитаемом острове вместе со своим малолетним сыном. Проходят годы, и семья, постепенно теряя надежду на возвращение в большой мир, строит свое «общество» (тема, обыгрывавшаяся во многих произведениях западной литературы; как здесь не вспомнить известный роман Голдинга «Повелитель мух» и увлекательную книгу «Робинзоныда швейцарцев»). Отец, ученый и поклонник Дарвина, хочет, чтобы сын рос, развивая в себе природные инстинкты, необходимые для того, чтобы выжить; мать рассказывает сыну о цивилизации, больших городах, необъятном

мире. Мальчик вырастает — он полон противоречий, обременен комплексами, в нем борются варвар-одиночка и существо общественное.

Кульминация фильма, в котором торжествовал инстинкт, первородное начало человека (сын восставал против отца за право обладания матерью), фрейдистская трактовка — все это оставляло сложное впечатление. Хотя сам режиссер утверждал, что его фильм — это «триумф любви и жизни», картина была в основе своей пессимистична. Человек, предоставленный сам себе, у Скотта оказывается во власти инстинктов, он, покоряющий природу, бессилен перед самим собой. И зритель воспринимал картину очень по-разному. Но страсти вокруг фильма разгорелись не из-за сюжетной канвы или многочисленных интерпретаций, а совсем по другому поводу — тут своя история.

Скотт рассказывает, что купил право на собственную постановку ленты у студии «Юнайтед артистс» вместе со сценарием, потому что мог все сделать сам. Мог вместе с женой, актрисой Триш ван Девер, исполнять главные роли, мог сам быть режиссером и продюсером, а затем — и это уже совсем новое — быть прокатчиком и рекламным агентом.

Производство фильма (по «независимой» или традиционной схеме) — это в технической части обеспечение и использование отпущенных на картину средств. Прокат же — стратегия (определенного лица или компании, обеспечивающей демонстрацию фильма), направленная на получение максимальной прибыли. Скотт, участвуя и в том а в другом, выступал не просто как «независимый» продюсер-режиссер, работающий на крупную студию прокатчика, но как художественно-деловое предприятие с закрытым циклом производства — он стремился сам довести свою продукцию до зрителя.

Скотт, кстати, не считал свои действия «бунтом», хотя подтверждал, что ему пришлось приложить «неимоверные усилия, чтобы отвадить многих от сладкой приманки», то есть от фильма. Главная победа, по его мнению, заключалась в том, что удалось избежать обычной ситуации, когда, по словам Скотта, «ты выбираешь проект, который тебе нравится, вкладываешь в него всю энергию, кровь, пот и слезы, но, пройдя через жернова студии, он являет собой лишь далекое подобие первоначального замысла. Со мной это случалось неоднократно... Диву даешься,— продолжает Скотт,— какие превращения начинают происходить, как только вы согласились написать сценарий и снять ленту, что происходит при редакции картины или в ходе рекламной кампании. К тому времени,

как фильм дойдет до зрителей (а этого может и не случиться), никто уже не увидит ваши любимые сцены, потому что у кого-то на студии дебет должен сойтись с кредитом».

Джордж С. Скотт решил независимо осуществить все кинооперации. Половину расходов по съемкам фильма Скотт взял на себя, вложив собственные средства и взятые займы. Вторую половину бюджета составили взносы одиннадцати «молчаливых», как их называла американская пресса, партнеров⁴. Чтобы вернуть вложенные деньги, Скотт решил обойтись без посредников. Любой владелец кинотеатра мог непосредственно купить у него ленту, а с ней и право на неограниченную демонстрацию («Я продавал им ленту навечно — они могли показывать ее двадцать лет или сжечь»).

Скотт рассказывает, что, покупая у него фильм напрямую, многие владельцы кинотеатров боялись оказаться в черных списках кинопрокатчиков. «Это бизнес,— поясняет актер,— им занимаются сильные деловые люди, и, когда ты вторгаешься в пределы их бизнеса, они принимают ответные меры».

Почему же тогда владельцы театров шли на этот риск? Потому что они пытались отыскать новые товарные методы, ибо им необходимы альтернативные пути сохранения максимальной прибыли⁵. Усматривая в предложении Скотта возможность избежать обычных прокатных каналов, они поощряли начинание, полагая, что при благоприятной ситуации окажутся на гребне новой волны. «Пришлось пойти и на кое-какие уступки, — сказал Скотт, — в частности обещать владельцам кинотеатров не продавать фильм на телевидение в течение трех лет с момента выхода его на экраны» (Скотту принадлежат также права показа фильма на воздушных и морских судах, в армии и т. п.— это так называемые «вспомогательные права»).

Итак, договорившись с владельцами кинотеатров, Скотт лишил потенциальных прокатчиков 35 процентов со сборов картины. Его «новаторская» затея делала возможным появление на американском кинорынке нового типа частного предпринимателя — конкурента крупных компаний. Следует при этом отметить, что Скотт поставил дело серьезно: у него были квалифицированные помощники и консультанты, среди них — Чарлз Боасберг, бывший президент «Нэшнл дженерал пикчерз»; рекламными операциями на радио и телевидении занималась организованная им фирма «Кемпбелл Дэвон продакшнс». Программа проката включала обязательные посещения Скоттом целого ряда кинотеатров по всей стране, и пожатие рук, улыбки, расточаемые зрителям, и прочее и прочее.

Кампания, словом, проводилась солидная, на каком-то ее этапе Боасберг даже заявил, что некоторые известные актеры уже обращались к нему с аналогичными предложениями создания «независимых» фильмов и организации их проката. Напрашивался вывод: если кассовый успех будет сопутствовать «Дикарю на свободе», у Скотта неизбежно появятся последователи, на «свободе» может оказаться весь «независимый» кинобизнес, а большой Голливуд просто вымрет, перестав быта конкурентоспособным.

Следует добавить, что «независимые» авторы вообще часто недовольны подходом студий к распространению и рекламе их картин. У администрации интерес к этим фильмам, как правило пропадает быстро, едва получена прибыль на незначительные вложения.

Скотт это учитывал: он, во-первых, выпускал на рынок фильм, где последнее слово и последняя редакция принадлежали ему самому (когда в 1973 году Скотт сделал свой первый фильм, «Ярость», и продал его «Уорнер бразерс», прокатчики подвергли его значительной редакции), и, во-вторых, по словам самого Скотта, «появлялась возможность обойтись без посредника. Хороши, плохой, скучный — какой угодно. «Дикарь на свободе» мой фильм, и о нем будут судить как о моем фильме».

Вызов системе проката, по мнению Скотта, несомненно, должен был стать «явлением», нужен только первый успех, и тогда, говорил он, «мавзолеи привычного бизнеса обрушатся под собственной тяжестью, и поделом!». На этом фоне начинались новые теоретические предположений на обломках старой «империи» могла возникнуть новая — владельцы кинотеатров оказались бы в состоянии на постоянной основе финансировать производство картин, и постепенно маленькие предприятия сами бы превратились в гигантские корпорации, подобие тех, что существуют в США сейчас. Правда, следуя размышлениям Скотта, на кинорынке создались бы новые трудовые отношения, как он это видит: «Промышленники бы шли на поклон к художнику, а не наоборот; они были бы в состоянии купить талант, но не смогли бы покупать его», иначе говоря, они могли бы купить фильм художника, но не контролировать его творчество.

В этих рассуждениях Скотта — первые подступы к чисто американской, широко распространенной в Голливуде «философии индивидуализма». Проследим опять за ходом мысли художника.

«Так называемого «независимого» продюсера не существует,—говорит Скотт.— Прежде всего он идет на крупную

студию и просит ссуду, и даже если он этого не сделал, то куда в конечном итоге деть фильм, когда работа над ним завершена? Отправить на воздушном шаре в неизвестность? Вы опять-таки идете к этим негодьям — я прошу прощения,— чтобы картина вышла на экраны. Я хотел этого избежать».

Далее, все свои действия, связанные с «Дикарем на свободе», Скотт объясняет собственным «индивидуализмом». «Если бы я веровал, я, правда атеист, — то верой моей был бы индивидуализм»,— говорит он.

В то же время Скотт признается, что в кинобизнесе американскому актеру (а также и режиссеру или другому кинороботнику) трудно не проституировать, трудно сниматься лишь в тех лентах, которые по душе. И в любом случае надо сначала «пробиться наверх», а уж потом попробовать получить возможность выбора.

Интересно в этой связи отметить, как сам Скотт объясняет, почему вдруг, ратуя за «серьезное кино», он снялся после неудачи (забежим немного вперед) «Дикаря на свободе» в очередной «картине-катастрофе» — «Гинденбург». «Я совершил,— говорит он, — чудовищную ошибку, отказавшись снижаться в «Приключении «Посейдона» (фильме 1972 года, открывшем волну «картин-катастроф» и сделавшем большие сборы. — Ю.К.): согласись я — и не думал бы о том, где взять средства на осуществление собственных замыслов». Вот, оказывается, на чем строится «независимость» и «философия индивидуализма» многих сегодняшних американских мастеров кино.

Но вернемся к «Дикарю на свободе», к тому кинодоговору, который возник вокруг картины, едва она вышла на экраны Америки. Критика назвала развитие событий в фильме «сложной шарадой, а финал его — «торжеством эдипова комплекса», загадкой, которую зрителю предлагалось решить самому.

Символика картины — человек-победитель, или побежденный, или и то и другое вместе — вызвала противоречивые мнения. Триш ван Девер признавала, например, что ряд сцен действительно являлись «дикарскими». В то же время, по мнению актрисы, лента давала простор для игры воображения зрителя, заставляла его думать, что также столь необычно для «типично американской» картины.

Словом, по всем статьям — от содержания до способа проката — выходило, что фильм оригинальный.

Скотт метался по стране, пропагандируя свое детище, много выступал по телевидению и перед зрителями кинотеатров. Он

говорил о том, что американский зритель достоин лучшей доли и не должен довольствоваться только бездумными, развлекательными картинками.

Фильм должен был выйти на экраны, и Классификационный совет поставил его, согласно своей стандартной сетке, в категорию «R», означающую, что ленту могла смотреть только взрослая аудитория.

Этот акт вызвал бурные протесты со стороны Скотта, но все его просьбы о пересмотре решения были отклонены. Тогда Скотт решил обратиться непосредственно к аудитории. «Вы — кинозритель... будьте судьей!» — писал он в рекламных афишах к «Дикарю на свободе». Кампания Скотта по продвижению своего фильма также строилась по новой схеме. Беспрецедентна его фраза в том же обращении к зрителю: «Отдаю на ваш суд сделанную мною картину... вместе с ней отдаю свои деньги» (как отмечалось, Скотт в значительной степени сам финансировал работу над фильмом). Не согласившись с официальным мнением Классификационного совета, Скотт публично заявил, что вернет деньги за билет после просмотра родителям, которые привели своего ребенка на фильм, если они сочтут, что картина заслуживает быть поставленной в категорию «R». Скотт утверждал, что его фильм «рассчитан на все возрасты: это триумф любви и жизни над отчаянием, ненавистью и смертью». Аудитория тем не менее приняла картину настороженно: она пользовалась успехом, выбывая любопытство, но «массовый» зритель на нее не шел.

Какое-то время Скотт все же продолжал борьбу. Он утверждал, что многие в Голливуде хотели бы пойти его путем, но не хватает храбрости: все знают, что крупные кинокомпании фактически мошенничают, обманывают художников при осуществлении каждого очередного проекта. Скотт развернул даже фронтальную атаку на одного из столпов кинопромышленности — Классификационный совет, который так бесцеремонно обошелся с фильмом. Совет фактически лишил его части зрительской аудитории. Скотт обвинил совет в проведении политики дискриминации по отношению к лентам «независимых» авторов, которые чаще работ студийных ставились в «полузапрещенную» категорию «R» или даже категорию «X», то есть приравнивались к порнографической продукции. В то же время дорогие и престижные ленты крупных студий, хотя и насыщены, как правило, жестокостью и насилием, попадали в либеральную категорию «PG», то есть становились достоянием самой широкой аудитории. Нынешняя система классификации, по мнению Скотта, не

выдерживает критики и нуждается в коренном пересмотре. «Я хочу, — заявил Скотт, — чтобы зритель перестал считать Киноассоциацию Америки своего рода квазиофициальной организацией, устанавливающей нормы общественной морали. Она таковой не является. Это просто одно из звеньев кинопромышленности, чьи интересы связаны с крупными студиями».

В Америке мало кто знает, продолжал свои разоблачения Скотт, как работает Классификационный совет. А там всего восемь человек, которые за классификацию каждого фильма получают 3 тысячи долларов. Если у «независимого» продюсера дополнительные 3 тысячи в бюджете картины не запланированы, фильм чуть ли не автоматически попадает в категорию «Х». Решение Классификационного совета можно обжаловать в Апелляционном совете, состоящем из двадцати человек, но там, как говорит Триш ван Девер, которая присутствовала на одном из заседаний, «все на одно лицо»: члены совета представляют интересы кинопромышленности, а не интересы зрителя.

В составе обоих советов, рассказывает ван Девер, нет ни одного представителя общественности. Апелляционный совет голосует тайно, отчеты о заседаниях не ведутся. По существу, заключает актриса, налицо сговор между членами советов и администрациями крупных студий, на содержания которых они находятся.

«Кинопромышленность, — говорит Скотт, — это как колбасная фабрика, перед администрацией которой все время стоит вопрос, какой коммерческий сорт выпускать, чтобы получить прибыль и удовлетворить держателей акций. Я утверждаю, что такая система подобна ловушке. Если мы хотим чего-то добиться, надо ломать старые представления, выходить на свободу».

Не все в Голливуде разделяют взгляды Скотта, не раз мне приходилось слышать разговоры о его «эксцентричности» или даже «безумии». В мире бизнеса каждая акция, выступление против устоев кинопромышленности классифицируется «сильными мира сего» как отклонение от норм.

В ДВУХ ИЗМЕРЕНИЯХ

Мартина Скорсезе считают одним из самых талантливых голливудских режиссеров. Имя Скорсезе стало известно в 70-е годы, после выхода на экраны его ленты «Грязные улицы», которая повествует об обитателях бедных кварталов Нью-Йорка, где провел

детство и юность сам режиссер. Это горький рассказ о том, как калечит «великий город» души молодых людей. Фильм не являлся очередной кассовой находкой, но получил одобрительные отзывы критики, об авторе говорили.

Обратимся к истории выхода ленты, принесшей Скорсезе известность.

«Грязные улицы» — лента «независимая», но лишь в том смысле, что в ходе работы ни одна из крупных киностудий отношения к ней не имела. Много мытарств было у Скорсезе со сценарием — его никто не хотел покупать. Наконец, кинопромышленник Роджер Кормен согласился финансировать постановку фильма, выделив 150 тысяч долларов — сумму по американским киномасштабам ничтожную. Проект опять оказался на грани забвения, вспоминает Скорсезе, и вдруг Кормен значительно увеличил предполагаемый бюджет. Как оказалось, предприниматель рисковал немногим. Кормен вовлек в дело какого-то юнца миллионера, только что унаследовавшего кучу денег, — так смог осуществиться замысел Мартина Скорсезе.

Фильм впервые появился на экранах на одном из нью-йоркских кинофестивалей, понравился (сразу оговоримся: зрители на нью-йоркских фестивалях, проходящих каждую осень, — это в основном люди, занимающиеся кино, следящие за его событиями, иначе говоря, зрители-профессионалы). Ленту посмотрели на студии «Уорнер бразерс», решили купить; она была пущена в прокат в Нью-Йорке и сделала неплохие сборы в течение первых двух недель демонстрации. Доброжелательно, как мы отмечали, приняла работу и критика. Исходя из такой благоприятной «деловой» ситуации, решили выпустить ленту на экраны еще двадцати пяти городов Соединенных Штатов. (Интересно что это типичный случай прокатной истории «среднего» американского фильма. Скорсезе отмечает например, что так же было с картиной Богдановича «Последний киносеанс» и Боба Рафелсона «Пять легких пьес».)

По данным прокатчиков, в это время не предполагался выход на экраны ни одного крупного фильма. Следовательно, риск конкуренции уменьшался. «Грязные улицы» были выпущены в широкий прокат по расписанию.

Но вот дальше происходило неожиданное. О фильме стали говорить, он, как это часто бывает в Америке, неожиданно оказался в центре внимания, от «профессиональной» аудитории начинал переходить к «массовому» зрителю — и вдруг исчез с экранов. Разочарованные зрители недоумевали, но, привычные ко всему,

обращали уже внимание на новые картины (киноконвейер в США не останавливается). Словом, широкому зрителю познакомиться с картиной не дали. Что же заставило прокатчиков снять ленту?

«Даже если фильм еще пользуется спросом, он может быть изъят из проката, — раскрывая «секрет», пишет киновед Р. Склар, — после получения студией-прокатчиком умеренных доходов, с тем чтобы дать дорогу новым лентам»⁶... На экраны США должен был выйти «Изгоняющий дьявола», — лента обошлась «Уорнер бразерс» в 14 миллионов долларов и обязана была сделать сборы (на соответствующую рекламу не скупилась). О «Грязных улицах» попросту забыли, «пасынок» студии вышел из большой игры, так как не был запрограммирован в ее компьютерах.

Таким образом, судьба «независимого» художника нелегка: он всегда во власти прокатчика, владельца кинотеатра, рекламного агента — профессионалов от кинобизнеса. Они могут заняться молодым талантливым режиссером или забыть о нем. О Скорсезе вспомнили. Бюджет следующей, «традиционно скроенной» ленты Скорсезе, «Алиса здесь больше не живет», составил уже около двух миллионов долларов. Режиссер говорит, что не знал точной цифры расходов на ее рекламу, но студия «боролась» за фильм, активно занималась его продвижением, ибо вложила в ленту свои средства.

Здесь срабатывали другие законы. Скорсезе стал «узнаваем»: его знал и киномир и зритель. Принцип бизнесменов от кино оказывался прост — постараться использовать сложившуюся ситуацию и популярность молодого режиссера.

Скорсезе вспоминал в беседе со студентами Американского института кино на одном из семинаров, как у администрации возникла идея предложить ему делать картину. Успех ленты «Грязные улицы» еще не был забыт, и на компьютерах «Уорнер» теперь это было зафиксировано. Актриса Эллен Берстин, выдвинутая в это время на соискание «Оскара» за исполнение роли в «Изгоняющем дьявола», как раз получила сценарий «Алисы», очень понравившийся ей. Профессиональная хватка кинопромышленников сработала мгновенно: восходящая звезда молодого режиссера и почетное (но проходящее — нельзя его упускать) «оскаровское» положение уже известной актрисы стали тем «деловым союзом», под который выделили средства бизнесмены. Компьютеры подсказывали, что риск не так велик, а процент кассового успеха вполне «проходим». И машина была пущена в ход.

«Грязные улицы» по голливудским стандартам считались картиной «грубоватой», лишенной «кинематографической

сглаженности». Сценарий «Алисы», написанный Робертом Гетчелом, для студии был вполне приемлем, выдержан в коммерческой манере. Скорсезе сделал в фильме больше, выйдя за рамки коммерческого. Режиссер опровергает традиционную голливудскую «истину» о легкости достижения успеха, пусть даже «на маленькой сцене», а тем более в индустрии развлечений. Скорсезе развенчивает «красивый», романтический идеал голливудской сказки, показывает изнанку делового мира шоу-бизнеса. Делает это незаметно, ненавязчиво. И в то же время создает реалистический рассказ о современной американской женщине.

Героиня Берстин откровенна, не прячется в заумных фразах «освобожденной» женщины или за пустой болтовней, замешанной на душеспипательной сентиментальности, стереотипных голливудских героинь. Образ заземлен. Скорсезе и Берстин показали женщину, нуждающуюся в опоре, реально мыслящую. Погибает в результате несчастного случая ее муж, рушится семейный мир — надо все начинать сначала. Вместе с двенадцатилетним сыном пускается героиня в дорогу, надеясь (может быть, повезет) осуществить мечту юности — стать певицей. Но встречает доброго фермера (Крис Кристофферсон) и остается с ним. В этом хэппи энде — традиционная трактовка. Скорсезе приходится все-таки поступиться в чем-то, пойти на поводу у Голливуда. Концовка обеспечила ленте кассовый успех. Режиссер медленно входил в «золотую клетку» кинопромышленности. Не столь искусна была первая работа — «Грязные улицы», но сколь самостоятельно выглядела она на фоне привычной американской кинопродукции.

В «Алисе» видны попытки режиссера сказать свое слово и в то же время удовлетворить требования студии (то есть требования рынка сбыта); в подобных случаях в Голливуде говорят, что художник работает в «двух измерениях».

Существующая в Голливуде система финансирования кинопроизводства, прокатные и рекламные проблемы, конъюнктура рынка (внутреннего и внешнего) — все это вопросы большого бизнеса. И в то же время конечный продукт «фабрики грез» имеет свою специфику — это результат творческого процесса.

Кино, как считают в Голливуде, и не может быть чем-то одним — бизнесом или искусством, оно все время — сочетание этих двух компонентов. Так ли? Для категории людей, которых в индустрии развлечений именуют шоуменами, главное — получить максимальную прибыль. Для художника существуют другие

ценности. Он пытается дать свое истолкование опыта, событий, окружающей действительности.

Но все не так просто. Бизнесменам, в конце концов, ни к чему творческий поиск художника — гораздо важнее для них правильно учесть сложный и далеко не однозначный компонент — американского зрителя. Исходя из этой формулы, бизнесмены навязывают художникам свои «деловые» идеи.

Вот лишь один пример. Американцу, развращенному потоком «вседозволенного», в любом фильме необходимы, как считают бизнесмены, «современные» сцены. Поэтому стало законом вводить в фильм, даже если это не предусмотрено сценарием, одну-две или больше, смотря по развитию событий и требованиям продюсеров, сцен насилия или секса. В противном случае лента может даже не выйти на экраны. Мартин Скорсезе вспоминает, что для одного из своих первых фильмов, «Кто там стучится в мою дверь?», он вынужден был снять «сумасшедшую обнаженную сцену». «Иначе,— говорит Скорсезе,— лента просто не пошла бы в прокат». При этом режиссер обращает внимание на то, что картина снималась в 1968 году (на подходе к «яростным» 70-м годам) и ему приходилось все-таки прибегать к некоторым уловкам, чтобы сгладить эти «откровения». «В 1971 году,— продолжает режиссер,— на съемках «Грязных улиц» мне уже не приходило в голову заниматься такими уловками, хотя, помню, был несколько смущен и не хотел делать дублей» (слишком откровенных сцен. — Ю. К.).

Еще более откровенны некоторые сцены в картине Скорсезе 1976 года «Таксист». Не прошло и десяти лет, но то, что вызывало сомнения у режиссера раньше, теперь стало нормой: художники и зрители давно в США перешагнули грань «дозволенного».

И при всем этом «Таксист» — страшный, реалистичный, разоблачительный фильм. Американское общество и его нравы в картине как на ладони. Нью-йоркский таксист Трейвис Бикл — обыкновенный житель огромного города, предоставленный самому себе, забытый всеми в этом Вавилоне, потерявшийся в нем среди себе подобных. Он движется, останавливается, движется опять — приходит, уходит, пьет, ест, пытается мыслить, радуется жизни. Но это бег белки в колесе. Жизнь не наносит ему удар за ударом. Она прокручивает его безостановочно в бессмысленной гонке по замкнутому кругу. Таксист ощущает, что постепенно сходит с ума, а вокруг ничто не останавливается, как и он не может остановить свой бег.

Эта страшная карусель кружится в фильме, как на огромной рекламе, на фоне значных мест Нью-Йорка, порнографических кинотеатров, притонов, целых кварталов, погрязших в блуде. Таксист видит вокруг себя тысячи людей, и все они — отбросы общества, все отвергнуты им, все они одиноки. (Интересно отметить, что сам Скорсезе считает многие свои работы, в том числе «Таксиста», автобиографичными: режиссер так же одинок в Голливуде, как его герой — в Нью-Йорке.)

У таксиста, впрочем, есть прошлое: он был во Вьетнаме, но, как и многим американским ветеранам вьетнамской войны в действительности (не на экране), опыт этот не дал ему ничего, кроме привычки к убийствам и психической неуравновешенности, вызванной отчаянными попытками соотнести происходившее с моральными критериями, собственной совестью, наконец, и бессилием сделать это.

В то же время герой (его прекрасно играет Роберт Де Ниро) абсолютно уверен, что должен что-то сделать, ведь есть же для него какое-то «предназначение». Наедине с собой он рассуждает, даже анализирует, ведет дневник (как делал это в реальной действительности Артур Бремер, совершивший покушение на сенатора Уоллеса, но, как показало расследование, готовившийся убить любого известного политического деятеля). Таксист готовится убить просто любого человека — преступника или невинного, лицо, наделенное властью, или лицо в толпе. Душевная травма, одиночество не дают ему покоя, боль жаждет выхода: по замыслу авторов, ему так больно, что он нуждается в том, чтобы причинить боль другим. Образ получается кошмарный в своей реальности, словно перешагнул на экран из зрительного зала рядовой американец. Режиссер поднял глубинный пласт — он показал обыновенного человека, опустошенного, ищущего опоры и не находящего ее.

Следующая работа Скорсезе — мюзикл «Нью-Йорк, Нью-Йорк», где тот же Роберт Де Ниро выступает в паре с Лайзой Миннелли. Фильм, вышедший на экраны в 1977 году, — это история любви, отношений двух людей (она — певица, он — музыкант). Это рассказ об их случайной встрече, совместной жизни и расставании, о том, что прошлого не вернуть. И в то же время это повесть о том, как их объединяет искусство и разъединяет деловой мир. Финал картины — не традиционный голливудский хэппи энд, Скорсезе говорит правду: его герои продолжают свой путь порознь.

«Стратегия художника, который понимает систему (Голливуда) и хочет улучшить ее, заключается прежде всего в том, — пишет

американский киновед Гортензия Паудемейкер, — чтобы принять стандарты студий, стандарты делания денег, следуя обычным формулам. Затем, постепенно этот художник может получить возможность творчества для самовыражения»⁷.

Эта «военная хитрость», однако, не удается. Американские художники мечтают (а некоторые американские киноведы пишут) о несбыточном. На волне успеха очередной картины, на «звездных» крыльях удачи пытаются режиссеры обрести «полную независимость», делать «свои» фильмы. Но рамки популярности, рамки Голливуда неизбежно сковывают — и как результат появляются либо половинчатые работы, либо чередующиеся в пестрой последовательности коммерческие поделки и художественные произведения. А потом, с годами от внутренней неудовлетворенности нередко рождается пессимизм и даже отчаяние.

РЕЖИССЕР «ЛИЧНЫХ» ФИЛЬМОВ

Ингмар Бергман сказал как-то: «Создание фильма — дело для меня очень личное. Это страсть, как голод или жажда. Одни люди выражают себя в книгах, картинах, в том, что покоряют горные вершины... Я выражаю себя в фильмах»⁸.

Ричард Лестер считает, что каждый фильм режиссера — это его «личное видение». А киновед Р. Склар именует «личными» лентами работы американских авангардистов, продукцию «подпольного» кино («Франкенштейна» Энди Уорхола, «Центральный район» Майка Сноу и др.)⁹.

Режиссером «личных» фильмов называют в Голливуде Пола Мазурски, автора лент «Алекс в Стране чудес», «Боб и Кэрл и Тед и Элис», «Влюбленный Блюм», «Гарри и Тонто», «Следующая остановка: Гринвич-виллидж». Все названные картины Мазурски поставил по собственным сценариям, сам был продюсером и режиссером этих лент. Каждая работа, таким образом, отражает его «личное», оригинальное.

Итак, оказывается, что существует множество «личных» точек зрения на «личные» фильмы. Но все они так или иначе подпадают под одну из двух категорий. С одной стороны, под «личным» фильмом можно подразумевать картину, которую поставил режиссер, осуществляющий полный контроль над ней, с другой — это фильм по заказу, но снятый, смонтированный и выпущенный

одним автором, участвовавшим во всех процессах с начала до конца.

Звучит первое и второе почти одинаково, но речь идет о разных ситуациях, в которых по-разному может проявиться личность художника. Так или иначе это найдет отражение в его работах.

В ленте 1976 года «Следующая остановка: Гринвич-виллидж» события разворачиваются в 1953 году. Лэрри Лапински (актер Ленни Бейкер), только что окончивший в свои двадцать два года колледж, начинает самостоятельную жизнь, «открывает» Америку. Он переселяется из привычного мирка квартиры родителей в Бруклине в небольшую комнатуху в богемном районе Нью-Йорка — Гринвич-виллидж, в этот американский Монмартр — пристанище молодых талантов, обитель наркоманов, гомосексуалистов и «возвышенных душ». Лэрри мечтает стать актером. Вокруг него люди постоянно говорят об искусстве, радуют, огорчают и удивляют его, платонически любят и ищут плотских удовольствий, существуют бездумно и, философствуя, кончают жизнь самоубийством. Лэрри — это как бы сам режиссер в разном своем опыте, он активно участвует во всех событиях, происходящих вокруг него, изучает мир, и в то же время он пытается прижиться в этом мире. Фильм задуман как исследование человеческого характера.

В другой картине, «Алекс в Стране чудес» (в самом названии содержится едкое сравнение: как много странных вещей открыла для себя Алиса в волшебном-реальном мире, нарисованном Льюисом Кэрроллом), действие разворачивается в знакомой режиссеру обстановке «киношного» Лос-Анджелеса. «Это фильм об успехе, — говорит сам Мазурски, — о Голливуде и о художнике, который приходит в соприкосновение с существующей системой. Это фильм о том, как выжить, продавая свой талант».

Мазурски весьма резко выступает против голливудской системы. Режиссер говорит о том, как нелегко ему самому и его героям найти свое место в рамках американской кинопромышленности, где «властвуют насилие и секс в их крайнем выражении».

В фильме 1969 года «Боб и Кэрл и Тед и Элис» Мазурски в самом начале «порнографической волны», начинавшей захлестывать американское кино, ставил вопросы современной морали «свободного общества». «Массовый» зритель, на что и рассчитывали прокатчики, увидел в ленте только комедию о нескончаемых похождениях прожигающих жизнь двух «средних» калифорнийских семей, увидел их «свободу», проявляющуюся в

сексуальных приключениях, курении марихуаны и «откровенных» излияниях на темы интимных отношений.

«Послание» (в Голливуде часто употребляют это слово) Мазурски, дошедшее до американской критики и «профессионального» зрителя, имело другой смысл: опустошенное общество, навязывающее своим членам философию без будущего (старый мотив — «*carpe diem*»!), не одерживает победы, расчет на инстинкты не оправдывает себя. Людей запутали, одурманили, но не смогли полностью приглушить их сознание. Они оказывают сопротивление. И хотя происходит это у Мазурски стихийно, герои все-таки не могут перешагнуть «барьер остаточной порядочности», к чему их все время побуждает окружающая среда. В заключительном кадре фильма (почти символическом — редкий прием у Мазурски) — похотливые, блудливые лица людей, проходящих рядом и не замечающих друг друга. Они чужие в этом мире «вседозволенности»: одиночество, бросающее их в крайности, — вот что определяет их существование.

Реакция на картины Мазурски очень разная: с одной стороны, непонимание его «посланий» широким зрителем, с другой — многочисленные интерпретации его лент, попытки разобраться в сложных сплетениях жизни американского общества.

Протест Мазурски против тирании администраторов и бизнесменов чересчур индивидуален. Режиссер нередко совершает старую ошибку, пытаясь в одиночку одолеть киногоганта. Обращаясь к студентам АИК на одном из семинаров, Мазурски говорит, например: «Вас, будущих кинематографистов, должно прежде всего интересовать не то, почему Голливуд следует тем или иным стандартам, но что вы сами можете сделать, что вы хотите делать, почему вы считаете, что вы должны делать это, а не то, что они хотят. Если вы будете работать над тем, что вам навязывают, — забудьте о собственных картинах».

Итак, по Мазурски, «личные» ленты — это картины, сделанные для целей иных, нежели просто получение прибыли, это выражение индивидуальных творческих способностей и это обращение к жизни, реальной действительности. Но в том-то и дело, что эти моменты в Голливуде никогда и никого не интересовали.

Свежую идею покупают на корню, поощряют художника к эксперименту, но осторожно подправляют, нивелируют его поиск. Авторы картин оказываются нередко свободными в узком пространстве «удобного» кинематографа. Они вольны в своих вариациях, но неизменно лишены права говорить в полный голос.

Деловые люди предоставляли и будут предоставлять художникам творить, выдумывать, разумеется в рамках «допустимого риска». Поиск художника — это ведь и их поиск, поиск новых рынков, новых возможностей, больших прибылей. Именно поэтому могут существовать в рамках кинокоммерции «личные» фильмы.

Мы опять подошли к столкновению творческой индивидуальности художника с деловой хваткой кинопромышленника. В поисках работы, в желании вырваться к «независимости» нередко берутся за любую халтуру, согласны на все молодые кинематографисты. «Большинство из моих пока безвестных коллег, — говорит Мазурски, — просто хотят осуществить режиссуру фильма. Они хотят работать. По-моему, кинопромышленники становятся участниками какого-то заговора, когда заявляют, что не позволят режиссерам делать «личные» фильмы. Цель кинопромышленников ясна — делать деньги».

И с этой точки зрения, кстати, многие студии считают фильмы Мазурски рентабельными в силу сравнительной их дешевизны и хорошего проката. Бюджет известной ленты «Гарри и Тонто», в которой за исполнение главной роли актер Арт Карни получил «Оскара», составил всего 1,3 миллиона долларов; «Влюбленный Блюм» обошелся в 2,3 миллиона; «Боб и Кэрол и Тед и Элис» — в 2,2 миллиона. Сборы превысили расходы — процент на вложенный капитал промышленниками был получен. И здесь, по мнению самого Мазурски, «секрет» того, что создатели «личных» картин перестают быть такой уж большой редкостью в США.

Бизнесмены делают ставки на «личные» фильмы Мазурски не наобум. С каждым годом в кинематографе США увеличиваются кассовые шансы отдельных, единичных картин, и эти же шансы уменьшаются у целого ряда лент. Так, если в 1970 году десять наиболее кассовых фильмов сделали 31 процент всех сборов кинопромышленности, то в 1972 году 25 фильмов дали 48 процентов всех поступлений¹⁰.

«Есть лишь одна причина, — говорит Мазурски, — по которой киностудии делают фильмы. Деньги. Других причин для них не существует. Если выпущенная продукция вдруг оказывается произведением искусства, это отнюдь не означает, что администраторы студий внезапно решили сделать совершенный с художественной точки зрения фильм».

Режиссер отмечает при этом, что он «не боится студий», по его мнению, надо лишь научиться строить с ними свои отношения. «Есть два рода фильмов, — вновь поясняет он, — фильмы,

передающие взгляды художника, его страсть, и картины, сделанные ради денег»¹¹.

Итак, вот кредо Мазурски: он — за страстность своих произведений и за их рентабельность. Режиссер не продает кинопромышленникам вдохновение, но готов работать по заказу. Режиссер вынужден «понимать» Голливуд. Ему он предлагает свои темы, сюжеты, с ним ведет деловые переговоры — и фактически обязывается работать по существующим стандартам.

Более того, часто режиссер (и Мазурски не исключение) сам выступает в роли продюсера, дающего задания с учетом голливудских требований, вступающего в деловые отношения с прокатчиками.

Анализируя высказывания Мазурски (сравнивая их с тем, что рассказывает Скорсезе, изучая Голливуд), приходишь к выводу о чудовищной зависимости художника от делового мира.

Нельзя, конечно, не отметить усилия кинорежиссера, его настойчивость в осуществлении, несмотря на тысячи всяких «но», своих планов. Творчество Мазурски не раз свидетельствовало о том, что он последовательно обращается к серьезным проблемам, отстаивает свои эстетические взгляды. И все же его картины — в орбите интересов Голливуда.

Справедливости ради надо сказать, что в неравной борьбе часть художников постепенно разворачивается, становясь придатком коммерческой машины. «Личное» отступает на второй план (хотя и пытается сохранить себя), оно выходит на конвейер, вводится в компьютер обработки сознания американцев.

ВСТРЕЧИ С РОБЕРТОМ ОЛТМЕНОМ

В Голливуде Роберта Олтмена считают самым «молодым» (режиссеру за пятьдесят), самым «независимым» и самым оригинальным режиссером в рамках коммерческого кино. В то же время Олтмен, пожалуй, наиболее зоркий наблюдатель американского общества, его исследователь и критик. Причем, как отмечают многие в Голливуде, Олтмен — исследователь привилегированный, имеющий связи с кинопромышленностью, а следовательно, располагающий всеми ее средствами. Словом, мнений о режиссере существует много, и самых разнообразных, в этом я убедился и в Лос-Анджелесе и в Нью-Йорке, где встречался

и беседовал с коллегами и критиками Олтмена, с самим режиссером.

Работы Олтмена — и «M.A.S.H.», и «Нэшвилл», и «Баффало Билл» — это последовательное изучение «американского образа жизни», самих американцев. Герои фильмов Олтмена — чаще неудачники, люди, верившие в миф об «американской мечте» и обманутые, люди глубоко разочарованные, запутавшиеся в реальном и выдуманном, полуправдах и вымышленных символах, заблудившиеся в огнях рекламы, в путаных и пестрых коридорах удачи по-американски.

Официальной американской критике не нравится настойчивость Олтмена-исследователя, ее раздражает его одержимость в стремлении добраться до сути. В Голливуде творческая последовательность — не добродетель. И вообще число серьезных лент невелико, как, впрочем, и нечасты выступления крупных художников кино. Олтмен здесь — исключение. В течение 1968 — 1976 годов он сделал десять фильмов. Но дело не в количестве, суть, повторяем, в искреннем, на наш взгляд, желании Олтмена, особенно в последних работах, разобраться в социальных причинах бедствий, которые выпадают на долю его героев, понять процессы, происходящие у него на глазах, — дело в особой ответственности настоящего художника перед аудиторией.

Фильмы режиссера полны реальных, невыдуманных ситуаций, а сценарный вариант будущей ленты Олтмен считает не больше чем «ходким товаром» при торге с теми, кто финансирует его работы с намерением преумножить вложенный капитал. Особенно сказалось это в необычной для американского экрана картине «Нэшвилл». Сам Олтмен говорит о «Нэшвилле», что это «точная картина красивой Америки» и в то же время — сатира. Кинопромышленников устраивал рассказ о «городе удовольствий», и Олтмен создал его, но он создал правдивый рассказ.

Нэшвилл — город в штате Теннесси, куда стекаются со всех концов страны певцы и музыканты в надежде прославиться. В масштабах Америки Нэшвилл становится постепенно своего рода музыкальным Голливудом. И зритель в этом «городе кратковременного успеха», как называет его сам Олтмен, самый разнообразный, часто — отсчитывающий серые будни человек. Фильм Олтмена вскрывает одну из сложных проблем Америки — тщетную погоню американцев за счастьем, понимаемым в обществе наживы исключительно как личный успех, как внешнее благополучие. Другая проблема — это утрата иллюзий и связанная

с этим потерянную людей, запутавшихся в хаосе и лжи многоликого «свободного» общества.

Выбор Нэшвилла местом действия фильма Олтмен объясняет тем, что в этом городе сходится «кочевая» жизнь всей страны, здесь «выражено настроение нации» (Олтмен передает его в тридцати семи песнях, звучащих в картине). Лента прямо-таки соткана из разных мелодий и разных, но, в сущности, похожих судеб множества персонажей. Тут и известная всей стране певица, доведенная погоней за славой до состояния невменяемости, и девушка, прибывшая в Нэшвилл среди тысяч ей подобных, чтобы попытаться счастья. В финале происходит как бы передача эстафеты: подхватив микрофон, выпавший из рук бессмысленно погибающей «звезды», девушка отчаянно, с надрывом — на всю площадь, запруженную обезумевшей толпой, на весь музыкальный город, как будто потрясенный фальшивой нотой, на всю страну, забывшуюся в трансе и вдруг очнувшуюся, прозревшую, — изливает всю безнадежность своего положения, даже не поет, а выкрикивает слова песни, как заклинание: «Мне это все равно, меня ничто не заботит».

Другая пара: молодой парень, восходящая «поп-звезда», уже развращенный миром наживы, и его «антипод», тот, которого обошла слава, которому отказано во всем, кроме «великой американской мечты» самому стать творцом своего счастья. Этот человек утрачивает чувство реального, он растворяется в своих фантазиях, он совершает убийство, ибо не знает другого способа заявить о себе. Он совершает преступление в Нэшвилле, среди веселых и, как кажется, беззаботных и милых людей: если не здесь, не сейчас произойдет «американское чудо», думает убийца, то где же, где же еще?! Нэшвилл, по мнению режиссера, для многих американцев — «конечная остановка автобуса», говоря словами популярной песни Пола Саймона.

«Я хотел сделать «Нэшвилл», — говорит Олтмен, — чтобы изучить наши мифы, и наших героев, и наше лицемерие. Потому что к тому времени, когда мы обычно приступаем к изучению нашего настоящего, оно уже становится прошлым, и правда похоронена так глубоко, что мы не можем ее найти. Фильм — не история города, это рассказ о месте кратковременного успеха. Кроме того, рассказ об исполнителях, их популярности и их шоу и — параллельно — повествование о политических деятелях и их шоу». Олтмен говорит, что картина была для него еще и попыткой передать «политический климат в Америке».

«Рассчитан ли этот фильм на молодых американцев?» — спрашиваю я. «Это рассказ о них самих, — говорит режиссер. — Это повествование об американском индивидуализме, в духе которого они были воспитаны, и это плач по нему, ибо надежды американцев оказались обманутыми. Так просто все кажется в Нэшвилле — как и в Голливуде. Вы сходите с автобуса с гитарой в руке — и через два года, если повезет, вы обладатель бассейна, сделанного в форме гитары...

Музыкальная арена Нэшвилла, столицы «кантри-мюзик», дает молодежи возможность без особых усилий завоевать огромный успех или по крайней мере почувствовать себя причастным к нему. Как раз такая же ситуация у нас сейчас в политических кругах — самые популярные из политических деятелей просто повторяют одни и те же фразы. А мы и не слушаем — как спустя несколько мгновений мы не обращаем внимания на слова песен, что поются в Нэшвилле».

В картине режиссера новеллы переходят одна в другую, без главных героев, все действующие лица в фильме — «герои», шагнувшие за рампу из зрительного зала. И когда в финале один из них вдруг выбрасывает руку с пистолетом и начинает стрелять в исполнителей на эстраде, зритель недоумевает. Почему, спрашивает он, этот молодой парень вдруг убивает актрису?

«Вот здесь-то, — говорит Олтмен, — и ответ на все вопросы. Нация уже привыкла к тому, что убивают политических деятелей, поборников социальных преобразований, что убивают, наконец, просто так — людей на улицах Америки. Общество, потеряв мечту, начинает жить по законам безысходности, смещаются все критерии».

Думается, «Нэшвилл» закономерно вырос из предыдущих работ режиссера. Антивоенный по своей направленности фильм «М.А.С.Н.» представлял зрителю двух «смешных неудачников» — Траппера Джона (Эллиот Гулд) и Хоуки (Доналд Сазерленд). Они очень часто не понимали, что с ними происходит, почему они оказались в Корее, где идет война. Такое же состояние «неведения» переживали герои ленты «Воры как мы», рассказывающей о судьбе «романтичных» грабителей (на манер Бонни и Клайда) в 30-е годы. Наконец, в «Калифорнии на двоих» (другое название — «Калифорнийский покер») герои понимали, что «счастье», к которому они стремились, пытаясь выиграть в рулетку, оказалось мифом (хотя и лежит перед ними в виде пачек зеленых банкнот).

Вот еще один новый персонаж — Баффало Билл (в ленте «Баффало Билл и индейцы»), стареющая звезда, который сам давно

поверил в те легенды, что ходят о его бурной юности, в миф об «укрощении» индейцев. Баффало Билл (в исполнении Пола Ньюмена) — это «типичный американец», сформировавшийся, когда создавались критерии «сводного» общества. Баффало Билл так увлечен грандиозным шоу, разыгрываемым в стране,

что перестает отличать вымысел от реальности. Он, как и миллионы американцев, попадает в западню, зачарованный мифом о Диком Западе. Герой глубоко уверен, что его фантазии — это реальная действительность.

Баффало Билл приглашает вождя племени сиу Сидящего Быка принять участие в его шоу. Он объясняет правила игры, он удивляется, когда Сидящий Бык предлагает разыграть сцену нападения белых на индейцев и жестокого их истребления — сиу не раз были свидетелями и жертвами подобных зверств. Правда Сидящего Быка вызывает у Баффало Билла недоумение, она становится для него не откровением, а очередной «несценичной», не вписывающейся в рамки шоу легендой. «У меня лучшее чувство истории», — говорит Билл, и эта программная фраза звучит не цинично, а страшно: герой живет по другим законам, чем Сидящий Бык, он в другом измерении, у него прежде всего — «лучшее чувство шоу».

Сознание героя настолько затуманено «ковбойской Америкой», он настолько чувствует себя ковбоем, что может поступать по отношению к целому миру так же, как по отношению к индейцам. Вот главная мысль Олтмена. И еще одно: нынешние хозяева «свободного мира», воспитывая своих «ковбоев», тщательно оберегают их от воздействия правды, от всего, что может разрушить миф.

Пять лет спустя вождя сиу, «последнего из мудрых лидеров своего народа», умерщвляют в резервации. Продюсер Билла (его играет Джоэль Грей) и ближайшее окружение решают, что не стоит сообщать Биллу об этом, «отвлекать звезду по пустыкам». Это, с их точки зрения, единственно правильное решение, ибо может рухнуть, — придя в столкновение с жестокой американской реальностью, — весь карточный домик шоу, зиждущийся на «невинной вере» Билла в фальшивую легенду.

Время действия картины — 1885 год, и мир ленты, казалось бы, сосредоточен в рамках шоу «великой звезды»: Уильям Коди — Баффало Билл представляет на суд американцев свою программу «Дикий Запад Баффало Билла». Это «Диснейленд XIX века», куда зритель валом валит, чтобы увидеть сражение с индейцами,

укрощение быков, смелых ковбоев — словом, всю американскую историю в ее кратком популярном изложении.

фильм Олтмена, сделанный в манере «театр как жизнь», — это фактически рассказ о том, как рождались и умирали герои нации, подлинные и выдуманные, кумиры и идеалы, шоу-звезды и президенты, как создавался миф американского государства. «Это мой подарок к двухсотлетию юбилею США», — шутил Олтмен...

«Что же нам делать с Робертом Олтменом? — спрашивали американские критики после выхода в 1976 году на экраны «Баффало Билла». — Он никак не хочет потакать Голливуду и массовому зрителю». Официальную критику смущала «нетрадиционность» Олтмена. Режиссер показывал в «Баффало Билле», как и в «Нэшвилле», «американский опыт», прошлое и настоящее страны, описывал взлеты и падения пресловутой «американской мечты», анализировал истоки этого явления. А это не всем нравилось: в Голливуде ленты Олтмена объявляли «коммерчески неприемлемыми», «честолюбивыми». Нельзя не отметить их свежесть и оригинальность, говорили многие деятели американского кино, они удивительны, но шокируют, ибо «навязывают критическую мысль».

Администрации студий не раз пытались редактировать фильмы Олтмена, сглаживать острые моменты. Так было, например, с «Нэшвиллом»: администраторы значительно сократили картину. «Но они не вырезали ее сущность», — говорил Олтмен.

С фильмом «Баффало Билл» дело обстояло иначе. Кинопромышленник Лаурентис, о котором мы уже рассказывали, сокращая ленту, искажал ее смысл. Более того, в преддверии выхода фильма на экраны он давал грубую коммерческую рекламу: на пестрых картинках, без упоминания авторов фильма или даже названия, Баффало расправлялся с туземцами. Вариант Лаурентиса был рассчитан на «массового» зрителя. У Олтмена такой вольный подход к его детищу вызывал протест. Назревал конфликт.

В июне 1976 года стало известно, что Лаурентис отстранил Роберта Олтмена от работы над следующей их картиной — «Регтайм». Продюсер и режиссер разорвали отношения не из-за разного подхода к постановке будущей ленты, а в связи с «расхождениями во взглядах» на уже сделанную картину — «Баффало Билл и индейцы».

Сам режиссер рассказывает: «Лаурентису «Баффало Билл» не понравился, он просил внести в фильм значительные изменения. Я пошел на некоторые уступки, но, в конце концов, это мой фильм, и я

обязан выпустить его на экраны в том виде, в каком диктует мне моя совесть».

Далее Олтмен пояснял, что работал над «Регтаймом» вместе с автором одноименной книги — Доктороу — уже более года, и не скрывал, что расстроен решением Лаурентиса, который купил право на экранизацию. «Конечно, я разочарован, — говорил Олтмен, — и чувствую себя неважно: это слишком больно, чтобы смеяться, и я слишком стар, чтобы плакать. А главное, вопрос не в расхождении взглядов двух художников: для Лаурентиса все дело в деньгах».

«Баффало Билл» в конце концов сделал прокатные сборы. К тому же история Голливуда насчитывает не одну творческую карьеру режиссера, фильмы которого, мягко говоря, не вызывали большого интереса, не всегда приносили доход.

Но по мнению Лаурентиса и официального Голливуда, Олтмен выходил за рамки коммерческого кино, а это для кинопромышленности опасный симптом...

Столкновения Олтмена с голливудскими дельцами случались и ранее. В 1967 году он поставил фильм «Отсчет времени», но был лишен возможности принять участие в окончательной его редакции. Так же поступили кинопромышленники в 1970 году с картиной Олтмена «Брюстер Маклауд» рассказывавшей историю мальчика, который хотел стать птицей. Бизнесмены не желали показывать зрителю «фантазии» художника, мироощущение которого так расходится с их представлениями. Но режиссер уверен в том, что нельзя изолировать художника помимо его воли, нельзя рвать его связи со зрителями. Олтмен за то, чтобы «активно создавать аудиторию, развивать ее мышление, обучать ее». Особое внимание, по мнению режиссера, следует при этом уделять молодежи, аудитории будущего.

Олтмен много работает с молодыми художниками: об этом мне рассказывали его помощники, об этом говорил Кийт Каррадайн, снимавшийся в «Нэшвилле». Режиссер пытается говорить с молодым зрителем своими фильмами, пояснять не поучая.

Как Олтмен, в США работают немногие. Режиссеры, как было показано, маневрируют по-разному. Некоторые из них, в отличие от «упрямца» Олтмена, открыто декларируют свою «практичность», подразумевая под ней не только умение работать по заказу и не просто стремление к независимости, но желание использовать механизм кинобизнеса в своих целях.

ФРЕНСИС Ф. КОППОЛА И ЕГО «АПОКАЛИПСИС»

Если в 60-е годы молодые западные кинематографисты мечтали стать Бергманами или Феллини, сегодня для многих идеал — Френсис Форд Коппола.

Коппола сочетает в себе многие таланты: он и режиссер, и сценарист, и продюсер. Копполу в Голливуде считают еще и деловым человеком.

Если «Крестный отец» был выражением устремлений режиссера, он в полный голос говорил о явлениях конкретной американской действительности, то вторую часть фильма, продолжение серии, Коппола делал по деловым соображениям. Режиссер не считает нужным скрывать, что выполнял заказ кинопромышленности, «чтобы развязать себе руки для других лент». «Вряд ли я сумел бы закончить свою картину «Разговор» (фильм получил в 1974 году на кинофестивале в Канне «Гран при». — Ю. К.) и выпустить его, если бы не согласился работать над второй частью «Крестного отца». Режиссер рассказывает, что Чарлз Блюхдорн, президент корпорации «Галф энд Вестерн» настоял на том, чтобы он сделал продолжение этого «эпоса мафии». Искушение было велико: «Галф энд Вестерн» предложила Копполе крупный гонорар, высокий процент от сборов и «абсолютную свободу» при постановке фильма.

Итак, по собственному признанию Копполы, вторая часть «Крестного отца», с одной стороны, дала возможность обрести некоторую независимость, с другой — стала «крестом», который он вынужден был нести, дабы успешно осуществить другие свои замыслы. Режиссер говорит, что вторую часть он делал впопыхах, ибо его подгоняла администрация. «Ленту, которая обошлась в 13 миллионов, — продолжает Френсис Коппола, — я кроил как коммерческий, второразрядный фильм».

Режиссер шутил, говоря, что не знает еще, придется или нет ему работать над третьей частью «Крестного отца», если это сочтут рентабельным в кругах бизнесменов, но у него уже есть собственные планы, на реализацию которых понадобятся значительные средства.

Коппола, обеспечив себе в определенном смысле «экономическую базу», энергично принялся за интересовавшие его проекты. В 1979 году он закончил свою восьмую по счету режиссерскую работу — фильм «Апокалипсис наших дней».

Следует сразу оговориться: картина эта обнаружила определенную эволюцию Коппола. С одной стороны, он продолжал работать по стандартам американской индустрии развлечений, а с другой — обращался к острым социальным темам. Фильм должен был стать, по утверждению самого режиссера, «грандиозным» — на его осуществление планировалось истратить не один миллион долларов. В «Апокалипсисе», по словам Джорджа Лукаса, Коппола видел еще один «потенциальный кассовый супергигант». Лента снималась в обстановке секретности (модное в Голливуде 70-х годов веяние — часть предварительной рекламной кампании): репортеров не приглашали, актеров просили не давать никаких интервью. Вообще рекламе уделялось самое серьезное внимание, занимались ею профессионалы своего дела — Джеральд Рефшун и Патрик Кэддл, организовывавшие в свое время избирательную кампанию самого президента Джимми Картера. Итак, «технические» формальности обыкновенного Голливуда, на которых, кстати, настаивала администрация «Юнайтед артистс», взявшаяся финансировать ленту, были соблюдены.

Не так просто было, однако, решить, каким делать фильм. «Вьетнамская тема» вызывала настороженность у официального Голливуда — Френсису Копполе, который хотел снять антивоенный, разоблачительный фильм, сразу пришлось столкнуться с негативным отношением к своему замыслу.

Идея картины возникла не у Коппола: еще в 1969 году к работе над сценарием по мотивам произведения Джозефа Конрада «Сердце тьмы» приступил Джон Милиус. Он решил модернизировать новеллу Конрада, повествующую о торговце слоновой костью, который пытается стать «белым богом», объектом поклонения дикарей,— перенести эту ситуацию во Вьетнам. Молодой, тогда еще мало кому известный режиссер Джордж Лукас хотел ставить фильм. На каком-то этапе Коппола, будучи тогда продюсером ленты, решил сам осуществить режиссуру, сделать картину, по собственному заявлению, «сильным либеральным посланием», лентой, разоблачающей преступления американцев во Вьетнаме. Это будет фильм о «цивилизации, впадающей в варварство», говорил Коппола.

Милиус, однако, не разделял точку зрения Коппола, хотя внешне его высказывания звучали очень похоже: «Это злой, черный сценарий,— говорил он,— это как спуск в ад — потеря всякого чувства цивилизации. Лента может стать фильмом, рисующим насилие, какого еще никто не видел».

«Какого еще никто не видел»... После многих острых дискуссий возникло компромиссное решение: авторы картины не ставили теперь задачу сделать фильм «заявлением политическим». Уходя от широких социальных обобщений, на первый план они выдвигали «сугубо личные мотивы», движущие героями: они хотели лишь «сконцентрироваться на показе безумной идеи, владеющей главным героем, чья безудержная жажда власти приводит его к тому, что ради задуманного он полностью порывает все связи с цивилизованным миром».

Заметим, что для Коппола тема эта не была чем-то новым, подходить к ней он начал еще в обоих «Крестных отцах». Вспомним концовку второй части фильма, когда Майкл Корлеоне, глава мафии, с тоской смотрит на водную гладь, как бы отделяющую его роскошную виллу от всего остального мира...

Итак, план работы был продуман, настало время действовать. Трудностей впереди было немало. Администрации «Уорнер бразерс» и «Коламбия», с которыми велись долгие переговоры, в конце концов решили не рисковать — фильм на запрещенную «вьетнамскую тему» показался им нерентабельным. Но Коппола и его коллеги не отступали: их усилия, тактические лавирования наконец дали результаты — в 1975 году было достигнуто соглашение с компанией «Юнайтед артистс»: бюджет ленты определили в 12 миллионов долларов, доля «Юнайтед артистс» должна была составлять, однако, лишь 7,5 миллиона, остальные средства Копполе предлагалось обеспечить самостоятельно.

Наступал следующий этап подготовки — надо было решить, подо что занимать деньги. Естественно, речь сразу пошла о звездах: будут они в фильме — легче станут раскошелиться банки, а также любители кинонаживы. Марлон Брандо с самого начала представлялся идеальной кандидатурой на роль полковника Курца, который, высадившись с вертолета в джунглях и обосновавшись в древнем полуразрушенном храме, становится Великим Белым Богом туземцев. Но участия одного Брандо прокатчикам и банкам казалось мало — они хотели более твердых гарантий. При заключении соглашения Коппола обещал пригласить Стива Маккуина. Ему предложили роль капитана Уилларда, которому военные чины, обеспокоенные самостоятельными действиями новоявленного Белого Бога, приказывают ликвидировать «сумасшедшего». Маккуин согласился, но запросил огромный гонорар. Сделка не состоялась. В действие мгновенно вступили строгие правила делового Голливуда: Коппола вынужден был вернуть часть средств, отпущенных ему «под Маккуина». Чтобы

восполнить бюджет, пришлось кроме права на прокат ленты в США и Канаде, уже уступленного «Юнайтед артистс», продать и прокатные привилегии за рубежом.

Чем дальше, тем больше оказывался Коппола под давлением финансовых обстоятельств — надо было штамповать ленты развлекательные, ибо они потенциальная статья дохода. Коппола все чаще выступал в роли продюсера; так возник план «простого, приключенческого, семейного», как говорил сам Коппола, фильма под названием «Черный жеребец» (лента вышла на экраны почти одновременно с «Апокалипсисом»). Пришлось подписать с Эн-Би-Си контракт на постановку фантастической телесерии о внеземной жизни, согласиться самому осуществить монтаж двух «Крестных отцов», которых эта же телекомпания выпускала на голубой экран. Словом, число «деловых» мероприятий все увеличивалось, и они требовали значительного времени.

Новые черты обретал и «Апокалипсис». Режиссер признается: «За четыре года работы над картиной претерпевала значительные изменения не только сюжетная канва фильма — менялся и я сам».

С Копполой происходили не столь редкие в Голливуде противоречивые превращения, отражающие борьбу художественного и коммерческого. Режиссер разрывался между фильмом «своим» и «большой картиной» Голливуда.

Все вроде бы началось с «чистой техники». Копполе понадобились в картине эффектные трюки (без них в «большом фильме» не обойтись). Главный герой уже не умирал тихо, плененный цивилизованными военными, разрушившими навсегда его мечту об империи в джунглях (так было в первоначальном варианте), — его жестоко умерщвляли.

Коппола показал «вакханалию войны» — яркие краски, броские и неожиданные крупные планы (порой даже кажется, что слишком много в ленте бутафории, различных атрибутов обыкновенных «фильмов ужасов»). Итак, режиссер устремляется по голливудскому пути. Он уже не может свернуть с него. Он уже «увяз» в картине.

Деловые операции поглощали все большее внимание Копполы. Съемка фильма, проходившая на Филиппинах, требовала огромных расходов. Непредвиденные обстоятельства: смена актеров, плохая погода, даже тайфун, уничтоживший декорации, — все это создавало невероятные сложности.

Работе над фильмом, как рассказывал сам Коппола, не видно было конца. Премьеру «Апокалипсиса», которая планировалась сначала на декабрь 1977 года, пришлось перенести на весну 1978

года, затем — на зиму. Но нужно было провести гигантскую работу — смонтировать фильм из множества отснятых эпизодов. Чтобы завершить фильм, Копполе пришлось занять у «Юнайтед артистс» еще 10 (!) миллионов долларов. В качестве обеспечения этого займа режиссер заложил свой дом в Сан-Франциско и другую недвижимую собственность, которой он к этому времени владел.

Вкладывая собственные средства, Коппола, казалось бы, покупал свободу — никто не навязывал ему своих идей, все концентрировалось в его руках. На деле, однако, получалось иначе. Выступая в качестве кинопромышленника, Коппола не мог обходить законы американского бизнеса. Планы режиссера стали претерпевать изменения. Метаморфоза происходила разительная. Лучше других о ней откровенно рассказывает Джон Милиус, автор сценария, так ратовавший за «нейтральное, неполитическое послание».

Милиус говорит, что новелла Конрада с самого начала была не единственным источником его вдохновения. Образ полковника Курца он, оказывается, «рисовывал» и с некоего Роберта Реолта, одного из настоящих «зеленых беретов», орудовавших в Юго-Восточной Азии в конце 60-х годов.

Милиус пытался убедить Копполу, что ему не следует идти на конфликт с Пентагоном, который официально отказал в каком-либо содействии, так легко предоставляемом министерством обороны США для фильмов, прославляющих дух американского милитаризма.

Чтобы как-то сбалансировать «неблагоприятное» впечатление, сложившееся в Пентагоне о Копполе и его новой работе, деловым людям необходимо было подтвердить, что «либерализма» в фильме не будет никакого. Необходимо было громко заявить об этом. Милиус взялся за это — вот когда опять пригодился бравый вояка Роберт Реолт.

«Реолт — великий человек, — провозгласил Милиус, — без таких заправских ребят просто не обойтись. Они убеждают в необходимости держать специальные подразделения. Люди, подобные Реолту, могли бы помочь нам выиграть войну. Да мы ее почти и выиграли. Мы проиграли ее в студенческих городках. Мы опозорились. Мы доминдальничались. У нас кишка оказалась тонка. Я уверен, что воплощение таких характеров, как Реолт, в наше время вещь весьма полезная».

Огтелый текст, сделано-то, как было задумано, громко, но уж чересчур, с пеной у рта.

И Милиус, видимо, почувствовав, что сказал лишнее, тут же оговаривается: он верит, что вмешательство США во Вьетнаме было оправдано, но их картина не об этом, она «аполитична». Курц — Реолт вовсе не призван быть воплощением добра или зла. Это-де все категории абстрактные. Главное, чтобы фигура героя была колоритна. Вот почему, повторяет Милиус, он с самого начала выступал против желания Коппола сделать пацифистский фильм.

Съемки завершены, и фильм вот-вот выйдет на экраны, а Милиус вновь предается размышлениям. «Фрэнсис думал, — говорит Милиус, — что он либерал, теперь он рассуждает здраво. Как он может быть левым, когда больше всего его занимают сейчас деньги и власть? Он ведь теперь капиталист, не так ли? Миллионов у него хватает. А кроме того, он теперь лично знаком с теми крепкими парнями, что воевали. Он знает, что они не стыдятся этого. И Фрэнсис больше не хочет делать из «Апокалипсиса» либеральное послание».

Стоп. А думает ли так сам Коппола? Спрашиваю режиссера, какой же все-таки фильм он сделал. «Вы не ошибетесь, если назовете «Апокалипсис» «фильмом ужасов» — я хотел, чтобы его увидел массовый зритель. В то же время это и голливудская военная картина — вы видите не одну батальную сцену. И наконец, судите сами: в фильме подчеркнуты реалистические моменты — американцы расправляются с безоружными вьетнамцами, как это не раз было в действительности. И я меняю ракурсы все время, пока разворачивается действие на экране, пока зритель идет вместе с героями вверх по реке. Это одна из причин, почему кинотеатры в Америке забиты битком: разные зрители находят в фильме то разное, что их интересует».

«Апокалипсис» — работа острая, яркая, на экране, как говорит сам Коппола, — «кошмар, безумие, драматизм и аморальность войны во Вьетнаме». Американская агрессия показана как трагедия, моральный крах агрессоров очевиден.

Вместе с тем очевидно и то, что Коппола проходит в фильме мимо трагедии вьетнамского народа, художник рисует зло, иногда даже эстетизируя его, и ничего не говорит о справедливой борьбе героического Вьетнама за свою независимость.

Сам режиссер утверждает, что он не мог знать того, «что происходило по другую сторону», и, стало быть, не мог снимать об этом фильм. Но загляните в программку фильма, специально изданную для премьеры, в ней черным по белому — следующий текст: «Характеры и события в этом фильме вымышлены. Любое сходство с реальными людьми или событиями случайно». Вот мы и

подошли к главному: Коппола-художник и Коппола-бизнесмен — в одном лице. Коппола-человек, который утверждает, что хотел наконец сделать картину не «об очередном супермене или главаре гангстеров, но о том, что действительно важно для людей, что является самым главным: войны должны исчезнуть — в наше время это безумие». И Коппола — деловой человек, чей новый фильм обязан сделать сборы (и это существенно меняет подход), иначе в азартной игре автор картины проигрывает, а на карту поставлено слишком много, под угрозой «маленькая империя».

«О чем это вы?» — спросит читатель. Мы знаем только Копполу — режиссера, сценариста, художника. Верно, но знаем ли мы Копполу, уже давно мечтавшего организовать собственный бизнес?

Еще студентом Калифорнийского университета в Лос-Анджелесе Коппола прошел школу Роджера Кормена, специалиста по «лентам второго сорта», известного кинопромышленника, которого в Голливуде именуют «королем кинохалтуры». Свою первую режиссерскую работу — ленту 1963 года «Дементия-13», обыкновенный «фильм ужасов», — Коппола сделал у Кормена. За этим последовало еще несколько «фильмов с небольшим бюджетом», как именуют иногда в Голливуде «ленты второго сорта». Коппола выступал не только в ролях сценариста, звукооператора, но и помощника продюсера, помощника Роджера Кормена — он приобретал деловые навыки.

В 1969 году Коппола основал собственную компанию — «Америкен зэтроп». И стал создавать... собственную «школу». Коппола был продюсером первых фильмов известного ныне режиссера «Звездных войн» Джорджа Лукаса. С «Америкен зэтроп» начинали также сценаристы Уиллард и Глория Хьюик, упоминавшийся нами Джон Милиус и другие голливудские профессионалы.

В 1979 году Коппола принимал первый набор в свою киношколу (в прямом смысле этого слова — без кавычек): экзаменовались юноши четырнадцати-восемнадцати лет, будущие кинематографисты. Учебный центр функционировал под эгидой фирмы Копполы «Омни зэтроп».

«Зэтроп» — это своего рода вызов Копполы, брошенный Голливуду, так по крайней мере представлялось это художнику раньше. Коппола рассказывает, что идеей создания своего дела он увлек сначала Джорджа Лукаса. Будущий автор «Звездных войн», режиссер и бизнесмен, принял предложение, ибо был уверен в деловых качествах своего друга («Коппола лед может продать эскимосам», — шутит Лукас). Чуть позже присоединились к

Копполе и Лукасу Джон Корги и Уолтер Мерч. Четверка начала действовать.

В 1969 году был заключен с «Уорнер» договор: Коппола и его коллеги обязались за 600 тысяч долларов поставить кинокомпании семь сценариев, написанных молодыми талантами. «Зоэтроп» развила кипучую деятельность, в газеты были даны соответствующие объявления — целый год фирма получала многочисленные отклики молодых кинематографистов, писателей. Создавалось впечатление, что может возникнуть некая «школа бунтарей». Но Голливуд разрушил идею кооперативного сотрудничества молодых кинематографистов. Проходили годы существования «Зоэтроп», а производство «своих фильмов» стояло на месте. Оказался бессмысленным договор, заключенный с молодыми актерами — Сэмом Боттомсом, Альбертом Холлом, Фредериком Форрестом и Лэрри Фишборном. С горечью теряла молодежь веру в успех по-американски.

Роберт Далва, один из подопечных Копполы говорит: «Зоэтроп» никогда, по существу, не был коллективом равных. Фирма целиком и полностью зависела от успехов Копполы. Фактически только его фильмы и были сделаны, потому что только он и был «кассовым», деловым человеком».

Высказывания коллег Копполы не голословны. Деловая деятельность режиссера, продюсера, бизнесмена действительно связана не только с кино. Коппола — обладатель крупных пакетов акций различных прокатных и других фирм. Интересы талантливого режиссера, решившего поставить свою деятельность на «промышленную» основу, теперь уже выходят за рамки кинотворчества.

В 1975 году Коппола вообще на какой-то период отошел от режиссуры, все свое время отдавал журналу «Сити», который издавал в Сан-Франциско, используя это издание для рекламы фильмов. По тому же принципу работала радиостанция, владельцем которой стал Коппола.

Иными словами, как шутили в Голливуде, Коппола, как он и хотел, стал на какое-то время «миниатюрным императором». Центром своей деловой деятельности он сделал Сан-Франциско, предпочитая на всякий случай держаться на некотором расстоянии от Голливуда, с которым, впрочем, связей не прерывал. Сам Коппола признает, что ему хочется не только «успеха художника», но и «успеха предпринимателя», кроме того, он говорит, «что не прочь стать администратором одной из крупных студий». Итак, «вчера — Сан-Франциско, завтра — весь мир»¹².

Некоторые в Голливуде считают, что Коппола «слишком энергичен», что его попытки «успеть всюду», удачно сочетать коммерческую деятельность с художественным процессом в итоге приведут к разрушению его «империи»: либо деловое предприятие вылетит в трубу, либо, что вероятнее, все больше будет утрачивать «независимый» характер.

История Копполы приводит к выводу, что и «практичный» художник в Голливуде при видимости свободы творчества по рукам и ногам связан «деловыми соображениями».

То, что художники становятся миллионерами, в общем-то ни о чем не говорит. Страшны ведь не сами деньги, а процесс их делания. Процесс этот имеет свою природу и следует определенным законам. Пытаясь работать вопреки стандартам Голливуда (ощущая огромное желание вырваться из его пут), мастера американского кино, однако, постоянно вынуждены компенсировать свою «независимость» целым рядом уступок.

Независимое творчество не может выйти из структуры, где действуют законы бизнеса. Художник, считающий, что, после того как обеспечит необходимые средства для постановки фильмов, сможет вернуться к настоящему творчеству, оказывается обманутым.

ГОЛЛИВУД НА ПАРАДЕ И ЗА КУЛИСАМИ

Началось все с затеи Луиса Б. Майера, всесильного босса одной из старейших голливудских студий «Метро — Голдвин — Майер». Рассказывают (у «Оскара» есть своя легенда), что, принимая однажды гостей в своей летней резиденции в Санта Моника, Майер поделился с ними идеей о создании группы «голливудской элиты», которая помогала бы полюбовно улаживать многочисленные в то время профессиональные тяжбы между различными студиями, иначе говоря, — ликвидировать «анархию» в кинопромышленности.

Четвертого мая 1927 года предложение Майера обсуждалось на встрече тридцати шести известных кинодеятелей (включая Дугласа Фербенкса, Мэри Пикфорд, Фрэнка Ллойда и других), а спустя неделю в отеле «Балтимор» состоялся банкет, на котором присутствовали триста человек — элита молодого Голливуда. Майер, оставаясь в тени, довольствовался ролью организатора и устроителя одного из первых мероприятий американской

кинопромышленности; выступал перед собравшимися Дуглас Фербенкс: он объявил о создании организации, ставящей перед собой цель поощрять развитие киноискусства. В заключение банкета каждый из гостей подписал чек на 100 долларов и автоматически стал одним из членов-основателей новой киноорганизации — американской Академии искусства и науки кино.

Позже, когда в Голливуде возникли профсоюзы кинороботников, отпала необходимость в том, чтобы Академия выполняла роль «третьей стороны» при решении трудовых споров. Основная функция этой киноорганизации свелась к присуждению призов, определению лучших работ и исполнителей, а точнее, голливудских «критериев».

Следует справедливости ради отметить, что Академия не была в Голливуде пионером в плане присуждения призов фильмам и их создателям. Ежегодные опросы, определяющие наиболее популярные работы в кино, начал проводить еще в 1920 году журнал «Фотоплей», в том же году «открыл» свой первый сезон Национальный совет критиков, а затем это модное веяние каждый последующий год приносило все новые конкурсы. Но «Оскар», появившись, оставался и остается явлением в американском кино. Привлекая к себе особое внимание, он сегодня считается в США самой престижной наградой за работы в кинематографе.

Но все по порядку. Сначала — о том, как трактует «Оскара» американская критика, что о нем говорят в Голливуде, как понимают. Мнений самых разных мне пришлось услышать много. Вперемежку с легендами они выглядят пестро, но вот общие моменты.

Одной из причин популярности «Оскара», полагают многие голливудцы, является тот факт, что его присуждают сами работники кино, иначе говоря, фильмы оцениваются коллегами, профессионалами кинематографа.

Другой фактор популярности заключается в мифе, созданном вокруг «Оскара» и тех, кому он присуждается на протяжении более полувека. «Оскарские» шоу всегда были полны сенсационных «неожиданностей», а сама маленькая фигурка в буквальном смысле творила чудеса со своими обладателями, вознося их творческие карьеры в поднебесье и принося славу или же, наоборот, обещая многое и не давая ничего.

Сами члены Академии, «олимпийцы», решающие судьбы картин, признают тем не менее, что ничто человеческое им не чуждо — и присуждение «Оскара» той или иной ленте или ее

создателям нередко связано с обыкновенной слабостью «среднего» американца к рекламе, которая может сыграть отнюдь не последнюю роль.

Как это происходит. Каждый год, примерно в середине февраля появляются в американской прессе названия лент и имена их создателей, выдвинутых на соискание «Оскара». Они выбраны из огромного числа картин, выпущенных на экраны мира в предшествовавшем году. Ленты-соискатели начинают демонстрироваться дважды в день в кинотеатре Академии. Члены Академии могут просмотреть их также в течение последних трех недель перед голосованием. И, наконец, наступает «судный день»: еще две недели продолжается сбор анкет и списков, где соискатели аккуратно проставлены в алфавитном порядке — надо лишь отметить одно из названий или имен галочкой.

В Голливуде, как бы притаившемся в ожидании «приговора», это, однако, самый «нетихий» период. Одна за другой проходят рекламные вечеринки, суетятся агенты, делают программные заявления администраторы студий; члены Академии повсюду желанные гости — идет тщательная их обработка: каждый голос в буквальном смысле на вес золота.

Голливуд на параде — это отношение и подход к «оскаровскому» шоу становятся с каждым годом все привычнее. Полнится новыми именами память «оскаровских» компьютеров, но запрограммирован на ближайшее будущее определенный код. Молодая актриса Кэрол Кейн, выдвигавшаяся на соискание приза, говорит: «Мне никогда раньше не приходилось бывать на «оскаровском» шоу, и для меня все, что с этим связано, — фантазия... люди на этом вечере должны быть прекрасны».

И вот уже за несколько часов до начала шоу собираются у входа в павильон Дороти Чендлер в лос-анджелесском Мюзик-центре огромные толпы киномолющих, жаждущих хоть одним глазком увидеть «кусочек звезды». Примерно за час до условленного времени начинают стекаться приглашенные. Внутри павильона, нарядные, блестящие, взволнованные, они образуют избранную толпу. Одетые в униформу служители выстраиваются шпалерами — и открывается шествие знаменитостей, большой праздник Голливуда.

Вот вливается в фойе, окруженная почетным эскортом знакомых лиц и встречающих организаторов, Элизабет Тейлор, о которой продюсер шоу Коч сказал накануне, что «она олицетворяет собой Голливуд». Наэлектризованная толпа «избранных» подается

вперед, забывая на мгновение, что сама является в данный момент частью этого киноолимпа, частью шоу. Тейлор, купаясь в почтительном внимании, задерживается в центре фойе, разговаривая с кем-то из «знакомых лиц», — незаметно (даже как-то бочком) проскальзывает в этот момент мимо неудачно вошедшая (на несколько бы минут позже!) Мариса Беренсон, звезда фильма Стэнли Кубрика «Барри Линдон». Появляются все новые и новые знаменитости. Милые улыбки, приветствия, пустующее фойе, зал, заполняющийся до отказа...

За кулисами все оказывается гораздо проще. По обе стороны сцены, у выходов к зрительному залу, охраняемые полицейскими, застыли в ряд на специальных столиках фигурки «Оскар». Их так много, что возникает ассоциация с игрушечными солдатиками. Деловито снуют рабочие сцены, устраивается на ярусах, уходящих под потолок, оркестр — идут последние приготовления. С удивлением замечаю у какого-то здорового ящика с реквизитом Чарлтона Хестона. Известный актер зубрит свою часть выступления и выглядит совсем как новичок перед первым выходом.

Шоу уже началось. За кулисами «Оскар» передают участникам шоу. Они в свою очередь на глазах собравшихся в зале и миллионов телезрителей вручают их победителям. Первая фигурка — в руках у актрисы Мэдлин Кан (ей ассистирует Джоэль Грей), и зал замирает, пока она нервно раскрывает запечатанный конверт: «Ли Грант — за лучшее исполнение женской вспомогательной роли». Ли Грант поднимается на сцену, с волнением принимает приз. За кулисами она растерянно переспрашивает продюсера шоу, что делать дальше. А «Оскар» вновь переходит, совершив свой «круг почета», к представителю «Додж трофи компани». Теперь приз будет доставлен в здание Академии, откуда попадет в руки гравера и лишь затем, став единственным в своем роде — получив имя владельца, попадет к нему домой.

В первые годы вручения «Оскара»¹ призы могли распоряжаться им как угодно. 2 сентября 1941 года «Оскар» был запатентован, и, по новому положению, приз запрещалось продавать (если бы вдруг владельцу пришла в голову такая идея — Академия решила предусмотреть все) или «другим образом избавляться от него... без предварительного предложения Академии приобрести приз по цене 10 долларов».

Вокруг «Оскара». С 1929 года, когда впервые состоялось вручение призов, и по сей день история «Оскара» полна легенд, сюрпризов, киностатистики. Процедура вручения «Оскара» — этого высшего приза Академии киноискусства — обставляется теперь по всем правилам крупного мероприятия. Ежегодно блестящие шоу предваряют вспомогательные программы, призванные привлечь внимание к продукции Голливуда. Так, в 1974 году перед церемонией вручения «Оскара» по Си-Би-Эс показали программу под названием «Оскар» — актеры и «Изгоняющий дьявола»; по Эй-Би-Си шла телепередача в двух частях — «Фильмы, фильмы...». В том же году «Парамаунт» подготовила для показа по телевидению передачу «Парамаунт» представляет..., сделанную в традициях «звездного» Голливуда».

Подобные передачи повторялись и повторяются каждый год. Возникают все новые вариации. Например, популярная в 70-е годы передача «Оскара» вручаете вы» или аналогичное шоу «Призы американским фильмам», впервые транслировавшиеся в феврале 1980 года: зрителям предлагалось самим назвать победителей (но выбор был ограничен лишь официальными соискателями и их работами, которые были выдвинуты Академией). Суждения зрителей и «академиков», естественно, в чем-то расходятся. Но для организаторов шоу дело это второстепенное. Главное — привлечь больше внимания к «Оскару», а с его помощью — к фильмам, рекламируемым крупными студиями. Здесь, в ход идет все.

Так, накануне вручения «Оскара» в Лас-Вегасе букмекеры принимают «оскаровские» пари, как в тотализаторе: кто из выдвигавшихся на «Оскара» актеров, режиссеров получит приз, какой фильм будет назван лучшим.

«Оскар» — не игрушка, «золотая фигурка» приносит дополнительные миллионы. Подсчитано, что выдвижение ленты или ее авторов и исполнителей на приз Академии повышает кассовые сборы картины. Лента-победитель, как правило, приносит на несколько миллионов больше.

Компании, финансировавшие фильм или купившие его для проката, таким образом, заинтересованы прежде всего в коммерческих аспектах «оскаровского феномена».

Взаимоотношения. «Оскар» родился в год, когда умерли «немые» фильмы.

Чарлз Чаплин и Грета Гарбо ни разу не были удостоены призов Академии (их почетные «Оскар» являлись своего рода

«компенсацией», попыткой выровнять баланс «академического» и «реального»).

Дебору Кэпп, Ричарда Бартон и Тельму Риттер выдвигали на соискание приза по шесть раз, но ни разу не назвали победителями. Четыре раза безуспешно выдвигали Пола Ньюмена и Питера О'Тула. Три раза — Керка Дугласа, Ширли Маклейн и Натали Вуд. В статистике Академии вы не найдете имен многих больших актеров.

По-разному относятся профессионалы американского кино к «Оскару»: для одних он послужил толчком к развитию творческой карьеры, для других был символом житейских благ, третьими был отвергнут, четвертыми — принят без особого восторга.

В 1951 году Хэмфри Богарт, удостоенный «Оскара» за исполнение роли в фильме «Африканская королева», заявил на следующий день после шоу, что приз для него — пустое место.

В 1958 году актриса Уэнди Хиллер, получившая «Оскара» за лучшее исполнение вспомогательной роли, заявила прессе: «Почет мне не нужен — я надеюсь, что приз принесет мне деньги».

«Оскар» и по сей день ассоциируется у многих в США с ослепительным, звездным успехом. Полагают, что «Оскар» может дать большую творческую свободу, большой выбор. Известный актер Род Стайгер рассказывает, например, что выдвижение на «Оскара» во многом способствовало его популярности у студий и отдельных режиссеров. После триумфа ленты «В душной южной ночи» (названной лучшей картиной 1967 года и собравшей пять «Оскар» к нему пришел настоящий, голливудский успех, приглашения на роли посыпались как из рога изобилия. В то же время, говорит Стайгер, «успех актера ничего общего не имеет с «Оскарами» и с деньгами; лучшие работы в кино, как правило, не приносят призов и доходов».

Вспоминаю, что читал как-то рассказ Стайгера о его впечатлении от передававшегося по телевидению интервью с известным режиссером и актером Орсоном Уэллсом. «Делают ли ваши картины сборы, господин Уэллс?» — спрашивал репортер. «Да, думаю, что некоторые сделали неплохие, — отвечал тот, — во всяком случае, ни одна лента не сработала еще в убыток». «Должно быть, вы очень богаты?» — «У меня нет ни гроша». — «Как так?» — «Для того чтобы делать то, что мне хочется, я иногда работаю бесплатно», — откровенно ответил Уэллс. «Вот судьба художника в Америке», — заключает Стайгер.

Подтверждением этому служит и пример Коппопы, поставившего по заказу студии двух «Крестных отцов», а в

промежутке сделавшего свою ленту — «Разговор». В 1974 году, кстати, «академики» отдали предпочтение второй части «Крестного отца», а не «независимому» фильму Коппола.

«Крестный отец II» получил шесть «Оскар», «Разговор» — ни одного.

Богата история «Оскара» и открытыми конфликтами. В 1971 году Джордж С. Скотт отказался от «Оскара», присужденного ему за исполнение роли в картине «Паттон». В 1974 году Дастин Хоффман публично назвал Академию киноискусства «уродливой» и «гротескной» (хотя в 1980 году принял приз, присужденный ему как лучшему актеру года).

В 1973 году Марлон Брандо не присутствовал на «оскаровском» шоу и отказался от присужденного ему за исполнение роли Дона Корлеоне в «Крестном отце» приза Академии. Поднявшись на сцену, представительница американских индейцев, актриса Мария Круз заявила, что Брандо решил не принимать приза в знак протеста против положения индейцев в стране.

Консервативные члены Академии пришли в ярость: «увенчанный лаврами» актер (в 1955 году Брандо получил «Оскара», за исполнение роли в фильме «В порту») вышел из-под их опеки, поднял «бунт против своих». Причем продолжал «упорствовать» — какое-то время последовательно поддерживал борьбу индейцев за свои права, сделал ряд других публичных заявлений в поддержку их выступлений.

Голливуд не терпит независимости, но с Брандо, одной из своих суперзвезд, вынужден обходиться осторожно: актер был объявлен «эксцентричной натурой», а его убеждения — «капризом звезды». Голливуд, однако, не отлучил его — Брандо пытаются вернуть в «золотую клетку». Голливуд, впрочем, не всегда так «деликатен» — и раньше и теперь он по-разному реагирует на действия «строптивых».

Сердца и умы. Много проблем доставляет консервативному Голливуду и его хозяевам то обстоятельство, что идет прямой телерепортаж «оскаровского» шоу. В программе — лишь незначительные музыкальные вставки и номера, записанные накануне. Те, кто так ратует за «свободу слова», живого слова боятся — боятся голоса правды.

Все, что не укладывается в «традиционные» рамки шоу, старательно затушевывается. Бесчинства молодчиков из «Лиги защиты евреев», устроивших 3 апреля 1978 года настоящий сионистский шабаш у здания лос-анджелесского Мюзик-центра в

связи с выдвижением на «Оскара» Ванессы Редгрейв (она посмела принять участие в создании документального фильма под названием «Палестинцы»), на страницах американской печати выглядели как почти невинные проказы. А слова, сказанные Редгрейв по адресу разбушевавшихся хулиганов, — слова актрисы, напомнившей членам Академии, что, как видно, маккартистские времена «охоты за ведьмами» еще не прошли, трактовались как неуместные. Так было и раньше.

В 1972 году у Академии были «проблемы» с Чарлзом Чаплином. С 1962 года великий актер не жил в Соединенных Штатах, где его в свое время обвинили в «симпатиях к коммунистам», где шла организованная, последовательная его травля. Многие годы понадобились Академии, чтобы решиться наконец удостоить восьмидесятитрехлетнего «красного» Чаплина почетного «Оскара». Как рассказывают в Голливуде, больше всего боялись «олимпийцы» какой-нибудь «выходки» гениального актера.

Хозяева «оскаровского» шоу вообще боятся «неожиданного», они хотели бы, чтобы шоу — во всем своем великолепии, поражая воображение, — плавно вливалось в сердца и умы американцев. Но живая реальность все чаще вторгается в голливудскую сказку. На 47-м «оскаровском» шоу, состоявшемся в том же лос-анджелесском Мюзик-центре 8 апреля 1975 года, лучшей документальной лентой была названа картина Питера Дэвиса и Берта Шнайдера «Сердца и умы», рассказывавшая о вьетнамской трагедии. Принимая приз, Дэвис и Шнайдер сказали о том, о чем думали миллионы американцев, выступавших за прекращение позорной войны: они выразили надежду, что их сыновья вырастут в обществе, не знающем подобных трагедий.

Выступление авторов фильма, удостоенного «Оскара», прозвучало как гром среди ясного неба. Некоторое время после этих «незапланированных» заявлений шоу продолжало по инерции катиться по заранее проложенным рельсам, но за кулисами бушевала буря. Два старых шоу-волка, консерваторы до мозга костей Фрэнк Синатра и Боб Хоуп на ходу готовили «ответную операцию» — ее вспоминают в Голливуде по сей день. Сочинив впопыхах заявление о том, что Академия «не ответственна за какие-либо политические высказывания» и «приносит извинения за то, что произошло сегодня на вечере», они, не удосужившись даже спросить мнение членов самой Академии, в одностороннем порядке высказали свою точку зрения. Для них вопросом престижа было не

только стремление отмежеваться от «бунтовщиков», но и сразу же поставить их вне Голливуда.

Накануне 48-го шоу «Оскара» мне пришлось разговаривать с Робертом Олтменом. Режиссер, только что закончивший снимать ленту «Баффало Билл и индейцы, или Исторический урок Сидящего Быка», интересно рассказывал о фильме, но, чувствовалось, весь уже был поглощен новыми планами — говорил о будущих работах. Я спросил Олтмена об «Оскаре», о «Нэшвилле», представленном на соискание приза. «Нас не назовут победителями, — усмехнувшись, сказал режиссер. — У Лили Томлин (актриса, снимавшаяся в картине «Нэшвилл». — Ю. К.) есть шанс, может быть также названа лучшей песня Кийта Каррадайна, но не я и моя картина... Что я думаю об «оскаровском» шоу? Я думаю, что это шоу. Мне оно не нравится. Это искусственно создаваемая конкуренция, ничего общего не имеющая с кинотворчеством».

На иждивении. Говорят, что вручение «Оскара» смотрят ежегодно 150 миллионов телезрителей в разных странах. Начавшись с голливудских званных обедов для избранных, «закрытых мероприятий», вечер давно превратился в шоу «избранных» для «массового» зрителя. Из ставших ему тесными банкетных залов шикарных отелей шоу сначала переместилось в театральные залы, затем, обретая все более широкую аудиторию, стало транслироваться (с 1943 года) по радио и, наконец, в 1953 году вырвалось на голубой экран. Примерно с этого времени можно говорить о втором рождении Академии как звена всепроникающей индустрии развлечений, чья активность охватывает сегодня все Соединенные Штаты.

В рамках Академии осуществляются многочисленные мероприятия по пропаганде кино вообще и голливудской продукции в частности. Неизмеримо возросла роль Академии в 70-е годы, все чаще уделяли ей больше внимания в своих коммерческих планах голливудские бизнесмены. «Внутреннее дело» творческих работников, как показывали расчеты и данные компьютеров кинопромышленности, могло (должно, обязано было) стать исключительно «выгодным делом». К Академии в деловых кругах отнеслись серьезнее. На поверку оказалось, что она не выглядела «респектабельно» — ей нужен был внешний лоск. И, конечно, решили в Голливуде, Академии необходима наконец постоянная штаб-квартира, которая одновременно могла бы стать организационным центром и своеобразным музеем истории американского кино.

За полвека существования Академия сменила в пределах Лос-Анджелеса свой адрес несколько раз, и все время это было лишь временное местопребывание. Многим такое положение представлялось странным, ибо у американского зрителя Академия прежде всего ассоциируется с «Оскаром», а всему свету известный приз — с миллионами долларов.

В 70-е годы Академия все же получила от кинопромышленности новое здание, выросшее на Уилшир-бульвар, как раз где-то посередине между Музеем искусств округа Лос-Анджелес и Калифорнийским университетом. Это на вид довольно скромное семизэтажное здание. Штаб-квартиру создали, деятельность в ней развернули кипучую, и представлялось, что Академия — это практически центр Большого Голливуда: здесь, мол, формируется кинополитика.

Но на деле Академия играет в Голливуде далеко не ведущую роль. Источников доходов у «киноолимпа» всего два: взносы 3800 членов и поступления (по сути дела, продажа с торгов — кто из крупных телекомпаний больше даст) от ежегодного «оскаровского» шоу (составляющие 80 процентов всех доходов). Американские журналисты любят поиронизировать по этому поводу, говоря, что Академия, являясь организацией, которая занимается делами большого экрана, целиком и полностью зависит от экрана малого. А попросту говоря, учреждение «творческое», Академия находится в полной зависимости от бизнесменов индустрии развлечений.

* * *

Интересную историю удалось мне однажды услышать в Голливуде. Разговор шел о студии «Парамаунт», процветающей фирме в системе могущественного коммерческого конгломерата. Предаваясь воспоминаниям, собеседники говорили о том, что в 30-е годы дела кинокомпании выглядели далеко не так блестяще, как в 70-е. Оказывается, в 1936 году совет директоров «Парамаунт» нанял даже специалиста, Джозефа Кеннеди, с целью выяснить, почему ситуация складывается не в их пользу. Эксперт представил обстоятельный доклад, в котором среди прочего отмечал, что на «Парамаунт» (как и вообще в Голливуде) «бизнес получил чересчур широкое распространение». Коммерции явно не хватало искусства. Кеннеди рекомендовал, чтобы производством картин занимались все-таки не «чистые коммерсанты», а «люди от кино». Кинопромышленники якобы прислушались, стали стремиться к синтезу делового и творческого начал. Прибыль, полученная «Парамаунт» в 1939 году» составила около трех миллионов

долларов, в 1940 году — свыше шести миллионов². Это маленький пример большого процесса, пример того, как голливудская система решила использовать одаренных художников. При этом контроль за производством бизнесмены оставили за собой — художников они просто наняли.

Но, конечно, не прямо с этого все начиналось. Определяющие черты системы американского кинобизнеса — в самой природе капитализма. Деловой Голливуд не создавал и не создает своих собственных «ценностей». Голливуд с полной наглядностью показывает суть буржуазной «массовой культуры». Искусство «фабрики грез» сведено к уровню, удовлетворяющему американский бизнес.

И абсолютно ясно, что «культура» эта — не только источник прибыли для бизнесменов, это и идейно-пропагандистское орудие капитализма. «Капитализм не был бы капитализмом, — говорит В. И. Ленин, — если бы он... не давал буржуазии в руки гигантского аппарата лжи и обмана...»³.

Голливуд — часть этого аппарата, который призван отвлекать внимание американцев от острых, хронических проблем общества. Деятельность «фабрики грез» с каждым годом становится все необходимее: ведь безработица, инфляция, падение нравов, рост преступности — все это не единичные явления, а составные общего кризиса, разложения общества.

Находящиеся в руках буржуазии средства воздействия на умы, в том числе и кинематограф, мобилизуются, для того чтобы вводить людей в заблуждение, вести идеологическую обработку населения внутри самих Соединенных Штатов и за их пределами.

В ходе шумных антисоветских или любых других «проамериканских» кампаний Вашингтон использует и Голливуд; гигантские средства расходуются, в частности, на то, чтобы не только удержать в повиновении работников кинопромышленности, но и вовлечь их в пропагандистские акции, осуществляемые империализмом. Идеологическая конфронтация никого не оставляет в стороне. И обитатели Голливуда — не исключение. Как бы независимы ни были суждения многих из них, не следует забывать, что эти художники повторяют стереотипы общества, в котором живут. Вот почему они часто идут на компромиссы, хотя прекрасно понимают, что за талант могут получить только деньги, а не творческую свободу.

Голливуд во всей его сложности, многоликости — это прежде всего институт буржуазной социальной системы. А сам «независимый» кинематограф, его представители (называют ли они

себя так или предпочитают эпитеты «молодые», «личные», «деловые» или вовсе не обращают внимания на эту условную классификацию) продолжают существовать в рамках голливудской индустрии развлечений, которая, как и другие институты капиталистического общества, не терпит творчества, независимого от интересов господствующего класса. И наивным прекраснородушием было бы недооценивать усилия капиталистов, направленные на духовное закабаление художников. Это не отдельные действия неких абстрактных промышленников, политиков, идеологов. Это целенаправленная стратегия всего правящего класса.

Примечания

ГОЛЛИВУД ВЫМЫШЛЕННЫЙ, ГОЛЛИВУД РЕАЛЬНЫЙ

¹ Sklar R. *Movie-Made America. A Cultural History of American Movies.* N.Y., 1975, p. 68.

² Это отмечали и многие американские киноведы (см., в частности: Rosten L.-C. *Hollywood*, 1941, p. 251—252).

³ Kanin G. *Hollywood*, N. Y., 1974.

⁴ Schulberg B. *Hollywood*. — «Holiday», 1949, № 5, p. 44.

⁵ Shaw B., Henderson A. *The Drama, the Theatre and the Films*. — Harper's, 1924, Sept., vol. 149, p. 426.

⁶ Lerner M. *America as a Civilization*, N. Y., 1957, p. 820.

⁷ См., например: Lowry E.-G. *Trade Follows the Film*. — «Saturday Evening Post», 1925, Nov., vol. 198, p. 12.

⁸ Fell J.-L. *Film. An Introduction*. N. Y., 1975, p. 127.

⁹ Ленин В. И. *Полн. собр. соч.*, т. 24, с. 120—121.

ДВЕ СТОЛИЦЫ ГОЛЛИВУДА

¹ См.: *Motion Picture Market Place, 1976—1977*, p. v.

² По данным Киноассоциации Америки, в 1979 году кассовые сборы от проката картин в США составили 2 миллиарда 821 миллион 300 тысяч долларов, что на 6,7 процента превысило показатели 1978 года («Variety», 1980, Jan. 30).

³ Так, в 1979 году компании — члены Киноассоциации Америки и еще двенадцать прокатчиков выпустили на экраны 186 картин. 37 из них только в США собрали более 10 миллионов долларов каждая; это на 7 таких кассовых лент больше, чем в 1978 году, и на 28 больше, чем в 1972 году (см.: «Variety», 1980, Febr. 13).

⁴ См.: Dawson A. *Motion Picture Economics*, Hollywooc Quart., 1948, vol. 3, p. 234.

⁵ «Forum», 1935, Sept., p. 162.

⁶ В их числе и 3800 так называемых «драйв-инов», кинотеатров под открытым небом, где фильмы смотрят из автомобилей. Средний «драйв-ин» вмещает 562 машины. Эти кинозаведения приносят около 23 процентов всех кассовых сборов.

7 «Variety», 1980; Febr. 13.

8 «Los Angeles Times», 1977, Apr. 24.

9 **У этого явления индустрии развлечений есть своя история. В 1951 году, когда телевидение в Соединенных Штатах набирало силу, в стране возникло 1807 новых телестанций. В том же году доходы кинопромышленности упали по сравнению с предыдущим годом сразу на 25 процентов. За этот период лишь в Южной Калифорнии закрылось 134 кинотеатра. Новые времена, таким образом, диктовали новые формы приспособления отраслей промышленности шоу-бизнеса. В 1953 году одна из крупнейших кинокомпаний — «РКО» — продала на телевидение весь свой архив. Примеры «РКО» в течение нескольких следующих месяцев последовали «МГМ» и «Коламбия пикчерз». Обе стороны оказались в выигрыше — на одних и тех же фильмах деловые люди шоу-бизнеса зарабатывали дважды. Конвейер был пущен в ход — и десятилетие спустя стало ясно, что союз телевидения и кино вполне оформлен, узаконен и существует.**

10 International Motion Picture Almanac, 1977, p. 31A.

11 «Variety», 1980, Apr. 9.

12 **В 50-е годы компании — члены Киноассоциации Америки выпустили на экраны 373 ленты, в 60-е годы число фильмов составило лишь 163; в 1975 году на экранах Америки прошло 146 картин—117 новых фильмов и 29 повторных (см.: International Motion Picture Almanac, 1977).**

13 «Wall Street Journal», 1958, Febr. 10, p. 3.

14 См.: Baker F., Firestone R. Movie People, 1973, p. 44.

15 Hanna D. Robert Redford. N. Y., 1977.

16 Powdermaker H. Hollywood. The Dream Factory. Boston. 1950, p. 24.

17 См.: Rosten L.-C. Hollywood. N. Y., 1941.

18 Jowett G. Film. The Democratic Art. Boston, 1976, p. 268.

19 Rosten L.-C. Hollywood, p. 102.

20 «The New York Times», 1977, Aug. 24.

21 **Луначарский А. В. Собр. соч. в 8-ми т., т. 7, с. 124.**

ДЕЛОВОЙ ГОЛЛИВУД: АГЕНТЫ, ЗВЕЗДЫ, АДМИНИСТРАТОРЫ И ДЕЛЬЦЫ

1 Rosten L.-C. Hollywood, p. 93.

2 См.: Теплиц Е. Кино и телевидение в США. М., «Искусство», 1966, с. 7—10.

3 **В период 1937—1946 годов число актеров, имевших долгосрочные контракты с крупными студиями, составляло 600—800, в 1948 году — 342 (См.: Powdermaker H. Hollywood. The Dream Factory, p. 210). В 70-е годы практика эта почти исчезла.**

4 См.: McCoy M. Steve McQueen. N. Y., 1974, p. 193.

5 Rosten L.-C. Hollywood, p. 94.

6 Seldes G. The Public Arts, N. Y., 1956, p. 8.

7 См.: Alpert H. The Dream and the Dreamers, 1962, p. 52

8 **Эм-Си-Эй, являясь также крупной телекомпанией, осуществляет в Юниверсал-сити выпуск продукции для голубого экрана (см.: Jowett G. Film. The Democratic Art. Boston, 1976, p. 436).**

9 См.: Rosten L.-C. Hollywood, p. 328.

10 См.: Casty A. Development of the Film., 1973, p. 407.

11 Whitney S. Charles Bronson. Superstar. N. Y., 1975, p. 190;

12 Ibid., p. 193.

13 Alpert H. The Dream and the Dreamers, 1962, p. 130.

14 Rosten L.-C. Hollywood, p. 330.

15 **Ланкастер, в частности, выступил в роли продюсера фильма «Малиновый пират», Дуглас — «Викингов» и «Ученика дьявола»; Уэйн**

поставил картину «Аламо», Синатра — «Одиннадцать в океане», Грант — ленты «Операция «Петтикоат», «Трава зеленеет».

¹⁶ Belton T. Robert Mitchum. N. Y., 1976, p. 85.

¹⁷ См.: McCoy M. Steve McQueen. N. Y., 1974, pp. 191—192.

¹⁸ См.: Alpert H. The Dream and the Dreamers, p. 29. Другой киновед, Майкл Майер, приводит в этой связи также пример Шона Коннери, снявшегося в серии кассовых «бондовских» фильмов (см.: Mayer M.-F. The Film Industries. N. Y., 1973, p. 11).

¹⁹ Baldwin J. The Devil Finds Work, 1976, p. 118.

²⁰ Jacobs L. The Movies as Medium., 1970, p. 15.

²¹ Rosten L.-C. Hollywood, p. 133.

²² Lawson J.-H. Film. The Creative Process. N. Y., 1967, p. 127.

²³ Rosten L.-C. Hollywood, p. 139.

²⁴ Ibid., p. 145.

²⁵ Hellman L. Scoundrel Time. N. Y., 1977, p. 35.

²⁶ См.: Jowett G. Film. The Democratic Art, p. 164.

²⁷ «The Fiery Cross», 1942, Jan.

²⁸ См.: Donner F.-J. The Un-Americans, p. 21.

²⁹ Cumulative Index of the Committee on Un-American Activities, 1938—1945; см.: Supplement to Cumulative Index to Publications of the Committee on Un-American Activities, 1955—1956.

³⁰ Доннер считает, что так погибло не менее пятнадцати человек, доведенных до отчаяния (Donner F.-J. The Un-Americans, p. 8).

³¹ U. S. Congress, Senate. Special Committee Investigating the National Defense Program, Investigation of the National Defense Program (1943), p. 6896—97.

³² См.: Михайлов В. Тайна папки № 100—18112.— «Правда», 1979, 19 мая.

³³ См.: Donner F.-J. The Un-Americans, p. 35.

³⁴ См.: The Rise and Place of the Motion Picture.— The Annals Of the American Academy of Political and Social Science, vol. 254 (Nov. 1947), p. 1.

³⁵ U. S. Congress, House. Committee on Un-American Activities, Investigation of Un-American Propaganda Activities in the United States (1947), p. 302.

³⁶ См.: Bessie. Inquisition in Eden, 1965, p. 223.

³⁷ Dowdy A. Movies are Better than Ever... Wide-Screen Memoirs of the Fifties. N. Y., 1973, p. 26.

³⁸ См.: Donner F.-J. The Un-Americans, p. 104.

³⁹ Vaughn R. Only Victims. N. Y., 1972, p. 272.

⁴⁰ Jowett G. Film. The Democratic Art, p. 396.

⁴¹ См.: Hanna D. Robert Bedford. N. Y., 1977, p. 180.

⁴² Показательна, например, в этом отношении история студии «Юниверсал» во второй половине 30-х годов. Известный кинопромышленник Карл Лемль продал принадлежавшие ему акции «Юниверсал» группе финансистов. Во главе студии стал тогда Натан Блюмберг, бизнесмен, энергично принявшийся за восстановление пошатнувшихся дел фирмы. Прежде всего он назначил в руководство двух коммерсантов — Клиффорда Верка и Метью Фокса. Хотя все трое о кино имели смутное представление, деловой хватки, знаний рыночной борьбы им было не занимать. В целях экономии стали использоваться сценарии из архивов. Сюжеты строились так, чтобы можно было использовать старые декорации. А это в свою очередь породило так называемые «римейки» — новые постановки старых сюжетов, пользовавшихся некогда большой популярностью. Так, в частности, возникли вариации «Дракулы» и «Франкенштейна». Эти фильмы быстро окупались, их можно было поставить на поточное производство, они приносили прибыль. Рождались серии: «фильмы ужасов», дешевые мюзиклы и т. д.

⁴³ См.: Making the Movies into a Business.— «Business Week», 1973, Jun. 23, p. 116; Meccoli D. Conglomerates Gobble Up Movies.— «Successor», vol. 12 (March 1970), p. 90—95.

⁴⁴ См.: Champlin Ch. Can TV Save the Films? — «Saturday Review», 1966, Dec. 24, p. 11. Практика эта процветала и в 70-е годы: в 1978 году та же компания «20-й век — Фокс» получила от Си-Би-Си и Эн-Би-Си за двадцать картин 61,5 миллиона долларов («Variety», 1980, Jan. 30).

⁴⁵ Так, например, доходы «Юнайтед артисте» в 1979 году снизились по сравнению с 1978 годом на 8 процентов, но у коммерческого конгломерата «Трансамерика» в целом они возросли («Variety», 1980, Jan. 23).

⁴⁶ Фрэнк Яблэнс стал президентом «Парамаунт» в мае 1971 года; в январе 1975 года он ушел с этого поста. Эванс, вице-президент по всем вопросам, связанным с производством картин, оставил административную должность в апреле 1975 года.

⁴⁷ В июле 1979 года Алан Лэдд ушел из администраций «20-й век — Фокс», став во главе собственной «независимой» компании.

⁴⁸ В начале 1980 года «Звездные войны» все еще демонстрировались на экранах. В 1979 году только в США и Канаде сборы дополнительно составили 11,5 миллиона долларов («Variety», 1980, Jan. 9).

⁴⁹ Jowett G. Film. The Democratic Art, p. 434.

⁵⁰ Hollywood: Fewer Stars, More Profits.— «U. S. News and World report», № 70 (1971, Jan. 18), p. 48—50.

⁵¹ Если в 1969 году восемь самых крупных голливудских компаний несли убытки (дефицит составил 41 миллион долларов), то уже в 1972 году «большая восьмерка» получила чистую прибыль 173 миллиона (См.: Jowett G. Film. The Democratic Art, p. 437). В голливудскую восьмерку входят: «Уорнер бразерс», «Юниверсал», «Парамаунт», «Юнайтед артисте», «Коламбия пикчерз», «20-й век—Фокс», «МГМ» и «Уолт Дисней продакшнс». Интересно отметить, что сорок лет назад большая восьмерка выглядела почти так же, менялись лишь «места престижа»: впереди шла «Лэвис, инк.» (включавшая «МГМ»), затем — «Уорнер» и «Юнайтед артисте», далее — «20-й век — Фокс», «Коламбия», «Парамаунт», «РКО» и «Юниверсал» (См.: Rosten L.-C. Hollywood, p. 174).

⁵² «Liberty», 1932, Jun. 11.

⁵³ Klingender F.-D., Legg S. Money Behind the Screen, 1937, p. 79.

ВОПРОКИ СТАНДАРТАМ ГОЛЛИВУДА

¹ См.: Dowdy A. Movies are Better than Ever. Wide-Screen Memoirs of the Fifties. N. Y., 1973, p. 179.

² Seldes G. The Public Arts. N. Y., 1956, p. 31.

³ См.: Mayer M.-F. The Film Industries. N. Y., 1973, p. XII.

⁴ Это сочетание так называемого «промежуточного» («interim») и «семейно-дружеского» («family-friend») финансирования. Майкл Майер, например, выделяет также «финансирование с продажей за рубеж» («financing through foreign production») и общественное финансирование («public financing»).—См.: Mayer M.-F. The Film Industries, p. 20.

⁵ О том, что владельцы кинотеатров активно ведут поиск в этой области, говорила и американская критика. Об этом писал в большой работе, сделанной по заказу Американского института кино, киновед Г. Джоветт (См.: Jowett G. Film. The Democratic Art, p. 438).

⁶ Sklar R. Movie-Made Amerika. A Cultural History of American Movies. N. Y., 1975, p. 290.

⁷ Powdermaker H. Hollywood, The Dream Factory. Boston, 1950, p. 294.

⁸ См.: Jarvie I. Notes on the Films of Ingmar Bergman.— «Film Journal», 1959, Nov.

⁹ Sklar R. *Movie-Made America. A Cultural History of American Movies*, p. 305—317.

¹⁰ См.: Mayer M.-F. *The Film Industries*. N. Y., 1973, p. 199; «Variety», 1973, May 9.

¹¹ «Newsweek», 1978, Mar. 13.

¹² «Зоэтроп» выходила и на международный кинорынок. Коппола выступал в качестве продюсера, он приглашал известных мастеров мирового кино сотрудничать с его фирмой. Так, в конце 70-х годов он вел переговоры с Акирой Курасовой, югославом Душаном Макаевым и другими режиссерами, предлагая им участвовать в своих новых проектах.

ГОЛЛИВУД НА ПАРАДЕ И ЗА КУЛИСАМИ

¹ Первая статуэтка «Оскар» (человек стоит, скрестив руки на рукояти меча, упирающегося в кассету с фильмом), сделана скульптором Джорджем Стэбли. Высотой 13,5 дюйма и весом почти 7 фунтов, она была отлита Алексом Смитом из сплава олова и меди и позолочена. Во время войны «Оскара» делали из гипса, с позолотой. Позже эти статуэтки были заменены на традиционные. Нынешние «Оскары» изготавливаются в маленьком городке Кристал Лейк (штат Иллинойс), расположенном в 55 милях от Чикаго. Производство их наладила фирма «Додж трофи компани», специализирующаяся на выпуске различной американской «призовой» продукции.

² «Film Daily», 1941, Apr. 28; «Motion Picture Herald», 1941, May 3.

³ Ленин В. И. *Полн. собр. соч.*, т. 40, с. 15.

Редактор	А. М. Сандлер
Художник серии	А. Б. Бобров
Художественный редактор	Г. К. Александров
Художник	Е. Г. Клодт
Технический редактор	Н. С. Еремина
Корректор	Е. Р. Лаврова

И.Б. № 1269. Сдано в набор 04.08.81. Подписано в печать 13.04.82 А09958. Формат 84х108/32. Бумага типографская, № 1. Школьная гарн. Высокая печать. Условных печатных листов 12,6. Учетно-издательских листов 11,705, Тираж 50 000. Заказ № 3196. Цена 95 коп. Издательство «Искусство» 103009, Москва, Собиновский пер., 3

Ордена Октябрьской Революции и ордена Трудового Красного Знамени Первая Образцовая типография имени А. А. Жданова Союзполиграфпрома при Государственном комитете СССР по делам издательств, полиграфии и книжной торговли. Москва, М-54, Валовая, 28. Вклейки отпечатаны в Московской типографии № 2 Союзполиграфпрома. 129085. Москва, пр. Мира, 105. Заказ 3946.