

● «Экспансия Голливуда», «Штурм мирового рынка кинокомпаниями США», «Засилье американской кинопродукции» — эти и другие заголовки все чаще появляются в мировой прессе. Помилуйте, скажет читатель, не эти ли самые выражения не сходили со страниц наших уважаемых изданий, включая ваше собственное, в не столь уж отдаленном прошлом? Да, можно сказать, что советская партийная и иная печать, раздраженно комментируя истинное положение дел в зарубежном кинопрокате, с присущими ей преувеличением и глубоком марксистским анализом неожиданно даже для самой себя блестяще предсказала нынешний поворот событий.

Действительно, несмотря на присутствие американских картин на экранах всех стран, где это законодательно не ограничивалось по идеологическим, политическим или клерикальным соображениям, для самих американских кинопромышленников зарубежный кинопрокат на протяжении многих десятилетий оставался второстепенным полем деятельности. Однако в 1980 году, когда доходы от реализации кинопродукции за рубежом составили 30% общего сбора, наметилась тенденция на постепенное перемещение центра тяжести с внутреннего рынка США на внешний.

Например, фильм Стоуна «JFK» рассказывает о трагических событиях, связанных с убийством американского президента, тем не менее более половины доходов, достигших 150 млн. долларов, получил из зарубежного кинопроката.

В предстоящем десятилетии крупное американское studio, которое явствует некоторый ущерб от своего присутствия на американском рынке, рассчитывает получить не менее 70% общей прибыли от зарубежного проката. Фильмы становятся первоклассным экспортным товаром. Причем в отличие от автомобилестроения или электроники тут американцам не грозит ни японская, ни западноевропейская конкуренция. По мнению одного из юристов Гол-

ливуда, «самый популярный в мире продукт — это голливудский фильм».

В свете этого становится понятно, почему такие суперзвезды, как Арнольд Шварценеггер, получают по 15 млн. долларов за картину. Фильм с его участием «Терминатор II: Судный день» собрал во всем мире 490 млн. долларов, из них только 205 миллионов — в самих США. Другие постоянно снимающиеся голливудские актеры (среди них человек-кулак Жан-Клод Ван Дамм и антигерой Микки Рурк) в основном обязаны своей популярностью зарубежным зрительским аудиториям.

Немаловажным фактором, разворачивающим Голливуд в сторону мирового проката, являются иностранные инвестиции. Половина крупнейших киностудий США — «Сони Пикчерз», «XX век-Фокс» и «Юниверсал Пикчерз» — принадлежат зарубежному капиталу, о чем, кстати, никто в Америке, включая горстку местных коммунистов, слез не проливает. Три самых крупных картины года — «Джей-Эф-Кей», «Багси» и «Принц приливов» — были сняты на деньги зарубежных партнеров. Тут уж перед голливудскими продюсерами в отличие от наших доморожденных встает вопрос: не где деньги брать, а как доходами делиться?

Небезызвестный Джек Валенти, президент Американской ассоциации художественного кино, инициатор весьма эффектной попытки бойкота Московского кинофестиваля за пиратство и другие грешки, считает, что «мировой рынок будет тем локомотивом, который потянет весь американский кинематограф в ближайшее десятилетие». Он уже приносит около половины всех кинодоходов, что составляет примерно 3,5 миллиарда долларов в год (два года назад 3 миллиарда). Можно сказать, что заветные 24 млрд. долларов помощи всех развитых стран Запада нашей экономике — это всего только доход от экспорта американских фильмов (в том числе и в нашу страну) за неполные семь лет! Вот уж точно — семилетка в действии!

Как все это сказывается на самих фильмах?

Весьма непростой вопрос. Вызывающий ожесточенные дискуссии. Критики видят успех американских фильмов за рубежом в том, что они остаются именно американскими. Другие не без оснований указывают на растущее насилие, откровенную эротику в драмах и оглушающие комедии как на результат влияния внешнего рынка. Компании более не склонны запускать крупномасштабную картину без уверенности, что она вызовет широкий международный интерес.

Эта политика еще и потому, несомненно, будет иметь долговременные последствия, что американские фирмы проводят ее с точностью и выверенностью военной операции, по типу «Бури в пустыне», просчитав наперед все возможные обстоятельства.

Увеличение количества кинотеатров, естественно, увеличит доходы. И вот в Европе и других регионах идет широкомасштабное строительство кинотеатров прокатными фирмами. Только в Англии с 1985 по 1991 год было построено 400 зрительских залов, что позволило увеличить продажу билетов до 100 млн. в год. В США при населении в 248 млн. человек действует 24 000 зрительских залов, а в Японии на 123 миллиона населения только 2000. Но это положение скоро изменится, так как компания «Тайм Уорнер» планирует построить совместно с японскими фирмами 25—30 роскошных многозальных кинотеатров. Японский рынок особенно привлекателен для американцев, так как билет в кино там стоит до 20 долларов. Аналогичные процессы идут и в других странах Европы, причем с учетом местной специфики. Так, в Италии количество зрителей в летний сезон резко падает, так как кинотеатры не оборудованы системами кондиционирования воздуха. Американцы предполагают учесть и это обстоятельство.

Голливуд оценивающе присматривается и к таким изолированным, но многообещающим рынкам, как Индонезия, Южная Корея, Китай... и СНГ.

Последнее новообразование, а также другие посткоммунистические страны Восточной Европы привлекают американских прокатчиков в силу особого психологического фактора. Они сравнивают положение в этом регионе с положением США в годы Великой депрессии, когда люди толпами валили в кинотеатры, чтобы уйти от мрачных реалий повседневной жизни. Ричард Фокс, возглавляющий международный прокат компании «Уорнер Бразерс», и тут называет главным источником получения прибыли строительство кинотеатров: «После того, как будет создана инфраструктура, мы увидим с вами нечто невероятное». Ему вторит и Джек Валенти: «Как говорят в кино, ты построй — они придут».

Кто знает, возможно, именно благодаря усилиям американских кинематографистов и прокатчиков снова засверкают на стенах новых кинотеатров вечно живые слова: «Из всех искусств для нас важнейшим является кино»... с маленькой вставкой — «американское»!

Василий ГОРЧАКОВ

НЭП

10

АМЕРИКАНСКИ