

ГЛАВА 3: Мирамакситеры и прочая херня

Это очень важно, поэтому скажу сразу и без обиняков: почти все, чего я достиг в жизни, начиная с 1994 года, я обязан Харви Вайнштейну – колоссальная (это не шутка про его вес) половинка легендарных братьев из Мирамакс, продвигавших независимое кино. И чтобы выразить свою благодарность, я сделал его идеалы своими и участвовал в его священной войне против студийных неверных и язычников. Иногда даже по его приказанию.

А теперь вот вам жесткая хрень: Мирамакс в то время являлась собственностью Дисней – самой студийной студией из всех. Так что, по сути, я был независимым режиссером, принадлежавшим мышонку в коротких штанишках.

На заре 90-х Мирамакс была главной целью для независимых режиссеров. Харви и Боб Вайнштейны, концертные промоутеры в Буффало, помочили свои пальчики в кинобизе и обнаружили артхаусную золотую жилу, распространяя такую новаторскую современную классику, как «Пианино» и «Жестокая игра». Пробивая себе дорогу непокорным продуктом, они привлекли внимание «Уолт Дисней Компани», и в 1993 году мастера семейного кино приобрели Мирамакс со всеми кинопричиндалами, оставив Харви и Боба соруководителями кинопрокатной компании, которую те назвали в честь своих родителей, Мириам и Макса. И это не было проявлением доброты со стороны Дисней. Благодаря бюджету корпоративного волка в овечьей шкуре независимого кино, Харви протаскивал андерграундное кино в мейнстримовые мультиплексы, продюсируя потенциальных Оскарских лауреатов и вехи поп-культуры. Покупка Диснеем Мирамакс и последующий за ней прокат кинематографических жемчужин (и фекалий) стали крупнейшим благодеянием в покровительстве искусству со времен семьи Медичи.

Харви выбрал «Клерков» на Кинофестивале Санденс в 1994 году после их четвертого по счету показа и интервью с вопросами и ответами. Фильм произвел удивительный фурор в течение первых трех публичных презентаций, и во время его последнего представления в рамках фестиваля в «Египетском Театре» Мирамакс привлекает короля и уроженца Нью-Джерси Марка Таска, чтобы тот убедил Харви выделить нашему любительскому фильму комнатку в их особняке. И за период с 1994 по 2007 год я снял большинство своих фильмов, пользуясь огромными суммами денег Диснеевского мышонка, которые были у Вайнштейнов.

Под руководством братьев, отъявленных кинолюбителей (которые, согласно их легенде, подсели на арт-хаус после того, как ошибочно приняли «400 ударов» [игра слов: blow – это еще и отсос] за фильм для взрослых), умные и нестандартные фильмы получили больше возможностей на кинопрокат – мечта всех начинающих фильмоделов. И Харви мог сделать ваши мечты явью... если вы были истинно верующим.

А в идеалы Мирамакс и Вайнштейнов было легко поверить. Потому что их главным определением являлась независимость. В то время братья были современными народными героями. Всего несколько лет перед тем, как они стали легендарными, мифическими фигурами, когда их имена стали иметь больший вес, чем фильмы, которые они сняли. Эта парочка втиснулась в кинобиз, распахивая всех локтями, привнесла в мейнстрим то, что традиционно считалось артхаусной магией. Они были придирчивы и обладали превосходным вкусом, но это их отношение «Пошли на хуй, мы сделаем все сами» всегда нравилось мне больше всего. Благодаря чему они, будучи изгоями, всего и достигли там, куда обычно не прорвешься.

Но не волнуйся, любезный читатель, я не был слепой овечкой. Все потому, что, не довольствуясь лишь впитыванием Мирамаксовского эликсира, я купался в нем. Мне было двадцать с лишним, поэтому я поддерживал старую усталую философию «Фильмы для вас, а я же смотрю только КИНО» - стадия раздражения и осуждения, через которую должен пройти каждый начинающий киноман. Такая точка зрения гармонировала с аурой Мирамакс и Вайнштейнов, а она у них была независимой, просто ебанись. В 90-х Харви продавал кинобиз, как религию «Мы против Них» - искусство против коммерции. Как лучше всего заставить молодежь воевать за вас? Дайте им страшилку и причину. Наш крестовый поход? Это были Мирамакситеры против Студийных Боссов. Пофиг, что на наших зарплатных чеках стояла маленькая печать Микки Мауса, ЭТО ИНДИ ВОЙНА!

В Мирамаксе нас взрастили с верой в то, что за нашим забором находился пропащий мир: корпоративные конгломераты доили сиквелы и ремейки с двухстраничными сценариями, на главных ролях в очередной раз все те же лица поиздержавшихся, дорогостоящих актеров, при поддержке рекламных кампаний, стоящих почти вдвое больше самого фильма.

«Они их купили» - этой фразой Харви частенько пытался объяснить финансовый успех конкурирующей студии в первый уикенд. Любой мог вкинуть денег на дорогостоящие рекламные ролики, чтобы привлечь внимание потенциальной аудитории. Но у нас в Мирамакс поощрялись наши ум и смелость. Мы создавали историю кино, а студии создавали продукт. В их искусстве не было никакого искусства – только доллары и бессмыслица.

Мирамакс позиционировалась как противоядие от всего этого, лекарство от массового кино. И на коротенькое, прекраснейшее время она на самом деле была лучшим проектом в городе: «Криминальное Чтиво», «Влюбленный Шекспир», «Умница Уилл Хантинг». Все те легендарные, отхватившие разные награды фильмы. Все, которым другие студии дали отворот-поворот. Харви умел превратить солому, выброшенную студиями, в золото. Идея была простой: то, что у студий золото – это говно, а то, что у них считается говном – это золото. Студии могли потратить 30 миллионов долларов на такие фильмы, которые Мирамакс могла снять за 10. Студии могли пройти мимо фильма, в котором принимал участие Иисус Христос Артхаусного Кино – Квентин Невъебенный Тарантино – как это сделала «Коламбия Тристар» с «Криминальным Чтивом». В Церкви Мирамакс Харви был Богом, Квентин – Сыном, а мы все были наполнены Святым Духом независимости. А наши фильмы были грязненькими молитвами.

Но, как и любая религия, в какой-то момент она превращается в организованную, прекрасная идея становится структурированной и учрежденной. Мало-помалу внутреннее чутье, открывшее путь «Сексу, Лжи и Видео» и «Бешеным псам», было заменено отслеживанием сборов и тестированием фокус-групп всего, что можно – от трейлеров до постеров. Идеалы Мирамакс перешли от «Поимеем их на их же поле» к «В эту игру можно играть вдвоем». Куда-то исчез акцент на творческую продажу фильмов или отправку режиссера с рекламной кампанией в массы, дабы вызвать интерес за несколько месяцев до премьерного показа. В итоге все свелось к банкетам и пересъемкам для непомерно раздутых фильмов, которые даже отдаленно не отражают того, откуда идут корни у Мирамакс.

Майкл Эйснер был первым, кто это заметил. Мы все встретились в городе Нью-Йорке в офисах Дисней, чтобы передать мультфильм «Клерки» Эйснеру, а потом и важной шишке из ABC - Бобу Айгеру. Харви кайфовал от первого места премьеры «Это все она» - любовная история с Фредди Принцом-младшим и Рэйчел Ли Кук в главных ролях, которая не была похожа ни на один из предыдущих релизов Мирамакс. Пока мы ждали лифта, Харви хвастался тем, что смог вывести их фильм в лидеры, как это делают другие студии.

Неистовый прихожанин Церкви Мирамакс был смущен, слыша от Создателя «Ворона» про вылезание со дна и прогибание ради победы. «Это все она» был, скорее, фильм «Дименшн» в их лучшие дни, что имело смысл: «Дименшн Филмс» был жанровым лейблом, созданным, чтобы выпускать более мейнстримовое кино. Логотип «Мирамакс» над этим фильмом смотрелся как-то неправильно. Король вдруг оказался голым, празднуя при этом Пиррову победу. Я хотел сказать нашему доброму королю, что еще одна такая победа над студиями, и он может возвращаться в Эпир один.

Майкл Эйснер, со своей стороны, расстегнул брюки, скинул их и высрал длинный катяк всплывающей правды прямо посреди вечеринки.

Через некоторое время после триумфальных пируэтов Харви внизу, мы поднялись наверх, в офис телеканала ABC, готовясь передать мультфильм «Клерки» Эйснеру и Айгеру. И тогда мы с моим продюсером и другом Скоттом Можером стали свидетелями того, как ревут небеса во время битвы титанов. После того, как мы уладили наши дела, Харви спросил Эйснера, видел ли он, какие сборы у «Это все она»? Эйснер поздравил его с первой строчкой и быстро добавил: «Но ты должен быть осторожней со своим брендом».

Эйснер был первым бизнесменом на моей памяти, который стал сильно злоупотреблять этим модным словечком 21 века: бренд.

Мы с Можером заморожено смотрели. Майкл Эйснер говорил ту же хрень, что крутилась у меня в голове, когда я смотрел этот фильм с Фредди Принцем-младшим, который больше подходил для релиза от «Дименшн». Его теория, что кино от Мирамакс имеет большое значение для его аудитории, что лого в начале означало знак качества – это ведь знал даже я. Как мог этот студийнейший из студийных боссов видеть то, чего не смог увидеть наш Бесстрашный Лидер?

«Тачстоун Пикчерз раньше тоже что-то значило», - Эйснер говорил о Диснеевском лейбле, который миллиарды лет назад выпустил хит «Всплеск» с Томом Хэнксом. «Потом мы выпустили несколько дрянных фильмов под лейблом «Тачстоун» и потеряли доверие зрителей».

Харви выглядел так, будто его обухом по голове огрели. Он ведь так радовался своим Бенджаминам с кассовых сборов, пока Эйснер не вытащил голову Медузы и не заморозил нашего заэкранного Персея, превратив его в статую. Вот тогда Эйснер и выпустил Кракена...

«Если ты не будешь осторожней со своим брендом, ты потеряешь зрителей».

Его совет не был направлен в мою сторону, и я не уверен, что Эйснер вообще заметил, и ему было не пофиг на то, что в комнате еще были я и мой не-капитан-бизнеса и товарищ Скотт Можер. Тем не менее, я усвоил этот поучительный рассказ так, будто он предназначался мне. Нехуй выебываться с брендом. Будет сделано!

К 2005 году, после более чем 10 лет обеспечения материнской компании золотыми оscarовскими статуэтками, и в то же время нередкой борьбы с Дисней за дорогие, не-инди фильмы, такие как трилогия «Властелин Колец» Питера Джексона и «Холодная Гора», а также таких спорных фильмов как «Фаренгейт 9/11» Майкла Мура и, да, «Догмы» Кевина Смита, братья Вайнштейн порвали с Дисней. Они бросили то, что стало «Мирамышью», чтобы основать «Вайнштейн Компани». Я ушел с ними, так же, как и Квентин Тарантино – парень, прославивший Мирамакс. Но поначалу «Вайнштейн Компани» переживала нелегкие дни – даже на такой авторитет могли положить хер и не дать зеленый свет.

Помню, когда Квентин принес фильм ужасов под названием «Хостел», который он продвигал, но не режиссировал. Стоимость была ужасно мала, бюджет миллионов пять, а то и меньше, но братья Вайнштейны отказались. Фактически, дважды: на стадии сценария и после того, как им показали уже отснятый фильм. И пусть бюджет был небольшим, и пусть даже продюсировал и представлял его великий режиссер – парень, чьи сладкоречивые бандиты и сияющий, загадочный чемоданчик обеспечили Харви и Бобу лицензию на печатание денег – «Дом, который построил Квентин» отказал Тарантиновскому микробюджетному проекту. Большеград пал. Добро пожаловать в Малоград.

А в «Лайонсгейт», как оказалось, поняли всю выгоду иметь у себя фильм с прикрепленной к нему легендой кинематографа, поэтому они взяли «Хостел». Это был умный ход, так как «Лайонсгейт» преуспевали с объедками братьев Вайнштейн, точно так же, как братья Вайнштейн на протяжении многих лет преуспевали с объедками других студий. Когда ты голоден, ты будешь рыться в мусоре соседа, но когда ты сыт, ты и помыслить не сможешь о нечто таком отвратительном, как притрагиваться к чужим отбросам. Это происходит потому, что когда вы откормлены и всегда сыты, и вам кажется, что запас пищи бесконечен, вы, как правило, намного расточительнее. Всегда расточительнее, когда наступает такая черня.

Когда «Хостел» неплохо стартовал с кампанией в духе ранней Мирамакс, это было чистым столоверчением. Студии (даже такие многообещающие как «Лайонсгейт») изучали маркетинговую магию Боба и Харви многие годы и просто взяли и пошли тем же направлением. Подражание может быть высшей формой лести, но также оно может и погубить твой бизнес, если ты делаешь что-то особенное, чего никто больше не делает. Как только все начинают делать то же самое, бизнес идет на спад. Если люди узнают секретный ингредиент детского сиропа от кашля, любой может изготовить «Горючего Мо». И студии начали смешивать «Горючего Мо» так вкусно, что зрители даже не заметили, что Боба и Харви нет больше за барной стойкой. В 1999 году, помню, смотрю трейлер «Красоты по-американски» от «Дримвёркс» и говорю Скотту: «Ничего себе, они его продают как Мирамаксовский фильм».

И по иронии судьбы, пока студии подражали Мирамагии Харви, сам Харви начал клепать постеры и рекламные кампании, как две капли воды похожие на то, что продавали однотипные студии, против которых он когда-то протестовал. Вы посмотрите на постер к «Криминальному Чтиву». Ума Турман лежит на кровати, воплощение сексуальности и крутости – дерзкий образ тематически идейной рекламной кампании. А теперь взгляните на постеры «Мирамакс», начиная с 2000-х. Основной элемент картины окружают лица знаменитостей, расположенные вокруг или вблизи стилистически оформленного названия со слоганом, намекающим на сюжет. Маркетинговые кампании, некогда настолько пропитанные мироощущением Мирамакс, были убиты пробным рынком, и все, что от них осталось – это постер а-ля картинка-меню в «Деннис». Гвинет Пэлтроу в «Лунах над моей Ветчинкой» (Классический сэндвич из «Деннис»).

Больше не было «Нас против Них». Мы просто-напросто стали Ими. Харви, как и я, начал с желания попить шоколадного молока, а кончил тем, что волновался по поводу работы его молочной империи, порой даже забывая, какой должен быть вкус у хорошего шоколадного молока. Зачем брать натуральный какао и тростниковый сахар, когда кукурузный сироп с высоким содержанием фруктозы намного дешевле? В конце концов, так делают наши конкуренты...

Так как студии начали принимать более смелые решения, получилось так, что мечтатель, которому они подражали, пошел противоположным путем, выбирая просто «купить» премьеру. Бывало, что затраты на маркетинг вдвое превышали бюджет фильма, который мы продавали – как это было в случае с 5-миллионными «Клерками 2» и их 10-миллионным бюджетом на маркетинг. Верх стал низом, черное

белым, а цели смешались. Раньше суть всех артхаусных фильмов Мирамакс была такова – эти фильмы зарабатывали деньги, потому что просто-напросто были лучше. Ну, или хотя бы отличались.

Все это перешло в безнадежный бизнес, когда про искусство почти никто не заикается, а затраты на маркетинг ползут все выше и выше – огромные деньги вбухиваются в дорогостоящие, конкурентоспособные рекламные ролики. Я теперь работал на такую же, по сути, студию, против чего мы когда-то так неистово боролись и были так горды, что мы отличаемся. Различий больше не было.

В мыслях я стал практически экуменистом, ведя нескончаемую битву между киноискусством и коммерцией в своей творческой душе художника. Я был стариканом, думающим с точки зрения «инди против студийного». Но хотите жесткую хрень? Не было никакого инди. Не было никакого студийного. Был только Дисней. И Юниверсал. И Ворнер Бразерс. И Сони. И Парاماунт. И Фокс. В один прекрасный день останется одна огромная всеобъемлющая студия. Или телесеть, если вам угодно. Где каждый зритель будет держать свою долю акций и стаканчик попкорна. Все, что нужно, предоставим. Все тревоги усыпим. Всю скуку развеем.

В «Темном Рыцаре» есть один предостерегающий момент, когда Харви Дент отмечает: «Ты либо умираешь героем, либо живешь до тех пор, пока не становишься злодеем». Но, пожалуй, слова другого вымышленного философа гораздо удачнее применимы в данном случае.

«Мы встретили врага», как говорил Пого. «И он – это МЫ!»