

СТАРЫЙ ГОЛЛИВУД НА ПОРОГЕ НОВОГО, ИЛИ ВРЕМЯ ГЛОБАЛЬНОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

Автор рассматривает классический Голливуд в период его глобальной трансформации в 40-50-е гг., когда вертикальная интеграция подверглась разрушению и сменилась пакетной системой производства. Эти радикальные перемены заложили основы Нового Голливуда.

Ключевые слова: Новый Голливуд, вертикальная интеграция, пакетная система, «независимые».

Author focuses on classical Hollywood in the period of global transformation in 40-50-s, when the vertical integration had been collapsed and the package unite system came on. This radical change was the basis of the New Hollywood.

Keywords: New Hollywood, vertical integration, package unit system, «independents».

Новый Голливуд (таким, каким мы его знаем сегодня) – это во многом результат серьезной трансформации системы американского кино, начиная с 40-х годов. Эта трансформация готовилась экономическими, политическими, социальными, культурными, демографическими процессами, происходившими в США в то время. Можно начать с того, что именно в это время аудитория кинотеатров начала катастрофически падать. По данным автора Оксфордской истории кино Дугласа Гомери, к началу 1960-х произошло падение аудитории на половину в сравнении с Золотым веком Голливуда; тысячи кинотеатров по всей стране закрывались¹. Кристин Томпсон и Дэвид Бордуэлл в своей «Истории кино» приводят следующие цифры падения аудитории: с 98 миллионов человек в неделю в 1946 году до 47 миллионов в 1957; около 4000 кинотеатров оказалось закрыто². Примерно такие же цифры посещаемости приводит «История американского кино»: 80 млн. – 1940; 90 млн. – 1946; 60 млн. – 1950; 40 млн. – 1960³.

Причина падения посещаемости в это время была связана с быстрым развитием телевидения. С периода с 1950 по 1966 количество владельцев телевизорами выросло на 93 процента⁴. По данным «Истории американского кино» в 1950 году в США было 98 коммерческих каналов, в 1954 году – 233, в 1960 году – 440⁵. В начале 50-х годов уже практически все крупные голливудские студии из так

¹ Gomery D. Transformation of the Hollywood System. The Oxford History of World Cinema. Oxford University Press, 1996. P.443.

² Thompson K., Bordwell D. Film History. An Introduction. University of Wisconsin-Madison. McGraw Hill, 2003. P.328.

³ History of American Cinema /Charles Harpole, General Editor. Volume 7. The Fifties. Transforming the screen. 1950-1959. by Peter Lev. Charles Scribner's Sons, 2003. P.6.

⁴ Kramer P. The New Hollywood. From Bonnie and Clyde to Star Wars. Willflower Press, 2005. P. 20.

⁵ History of American Cinema /Charles Harpole, General Editor. Volume 7. The Fifties. Transforming the screen. 1950-1959. by Peter Lev. Charles Scribner's Sons, 2003. P. 9.

называемой «большой пятерки» (МГМ, Парамаунт, Уорнер Бразерс, RKO, 20 Век Фокс) сумели продать свои пакеты фильмов телевизионным каналам⁶, не говоря уже о том, что с 1955 года те же студии стали производить фильмы специально для телевидения⁷. По замечанию Томпсон и Бордуэлла, настало время «перемены жизненного стиля и конкурентных зрелищ»⁸.

Главным признаком времени был расцвет сабурбии - отток потенциальной аудитории кинотеатров из городов на окраины, что делало поход в городской кинотеатр практически невозможным из-за немалой дороговизны подобного мероприятия. Взамен этого, жители сабурбии предпочитали слушать радио и смотреть телевизор (к 1954 году около 32 миллионов американцев владели телевизорами⁹). Это изменение развивало параллельные индустрии – спорт и индустрию музыкальной звукозаписи, однако, киноиндустрия в период с 1947 по 1957 почти на 74 процента потеряла свои доходы.

Расцвет сабурбии породил новый феномен – строительство драйв-инов (больших кинотеатров на открытом воздухе, куда было можно въехать на машине всей семьей). Они не были идеальным местом для просмотра кино: фильмы могли идти под дождем и палящим солнцем, сеансы могли срываться из-за мороза или урагана. Однако, как пишет в своей киноэнциклопедии Эфраим Кац, к 1958 году в США было построено 4000 драйв-инов¹⁰, развивающих не столько традицию семейного кино, сколько феномен тинейджерского кино: здесь в первую очередь показывали разного рода exploitation (фильмы, использующие секс, насилие и перверсии как свои главные составляющие), то есть хоррор, научную фантастику, расцвет которой как раз пришелся на 50-е годы и осуществлялся посредством независимых компаний, активно развивающихся в это время.

К концу 50-х годов американцы предпочитали драйв-ины традиционным городским залам, в результате чего около 4000 высокочассных залов (hard-top) в этот период было закрыто. Если американцы предпринимали поход в городской кинотеатр, то, как правило, на особо важный фильм – на зрелище, которое невозможно было бы посмотреть ни в драйв-ине, ни по телевизору. Это в первую очередь послужило основанием для производителей фильмов на крупных голливудских студиях сконцентрировать свое внимание на создании невероятных зрелищ. Ими стали так называемые роадшоу (roadshow), основанные, как правило, на известных литературных произведениях, созданные на максимально больших бюджетах, привлекающие крупных голливудских звезд. Идея роадшоу шла еще со времен «Рождения нации» Дэвида Уорка Гриффита, считавшегося первым фильмом такого рода. Следующим громким роадшоу были «Унесенные ветром» (1939) Виктора Флеминга. В 50-е годы практика таких фильмов стала регулярной. Они были зависимы от специальной проекционной техники, показывались в специальных кинотеатрах на двух-трех сеансах каждый день по цене билета более высокой, чем обычная, причем, показы эти осуществлялись по заранее забронированным местам.

⁶ Первым, кто нарушил табу на продажу фильмов на телевидение, был эксцентричный миллионер Ховард Хьюз. В 1954 году он продал пакет фильмов студии RKO, сделав на этом миллион долларов. Это впечатлило киномоголов, в следующие два года они продали на телевидение фильмы, снятые до 1948 года.

⁷ Первой студией, начавшей производить фильмы для телеканалов, стала студия «Уорнер Бразерс». Центром производства фильмов для телевидения стал город Нью-Йорк.

⁸ Thompson K, Bordwell D. Film History. An Introduction. University of Wisconsin-Madison. McGraw Hill. 2003, P. 328

⁹ Thompson K, Bordwell D. Film History. An Introduction. University of Wisconsin-Madison. McGraw Hill. 2003, P. 328.

¹⁰ Katz E. The Film Encyclopedia. Harper Perennial, 1994. P.391.

Драйв-ины были не единственным знаком кардинального изменения прокатной и производственной политики в Голливуде. 50-е – время активного становления системы арт-хаусных кинотеатров. Во время второй мировой войны произошло лучшее знакомство тех, кто оказывался в Европе с европейскими картинами. Конечно, европейское кино и раньше доходило до США, начиная со времен «Королевы Елизаветы» (1914), однако, после второй мировой войны его стали покупать гораздо более активно. Во многом это было связано с экономическими причинами. Американское кино распространялось по европейским странам с ослабленным войной производством. Правительства многих стран вводило квотирование на импорт американских картин, и часто требовало от Америки покупать взамен товары этих стран. Покупка европейских фильмов становилась хорошим выходом из положения. В свою очередь, в США эти фильмы нужно было прокатывать, учитывая, что спрос на них был намного ниже, чем на американские фильмы. Независимые прокатчики приходили к выводу, что нужно создавать специальные залы для проката иностранных картин, нацеленные на местную элиту, образованную публику. Такие залы art-house стали довольно быстро развиваться в 50-е, а затем и в 60-е годы. Если в 50-е было около 100 таких залов по всей Америке, то к середине 60-х их стало более 600¹¹.

Одним из первых артхаусных фильмов, успешно прошедших в США, стал «Рим - открытый город» Роберто Росселини, купленный в 1946 году. За ним последовали фильмы Карла Теодора Дрейера, Марселя Карне, Витторио Де Сики, Майкла Пауэлла и Эмерика Прессбургера. В 50-е годы, с ослаблением цензурного контроля, артхаусное кино начало активно пропагандировать европейскую сексуальную революцию. Одним из самых популярных фильмов времени стал «И Бог создал женщину» Роже Вадима, сделавший Брижит Бардо известной в США.

Охватывая перспективу развития американского кино, можно сказать также следующее: развитие артхаусного кино в США не в последнюю очередь предопределило становление Нового Голливуда в конце 60-х. Сориентированные на европейское кино представители Нового Голливуда, подпитывались своими идеями не только в киношколах, но и в стенах артхаусных кинотеатров, ставших американскими аналогами европейских кино клубов. Арт-хаусная эстетика с большим трудом, но все же оказывала влияние даже на «старый» Голливуд. К примеру, в 1960-м году на студии МГМ вышел фильм Рональда МакДугалла «Подземные» по мотивам прозы Джека Керуака, рассказывающий о времени битничества. Парадоксально, что над этим фильмом, явно навеянным еще и ранними фильмами «новой волны», вроде «Кузенов» Клода Шаброля, трудилась команда Артура Фрида, прославившаяся целым рядом великолепных мюзиклов, включая «Бригадун», «Американца в Париже», «Жижи». Причем, продюсер Артур Фрид очень хотел сделать фильм черно-белым, подобным картинам французской «новой волны», и взять на главную роль никому не знакомую чернокожую актрису. Однако, студия поставила условия: сделать фильм цветным и пригласить на главную роль звезду (ею стала Лесли Карон). Получилось, как написал Леонард Малтин, «глянцевое, искусственное изучение жизни и любви среди битников. МГМ была неподходящей студией для этого проекта»¹².

Кроме того, артхаусные кинотеатры вместе с драйв-инами продолжали сегментировать американскую аудиторию и в том числе готовили зрителей, на восприятие «европеизированной» эстетики Нового Голливуда. Если Золотой Век Голливуда времен Кодекса Хейса, был, прежде всего, сориентирован на взрослую и семейную аудиторию, то сейчас оформлялись различные группы зрителей: взрослые, дети (на них работала огромная индустрия анимации, развивающаяся в это время с огромной силой), тинейджеры, образованная элита. С Новым Голливудом кино станет активно востребовано молодой, студенческой аудиторией.

¹¹ Thompson K., Bordwell D. Film History. An Introduction. University of Wisconsin-Madison. McGraw Hill. 2003. P. 328.

¹² Maltin L. 2005 Movie Guide. Signet Book, 2004. P. 1344

50-е и 60-е годы – время активной борьбы за зрителя. И отчасти положительному решению этой проблемы поспособствовало развитие кинотеатров в шопинг-центрах сабурбии (городских окраин и пригородов), содержащих по пять и более залов, начиная с середины 60-х. Это окончательно привело к стиранию разделения между кинотеатрами первого экрана и местными обычными кинотеатрами.

Все усилия привели к тому, что, начиная с середины 50-х, число американских зрителей стало немного расти, однако, это не смогло решить вопрос кардинально. По данным исследователя Нового Голливуда Петера Крамера в 1966-м году – то есть накануне вступления американского кино в новую современную эру – аудитория составляла меньше четверти той цифры, которая была в 1946 году¹³.

50-е годы – время серьезной смены киноментальности. Некоторые американские киноведы (например, тот же Крамер) называют это временем начала формирования «блокбастерной ментальности». Если в период с 1910-х по 1940-е ультравысокобюджетные фильмы были редким явлением, их можно было перечислить по пальцам («Рождение нации», «Белоснежка и семь гномов», «Унесенные ветром» и немногие другие), то в 50-е сложился целый феномен фильмов «роадшоу» – высокобюджетных постановок, нацеленных на демонстрацию в престижных кинотеатрах с ценой билетов, как правило, вдвое превышающих обычную. В какой-то степени роадшоу были ответом на падение престижности кино, произошедшее вместе с сабурбанизацией и уход зрителей в драйв-ины. Подобные фильмы как будто бы пытались вернуть зрительское внимание к наиболее качественному, зрелищному, постановочному, сложному проекту. Они как будто бы говорили, что большой голливудский стиль кинематографом все еще не утрачен.

Помимо падения посещаемости, появление роадшоу во многом было связано с тем обстоятельством, что после «решения о Пармаунт» 1948 года, приведшему к разрушению, так называемой, «вертикальной интеграции» (vertical integration) и разделению производства, дистрибуции и показа, студии были вынуждены с новой силой задуматься о собственном выживании. Это был «переходный» период в развитии Голливуда. Во время Золотого Века «большая пятерка» студий сама контролировала свою судьбу, владея сетями кинотеатров (в общей сложности 65 процентов всех кинозалов первого экрана в США), где могла эксклюзивно прокатывать свои фильмы, и тем самым, обеспечивать себе стабильную прибыль. С антимонопольным решением Верховного Суда в 1948 году началась новая эра, в которую студии оставили за собой контроль только за международной дистрибуцией. Внутри США дистрибуция стала отдельной сферой бизнеса, неподконтрольной производящим студиям.

В этих условиях резко вырос спрос дистрибуторов на независимые картины (теперь не было нужды покупать фильмы пакетами). В промежутке с 1946 по 1956 год более чем вдвое выросло число независимых проектов. В это время утвердились такие независимые продюсеры, как Сэм Шпигель, Отто Преминджер, Стэнли Краймер, и др. Они могли делать по фильму в год, но прибыль от этих фильмов могла превышать прибыль больших студий за несколько лет. Это обстоятельство порой заставляло продюсеров крупных студий становиться независимыми. К примеру, Дэррил Занук, вице-президент студии «20 Век Фокс» стал в 50-е годы независимым продюсером и уехал снимать фильмы в Европу, где были более дешевые на тот момент натура и производственные мощности.

«Каждый становится корпорацией» -- говорил Занук о том времени, имея в виду, что студийные проекты сменяются индивидуальными «packaged» фильмами, а актеры и режиссеры становятся независимыми продюсерами, утверждая свои собственные компании, которые могут зарабатывать больше денег, чем большие студии. К примеру, в 50-е годы организовали свои маленькие «корпорации» такие актеры и режиссеры, как: Хичкок - «Альфред Хичкок продакшн», «Либерти филмз» (Фрэнк Капра, Уильям Уайлер, Джордж Стивенс), «Интернешнел пикчер» (Гарри

¹³ Kramer P. The New Hollywood. From Bonnie and Clyde to Star Wars. Willflower Press., 2005 P.20.

Купер), «Аргоси продакшн» (Джон Форд и Мериан Купер), «Кегни продакшн» (Джеймс и Билл Кегни), и др.

В «Истории американского кино» Питер Лев называет три основные причины организации своих студий: 1) независимые продюсеры получали проценты от прибыли и тем самым могли неплохо на этом зарабатывать; 2) персональные налоги были очень высоки, а для корпорации гораздо ниже, таким образом, организаторы «корпораций» могли минимализировать свои налоги; 3) ряд креативных людей устал от бюрократии больших студий и хотел лично управлять своей карьерой¹⁴.

Однако, важнейшим признаком времени было то, что независимые студии имели довольно тесные связи с большими студиями, которые, как правило, занимались дистрибуцией картин. Например, в это время студия Юнайтед Артист, традиционно занимавшаяся дистрибуцией независимых проектов, в среднем реализовывала 50 независимых проектов в год¹⁵. Это было связано с тем, что с конца 40-х только под гарантийное письмо от большой студии (distribution agreement) банки могли давать ссуды на производство фильмов.

Конечно, независимые продюсеры и раньше заключали контракты с большими студиями и нанимали независимую группу – достаточно вспомнить Дэвида Сэлзника, инспирировавшего «Унесенных ветром» и привезшего в Голливуд Альфреда Хичкока или Уолта Диснея, в течение долгих лет работавшего как «независимый» в Голливуде. Однако, это явление не было таким массовым, каким оно стало после 1948 года с крушением студийной системы. Долгосрочные контракты, обеспечивавшие относительную стабильность звездам и съемочной группе, сделались отжившим явлением. По данным «Американской истории кино», если в 1945 году большие студии имели 804 актера на контрактах, то в 1950 году их число уменьшилось до 474, а в 1955 году до 209. Такое же падение числа контрактных сотрудников наблюдалось и в других профессиях, например, в 1945 г. на контрактах было 490 сценаристов, в 1950 г. – 147, в 1955 г. – 67¹⁶.

Переход к независимым корпорациям ввел в силу, так называемый, пакетный подход к производству (package unit approach), когда продюсеры или агенты подбирали сценарий и звезд для своего проекта. Если раньше звезды состояли на 7-летних контрактах у студий и при подготовке каждого проекта приходилось исходить из того, кто именно состоит на контракте, то в новых условиях инициаторы проекта имели более широкую возможность выбора. В предшествующую эпоху, которую называют иногда эпохой «продюсерского союза», каждый продюсер (вроде Ирвинга Талберга или Вэла Льютона) имел возможность делать от шести до восьми картин в год, используя устойчивый штат студии. В свою очередь, как отмечают в своей книге «Классическое голливудское кино» Дэвид Бордуэлл, Дженет Стайгер и Кристин Томпсон, «система пакета» отличалась кратковременностью – работала только на один фильм. Конечно, многие специалисты могли работать друг с другом от проекта к проекту, так как зарекомендовали себя как высокие профессионалы своего дела, однако, наем на работу исходил из задач фильма, а не фирмы. Таким образом, производство стало означать кратковременную комбинацию. Костюмы, камеры, спецэффекты, свет, звукозаписывающие технологии поставлялись отдельными компаниями и подбирались по «пакетному» принципу¹⁷.

¹⁴ History of American Cinema. /Charles Harpole, General Editor. Volume 7. The Fifties. Transforming the screen. 1950-1959. by Peter Lev. Charles Scribner's Sons. 2003. P. 25.

¹⁵ Thompson K., Bordwell D. Film History. An Introduction. University of Wisconsin:Madison. 2003, P. 327.

¹⁶ History of American Cinema /Charles Harpole, General Editor. Volume 7. The Fifties. Transforming the screen. 1950-1959. by Peter Lev. Charles Scribner's Sons, 2003. P. 26.

¹⁷ Bordwell D., Staiger J., Thompson K. The Classical Hollywood Cinema. Film Style and Mode of Production to 1960. New York. Columbia University Press, 1985. P. 330.

Этот «пакетный» подход стал прообразом той системы, которая существует в Голливуде до сих пор, и благодаря которой 50-е годы трактуют как время заложения «ментальности блокбастера». Это изменение привело к тому, что актерские агенты становились в Голливуде более могущественны, чем моголы, его основавшие. К тому же порой агенты становились и продюсерами. Так, например, им стал очень влиятельный агент Чарльз Фелдман из агентства «Фэймос Артист», представлявший в Голливуде таких крупных звезд, как Марлен Дитрих, Иду Лупино, Фреда Макмюррея, Шарля Буайе, Аву Гарднер, Джона Уэйна, а также таких режиссеров, как Говард Хоукс, Эдмунд Гулдинг, Отто Преминджер, Жан Негулеску. Чтобы решить проблему разницы интересов между профессиями агент и продюсер, Фелдман был вынужден принять условия, согласно которым он отказывался от 10 процентной агентской ставки в пользу продюсерского процента. Фелдман спродюсировал такие важные фильмы времени, как «Красная река» (1948), «Трамвай 'Желание'» (1951), «Зуд седьмого года» (1955). Его продюсерский метод работы заключался в том, чтобы покупать права на сценарий и продавать его студии в пакете с режиссером и актерами.

Особо влиятельным агентом в Голливуде в 50-60-е годы стал Лью Вассерман, представлявшего самое крупное агентство времени «Мюзик Корпорейшн оф Америка» (МСА). Это агентство представляло таких звезд, как: Мерлин Монро, Кларк Гейбл, Джоан Кроуфорд, Рита Хейворт, Берт Ланкастер, Марлон Брандо, Тони Кертис, Джерри Льюис, Рональд Рейган, Лана Тернер, Грегори Пек, Кери Грант и др, а также таких режиссеров, как: Альфред Хичкок, Билли Уайлдер, Николас Рей. Кроме того, это агентство представляло интересы таких писателей в Голливуде, как Тенниси Уильямс, Артур Миллер, и продвигало интересы целого ряда британских знаменитостей, вроде Питера Устинова, Майкла Редгрейва, Рекса Харрисона, Алека Гиннеса, Кристофера Ли, Одри Хепберн. Агентство смогло не только регулярно снабжать своих звезд работой, но и стать серьезной защитой в маккартистское время. Вассерман смог своей влиятельностью защищать звезд от попадания в «черные списки». К примеру, такие проблемы были у Берта Ланкастера и Николаса Рея.

Поскольку МСА могло предложить продюсерам целый пакет первоклассных звезд на проект, было снято немало ярких фильмов. Например, в 1958 году вышел фильм «Большая страна», который был сделан как соединение творческих усилий клиентов Вассермана: режиссера Уильяма Уайлера, актеров Грегори Пека, Чарльтона Хестона, Карол Бэкер, Чарльза Бикфорда. В этот же период Вассерман продвинул Альфреда Хичкока, который в начале 50-х выбрал его родную компанию МСА на роль своего агентства. МСА поспособствовала переходу Хичкока со студии Уорнер Бразерс на студию Парамаунт за большую плату, привела режиссера на телевидение, где Хич руководил сериалом «Альфред Хичкок представляет», добились для Хичкока десятипроцентных сборов с проката «К северу через северо-запад». Вассерман помог Хичкоку найти финансирование на черно-белый «Психоз» и получить 60 процентов от прибыли, что позволило режиссеру стать не только одним из богатейших людей в Голливуде, но и сохранить свою преданность студии Юниверсл.

Деятельность Вассермана была настолько решающей для всего развития индустрии, что это стало еще одним серьезным аргументом для исследователя Дугласа Гомери пересмотреть начало развития Нового Голливуда не с конца 60-х, как это делает целый ряд исследователей, а именно с конца 40-х – со времен революционных изменений в бизнес практике, приведших к образованию кинокорпораций.

Называя Вассермана «бизнес-инноватором», Гомери в своей статье «Голливудская корпоративная бизнес-практика и периодизация современной киноистории»¹⁸ приводит пять главных направлений его деятельности, приведших к трансформации Голливуда.

¹⁸ Gomery D. Hollywood corporate business practice and periodizing contemporary film history. In: Contemporary Hollywood Cinema. Edited by Steve Neale and Murray Smith. Routledge. London and New York, 2000. P.47-57.

1) Вассерман инициировал независимое радио и телевизионное сериальное производство, базирующееся в Голливуде. Он продавал своих клиентов каналам и сделал из МСА лидирующий продюсерский центр для прайм-таймового радио и телевидения.

2) Вассерман пришел в киноиндустрию, купив фильмотеку Парамаунта, чем начал новую эру, в которой студии процветали, получая возможность использовать свою фильмотеку старых фильмов и телевизионных шоу.

3) Вассерман купил студию Юниверсл, благодаря чему МСА смогло делать телевизионные шоу, равно как и заниматься дистрибуцией независимо созданных и финансируемых полнометражных фильмов.

4) Вассерман стал пионером в том, что стал производить для телевидения через Юниверсл получасовые и часовые телевизионные шоу. С ними Юниверсл стала крупнейшим поставщиком телевизионной продукции и игроком в программировании, достигнув вершины в 1977 году, произведя наиболее популярное шоу этого времени «Корни».

5) Будучи солидным и крайне успешным производителем телевизионной продукции, Вассерман вернулся в игровое кино и стал пионером в производстве блокбастеров, установив тренды, которые использовал в суперуспешных фильмах «Челюсти» (1975) и «Инопланетянин» (1982).

«Все эти инновации сейчас общие для индустрии, - пишет Гомери. - Хотя Вассерман принес их в Голливуд не как студийный исполнительный протезе, а как президент лидирующего агентства, которое искало возможности сделок с клиентами»¹⁹.

В 50-е Вассерман «пакетировал» сотни фильмов ежегодно, но после того, как в 1962 году МСА купила Юниверсл, он был вынужден продать свое агентство, в ином случае, возник бы конфликт интересов и угроза монополизации бизнеса. Вассерман выбрал производство и лишил МСА его агентского бизнеса. Однако, он не прогадал. В 1975-м он снова оказался новатором в своем деле с выпуском на экран фильма «Челюсти» Стивена Спилберга, когда впервые сумел сочетать рекламную компанию по телевидению в прайм-тайм с одновременным выпуском фильма на 400 экранах по всей Америке. Сборы «Челюстей» \$458 млн. определили такую стратегию как решающую. Отныне реклама на телевидении стала обязательным элементом при выпуске блокбастера. Кстати, в дальнейшем Вассерман разовьет эту стратегию на новом витке с фильмом Спилберга «Инопланетянин» (1982) и по сути выведет Голливуд в новую эру, которая определяется сегодня как эра блокбастера.

К 1958 половина фильмов, производимых в Голливуде, была сделана «независимыми». Через два года – две трети продукции. Независимые корпорации основывали не только агенты или продюсеры, но многие режиссеры и звезды, недовольные политикой больших студий – например, Хэмфри Богарт, Джон Форд, Отто Преминджер, Кирк Дуглас и др. К примеру, Кирк Дуглас спродюсировал для себя такой хит, как «Спартак» (1960), постановщиком которого стал Стэнли Кубрик. Очень успешным продюсером был Берт Ланкастер, который вместе со своим агентом Гарольдом Хектом основал свою компанию «Норма продакшн» и проводил свои фильмы через посредство Уорнер Бразерс, а затем, после подписания контракта с Лью Вассерманом, через Юнайтед Артист. В этот период Ланкастер выпустил столь важные фильмы своего времени, как: «Апач» (1954), «Вера Круз» (1954), «Марти» (1955), «Сладкий запах успеха» (1957), «Элмер Гантри» (1960).

Новые независимые студии изначально не были вертикально интегрированы как первоначально большие студии. Они с самого начала строили свою культурную политику с прицелом на необходимость продавать свои картины независимым дистрибуторам. Работа таких корпораций строилась в основном на личных связях,

¹⁹ Gomery D. Hollywood corporate business practice and periodizing contemporary film history. In: Contemporary Hollywood Cinema. Edited by Steve Neale and Murray Smith. Routledge. London and New York, 2000. P.49.

потому варьировалась и была очень нестабильной. Однако, она безусловно давала большую творческую свободу и гибкость в плане деловых сделок. «Изменения конца 40-х, начала 50-х в Голливуде привели часть людей к ощущению нестабильности, безработице, и даже к панике; но они также направили индустрию к другой, более антрепренерской модели кинопроизводства»²⁰, - пишет Питер Лев. Неудивительно, что из прежнего поколения представителей Голливуд быстрее всего ориентировались те, кто умел работать на независимых основах. Например, режиссер Говард Хоукс, который всегда предпочитал краткосрочные контракты долгосрочным, в 1948-м году впервые выступил как независимый продюсер своего фильма «Красная река» и с тех пор стал заниматься этим постоянно. Фильм продюсировался компанией Монтерей продакшн, доли в которой были у Хоукса, его жены Слим и агента Чарльза Фелдмана. Перерасходовав бюджет, Хоукс не смог добиться того, чтобы фильм принес прибыль, однако, он был принят хорошо и критиками, и зрителями. До 1952 года Хоукс не мог наладить окупаемость своих фильмов, что лишний раз подчеркивало, насколько рискованным делом было независимое производство. Режиссер даже был вынужден снова начать сотрудничество с большой студией 20 Век Фокс, однако, продолжал работать и в независимом секторе. Контракт с 20 Век Фокс того времени показывает, какие серьезные изменения произошли в Голливуде: режиссер уже нанимался не за гонорар, а за проценты от прибыли, равно как имел возможность делать один фильм на стороне. Для 20 Век Фокс Хоукс сделал «Я была невестой на мужской войне» (1949), «Обезьяний бизнес» (1952), «Джентльмены предпочитают блондинок» (1953), однако, старался сохранять свою автономию, производя фильмы на стороне, вроде «Нечто» (1951), «Большое небо» (1952) и «Долина Фараонов» (1955).

Если большие студии делали ставку в основном на дорогостоящие жанры: эпические фильмы, мелодрамы, мюзиклы, вестерны, то благодаря расцвету независимого кино 50-х, 60-х, в Америке расцвели целый ряд других направлений в кино, в первую очередь *exploitation* – фильмы, которые не могли делать ставку на дорогостоящих звезд, декорации, массовку, а должны были бы брать на вооружение сенсационность, то, что могло бы быть «проэксплуатировано»: хоррор, научная фантастика, эротические фильмы. Именно в это время создавали свои трэш-фильмы Эд Вуд, тинейджеровские картины Самюэль Аркофф, малобюджетные хорроры Роджер Корман, и многие другие. Эти фильмы с успехом шли в драйв-инах и дешевых залах и составляли конкуренцию продукции больших студий.

Огромное значение для дальнейшего развития Нового Голливуда оказала студия Америкэн Интернешнел Пикчерз (AIP), на которой работал продюсер и режиссер Роджер Корман, приведший в кино целую плеяду звезд Нового Голливуда и известный как «Король категории Б». Здесь начинали свою карьеру режиссеры Мартин Скорсезе, Фрэнсис Форд Коппола, Джордж Лукас, Джон Милиус, Питер Богданович, Боб Рафелсон, Монте Хеллман, Джонатан Демме, актеры-режиссеры Денис Хоппер, Питер Фонда, Джек Николсон, сценарист Роберт Тауни).

AIP была основана в начале 50-х Самюэлем Аркоффом и Джеймсом Николсоном. К 1964-му году студия производила около двадцати пяти картин в год, часть из которых прокатывалась студиями-гигантами. По сути, студия заложила моду на фильмы «категории Б». Корман и компания выпускали, прежде всего, малобюджетные картины, сориентированные на тинейджеровскую аудиторию, выросшую в сабурбии. Типичный фильм этой студии - «Дикие ангель» (1966) с Питером Фондой и Нэнси Синатрой, который предвосхитил «Беспечного ездока» и стал одним из самых кассовых фильмов своего времени. «Дикие ангель», рассказывавшие о мотоциклетной банде, орудующей на дорогах США, были одним из первых фильмов контркультуры и снискали высокие оценки критиков. (Фильм был показан на Венецианском кинофестивале). В то время, как большие студии считали подобное изображение проблем актом «непатриотичным», AIP рассматривала «Диких ангелов» как один из «протестных» фильмов, важных для времени. Кстати, на этой картине

²⁰ History of American Cinema /Charles Harpole, General Editor. Volume 7. The Fifties. Transforming the screen. 1950-1959. by Peter Lev. Charles Scribner's Sons, 2003. P. 32.

трудился будущий представитель Нового Голливуда Питер Богданович в качестве сценариста, монтажиста и члена съемочной группы.

В 1970 году Роджер Корман вместе со своим братом Джинном Корманом и женой Джулией основал студию Нью Уолд, на которой продолжил снимать низкобюджетные, нацеленные на молодежь фильмы с большой долей секса и насилия. Эта же студия была ответственна за прокат целого ряда европейских картин в Америке (Корман таким образом повышал репутацию своей студии). К примеру, благодаря Корману, американцы узнали о фильме «Шепоты и крики» Ингмара Бергмана, получившем к тому же «Оскар» как лучший иностранный фильм. Студия также прокатывала оscarоносный «Амаркорд» Феллини, «Осеннюю сонату» Бергмана.

Значение независимых компаний было неоценимым в плане воспитания молодого поколения режиссеров, пришедших в кино с наступлением Нового Голливуда – таких как, Фрэнсис Форд Коппола, Мартин Скорсезе, Джордж Лукас, Стивен Спилберг, Брайан Де Пальма, Джордж Миллиус, Монте Хеллман, Питер Богданович и многие другие. В 50-60-е годы пробиться на больших студиях было практически невозможно. В мюзикле танцевал старенький Фред Астер и открытый в 40-е годы Джин Келли, в роадшоу работали режиссеры старой школы, открытые еще в Золотой Век Голливуда, за некоторым исключением, среди которых был Дэвид Лин (но и он дебютировал в Голливуде в 1957 году будучи маститым британским режиссером, снявшим немало успешных фильмов), и Джозеф Манкевич, который до своего дебютного фильма «Все о Еве» (1950) написал несколько сценариев. Пожалуй, из мощных открытий 50-х были только Марлон Брандо, Мерлин Монро, Монтгомери Клифт и Джеймс Дин. В свою очередь независимые проекты были возможностью для молодых пробиться в кино. Все режиссеры Нового Голливуда пришли из независимого кино. Многие из них прошли через студию Роджера Кормана «Американ Интернешнел Пикчерз».

Естественно, что в новых условиях острой конкуренции с независимыми выстраивалась и новая культурная политика голливудских студий. Роадшоу, система Синемаскоп, система 3D – все это был своего рода ответом Голливуда масштабной изменившейся ситуации в 50-е годы. Голливудские роадшоу должны были поражать воображение. И они поражали - до тех пор, пока поколение MovieBrats - Коппола, Лукас, Спилберг и другие не прорвались со своими фильмами в Голливуд и не утвердили в нем концепцию блокбастера. С такими блокбастерами, как «Крестный отец», «Челюсти», «Звездные войны» пакетный подход утвердился окончательно в гораздо большем масштабе.