

АЛЕКСАНДР
РОДНЯНСКИЙ



ВЫ ~~ХОДИТ~~ ПРОДОДО СЕР

МИ∞

Оглавление

От издателя	7
Глава первая, мировоззренческая	
Как я решил написать эту книгу	10
Глава вторая, автобиографическая	
Как я не хотел становиться продюсером — и стал им	24
Глава третья, поучительная	
Как я стал продюсером телевидения и надо ли было это делать	34
Глава четвертая, корпоративная	
Как я был продюсером «средиземноморского» телевидения	71
Глава пятая, ностальгическая	
Как «воспоминания о будущем» становились будущим	130
Глава шестая, предпринимательская	
Как продюсер борется с режиссером (в себе)	146
Глава седьмая, драматичная	
Об опасности (для продюсера) больших побед и о пользе оказаться лузером	161

Глава восьмая, американская	
Как быть американским продюсером	201
Глава девятая, отрезвляющая	
Как быть американским продюсером, если ты российский продюсер	230
Глава десятая, вдохновляющая	
Как быть продюсером-патриотом и не краснеть	251
Глава одиннадцатая, горделивая	
Как быть продюсером бескомпромиссного фильма	305
Глава двенадцатая, заключительная	
Продюсер в сухом остатке	374
Об авторе	397

От издателя

Буду краток: как продюсер продюсеру — рекомендую прочитать эту книгу (да, мы с вами, читатель, — продюсеры, но об этом ниже).

Каждый из нас заочно знаком с Александром Роднянским: всем известны его кинопроекты, например «9 рота», «Елена», «Водитель для Веры», «Облачный атлас», «Город грехов 2». И уж наверняка вы смотрели «Сталинград» (невероятный по своему накалу и вдобавок созданный в технологии IMAX 3D) и оскаровский номинант «Левиафан».

Говорят, талантливый человек талантлив во всем — книга у Александра получилась как спродюсированные им фильмы!

Она и для киношников, и для зрителей.

Неподдельный интерес читателей побудил нас предложить Александру Роднянскому написать продолжение. И вот — продюсер продолжает идти. Перед вами книга «Выходит продюсер», в которой Александр Роднянский рассказывает о том, как создавались «Сталинград», «Левиафан» и американские продюсерские проекты.

Книга откровенная, личная — это то, что я люблю в книгах предпринимателей и бизнесменов, рассказывающих о своей карьере и проектах с открытыми сердцем и душой.

Она интересная — я, киноман, узнал много нового о кинематографе и телевидении, мои их влияния на современный мир

ВЫХОДИТ ПРОДЮСЕР

(читайте внимательно врезки на темном фоне — там так много интересного!)

Она познавательная — я, например, понял, что многого не знал о титанической работе продюсера (и не только!).

И в ней просто невероятное количество историй, связанных с проектами Александра.

А еще это книга с инсайтами: ты читаешь о кино, о продюсерстве, а в голову одна за другой приходят интересные мысли и аналогии со своей работой.

Жизнь Александра Роднянского — интенсивная и яркая. Спродюсированные им проекты бывали и успешными, и неудачными. Промахов уже никто не помнит, зато те его фильмы, которые успешны, влияют на сознание миллионов людей.

Так вот, каждый из нас — продюсер своего «кино», своей жизни. Какой она будет, что даст нам самим и другим людям — зависит от нас.

Читайте книгу, ищите свой Проект, вкладывайтесь в него, меняйте мир.

Игорь Манн, издатель и теперь продюсер

Глава первая, мировоззренческая

Как я решил написать эту книгу

Несколько лет назад активисты киноклубного движения пригласили меня провести мастер-класс, то есть просто ответить на вопросы о профессии и конкретных фильмах. Я пришел и ответил. Молодые люди в зале внимательно слушали меня три часа.

Потом запись этого моего рассказа была издана брошюрой, два тиража которой в тысячу экземпляров каждый разошлись странно быстро. И с этого момента я стал поддаваться на уговоры коллег написать о том же предмете обстоятельно. Такая книга стала мне казаться полезной. Во-первых, для меня самого: у меня появлялся способ дистанционно и беспристрастно разобраться в прошлом, систематизировать свой опыт и сделать выводы.

Во-вторых... О кинопродюсировании в России написаны только учебники. Они лишь информируют (скажем, о том, что такое тритмент и постпродакшен), а мне ближе обсуждение. И здесь, в этой книге, я именно обсуждаю профессию, делясь соображениями о ней, тем, что узнал и что испытал.

В общем, эта книга появилась случайно, как случайно я оказался в роли «мастера» на своем «классе». Все, что в ней написано, — правда, и я действительно думаю то, что пишу.

Года три назад я был по делам в Голливуде. На одном приеме, оглядевшись, я обнаружил человек десять, о которых можно без преувеличения сказать: это они сформировали сознание миллиардов землян. Это были не кинозвезды, не телеведущие и не режиссеры. Это были продюсеры: Джерри Брукхаймер, Джоэл Сильвер, Скотт Рудин, Арнон Милчен, Харви Вайнштейн, Стивен Спилберг и Джордж Лукас. Им мы обязаны системой ценностей, образом жизни и, смело предположу, даже тем, что не случилось Третьей мировой. Эти люди, адресуя свои фильмы миллиардам зрителей, определили не столько тенденции в кино, сколько лицо всего современного западного мира. Они упаковали новые смыслы в такие формы, что смыслы эти овладели людьми, и жизнь поменялась. Посмотрите, как они изменили Америку: еще пятьдесят лет назад Соединенные Штаты были страной, зараженной ксенофобией. А теперь в числе ее президентов — Барак Обама.

Американское кино — едва не главная часть не только американского самосознания, но и самосознания «западной» части человечества, и нашего в том числе. Более того, американская киноиндустрия — достижение мировой экономики. Голливуд и весь американский кинематограф далеко не идеальны, но пока



что они представляют собой оптимальную схему кинопроизводства. И продюсер в этой схеме играет центральную роль. Продюсер — это не просто тот, кто находит деньги на реализацию какого-то замысла, а тот, кто находит способы реализовать идею. В этом смысле профессия продюсера универсальна.

Продюсирование — это подход к жизни. Продюсерством можно назвать решение любой задачи. Одна моя знакомая после удачного приема сказала: «А ведь я была продюсером вечеринки!» Не она строгала закуски, не она выбирала вино, да и финансировала предприятие тоже не она. Но она действительно продюсер: она продумала, организовала и провела вечеринку. Стив Джобс не писал коды и не паял микросхемы, но он умел привлекать к работе самых талантливых людей и упаковывать результаты их труда так, как этого хотела его целевая аудитория.

У всех вечеринок, походов в театр, квартирных ремонтов и дачных строек, у всех детских дней рождения, свадеб, именин — как и у фильмов, спектаклей, шоу и концертов — есть продюсер. Тот, кто соединяет разрозненные элементы, кто видит результат еще до начала работы, кто знает путь к нему. Каждый из нас продюсер своей жизни. И это наше свойство выходит на первый план, когда речь идет о проекте под названием «Жизнь» в целом.

Но именно по профессии кинопродюсера, по-моему, легче всего проследить, как функционирует этот проект. Потому что нет связи такой же нерушимой, чем связь между кино и жизнью.



В 1999 году на экраны вышел телесериал «Западное крыло» (*The West Wing*), который рассказывал о повседневной жизни администрации США. Создатель сериала — Аарон Соркин. Спустя годы, в 2011-м, он получит все мыслимые кинематографические награды, включая награду Гильдии сценаристов и «Оскар» за лучший адаптированный сценарий к фильму «Социальная сеть».

К началу шестого сезона, уже после ухода Соркина, продюсеры почувствовали, что зрители начинают уставать от старых героев сериала (президента, досиживающего свой второй срок, и его окружения), и предложили нового — кандидата от демократической партии латиноамериканца Сантоса. Прототипом его выбрали молодого конгрессмена от штата Иллинойс Барака Обаму. С него были списаны характер героя, мимика, жесты, поведение, манера говорить и, более того, убеждения. В финале герой выигрывал президентские выборы. Произошло это в 2005 году, за три года до избрания Обамы президентом США.

Кампания Обамы повторяла кампанию экранного президента. Как и Сантос, который шел на выборы как кандидат для всех, а не только для латинос, Обама остерегался использовать цвет своей кожи и происхождение для привлечения цветных избирателей.

Приговор российскому торговцу оружием Виктору Буту чуть было не отменили, потому что одна из присяжных видела когда-то фильм «Оружейный барон». Эта картина об американце, поставляющем оружие разным диктаторам, по слухам, была отчасти основана на биографии Бута. И если бы защита смогла доказать, что просмотр кинофильма оказал влияние на присяжную, у Бута был бы шанс если не избежать тюремного заключения, то хотя бы отсрочить его.

В другом громком судебном деле корпорация Apple обвиняла Samsung в том, что те украдли дизайн их планшета и что именно Apple придумала компьютеры с сенсорными дисплеями. В ответ адвокаты Samsung приобщили к делу фрагмент из фильма Стэнли Кубрика «2001 год: Космическая одиссея», в котором космонавты

используют компьютеры, поразительно похожие на современные айпады.

Благодаря фильму Стивена Спилберга «Линкольн» в 2013 году штат Миссисипи наконец формально отменил рабство. Фильм Спилберга рассказывает о борьбе президента Авраама Линкольна за принятие 13-й поправки к Конституции США, запрещающей рабство. В 1865 году поправка эта была принята, за нее проголосовали представители трех четвертей штатов, а остальные приняли поправку с опозданием. В 2013 году профессор нейробиологии Университета Миссисипи Ранжан Батра посмотрел «Линкольна» и задался вопросом: а ратифицировали ли поправку в его родном штате Миссисипи? Доктор Батра обсудил этот вопрос с коллегой, профессором анатомии Кеном Салливаном. Салливан решил вопрос уточнить и выяснил: несмотря на то что поправка прошла голосования и в Сенате, и в палате представителей штата (аж в 1995 году), ратифицированная копия ее не была отправлена в Федеральный реестр США и не была подписана. А значит, формально рабство в Миссисипи никто не отменял. Усилиями Батра и Салливана процесс довели до логического завершения, и спустя 147 лет штат Миссисипи наконец формально отменил рабство.

Загадочные совпадения реального и вымыщенного... Но дело не в случайной «рифме», а в таланте продюсеров, которым удалось предвидеть будущее. Кто-то скажет, что все наоборот, что продюсеры с помощью массового кинематографа влияют на умы зрителей и определяют их решения, в том числе политические. Возможно и это. Но как бы там ни было, оба метода применяются людьми, чья профессия — продюсер.

Кто-то может возразить, что заслуга продюсера не больше, чем режиссера или сценариста. Но решение о привлечении к кинопроекту определенных режиссеров и сценаристов принимает именно продюсер. На режиссерах же и сценаристах лежит не меньшая ответственность, но исключительно в творческой плоскости.

Впрочем, до тех же пределов простирается и ответственность настоящего продюсера.

В каждой стране найдутся фильмы, изменившие сознание зрителей. Но именно в США, где роль продюсера в киноискусстве — не просто в кинематографе, а в искусстве кино — основополагающая, созданы фильмы, которые разрушили национальные границы и сломали стереотипы миллионов жителей нашей планеты. Картина «Рожденный 4 июля» — пацифистский манифест, направленный против любых войн. Выдающиеся картины о войне во Вьетнаме — «Взвод», «Цельнометаллическая оболочка», «Апокалипсис сегодня» — помогли поколению американцев спротивиться с травмой вьетнамской войны и переосмыслить ее, показать человеческую трагедию солдата, сражающегося на неправой войне. «Крестный отец» позволил переоценить три главных мифа цивилизации XX века: семью, успех, деньги. «Однажды в Америке» помогает зрителю осмыслить такие понятия, как дружба, предательство или возможность вечной любви. «Филадельфия» помогла снять стигму «заболевания развратников и наркоманов» со СПИДа и создать образ гомофобии как убеждения, невозможного для цивилизованного человека. Фильмы «Форрест Гамп», «Человек дождя», «Лучше не бывает» помогли изменить представление общества о людях, страдающих психическими расстройствами. «Список Шиндлера» — пронзительное кино о холоксте. Я видел сотни фильмов о холоксте, среди которых были картины Луи Маля, Анджея Вайды, Джозефа Лоузи. Талантливые, щемящие, сделанные крупными личностями фильмы. Но все они говорили на языке той аудитории, которая и так глубоко осознавала трагедию. А «Список Шиндлера» рассказал о ней всему миру на языке универсальном, не признающем культурных и национальных границ.

Американское кинопроизводство, как и сама Америка, — не просто индустрия, а еще и идея: к успеху может прийти любой человек, откуда бы он ни был родом.

В начале двухтысячных я верил в рост российского кинорынка. В 2004 году фильм Тимура Бекмамбетова «Ночной дозор» доказал, что при всем несовершенстве кинотеатрального рынка и недостаточном количестве кинотеатров у отечественного кино есть большие возможности. «Ночной дозор» собрал в кинотеатральном прокате более \$16 млн — по тем временам неслыханную для русских фильмов сумму. Сразу за «Дозором» рынок взорвала «9 рота» Федора Бондарчука, одним из продюсеров которой, вместе с Сергеем Мелькумовым и Еленой Яцурой, был я и о которой я расскажу подробнее в отдельной главе. Наш фильм собрал \$25,5 млн, установив абсолютный рекорд того года в России и укрепив нас в уверенности, что кинобизнес в России возможен.

В январе 2006 года продолжение истории — «Дневной дозор» — показал результат в \$31,9 млн. Передо мной рисовались самые радужные перспективы: построение сильной национальной индустрии, в рамках которой мы научимся конкурировать и создавать картины, способные преодолевать границы России. Вдохновлял меня пример Южной Кореи, чей кинематограф конкурирует с Голливудом, причем конкурирует многое успешнее, чем, например, французский кинематограф во Франции.

В 2007 году из двадцати самых кассовых фильмов в Южной Корее десять были корейскими и десять — голливудскими суперблокбастерами: трети части фильмов «Человек-паук», «Шрек», «Пираты Карибского моря», очередной «Гарри Поттер». Южнокорейские фильмы, сделанные за относительно небольшие деньги, триумфально идут по всей Азии и нередко попадают в европейский и американский прокат. Главный корейский фильм 2007 года — «Войны драконов» — не только собрал на родине \$55 млн, но и вышел в ограниченный прокат в США, показав вполне убедительный результат: \$10 млн.

Но на деле оказалось, что все гораздо сложнее.

Царящая в российском кинобизнесе атмосфера развращает. Отношения здесь имеют больше значения, чем коммерческий потенциал проекта, деньги добываются через связи в государственных структурах, а заработка российского продюсера связан чаще с размером бюджета, чем с успехом фильма. Благодаря этой иждивенческой системе развитие рынка сводится к вечному начетничеству и призывают конкурировать с американским кино дома за государственные деньги. Общественные и политические деятели регулярно заявляют, что российское кино должно наконец отвоевать зрителя у голливудской продукции, апеллируют к европейским моделям поддержки кинематографа, предлагают квоты, запреты, все что угодно. Но конкурировать с американским кино в России могут только самостоятельные, свободные, творческие люди, чувствующие собственную аудиторию. И обязательно рискующие. Люди такие, безусловно, где-то есть, но их единицы, и вероятность того, что сделанные ими фильмы дойдут до зрителя, чрезвычайно мала. В индустриальном же масштабе наиболее распространенная форма создания коммерчески успешного кино — прямое копирование удачных западных фильмов. Достаточно заменить, например, «Американский пирог» на «Русские блины» — и можно предлагать их зрителю.

Телевидение и кино в России — это никак не первая и даже не десятая по значимости для страны отрасль. Медиа, частью которых, конечно, является кинематограф как один из инструментов влияния на сознание миллионов зрителей, нашими соотечественниками не воспринимается как серьезный бизнес. Газ или нефть — воспринимаются, металлургия — пожалуйста, ретейл — со временем да, а медиа, кроме как у довольно узкой прослойки людей интересующихся, не считаются индустрией. Говоря примитивно, у нас бывают градообразующие заводы, но не бывает градообразующих студий. Олигархи наши, если и владеют какой-нибудь газетой, телеканалом или переоборудованным

под студию заводом, то это всегда довесок к их серьезным индустриальным активам, а не основа богатства. Мы привыкли уважать осязаемые материальные товары, а медиа производят идеи, информацию, образ жизни и торгуют ими. В основе финансового успеха медийных людей, как правило, не просто понимание бизнес-процессов, а какая-то уникальная идея, способная увлечь миллионы.

В США все иначе. Если посмотреть на список американского *Forbes*, то мы увидим там минимум чикагских металлургов или техасских нефтяников. Самые богатые люди страны — владельцы сетевого ретейла, компьютерных и интернет-компаний и обязательно медиа: Майкл Блумберг (10-е место в топ-100 самых богатых людей США по версии *Forbes*), Лорен Пауэлл-Джобс (фонду под управлением вдовы Стива Джобса принадлежит 7,7% студии *Disney*, стоимость которых вдвое превышает стоимость акций Джобса в *Apple*), Энн Кокс-Чемберс, владелица кабельного оператора *Cox Communications* и *Cox Media Group*, медиамагнат Руперт Мердок, Сэмюэль Ньюхаус (издательский дом *Condé Nast*), Дэвид Геффен, сделавший свое миллиардное состояние на кино и музыке, владелец медиахолдинга *Viacom* Самнер Редстоун*.

Для США кинобизнес — это настоящая индустрия, обеспечивающая 2,1 млн рабочих мест. Общий объем выплаченной ее сотрудникам заработной платы за 2010 год — \$143 млрд (последние опубликованные данные). Общий оборот индустрии за 2011 год — \$464 млрд. Экспорт фильмов, музыки и т. д. — одна из важных отраслей экспорта Соединенных Штатов. По данным ОЭСР (Организация экономического сотрудничества и развития),

* Здесь и далее сведения без указания даты приводятся по состоянию на 2012 год. Прим. ред.

США — единственная страна в мире, у которой доля экспорта аудиовизуальной продукции в общей доле экспорта услуг в 2007 году превысила 1% — 3,2%, а также единственная страна, не имеющая в этой категории торгового дефицита. На долю США в том же 2007 году приходилось 51,5% всего экспорта аудиовизуальной продукции среди 15 самых развитых экономик мира (у России — 0,7%). В 2010 году США экспортировали фильмов и телевизионных программ на \$13,5 млрд, сальдо торгового баланса в этой категории составило \$11,9 млрд.

Среди людей, работающих в кинобизнесе, существует мнение, что самым губительным для кинематографа стал тот день, когда в газетах начали публиковать результаты сборов фильмов. До этого кино было искусством или развлечением, а коммерческий успех интересовал исключительно руководителей и бухгалтеров студий. Теперь же в кино был привнесен элемент соревнования — у кого больше бокс-офис (кассовые сборы картины). И ладно бы журналисты понимали сложную механику того, о чем они пишут, — бывает, что понимают. А вот подавляющее большинство читателей не имеют дажеrudиментарных представлений о том, как зарабатывают деньги в кино, на что их тратят и чем определяется успех проекта.



В 2004 году в британской газете The Guardian вышла статья «Анатомия блокбастера». Это тот редкий случай, когда в массовом издании был подробно и грамотно разобран заявленный бюджет (\$200 млн) голливудского фильма — «Человек-паук 2».

На что же именно были потрачены 200 миллионов? \$10 млн — на разработку и написание сценария, включая многочисленные драфты, поправки и доделки. \$20 млн студия Sony поделилась с издательством Marvel, которому принадлежат права на придуманного Стэном Ли Человека-паука. Это так называемые траты на лицензирование.

\$15 млн получили продюсеры (у фильма было два основных продюсера, два сопродюсера и три исполнительных продюсера). Гонорар режиссера Сэма Рейми составил \$10 млн. \$30 млн получили исполнители главных ролей: Тоби Магуайр — \$17 млн, Кирстен Данст — \$7 млн, Альфред Молина — \$3 млн. Еще \$3 млн были потрачены на актеров, занятых во всех остальных ролях. Стоимость производства фильма, съемочный период которого длился три недели, составила \$45 млн. \$45 млн — это цена аренды оборудования, зарплаты всех занятых в фильме технических специалистов, цена пленки, транспортные расходы, еда для членов съемочной группы и т. д. Фильм снимали в основном «на натуре», самым дорогим и технически сложным эпизодом стал пролет камеры, закрепленной на стальном тросе, над Уолл-стрит.

Постпродакшен фильма стоил \$65 млн, большая часть денег, понятное дело, была потрачена на компьютерную графику. В \$5 млн обошлась музыка к фильму: \$2 млн получил композитор Дэнни Элфман, а еще \$3 млн ушли на покупку прав на композиции, звучавшие в фильме, включая песни групп Jet и Train. Итого, как уже было сказано, \$200 млн.

В Голливуде редко говорят «производственный бюджет», правильно: «стоимость негатива». Но это еще не все траты. За производством идет вторая важнейшая статья расходов — P&A (prints & advertisement, то есть бюджет на печать копий фильма для кинотеатров и рекламу). P&A «Человека-паука 2» обошелся в \$75 млн.

Если вдуматься, то поставляет Америка не просто музыкальные клипы, фильмы или компьютерные игры — она экспортирует эмоции и смыслы: как и чем живут люди, на что тратят время, что обсуждают, где берут информацию.

Современные технологии коренным образом изменяют функции режиссуры, вытесняя ее с авансцены кинематографа. Мы присутствуем при начале конца времени великих одиночек, выдающихся творцов. Я, человек кино, готов констатировать конец эпохи великих режиссеров. Таких, как Феллини, Бергман или Антониони, уже нет. А функция продюсера, напротив, становится более значимой: именно продюсер оказывается главным и единственным центром принятия решений.

Возьмем, к примеру, телесериалы. Сегодня в США наблюдается их расцвет: к производству подключаются лучшие режиссеры, сценаристы, актеры и другие представители киноиндустрии, приходящие на телевидение из кино. Кинематограф возвращается к своей первоначальной функции — аттракционной. На его заре кинотеатр отвечал за легкое развлечение, а театр — за глубокую драму. Сейчас в кинотеатрах снова преобладает аттракцион-спектакль, а серьезный разговор ведет со зрителем «малый» экран. То же «возвращение к истокам» имеет место и в сфере художественных приемов. Некогда приемы эти — от крупного плана до монтажа — позволили превратить кино в искусство, в котором появилось множество жанров. А сейчас многие популярные

жанры (драмы, детективы, политические и шпионские триллеры, исторические фильмы), не находя своего зрителя в кинотеатре, уходят на ТВ. Когда-то Дэвид Селзник, он же эмигрант из Киева Давид Железняк, закладывал имущество, чтобы реализовать главный замысел своей жизни — экранизацию «Унесенных ветром». Сегодня такая экзотическая идея, как выпустить экранизацию толстого романа в кинотеатрах, в головы продюсеров приходит куда реже. Эпический роман, как и серьезная драма, постепенно исчезают из проката. Самые сильные драмы, самые масштабные экранизации сегодня идут в виде телесериалов на каналах HBO, Showtimes, AMC и стриминговом сервисе Netflix.

В формате сериала мы получили художественное высказывание высокого качества без режиссера «в главной роли». Отсюда специфическое сериальное понятие шоураннер, то есть создатель. Тот, в чью голову пришла светлая мысль создать сериал, — и одновременно его продюсер, отвечающий за весь процесс, от сценария до кастинга и съемок. Каждый из сериалов «Безумцы», «Игра престолов» или «Доктор Хаус» создавали полтора десятка режиссеров, чьи имена не принципиальны (хотя мастерство их очевидно). А вот имена Мэттью Вайнера, Дэвида Бениоффа и Дэвида Шора, эти сериалы придумавших и спродюсировавших, стоят в титрах первыми. Другой пример — «Скорая помощь». Кто помнит, что режиссером одной из серий был Квентин Тарантино? Никто, кроме нескольких гиков. А все потому, что эта серия, пусть и удачная, в первую очередь часть замысла продюсера, она практически не выбивается из общей структуры и стилистически от остальных серий не отличается. Ну, разве что особой кровожадностью.

Вот и получается, что незаменимых людей нет, а незаменимые профессии есть.

Но когда осознаешь, что принадлежишь к этой самой «незаменимой» профессии, возникает желание заниматься ею без оглядки на родное византийство, без искушения принимать помощь

от главного российского мецената — государства, без тормозящего воздействия всесильного фактора российской экономики — личных связей.

Начинаешь ценить ясность рабочих обстоятельств, внятность бизнес-модели, прямой, без зигзагов путь от замысла к результату. И хочешь попробовать стать из российского продюсера... просто продюсером.

Опыт всех успешных продюсеров говорит: никогда не закрепляйся в жизненных завоеваниях и даже успехах, никогда не останавливайся, двигайся дальше.

А еще он говорит, что само существование этой профессии — утешительное сообщение всем предпримчивым и неугомонным, всем, кто не мечтает о «заслуженном отдыхе», этом самом очевидном результате быстрого и порой случайного успеха, о ранней пенсии с ее неизбежной экзистенциальной тоской. Если вы действительно продюсер, вы никогда не затоскуете.

