

МІСТО ПРИСКОРЕНОГО ПЕРЕМОТУВАННЯ

Пролітаючи вночі над Москвою, можна побачити, що форму міста утворює низка концентричних кільцевих доріг із невеличким колом Кремля в самому центрі. Наприкінці ХХ століття ці кола відбивали тьмяне, брудно-жовте світло. Москва була сумовитим супутником на околиці Європи, що випромінював зникомий жар Радянської імперії. Потім, уже в ХХІ столітті, щось сталося: прийшли гроші. Ще ніколи така велика кількість грошей не вливалась у таке мале місце за такий короткий час. Орбітальна система змістилась. Концентричні кола цього міста засяли вогнями нових хмарочосів, неону та швидкісних майбачів на дорогах, дедалі стрімкіше поринаючи в галасливий запаморочливий ярмарковий пишноту. Росіяни стали новими джет-сетерами — найбагатшими, найенергійнішими та найнебезпечнішими. Вони мали найбільше нафти, найвродливіших жінок і влаштовували найкращі вечірки. З людей, готових продати все, вони перетворилися на людей, готових усе купити: футбольні клуби в Лондоні та баскетбольні клуби в Нью-Йорку, художні колекції, британські газети та європейські енергетичні компанії. Ніхто не міг їх зрозуміти. Вони були вульгарні та водночас витончені, хитрі — і наївні. Вони набували сенсу лише в Москві — місті, що

живе в режимі прискореного перемотування, змінюється так швидко, що від цього втрачається будь-яке відчуття реальності, де хлопчачки миттю стають мільйонерами.

«Перформанс» був модною фішкою цього міста, де бандити ставали художниками, мисливиці за багатіями цитували Пушкіна, Ангелам Пекла марилося, що вони святі. Росія звідала так багато світів, які промчали у блискавичному темпі — від комунізму до *перестройки*, шокової терапії, бідності, олігархії, мафіозної держави та мегабагатства, що в її нових персонажів склалося враження, ніби життя — це просто один блискучий маскарад, де всі ролі й ампула чи переконання плинні. «Я хочу приміряти всі образи, які знав цей світ», — зізнається мені Владік Мамишев-Монро. Він був художником-перформером і талісманом міста, незмінним завсідником вечірок із незмінними ділками та супермоделями, з'являючись переодягненим у Горбачова, факіра, Тутанхамона, російського президента. Коли я вперше прибув до Москви, то подумав, що ці нескінченні перетворення — прояв звільненої країни, що вбирається в різноманітні костюми в пориві шаленої свободи, ламає межі особистості, яка потенційно могла б досягти стану, який візир президента назвав «вершинами світобудови». Мине лише кілька років, і я переконаюся в тому, що ці нескінченні мутації ніякий не прояв свободи, а форми делірію, в якому налякані маріонетки та опівнічні містики переконалися, що вони майже реальні та крокують у світ, що його візир президента наполегливо називатиме «п'ятою світовою війною, першою нелінійною війною всіх проти всіх».

Але я забігаю вперед.

Я працюю на телебаченні. Документальному телебаченні. Точніше було б це назвати розважальною документалістикою. Я летів до Москви 2006 року, тому що телеіндустрія, як і все інше, переживала бум. Я вже знав країну: від 2001 року, через рік після закінчення університету, жив

там більшу частину життя, змінюючи різні роботи — від працівника аналітичних центрів і дуже молодшого консультанта у проєктах Європейського Союзу, призначених для допомоги «розвитку» Росії, до працівника кіношколи, а згодом — асистента документальних фільмів для західних мереж. Мої батьки емігрували з Радянського Союзу до Англії в 1970-ті роки як політичні біженці, і я виріс на такій собі розмовній емігрантській російській мові. Але в Росії я завжди був у ролі пильного спостерігача. Я хотів стати ближчим: Лондон здавався мені таким стриманим і прогнозованим, Америка, де проживала решта моїх родичів-емігрантів, здавалася надто самовдоволеною, а от реальні росіяни видавалися насправді живими, вони відчували, що все можливо. Щиро кажучи, мені хотілося знімати. Натиснути на «запис» і просто наводити та знімати. Я всюди ходив зі своєю камерою — роздвоєною металевою Sony Z1 — достатньо зручною, щоб носити її в наплічнику. Часто я просто знімав так, немовби чимдуж намагався не дозволити цьому світові вислизнути. Я знімав наосліп, знаючи, що ніколи більше не матиму таких акторів. І я був затребуваний у цій новій Москві з тієї простої причини, що міг промовити магічну фразу «Я з Лондона». Вона спрацьовувала, як «Сезаме, відкрийся». Росіяни переконані, що лондонцям відомий алхімічний секрет успішного телебачення і вони здатні витворити нове хітове реаліті-шоу або змагання талантів. Дарма, що я ніколи не працював вище, ніж третьорядним асистентом у проєктах інших людей. Однієї фрази «Я з Лондона» було досить, щоб влаштувати будь-яку зустріч. Я був зайцем на великій армادі західної цивілізації — банкірів, юристів, консультантів з міжнародного розвитку, фінансистів й архітекторів, які вийшли в море шукати свого щастя, мандруючи на хвилях глобалізації.

Проте в Росії робота на телебаченні — це щось більше, ніж бути камерою, спостерігачем. У країні, що охоплює дев'ять

часових поясів, одну шосту частину світового суходолу, простягаючись від Тихого океану до Балтійського моря, від Арктики до пустель Середньої Азії, від майже середньовічних сіл, у яких люди досі набирають воду з дерев'яних криниць, через міста, збудовані навколо одного заводу, і до хмарочосів із блакитного скла і сталі в новій Москві, телебачення — єдина сила, яка може об'єднати та скріпити цю країну й керувати нею. І як телевізійний продюсер я перебував би в самому центрі його внутрішнього механізму.

На свою першу зустріч я прибув на горішній поверх *Останкино* — телевізійного центру, завбільшки в п'ять футбольних полів, що виконує роль тарана кремлівської пропаганди. На горішньому поверсі, після низки матово-чорних коридорів, розміщена довга конференційна зала. Саме тут збираються найяскравіші московські уми на щотижневі мозкові штурми, на яких вирішують, що мусить транслювати *Останкино*. Мене туди запросив російський приятель-видавець. Через моє російське прізвище ще ніхто з них не помітив, що я британець. Я тримав язика за зубами. У залі нас зібралося понад двадцяттеро осіб: засмагли телемовники в білих шовкових сорочках, професори політології зі спітнілими бородами та важким диханням і менеджери з реклами у кросівках. Жодної жінки. Усі курили. Стояв такий густий дим, що свербіла шкіра.

Наприкінці столу сидів один із найвідоміших політичних телеведучих. Він низенький, швидко говорить прокуреним голосом:

— Ми всі знаємо, що ніякої реальної політики не існує. Але ми все одно мусимо дати нашим глядачам відчуття того, ніби щось відбувається. Їх треба постійно розважати. То з якого боку зайдемо? Наїдемо на олігархів? Хто в нас ворог цього тижня? Політика має захоплювати, як... як кіно!

Перше, що зробив президент, прийшовши до влади 2000 року, — узяв під контроль телебачення. Це було телебачення, за допомогою якого Кремль вирішував, яких політиків він «дозволить» як маріонеткову опозицію, якими будуть історія, страхи та свідомість країни. І новий Кремль не хоче допустити тієї самої помилки, що її вчинив Радянський Союз: він ніколи не дозволить телебаченню стати нудним. Завдання полягає в синтезі радянського контролю із західною видовищністю. *Останкино* XXI століття поєднує шоу-бізнес із пропагандою, рейтинги — з авторитаризмом. І в центрі цього великого видовища стоїть сам президент, створений із ніякого, сірого спецслужбиста за допомогою сили телебачення, так само стрімко, як і художник-перформер, трансформуючись у своїх персонажів — солдата, коханця, мисливця з оголеним торсом, бізнесмена, шпигуна, царя, супермена. «Новини — це той фіміам, яким ми благословляємо дії Путіна, робимо його президентом», — подобалося казати продюсерам і політтехнологам. У тій прокуреній кімнаті у мене склалося враження, що реальність була такою гнучкою, що Просперо, які сиділи поруч, були здатні спроєктувати на пострадянську Росію будь-яку сутність, яку бажали. Але з кожним роком моєї роботи в Росії і наростанням параноїдальності Кремля стратегії *Останкино* ставали ще збоченішими, потреба в нагнітанні паніки та страху — ще нагальнішою. Раціональність вимкнули, а свідків культу Кремля і злостивців ставили у прайм-тайм, щоби країна й надалі була заклякною, зачарованою, а тим часом дедалі більше іноземних найманців приїжджали допомагати Кремлю та популяризували його ідеологію у світі.

Але хоч доля, врешті-решт, приведе мене знову до *Останкино*, моя початкова роль у докладно розписаному реаліті-шоу нової Росії полягала в тому, щоб змусити його виглядати, звучати й почуватися по-західному. Телекомпанія *ТНТ*, у якій я працював спершу, розміщувалась у новому офісному цен-

трі під назвою *Византий*. На першому поверсі — декорований у псевдороманському стилі з доричними гіпсовими колонами та руїнами спа-центр, до якого вчашали сповнені млості довгоногі дівчата, щоб посилити засмагу вже достатньо засмаглої шкіри й для нескінченних сеансів манікюру та педикюру. А види манікюру — складні: барвисті, багатошарові, вкриті блискітками візерунки маленьких сердечок і квітів, набагато блискучіші за втомлені очі дівчат, немовби вони вкладали всі нездійсненні мрії у крихітні поверхні своїх нігтів.

Телекомпанія займала в цьому приміщенні кілька горішніх поверхів. Коли двері ліфта відчинялися, вас вітало лого «ТНТ», дизайноване у сліпучо-яскравих, пронизливо-радісних рожевих, яскраво-синіх і золотих кольорах. Над лого висіло гасло телекомпанії: «Почувствуй нашу любовь!». Це нова, відчайдушно щаслива Росія та імідж Росії проєктів *ТНТ* — молоді, бадьорі та блискучі країни. Телекомпанія посилає промені гіперактивної жовтизни й рожевості в похмурі квартири росіян. Офіси вільного планування, заповнені яскравими, радісними молодими людьми, які завжди поспішають, пересипають свою російську англіцизмами й насвистують мелодії британських хітів. *ТНТ* робить хуліганське телебачення, а молодий штат переживає емоційне збудження культурною революцією. Для них *ТНТ* — витвір провокативного поп-арту, спосіб проникнути в душу країни та змінити її зсередини. Телекомпанія запустила в Росії реаліті-шоу: одне скандальне шоу — справжня радість телепродюсера, — звинувачене в аморальності пристаркуватими комуністами. *ТНТ* була першою, хто запуслав російський ситком і трешове ток-шоу на кшталт шоу Джеррі Спрінгера*. Телекомпанія поглинає західні концеп-

ції одну за одною, за рік реалізувавши більше форматів, ніж Захід зміг втілити за десятиліття. Чимало найяскравіших зірок Москви переходять на розважальні канали та в глянцева журналістику. Тут вони не мусять займатися пропагандою і їх заохочують до провокативності. Вони просто не можуть займатися тут реальною політикою, бо це територія без новин. Більшість із них задоволені таким компромісом: повна свобода за повне мовчання.

«Нам хочеться з'ясувати, що насправді думає нове покоління, Пі-і-і-тррр».

«Що їх хвилює, Пі-і-і-тррр».

«Ми хочемо побачити реальних людей на екрані. Реальних героїв, Пі-і-і-тррр».

«Пі-і-і-тррр» — так називають мене продюсерки *ТНТ*. Три жінки, усім двадцять з чимсь. Одна чорноволоса, друга — кучерява, а третя — із прямою зачіскою, і кожна з них підплює закінчення речення попередньої. Вони могли б звертатися до мене на російську версію мого імені — «Пётр». Але віддають перевагу варіанту «Пі-і-і-тррр»: так воно звучить англійськише. Я їм потрібен на вітрині — людина з Заходу, допомагаю створювати вдаване західне суспільство. А я, своєю чергою, вдаю з себе більшого продюсера, ніж є насправді. Ми починаємо запуск першого документального циклу. Мені знадобилося всього лише пів години, щоб отримати своє перше замовлення: «Як вийти заміж за мільйонера» (Путівник для мисливиць за багатіями). Думаю, якби я доклав зусиль, то міг би отримати замовлення і на три фільми. У Лондоні та Нью-Йорку вам знадобилися б місяці, щоб зрушити проєкт із мертвої точки. Але *ТНТ* спонсорує найбільша газова компанія світу. Власне, ні, не так: це найбільша світова компанія, крапка.

* Шоу Джеррі Спрінгера — американське ток-шоу телекомпанії NBC. В основі кожної програми був табloidного кшталту сюжет, а героїв історії провокували на конфлікт у студії. У випадку *ТНТ* ідеться, певно, про програму *Окна* Дмитрія Нагієва. — Прим. ред.

БЕЗ КОМПЛЕКСІВ

— Бізнес-теорія дає нам важливий урок, — каже викладачка. — Завжди ретельно вивчайте бажання споживача. Застосовуйте цей принцип у пошуках багатого чоловіка. На першому побаченні існує одне головне правило: ніколи не розповідайте про себе. Слухайте його. Захоплюйтеся ним. Дізнайтеся про його бажання. Зрозумійте його хобі. Потім відповідно змінійтеся самі.

Академія золотошукачок, мисливиць за багатіями. Група серйозних білявок старанно все нотує. Пошук багатого папіка — це ремесло, професія. В академії зали під мармур, великі дзеркала та вкриті позолотою оздоблення. Поряд — спа та салон краси. Спочатку ви відвідуєте свій мисливський урок, потім ідете епілюватися та засмагати. Рудоголові вчительці ледь за сорок, вона дипломований психолог з МВА: широка посмішка, високий і суворий голос, міс Джин Броді* в короткій спідниці: «Ніколи не надивай прикрас на перше побачення: чоловік повинен думати, що ти бідна. Спонукай його купити тобі прикраси. Приїдь на роздובбаній тачці: спонукай його купити тобі кращу машину».

Студентки записують усе акуратним почерком. Вони виклали близько тисячі доларів за кожен тиждень цих курсів. Таких «академії» із назвами «Школа гейші» або «Як стати справжньою жінкою» в Москві та Санкт-Петербурзі — десятки.

* Джин Броді (Jean Brodie) — головна героїня роману Мюріел Спарк «Зоря міс Джин Броді», а також однойменного фільму, вчителька у школі для дівчат, дещо ексцентрична прихильниця фашизму (дія відбувається в 1930-ті), яка прагне зробити з обраних дівчат школи crème de la crème. — Прим. ред.

— Прийдіть у дорогий район міста, — продовжує викладачка. — Розгорніть мапу і вдавайте, що ви заблукали. Заможний чоловік може прийти на допомогу.

— Мені потрібен чоловік, який міцно стоїть на [своїх] двох ногах. За яким я почуватимусь як за кам'яною стіною, — каже Альона, недавня випускниця, яка послуговується паралельною мовою шукачки папіка (вона має на увазі, що їй потрібен чоловік із грішми).

За інших обставин Альона — одна з тих недосяжних дівчат, яка відшила б мене помахом своїх вій, — навіть і не подумала б розмовляти зі мною. Але я збираюся показати їй по телебаченню і це все змінює. Передача називатиметься «Як вийти заміж за мільйонера». Я був подумав, що буде важко розкрутити Альону на розмову і що вона соромитиметься свого життя. Якраз навпаки: їй кортить звернутися до світу; життєвий шлях шукачки папіка став одним із найулюбленіших міфів країни. Книгарні завалені самовчителями, у яких дівчатам розповідають про те, як захомутати мільйонера. Опецькуватий сутенер Пьотр Лістерман* — телевізійна знаменитість. Він називає себе не «сутенером» (це було б незаконним), а «шлюбним посередником». Дівчата платять йому за знайомство з багатіями. Багатії платять йому за знайомство з дівчатами. Його агенти — підлітки-геї — нишпорять вокзалами, полюючи на довгоногих і струнких дівчат, які збираються до Москви в пошуках певного стилю життя. Лістерман називає дівчат «курочками»; він позує на фотографіях із настроєною на кебабні стрижні смаженою курятиною. «Треба курочок? Вам до мене», — каже його реклама.

* Пьотр Лістерман — телеведучий, власник «VIP-агенції», організовує знайомства російських бізнесменів з молодими дівчатами, персонаж російської світської хроніки. — Тут і далі — прим. пер., якщо не зазначено інше.