

№ 254-98

КИНОМЕХАНИК

НОВЫЕ ФИЛЬМЫ

ЕЖЕМЕСЯЧНЫЙ

РЕПЕРТУАРНО-ТЕХНИЧЕСКИЙ

ЖУРНАЛ

11/2003

"Аудитория С.К."

**ПРОИЗВОДСТВО КРЕСЕЛ ДЛЯ КИНОТЕАТРОВ,
КОНФЕРЕНЦ-ЗАЛОВ, ТЕАТРОВ.
ПРОЕКТИРОВАНИЕ И УСТАНОВКА**

Москва, ул.Солянка, 9, стр.1, тел.:(095) 258 0030 (многоканальный),
факс:(095) 923 6591, <http://www.ackgroup.ru/>, e-mail: info@ackgroup.ru



А.С.К. ГРУППА КОМПАНИЙ

ЕЖЕМЕСЯЧНЫЙ
РЕПЕРТУАРНО-ТЕХНИЧЕСКИЙ
ЖУРНАЛ

КИНОМЕХАНИК / НОВЫЕ ФИЛЬМЫ

№11/2003

ИНДЕКС 70431

ISSN0023-1681

ВЫХОДИТ С АПРЕЛЯ 1937 ГОДА

СОБЫТИЯ И ЛЮДИ

Ю. Фохт-Бабушкин

Дорога в никуда	2
Кинотеатр как центр досуга	8
Российским зрителям – новые традиции	15

КИНОТЕХНИКА

В.Семичастная

Кино Экспо-2003	17
Водный экран в Астане	21
Кинопроектор СКМ	25
Что должен знать и уметь киномеханик	28

ДОРОГА В НИКУДА

*Ю. Фохт-Бабушкин,
доктор философских наук, профессор,
Заслуженный деятель науки РФ*

Процесс, именуемый сегодня «глобализацией», закономерен и исторически неизбежен в силу сокращающихся расстояний и все более тесных политических, экономических, культурных контактов народов Земли. Однако из возможных сценариев этого процесса – от полного доминирования в мире одной какой-то культуры до равноправного диалога и обмена ценностями между народами – в России практически реализуется худший вариант. Снижение градуса экономической и духовной жизни в нашей стране с одной стороны и агрессивная внешняя политика США с другой ведут к тому, что глобализация оборачивается у нас американской колонизацией со многими тревожными последствиями. Утрата идеалов, активная переориентация населения на приобретательство, заботу о собственном благополучии при равнодушии к ближнему – это постепенное размывание традиционной российской ментальности служит благодатной почвой для «глобализации» в духе американских имперских амбиций.

Все это хорошо видно на примере кино. Американская киноиндустрия обогатила мировое искусство многими выдающимися фильмами, но одновременно она наладила массовое производство киноширпотреба, причем не столько для своей публики, сколько для зрителей «третьего мира». Подобная продукция на льготных условиях «выбрасывается» в страны, которые американцы считают зоной своих особых интересов, оболванивая население.

Эта убогая продукция с энтузиазмом демонстрируется и у нас. Объективно наши кинопрокат и кинопроизводство делают все для популяризации американского кино в его не лучших, сугубо развлекательных образцах и свертывания интереса зрителей к отечественным фильмам. Остается удивляться, как в подобной ситуации у нашей публики еще сохраняется достаточно высокий интерес к отечественному киноискусству, хотя оно и вытесняется американскими фильмами. Особенно сильна эта тенденция у молодого зрителя, составляющего основную часть киноаудитории и наиболее подверженного атакам американского кино. Почти четверть нового поколения граждан России вовсе не интересуется киноискусством своей страны. За этим стоит и определенное безразличие к ней, и ориентация на чужое, а чаще просто чуждое российскому менталитету мироощущение, которое несет большинство демонстрируемых американских фильмов с их очевидной бездуховностью, преклонением перед силой, богатством и хищничеством. Эти сказочные ужастики или разного рода развлекаловки ориентированы не на познание жизни, а на пропаганду сомнительных, если судить с гуманистических позиций, идей, на формирование убогой личности, легко поддающейся разного рода манипуляциям.

Потакание дурному вкусу формирует примитивного зрителя, что в конечном итоге будет способствовать превращению кино в убогое зрелище, с трудом напоминающее искусство. На создание подобной ситуации работает сегодня, к сожалению, многое. Система распространения фильмов беспокоится лишь о сиюминутной выгоде, то есть о получении разного рода весьма прозаичных дивидендов. Создатели картин либо, гоняясь за легким успехом, подлаживаются под убогие запросы не лучшей части зрителей, стараются снимать «под Голливуд», либо творят псевдозначительное «серьезное» искусство, вызыва-

ющее всеобщую скуку. И только единицы стремятся делать фильмы и содержательные, и одновременно увлекательные.

В свою очередь, педагогическая практика приобщения молодого поколения к искусству сильно поувяла в последние годы. И вместо того чтобы развивать у ребят культуру восприятия разных видов искусства, школа и внешкольные учреждения во многом бросили их на произвол судьбы в той пучине пошлости и дурного примитива, которые сегодня обрушивают на молодое поколение кино, телевидение да и вся система массовой информации. В такой ситуации печальные итоги неизбежны.

Убогая «американизация» кинокусов школьников порождена не только засильем картин определенного сорта, но и равнодушным отношением общества, государства к формированию культуры подрастающего поколения. Изменение этой позиции государства, общества могло бы придать принципиально иной характер процессу «глобализации», который сегодня фактически оборачивается духовной колонизацией американского образца.

Многие характеристики личностного развития немалого числа школьников вызывают серьезную тревогу, но их сверстники – страстные любители демонстрируемых у нас американских фильмов третьего сорта выглядят еще хуже. Заметные различия обнаруживаются при сравнении практически всех замерявшихся нами характеристик, так или иначе свидетельствующих о степени сформированности внутреннего мира личности: поклонники отечественного кино неизменно превосходят по уровню духовного развития любителей американской продукции.

Для того чтобы понять, каково отношение к кино современного молодого зрителя, который завтра станет законодателем мод в обществе, как развивалось и развивается это отношение, каким оно может стать в будущем и что следовало бы

сделать для формирования не бездумных потребителей низкопробной развлекаловки, а духовно зрелой публики – достойного партнера серьезных художников, необходимо рассмотреть это отношение к кино не изолированно, а в существующем социокультурном контексте.

Усиливающаяся два последних десятилетия склонность молодежи к активной рекреации, пассивному отдыху, получению разного рода информации дает основание говорить о развлекательно-информационной направленности досуга. Круг досуговых интересов молодежи становится шире, но эта широта подчас носит поверхностный характер.

Искусство занимает лидирующие позиции в структуре досуговых предпочтений подростков и юношества, и интерес к нему сохраняется на стабильно высоком уровне с едва заметной тенденцией к снижению. Исключением является художественная литература, интерес к которой стремительно снижается. Судя по всему, это следствие происходящей смены культурной парадигмы, связанной с вовлечением масс людей в аудиовизуальный мир. Особенно популярны кино и музыка, за ними следует литература, в городах далее идут театр и изобразительное искусство, у сельской молодежи изобразительное искусство пользуется несколько большим успехом, чем театр.

Вместе с тем роль искусства в жизнедеятельности ребят меняется в духе общих тенденций изменения характера свободного времени. С одной стороны, расширяется сфера художественных интересов молодежи, а с другой – резко повышается интерес к развлекательному искусству и снижается в отношении к искусству, требующему глубоких чувств и серьезной мысли. Эта тенденция характерна и для поклонников кино, которое продолжает быть самым любимым у ребят видом искусства. Кино все шире входит в жизнь подростков и юношества, однако контакты ребят с ним становятся все более поверхностными. Тем самым ослабевает развивающая роль

киноискусства и усиливается развлекательно-релаксационная.

Данные о числе подростков и юношества, вовлеченных в орбиту того или иного вида искусства, и об объемах потребления искусства в усредненном расчете на одного молодого человека во многом согласуются, но во втором случае лидерство кино выглядит прямо-таки невероятным. Если объемы потребления художественной литературы исчисляются десятками прочитанных за год книг, посещения театров, художественных музеев и выставок единичны, то фильмов ребята смотрят сотни в пересчете на каждого. Число просматриваемых картин показало, что взлет интереса к кино не сравним с динамикой перемен по другим искусствам. За 20 лет интенсивность потребления кино увеличилась почти в три раза.

Основным каналом потребления кино остается телевидение, хотя все более ощутимой становится и роль видео. Кинопрокат же свелся к минимуму.

Способность человека назвать какие-либо понравившиеся ему произведения искусства является существенной характеристикой уровня его художественного развития. За последние десятилетия число подростков и юношества, отличающихся избирательностью в искусстве, уменьшилось, что свидетельствует об обеднении художественной культуры нового поколения публики.

Избирательность в кино тоже заметно снизилась, однако продолжает оставаться самой распространенной среди молодежи. Отчасти это связано с тем, что его невероятно активно потребляют и что-то из гигантского потока невольно остается в памяти и душе. Однако и музыку потребляют не меньше, но избирательность тут несравнимо ниже. Все-таки дело прежде всего в том, что кино продолжает быть для ребят самым привлекательным видом ис-

кусства, разительно выделяющимся на фоне остальных.

Правда, очевиден и другой аспект этой проблемы. В начале 80-х годов 80 – 90% молодых горожан на вопрос о наиболее понравившихся им фильмах называли определенные картины, запавшие в душу. В конце 90-х это сумели сделать лишь 60 – 70% (чуть выше показатель на селе). И это при том, что теперь они смотрят гораздо больше картин, чем раньше. Иначе говоря, у немалой части подростков и юношества ни один фильм из того огромного количества, которое они видят по телевидению, видео, в кинотеатре, не оставляет ярких впечатлений. Их смотрят и тут же забывают.

О том, что потребление искусства становится все чаще более поверхностным, свидетельствуют и данные о числе ребят, располагающих хотя бы минимальными знаниями в этой области. В городах существенно поубавилось знаний обо всех видах искусства, кроме литературы и кино, относительно которых положение дел стабильно. При этом сокращается число молодых людей, обладающих знаниями в нескольких видах искусства, а увеличивается количество тех, кто обнаруживает осведомленность только в одном. Потребление искусства и избирательность в городах сокращаются, а число хоть как-то осведомленных в искусстве растет. Другими словами, художественных впечатлений, как и сохраняющихся в эмоциональной памяти произведений, становится меньше, а знаний больше. Этот процесс можно, видимо, трактовать как усиление рационального и ослабление эмоционального отношения к искусству.

Несколько иначе складывается дело на селе. Тут растет осведомленность во всех видах искусства (особенно разительно – в кино) и увеличивается число ребят, имеющих знания как минимум в одном из них. Очевидно подобный акцент на знания можно трактовать как известную ком-

пенсацию дефицита художественных впечатлений в условиях села. Однако, хотя потребление искусства сельской молодежью тоже идет на убыль, ее избирательность, то есть эмоциональная память, стала богаче. Поэтому применительно к селу пока нельзя говорить об ослаблении эмоционального и усилении рационального отношения к искусству.

Фильм по-настоящему воспринимается на большом экране в обстановке коллективного просмотра. Поэтому социально важно поддерживать ту слабую тенденцию роста посещаемости кинотеатров, которая наметилась в самое последнее время.

Факторы роста кинопосещаемости можно условно разделить на две группы: тактические и стратегические. К первой группе относятся те, которые в принципе способны дать скорый эффект, если обратить на них серьезное внимание: кинореклама, характер демонстрируемых фильмов, цена билетов, атмосфера в кинотеатрах, их техническая оснащенность и т.д. Большинство подобных факторов вполне подвластно системе кинообслуживания. Стратегические же факторы долговременного действия, так или иначе связаны с формированием общей и художественной культуры публики, особенно ее молодой части, и зависят в основном от активности государства, общества.

Выявленные в ходе проведенных исследований резервы роста кинопосещаемости основаны, разумеется, не на проектных, а на ориентировочно-оценочных расчетах, значения которых нельзя воспринимать как точные показатели. Они дают лишь представление о возможных тенденциях роста посещаемости в случае использования различных факторов, их удельном весе. Вместе с тем расчеты со всей очевидностью говорят о том, какие огромные резервы здесь существуют. Надо только объединить усилия системы кинообслуживания и общества в

целом, прежде всего общеобразовательной школы, средств массовой информации, системы культурно-просветительных учреждений.

Весьма значителен потенциал тактических факторов. Если привести кинорепертуар в большее соответствие с запросами населения, наладить рекламу, снизить цены на билеты, приблизить демонстрацию фильмов к местам проживания населения, то посещаемость кинотеатров может возрасти в три с лишним раза.

Стратегические факторы, разумеется, еще весомее. Ощутимый эффект способно дать формирование у публики хотя бы минимальной культуры отношения к киноискусству – самые простые знания о нем и осознанные предпочтения. Это обещает рост посещаемости в 3,5 раза.

Эффект усилится, если будут приводиться в действие упомянутые тактические факторы и одновременно развернется работа по просвещению населения в сфере кино: такие скоординированные усилия увеличат кинопосещаемость в 9,5 раза.

Огромный потенциал содержат факторы разностороннего духовного развития населения. На этом пути трудно ждать быстрого результата, но зато он будет прочным и стабильным. Работа по приобщению населения к художественной литературе, театру, изобразительному искусству, филармонической музыке должна повысить посещаемость кинотеатров в 3,5 раза. Создание условий для увеличения элементов духовности в душе населения может повести к росту кинопосещаемости в 3,3 раза.

Если же все рассмотренные факторы начнут действовать комплексно, то эффект будет еще большим. В этом случае общая посещаемость может увеличиться почти в 13 раз.

Любые меры, направленные на повышение кинопосещаемости, будут иметь смысл только в том случае, если в стране изменится политика кинопроката, ориентирующегося сегодня на американскую продукцию в худших

ее образцах. При действующей политике кинопроката чем меньше люди ходят в кино, тем лучше для нашего общества. Впрочем, трудно тут винить кинопрокат. Большинство отечественных фильмов последнего десятилетия тоже не отличается особыми достоинствами – они зачастую эпигонски копируют приемы и мироощущение второсортного заморского киноискусства. Это тоже одно из проявлений глобализации по-американски. У кинотеатров просто нет достаточного количества современных фильмов хорошего качества.

Для разумного изменения репертуарной афиши, которая бы предлагала зрителю достойные образцы отечественного и зарубежного киноискусства, как современного, так и прошлых лет, важно иметь представление о предпочтениях публики, что поможет найти наиболее продуктивные пути реализации двуединой задачи – удовлетворение и формирование ее вкусов.

Жанровые предпочтения публики весьма определены. Особенно любима комедия. Ей отдадут пальму первенства и мужчины, и женщины всех возрастов. Добавим к этому, что почти половина зрителей выбирает фильмы, помогающие отвлечься от сложных проблем жизни и отдохнуть, а 40% особо ценят в картине зрелищность, наличие различных спецэффектов, красочность костюмов и обстановки действия, выразительную музыку. В общем, преобладает склонность к веселому и яркому зрелищу.

В отношении других жанров уже нет такого единодушия. В целом мелодрама по популярности стоит на втором месте, но это благодаря особому интересу к ней женщин и зрителей от 35 лет и старше. Мужчинам же больше нравятся фантастические фильмы, детективы, боевики. У ребят школьного возраста вслед за комедиями идут фантастические фильмы и фильмы ужасов. У молодежи 18 – 34 лет – фантастические филь-

мы, мелодрамы и детективы. У людей среднего возраста (35 – 44 лет) – детективы и мелодрамы. У поколения от 45 лет и старше после комедии и мелодрамы третью позицию занимают экранизации классических произведений, которые не пользуются заметным успехом у остальных категорий зрителей.

Жанровые особенности фильма куда существеннее для публики, чем многие другие его характеристики. Участие в картине популярных актеров имеет значение для 22% зрителей, а режиссер, снявший ее, интересует и вовсе лишь 8% посетителей кинотеатров.

Конечно, отчасти возрастом, а отнюдь не влиянием американского кино объясняется популярность среди школьников разного рода фантастических фильмов, фильмов ужасов, боевиков и не столь сильный интерес к серьезным картинам, дающим пищу для размышлений о жизни, к картинам, непростым по киноязыку. Но вот что характерно: те ребята, которым преподают в школе искусство, кто занимается в художественных кружках, бывает в театре, на музыкальных концертах, в художественных музеях и на выставках, кто располагает пусть даже минимальными знаниями об искусстве, у кого родители им интересуются, проявляют меньшую склонность к развлекательным фильмам и большую – к серьезным. А боевиками и фильмами ужасов чаще увлекаются учащиеся, оказавшиеся вне сферы художественно-педагогической работы школы и внешкольных учреждений, лишённые родительского влияния на развитие их вкусов, вообще не имеющие сколько-нибудь разнообразных художественных впечатлений.

Аналогичные зависимости возникают и при анализе связи этих факторов с ориентацией школьников на отечественное или американское кино. Во всех случаях, когда ребята вовлечены в художественно-педагогическую работу, когда

они ходят в театр, музеи, на концерты, когда родители сами небезразличны к искусству, среди этой части учащихся больше интересующихся отечественным кино по сравнению с теми, кто находится вне влияния этих факторов. А в отношении к американским фильмам картина обратная.

Убогая «американизация» кинокусов школьников порождена не только засильем картин определенного сорта, но и равнодушным отношением общества, государства к формированию культуры подрастающего поколения. Школа и внешкольные учреждения все меньше занимаются художественным образованием и воспитанием ребят, а родители, способных восполнить выалость художественно-педагогической работы, сравнительно немного.

ДЕТЕЙ В АМЕРИКЕ НЕ ПУСКАЮТ В КИНО

Когда некая Дженнифер Гэрретсон явилась в кинотеатр «Синемарк Пэлас» в Канзас-Сити (штат Миссури) вместе со своим трехлетним сыном, она была шокирована тем, что ее не пустили в зал. Как и некоторые родители, эта женщина даже не знала, что в ряде кинотеатров Америки теперь вообще не приветствуется посещение детьми младше шести лет. А некоторые владельцы залов пошли еще дальше, не допуская просмотр фильмов тем, кому еще не исполнилось 16 лет, в том числе и в случае, если их сопровождал кто-то из

Изменение позиции государства, общества в отношении формирования духовной культуры молодого поколения могло бы придать принципиально иной характер процессу «глобализации», который сегодня фактически оборачивается «американизацией». И насаждаемая у нас кинопродукция – лишь один из способов этой духовной экспансии, способствующей многим тяжелым процессам в нашей стране в последние годы. Отсутствие идей, объединяющих общество, усиливающаяся разобщенность людей, душевная опустошенность, корысть как главный пафос жизни, потеря уважения к своей стране, а вместе с тем и утрата чувства Родины – все это больше или меньше обозначившиеся приметы дороги в никуда или, точнее, в социальную бездну, и глобализация по американскому сценарию призвана окончательно нас обезличить.

взрослых. В принципе это является нарушением принятых в США возрастных рейтингов R (его заслужил, например, «Терминатор-3: Восстание машин») и PG-13 (достался, в частности, «Халку»). «Можно было бы это понять, если бы отсутствовал один из родителей, но сюда пришли родители со своими детьми, и это просто сумасшествие», - призналась дама по имени Шерри Паркс. А Джиджи Лэнир, которую не пустили в зал с четырехлетним сыном, заявила: «Думаю, что это глупо. Если выбираешь фильмы с индексом PG-13, то не рассчитываешь встретить там маленьких детей, которые будут галдеть, ведь это уже подростки». Но дистрибьюторы ссылаются на то, что в летнем кинорепертуаре практически не было детских лент с индексами G и PG, а некоторые кинотеатры перестроились на взрослую аудиторию. К тому же там имеются VIP-зоны, где можно употреблять алкогольные напитки и смотреть кино полулежа, что не должно быть примером для маленьких зрителей.

КИНОТЕАТР КАК ЦЕНТР ДОСУГА

Свое выступление на Международном форуме «Кино Экспо-2003» в Москве генеральный директор компании «Инвесткинопроект» **Александр Тимофеев** посвятил развитию кинотеатра как центра досуга, структуре его доходов, эволюции кинопоказа и обосновал концепцию кинокомплексов и модели потоков. Он рассказал об истории развития индустрии кинопоказа в мире и проиллюстрировал ее. Всем известно, что в декабре 1895 года в Париже в кафе на бульваре Капуцинок состоялся первый киносеанс. Никто из зрителей тогда и не подозревал, что у них на глазах рождается искусство, которое определит лицо XX века – «синема» – искусство экрана. В 30-е годы в кино пришел звук. Тогда же возникли первые проекты телевизионного вещания. Потом появилась видеозапись, на глазах развиваются компьютерная графика, объемное изображение – голография, лазерная и цифровая запись звука и изображения и т.д.

В середине прошлого века кино столкнулось с нарастающей конкуренцией среди других медиа-средств. Эта конкурентная борьба способствовала появлению параллельной ветви эволюции кинопоказа – первых мультиплексов, стремительный рост которых начался в конце 70-х годов в Северной Америке и продолжался в 80-90-е в Европе. Возникновение мультиплексов позволило кинематографу в борьбе за зрителя отстаивать свою нишу. Дальнейшая эволюция мультиплексов, приведшая к появлению нового формата – мегалекса (от 16 экранов и более), который возник опять же на рынке Северной Америки в середине 90-х годов, заключалась в увеличении количества кинозалов (более двух

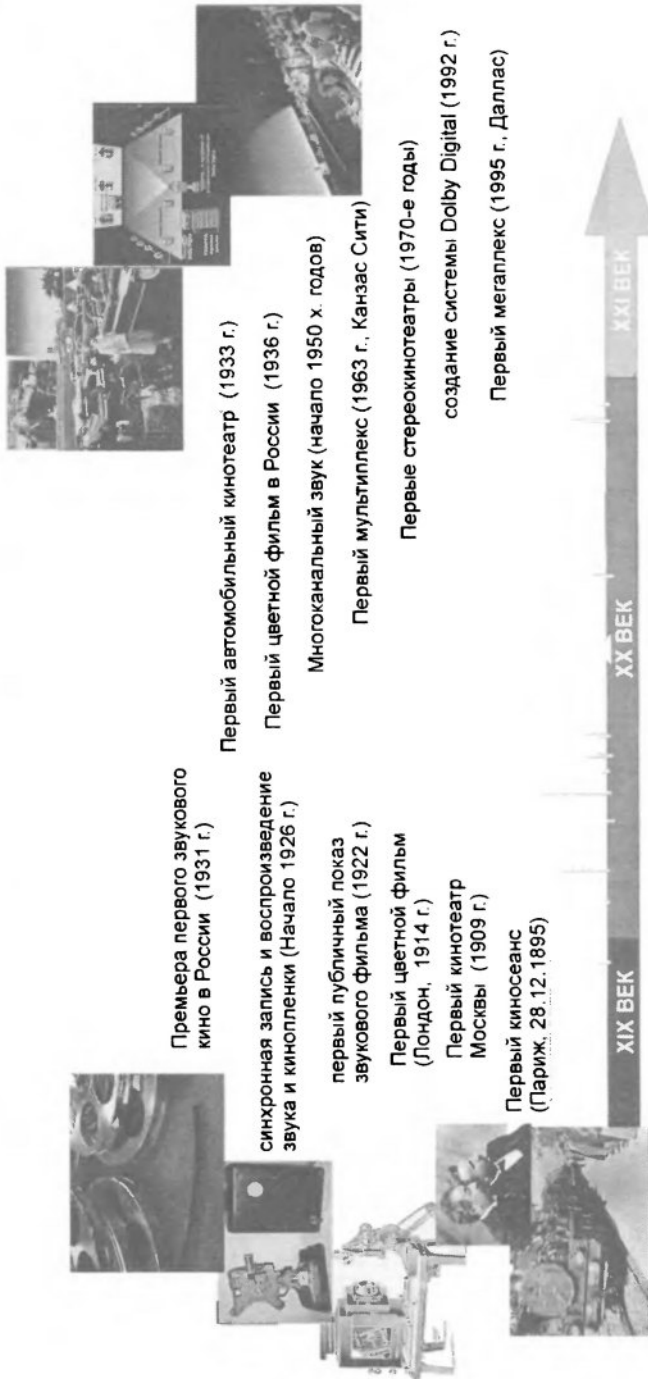


десятков), кроме того, стали возникать и многие другие дополнительные развлечения при кинотеатрах – рестораны, бары, боулинги и т.д. Таким образом, эволюция кинопоказа во второй половине XX века улучшила саму технологию кинопоказа и произошло совершенствование формата. По мнению А.Тимофеева, наиболее комплексным форматом на сегодняшний день является мегалекс. Постепенно на некоторых рынках он начинает вытеснять мультиплекс.

Проанализировав такую тенденцию, специалисты «Инвесткинопроекта» создали проект управляющей компании для национальной сети кинопоказа и, выбирая формат для такой сети, провели в 2001-2002 годах исследования среди населения некоторых российских городов, направленные на выяснение, какой же формат сегодня востребован на рынке и каково отношение зрителей к формату мегалекса, к самой идее кинотеатра как центра досуга, а не только утилитарного объекта, где можно посмотреть кино. Маркетинговые исследования проводила компания Qualitel Data Services. Всего было опрошено более 2 тыс. человек в четырех регионах. На схемах хорошо видны результаты опроса и отношение зрителей к развлекательным комплексам

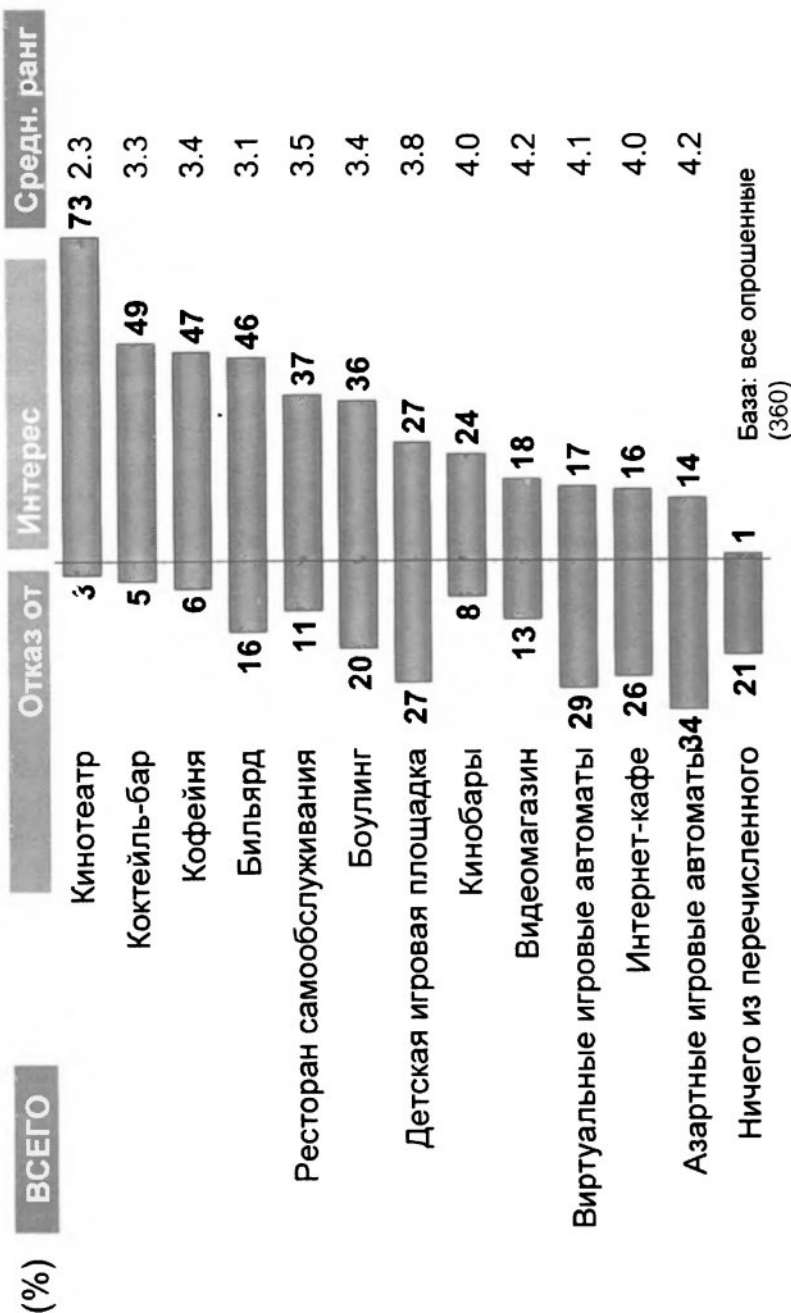


Развитие индустрии кинопоказа



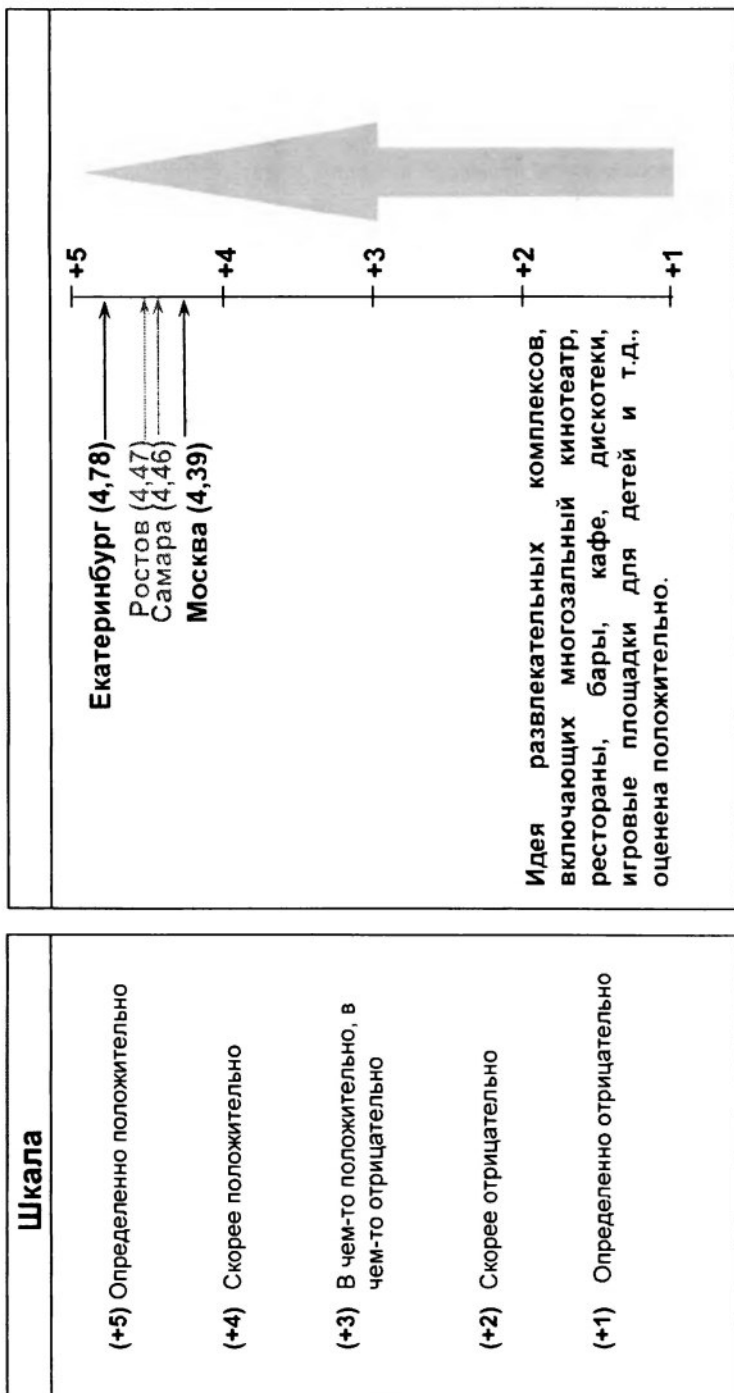
ИНТЕРЕС К РАЗЛИЧНЫМ ВИДАМ РАЗВЛЕЧЕНИЙ

1. Какие виды развлечений из перечисленных Вы бы хотели посетить в новом развлекательном центре?
 2. Расставьте развлечения, которые вам интересны, в порядке убывания привлекательности (1 – *высший ранг*)
 3. Какие виды развлечений Вы никогда не стали бы посещать в новом комплексе?



ОТНОШЕНИЕ К ИДЕЕ РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫХ КОМПЛЕКСОВ

Скажите, пожалуйста, как вы относитесь к идее развлекательных комплексов, то есть современных кинотеатров, которые включают в себя также рестораны, бары, кафе, дискотеки, игровые площадки для детей и т.д.?



(мегаплексам). Все респонденты положительно отнеслись к этой идее. Причем заметно, чем меньше в городе альтернативных развлечений, тем лучше отношение потребителей к кинотеатру как центру досуга.

Второе исследование проводила компания Comcon Group. Суть его заключалась в желании выяснить, что же хотят видеть потенциальные посетители кинотеатра кроме собственно кино? Диаграмма позволила судить о том, как относятся зрители к различным видам развлечений.

Кинотеатр – лидер развлечений, что позволило сформулировать идею – собственно фильм является генератором зрительских потоков. Далее по убывающей идут всевозможные развлечения. Характерно, что в разных городах отношение зрителей к дополнительным развлечениям неодинаково. Тем не менее большинство из них хотят иметь комплексный развлекательный центр (мегаплекс).

Кинотеатр выбирают максимальное число заинтересованных, и наибольшая заинтересованность среди всех опрошенных респондентов подтверждает принцип генератора потока. Остальные услуги имеют специфическое распределение, то есть дополнительные ключевые сервисы. Например, родителям интересна детская игровая площадка, и они воспринимают ее как ключевой модуль. Другие, более широкие сервисные услуги, например коктейль-бар, кофейня, не вызывают у большинства посетителей возражений, но и не являются ключевыми, а скорее сопутствующими модулями.

Проведя эти исследования, разработчики убедились, что мегаплексы не просто приемлемы для России, а являются востребованными, и на базе этих данных они сформулировали принцип киноплекса, учитывая интерес посетителей к тем или иным модулям. На графике представлено примерное распределение интересов посетителей развлекательного комплекса, где кино является его ядром. Эксплуатируя «Киноплекс на

Ленинском» в Москве, они убедились в верности модели, в том, что маркетинговые предположки подтвердились с большей точностью.

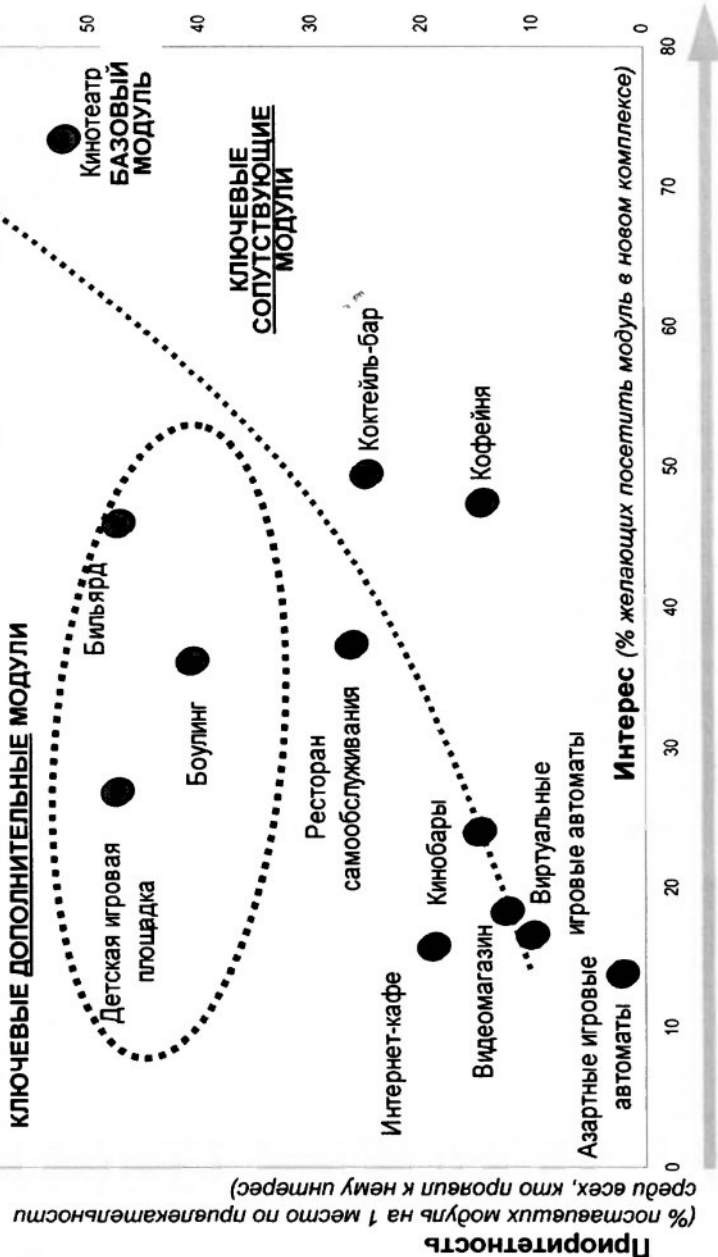
Таким образом, можно констатировать, что формат мегаплекса востребован в России, кинотеатр нужен как центр досуга.

Кино является ключевым модулем, все остальные – дополнительными и обслуживают посетителей кинотеатра. Специалисты компании создали математическую модель функционирования такого модульного развлекательного комплекса, что позволило смоделировать с очень высокой точностью работу объектов. Сейчас, развивая дальше сеть «киноплекс» (в разных регионах страны имеется более четырех объектов), они ориентируют посетителей к тем или иным модулям и в зависимости от востребованности сервисных услуг проектируют таким образом увеличение посещаемости. В чем преимущество такого комплексного подхода? Безусловно, он обеспечивает гораздо большую прибыльность кинотеатра. Соотношение доходов такого комплекса примерно 50 на 50 (половину дохода дает кинопоказ, половину – остальные модули), а классического мультиплекса, состоящего из кинозалов и консешн, – 70 на 30 (причем 70% прибыли дает кинопоказ и только 30% – консешн). Это плюсы. Минусы такого формата заключаются в том, что объединение под одной крышей разных по своей сути бизнесов требует более высокого профессионального уровня управляющей команды и окупается только при строительстве киносети-комплексов, а также создания целевой управляющей компании. Организация такого комплекса как единичного объекта достаточно затруднительна, потому что сдавать в аренду помещения не имеет смысла, так как владелец кинотеатра оказывается незащищенным от качества услуг, которые предоставляют арендаторы. Управление таким комплексом требует больших управленческих ресурсов, и рентабельными бывают только несколько

ВСЕГО

ВОСПРИЯТИЕ РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫХ МОДУЛЕЙ

Кинотеатр безусловно является ядром комплекса как наиболее массовый модуль. Бильярд, боулинг и детская игровая площадка являются наиболее важными дополнительными модулями, поскольку при среднем уровне интереса в целом они обладают потенциалом привлечения дополнительной аудитории, которая считает эти модули приоритетными для себя. Не менее важны сопутствующие модули, коктейль-бар и кофейня, которые реже выделяются как приоритетные, однако способствуют более длительному пребыванию посетителей в развлекательном центре.





Модель потоков «КИНОПЛЕКС™»

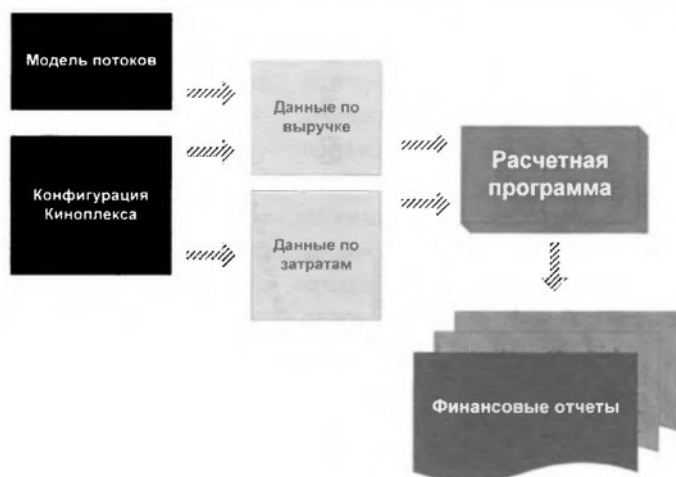


Главное отличие концепции КИНОПЛЕКС™ от всех, существующих на настоящий момент, - комплексность предоставления развлечений потребителю.

Генератором потока развлекательного комплекса является многозальный кинотеатр, что так же принципиально отличает КИНОПЛЕКС™ от других развлекательных форматов.



Моделирование работы объектов



объектов. Тем не менее такой формат имеет свою нишу, он развивается. Модель мегаплексов успешно адаптирована для России и вполне востребована на рынке, что не отменяет классических мультиплексов и кинотеатров, а скорее дополняет их.

Из балаганной забавы экран постепенно превратился в часть нашей жизни, стал неотъемлемым элементом культуры. Мир кино всегда останется для нас вечным источником радости или самых разнообразных чувств и переживаний.

Материал подготовила Л. Мухина

РОССИЙСКИМ ЗРИТЕЛЯМ – НОВЫЕ ТРАДИЦИИ

19 сентября 2003 года в торгово-развлекательном комплексе МЕГА (Москва) открылся крупнейший в России кинотеатр нового поколения KinoStar De Lux. Расположенный на территории 7500 кв.м., комплекс включает в себя 11 кинозалов на 3100 мест. Он положил начало реализации масштабного проекта американской компании Rising Star Media – совместного предприятия National Amusements, Inc. и компании Soquel Ventures – по созданию в России в течение ближайших трех-пяти лет сети мультиплексов.

«Открытие KinoStar De Lux – важнейшая веха в нашей деятельности, – заявила Шэри Рэдстоун, президент корпорации National Amusements, председатель и главный исполнительный директор компании Rising Star Media. – Мы гордимся

тем, что именно наша компания первой осуществила этот прорыв. Это событие положит начало формированию новых традиций среди российских кинозрителей».

«Мне было приятно продолжить успешно начатое сотрудничество с госпожой Рэдстоун и компанией National Amusements, – отмечает Пол Хет, президент Rising Star Media и генеральный директор Soquel Ventures. – Первый российский KinoStar является плодом многолетней упорной работы всей нашей команды. Этот кинотеатр был построен людьми, искренне любящими кино, и я уверен, что российские кинозрители по достоинству оценят качественно новые условия, которые мы предлагаем».

На открытии присутствовали звезды Голливуда – Шарлиз Терон и Марк Уоберг, исполнители главных ролей в премьерном фильме «Ограбление по-итальянски» (США).

Основные особенности кинотеатра были заложены еще на стадии его проектирования: возможность просмотра 11 разных фильмов в 11 залах, стадионное расположение кресел, широкоформатные экраны «от-стены-до-стены» (размер самого большого экрана 25x10 м), цифро-

Шарлиз Терон и Марк Уоберг отвечают на самые каверзные вопросы журналистов





Пол Хет

вой звук Dolby Digital Surround Sound EX, американский кинопроектор «Кристи», установку оборудования выполнила московская фирма «Крисмарт-фильм». И, безусловно, ультрасовременный интерьер. Два «представительских зала» предложат гостям дополнительный комфорт класса «люкс».

Кроме огромного выбора легких закусок, традиционных для кинотеатра, посетители смогут насладиться отменной кухней и напитками в

двух барах 1-го класса, а также развлекательными шоу и живой музыкой.

В кинокомплексе будут демонстрироваться зарубежные блокбастеры и российские кинофильмы, а также лучшие картины независимых киностудий. Специально для юных зрителей начнет работу уникальный детский клуб «KidStar». В выходные и по праздникам перед киносеансами посетителей ждут всевозможные развлекательные программы и музыкальные шоу. Кроме того, в рамках совместного проекта между MTV и KinoStar De Lux в кинотеатре будет сниматься популярная программа канала MTV (Россия) «Большое Кино», а в одном из залов телеканал намерен проводить специальные акции и мероприятия.

Rising Star Media является совместным предприятием гиганта кинопрокатной индустрии National Amusements, Inc., владеющего свыше 1500 залами в США, Великобритании и Южной Америке, учредителя Viacom, и калифорнийской компании Soquel Ventures, Inc., возглавляемой Полом Хетом, существенный вклад которого в возрождение российской киноиндустрии в 1990-х годах трудно переоценить. Главная цель компании Rising Star Media – создание сети мультиплексов нового поколения в условиях активно развивающегося российского рынка.

УВАЖАЕМЫЕ ЧИТАТЕЛИ!

**НЕ ЗАБУДЬТЕ ОФОРМИТЬ ПОДПИСКУ
НА I-ОЕ ПОЛУГОДИЕ 2004 ГОДА**

НАШ ИНДЕКС 70431

ЦЕНА ОДНОГО НОМЕРА - 15 РУБЛЕЙ

КИНО ЭКСПО 2003

В. Семичастная

Ежегодный международный форум «Кино Экспо», единственный на территории стран СНГ, в этом году состоялся в Москве. Как всегда, в его рамках прошли техническая выставка, семинары, презентации компаний-производителей и компаний-дистрибьюторов новых фильмов, круглые столы и бизнес-конференции – форум по традиции объединяет большинство сторон современного кинобизнеса. Среди фирм-экспонентов встречались как хорошо известные, так и новые, причем последних оказалось довольно много.

На выставочных стендах были представлены кинопроекторное и звуковое оборудование, кресла, системы и оборудование продажи билетов, оборудование для кинотеатральной рекламы и продажи сопутствующих товаров и услуг, другие интересные экспонаты, например, новинки таких компаний, как Kinoton, Меорта, Dolby, Lino Sonego. О новых технологиях кинопоказа рассказывали представители DTS и IMAX.

После обсуждения на семинарах и бизнес-конференциях темы строительства и эксплуата-



ции кинотеатров и мультиплексов в торговых комплексах и центрах состоялись две увлекательные экскурсии: в кинотеатр Nescafe-IMAX развлекательного комплекса «Киносфера», расположенного в торговом центре «Рамстор-Сити», и на открытие 11-зального мультиплекса в торговом центре «Мега».

Пользовался успехом стенд компании Apple, занимающейся созданием программного и аппаратного обеспечения для нелинейного монтажа.

У автоклуба, весной впервые продемонстрированного московской «Кинопроизводственной мастерской» и в числе прочих экспонатов представленного на выставке, появился конку-



Автоклубы из Москвы...



...и Великого Новгорода

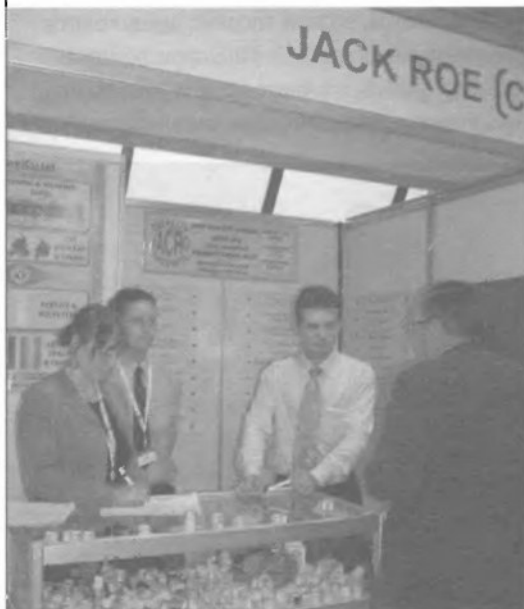


рент – передвижной автоклуб АК-02, изготовленный на том же шасси ЗИЛ-5301 «Бычок» и также предназначенный для культурно-массовых мероприятий, детище предприятия «Исток» (Великий Новгород).

И самых юных, и зрелых представителей сильного пола притягивали к себе телевизионные имитаторы стрельбы и спорта, демонстрируемые на стенде компании SHININ & Co.

Английская фирма Jack Roc (CS) Ltd уже 75 лет предлагает сервисную продукцию для киноиндустрии, к выставленным экспонатам проявили интерес, в числе прочих посетителей, создатели отечественной кинотехники.

На стенде фирмы «Эра» помимо демонстрации электронного кинотеатра была организована продажа широкого ассортимента специальной литературы.





Пожалуй, именно в рамках форума наиболее удобно узнать планы ведущих дистрибьюторов, ознакомиться с современными методами и моделями управления кинотеатров, наладить или возобновить контакты с партнерами и коллегами – ведь «Кино Экспо» стал традиционным местом встречи не только представителей региональных кинотеатров, как другие российские мероприятия, но и владельцев, директоров, управляющих российских кинотеатров, кинотеатров СНГ и стран Балтии.

Гостей выставки угощали попкорном от разных производителей, кофе «Нестле», шоко-

ладками «Россия – щедрая душа», прохладительными напитками и острыми чипсами из кукурузной муки. Приятным фактом явилось относительно большое количество посетителей, далеко не всех их привел в павильон профессиональный интерес. Довольно много посетителей задерживалось около стенда компании I.S.P.A. Engineering. Один из ее представителей в разговоре с нашим корреспондентом выразил надежду, что состоявшиеся контакты в случае их продолжения сулят заключение контрактов, и отметил, что перенос мероприятия в Москву удобен для большинства расположенных в





столице компаний и фирм. Отсутствие на форуме директоров российских кинотеатров, которые придут в конце месяца на кинорынок, его не беспокоит, потому что политику определяют представители инвесторов или тех людей, которые перепрофилируют здания под кинотеатры.

Главный инженер ОП НИКФИ А. Санцевич охотно поделился впечатлениями: московская выставка оказалась более представительной, чем в предыдущие годы, встречаются и фирмы, которые приехали впервые, и любопытные экспонаты.

Во второй раз приехал на форум Богуслав Никодемски, представитель товарищества «ГТТ Киноэксперт», созданного инженерами польской кинематографии. Товарищество специализируется на проектировании и комплексном оборудовании кинотеатров, домов культуры, то есть объектов пользования экранными конструкциями и киноэкранами, кинопроекционным и звуковым оборудованием, осветителями и прочим. Результаты посещения форума проявятся через месяц-другой. Посетителей на стенде много, впечатления от мероприятий самые хорошие.

Л. Акилов (ОНТИ НИКФИ) отметил разнообразие представленных на выставке кресел

– на все вкусы и по разным ценам. В частности, его внимание привлекли кресла для системы, позволяющей учитывать количество зрителей и анализировать распределение занятых мест в зале. Но сообщается об этом пока очень коротко: система находится в стадии разработки. Зато каждый день обнаруживается очередная интересная информация, касающаяся то акустической обработки залов и материалов, то предполагаемого сотрудничества НИКФИ с фирмами «НЕВАФИЛЬМ» и I.S.P.A. при подготовке справочника материалов и оборудования для кинозалов, в котором разместится информация отечественных и зарубежных производителей.

О. Великжанину нынешняя выставка показала несколько более индустриализованной, чем предыдущие. Высказав сожаление по поводу неполного и малого количества отечественной техники, он выразил надежду на то, что разработки возглавляемого им Опытного производства НИКФИ появятся на следующей выставке.

Мнения некоторых других участников были не столь радостны: стоимость выставочных площадей велика, ожидаемой отдачи на произведенные затраты не последовало. Тем не менее такие мероприятия необходимы.

ВОДНЫЙ ЭКРАН В АСТАНЕ

Несколько лет назад по поручению правительства Казахстана и администрации города Астаны японская корпорация Wescom обратилась к компании «Кино Проект Инжиниринг» с просьбой разработать и осуществить проект аттракциона «Водный экран». Уникальное зрелище должно было открыть празднования десятилетия независимости страны и трехлетия новой столицы. Хотя на интернет-сайте компании¹ этот проект опубликован, интересно было узнать дополнительные детали от авторов и участников уникального проекта.

Подобные инсталляции состоялись в Сингапуре, Китае, Лас-Вегасе и Брюсселе. Зрелище оказалось настолько впечатляющим (хотя масштабы его были несколько скромнее, чем предполагались в Казахстане), что и здесь решили населению и гостям города показать аналогичное. Для специалистов «Кино Проект Инжиниринг» эта работа в некотором отношении оказалась совершенно новой – четкое представление о деталях предстоявшего проекта имелось лишь относительно технологии видеопроекции. Сам же процесс создания водного экрана, да еще в таких масштабах, был для фирмы уникален. А масштабы поистине впечатляли: ширина реки составляла 150 м, проекционное расстояние – 75 м, размер «водного экрана» – 60 x 30 м. Предполагалось, что зрелище на набережной соберет порядка 10–12 тыс. зрителей.

«Мы обратились за помощью к тем нашим коллегам, которые выполняли подобный проект в Китае, – группе английских инженеров, возглавляемой господином Тони Клиником, – рассказал Александр Рубин, руководитель и главный специалист проекта. – В течение восьми месяцев мы вместе



Внешний вид водного экрана

несколько раз выезжали на место, обследуя территорию и выясняя все детали, связанные с монтажом и атмосферно-климатическими особенностями. В частности, нас интересовали подробности относительно силы и направления ветра в летнее время. В итоге мы пришли к выводу, что потребуются более сложная, чем изначально запланированная, система водного экрана. Ее составили два связанных мощных трехфазных насоса погружного типа (по 75 кВт), которые подавали струю воды в одну форсунку оригинальной конструкции».

Два насоса работали в одну форсунку! Немецкие насосы «Вилкас», изготовленные специально под этот заказ, внешне напоминали гигантские сигары. Был сделан плавающий алюминиевый понтон, к которому крепились оба насоса. Там же установили якоря, форсунку и систему стабилизации высоты, тоже выполненную специально и позволившую компенсировать постоянные перепады уровня реки. Это было необходимо и для того, чтобы форсунка не погружалась в воду, тем самым сразу существенно уменьшая в размерах экран, и чтобы на воде не был заметен понтон с насосами.

Были заказаны и проложены подводные кабели специального типа, произведенные итальянской компанией «Линк», все соединения были идеально гидроизолированы – ведь они проходили по дну реки.

¹ <http://www.kino-proekt.ru/projects/finished/water.htm>



Понтон с насосами и форсункой. Сзади — звуковой кластер



Лазерное шоу на водном экране

По заказу «Кино Проект Инжиниринг» фирма «Кембридж Технолоджи» разработала две сканирующие лазерные головки (одну для 50-ваттного YAG-лазера² и одну для 15-ваттного белого лазера). Мощность используемых лазеров такова, что в течение всего монтажа (около двух месяцев) можно было обходиться без зажигалок, прикуривая сигареты от луча, подобно тому, как это описано в старой книжке «Гиперболюид инженера Гарина». Однажды в метре от контейнера пролетел голубь и упал, попав в луч. Он не сторел, даже не вспыхнул (мощности на это не хватило), но изрядно повредил крыло.

Все оборудование установили в стандартном 20-футовом металлическом контейнере. Внутри выполнили необходимую отделку, поставили систему кондиционирования воздуха, прорезали окна и смонтировали: сверхмощный проектор Panasonic 95001-R, оба лазера, белый и зеленый, систему управления, пульты и систему видеонаблюдения.

Специалистам необходимо было, находясь на одном берегу реки, иметь ясное представление о том, как видят водный экран зрители с другого берега. Пришлось (опять-таки под водой) проложить трассы и установить видеокамеры наблюдения. Их сигналы тоже поступали в контейнер, позволяя на мониторах наблюдать такое же изображение, какое

² Диодный лазер высокой мощности с распределенным газовым наполнением.

реально на водном экране видели зрители. На крыше контейнера для создания дополнительных световых эффектов вокруг «рамки экрана» поместили три сканирующих прибора типа Moving Head компании Coemar. Неподдалеку от контейнера и на том же берегу в землю были закопаны трубы пиротехники (100 штук их имели диаметр 100 мм, 100 – 75 мм) для управляемого пиротехнического шоу в момент представления. Компьютерный пульт управления пиротехникой также разместили в контейнере.

Все мероприятие, то есть лазеры, экран и пиротехника, изначально было задумано как однократное шоу длительностью 20–25 мин, которое можно будет в некоторые знаменательные дни и праздники повторять. Но при первой же демонстрации городские власти поняли, что показ придется повторять ежедневно, а желающих полюбоваться уникальным шоу оказалось столько, что в течение всего первого лета набережная в полночь заполнялась до отказа. Этому способствовали уникальная красочность бесплатного для зрителей зрелища, немногочисленность городских развлечений, постоянный поток приезжих и иностранцев в молодую столицу. Город пошел на серьезные траты – эксплуатация аттракциона обходится недешево: надо платить за расходные материалы, пиротехнические заряды, электроэнергию, установить две мощные



Акустическая система на понтоне



Фрагмент шоу

дымовые машины, создающие дымовые взвеси над рекой, которые, несмотря на ветер, пробивали свои 150 м.

Шоу было синхронизировано по тайм-коду, источник видеоизображения – видеоманитофон вещательного стандарта DVCPRO (Panasonic). Изображение генерируется, формируется и записывается в телестудии, накладывается тайм-код, и все работающее внутри шоу, то есть лазеры, свет, звук, пиротехника, эффекты, синхронизировано воедино. После завершения процесса программирования оператору остается лишь вставить пленку и нажать «Play». Остальное делается автоматически, реально работает лишь один оператор. Еще нужен обслуживающий персонал для ухода за оборудованием, но это совсем иной контингент.

Звук – это отдельная проблема. В проекте необходимо было озвучить сектор территории набережной с общим углом раскрытия у точки экрана около 150° на расстоянии до 120 м (учитывая расстояние от экрана и ширину набережной). Справиться помогли сверхмощные акустические системы «Tripla» фирмы Outline, в тот момент – топ-модель продукции фирмы, уникальные системы дальнего радиуса действия. Были установлены два линейных массива, их разместили на двух плавающих понтонах на реке, в 30 м справа и слева от экрана. Ширина стереобазы, следовательно, составила 60 м. При прокладке силовых и

сигнальных трасс опять пришлось поработать подводниками. Однако такая схема и монтаж позволили очень легко и просто демонтировать аттракцион на зимний период и поставить его на консервацию. Понтоны с насосами и звуковым оборудованием отцепили от каменных якорей, отбуксировали в теплое место, вынули кранами из воды и разместили на сухом складе. Контейнер с установленным оборудованием был отключен от подходящих к нему силовых и сигнальных линий, поднят краном, установлен на автомашину и перевезен на место хранения. Процесс монтажа/демонтажа аттракциона занимал менее одного светового дня.

Акустические системы были укрыты всепогодными жесткими кевларовыми чехлами, над звуковыми понтонами имелась крыша, световые приборы на крыше контейнера закрывались специальным колпаком, насосам и форсунке и при грозе ничего не сделалось бы. Аттракцион оказался всепогодным. Мало того, в ненастье зрелище оказывалось еще прекраснее, потому что низкая облачность помогала лазерам и свету работать недалеко от головки, а в дождь появлялись дополнительные капли воды, усиливающие эффект.

Для шоу были специально подготовлены фильм про столицу, снятый местными операторами, и небольшой музыкальный ролик, в котором известные артисты пели, танцевали и

«падали в воду». Монтаж материала был выполнен в Англии. Он потребовался потому, что на дисперсном, имеющем неоднородную структуру водном экране, невозможно получить такое же качество изображения, как в кинозале. Для того чтобы изображение было более разборчивым, требуется показывать крупные планы на темном фоне, тогда как светлый фон делает дисперсность и неоднородность экрана чрезвычайно заметными. Таким образом, любой снятый видеоряд должен пройти специальную обработку. Для усиления эффекта артистов ставили в воду, при движении и танце из под ног летели брызги. Реально при показе казалось, что

человеческие фигуры ростом в 25–30 м танцуют на поверхности реки, а с этой поверхности летят капли. В безветренную погоду изображение достигало высоты 30 м. При соотношении сторон 4:3 максимальное изображение, которое удавалось получить в благоприятных атмосферных условиях, имело размеры 40 x 30 м, то есть примерно как у 10-этажного дома. При ветре высота изображения уменьшалась до 18–20 м – почти вдвое, благо оптика видеопроектора такое допускает, а управляющая программа «умеет» масштабировать и лазерные картинку, и световые.

МИР ВОКРУГ НАС

Передача тока к потребителю без проводов. Ученые и инженеры сумели использовать технологию, применяемую в микроволновых печах, для передачи электроэнергии на расстояние по воздуху. Это сулит отказ от линий электропередач или подземных кабелей. Постоянный ток из сети сначала преобразуется в микроволны с помощью магнетрона (стандартного устройства, но работающего на иных частотах), точно такого же как в обычных печах. Затем направленные волны с помощью специальных параболических рефлекторов посылают на приемные антенны – «ректенны» (от английских слов rectifier – выпрямитель и antenna – антенна). Ректенны улавливают пучки микроволн и снова превращают их в постоянный ток, подаваемый потребителям. Беспроволочная передача электроэнергии была успешно проверена на экспериментальной установке, а сейчас идет строительство ее полноразмерного варианта для снабжения электричеством отдаленной деревни

на о. Реюньон в Индийском океане. Эта деревня станет первой в мире общиной, использующей микроволновую технологию энергоснабжения. Селение находится на дне каньона глубиной в 1 км, и проложить туда линию электропередач оказалось невозможным. Пока ее жители пользуются установленными на крышах домов дорожными солнечными батареями, но места на крышах стало не хватать. Микроволновые системы стоят дешевле и солнечных батарей, и дизельных генераторов, они не нуждаются в мачтах для подвески проводов, которые нередко вызывают протесты сторонников защиты окружающей среды. Как говорят представители французского агентства по исследованию космического пространства CNES, разработавшего новую технологию, электроснабжение с помощью обычных сетей достаточно эффективно в центре их расположения, но затраты очень быстро возрастают по мере увеличения расстояния до потребителя. Поэтому микроволновая технология может оказаться выгодной и в доступных районах. Агентство намеревается вскоре начать пробную передачу электроэнергии на острове с помощью микроволн, а промышленная установка будет введена в эксплуатацию через три года.

КИНОПРОЕКТОР СКМ*

Правила хранения. Кинопроекторы требуются хранить в заводской упаковке. Условия хранения должны соответствовать условиям 1 по ГОСТу 15150-69 (отапливаемые и вентилируемые склады, хранилища с кондиционированным воздухом, при температуре от +5 до +40°C и относительной влажности воздуха не более 80% (при температуре +25°C).

Условия транспортирования должны соответствовать условиям 5 по ГОСТу 15150-69 (температура воздуха от +5 до -60°C, относительная влажность до 100% при температуре 25°C). Кинопроекторы, упакованные в ящики по ГОСТу 2991-85, могут транспортироваться всеми видами транспорта в крытых транспортных средствах, а на самолетах – только в отапливаемых герметизированных отсеках.

Ящики с узлами кинопроектора при хранении, погрузке и выгрузке, транспортировке и перемещениях **запрещено** бросать, ронять и кантовать, их необходимо предохранять от ударов.

В кинопроекторы 4СКМ по просьбе заказчика могут быть **дополнительно установлены:**

- **Вспомогательный тумблер «ДМ»** (S6 на электрической схеме А01), блокирующий работу датчика меток. Он предотвращает срабатывание автоматики перехода с поста на пост при работе с подкатного устройства при нерасклеенных метках на частях фильма и располагается на головке кинопроектора под рукояткой ручного привода слева от звукоблока. Следует помнить, что при включенном тумблере «БДМ» блокируется и обработка конца сеанса. Если необходимо, обработку музыкального ракорда можно производить в ручном режиме в соответствии с техническим описанием и инструкцией по эксплуатации кинопроектора.

- **Вспомогательный тумблер «БНП»** (S5 на электрической схеме А01), предназначенный для

кратковременной (1-2 дня) блокировки работы электродвигателей наматывателя и перематывателя при рабочем ходе кинопроектора. При этом функционирование обратной перемотки сохраняется в полном объеме. Тумблер расположен на головке кинопроектора под рукояткой ручного привода слева от звукоблока. Так как при включенном тумблере «БНП» обесточиваются только электродвигатели наматывателя и перематывателя, а управляющие модули А10.2 и А10.3 блока натяжения А10 остаются под напряжением, то при длительной работе без использования проекции с бобин рекомендуется провести отключение модулей А10.2 и А10.3.

- **Дополнительные реле (P1 и P2** на электрической схеме А26), срабатывающие синхронно с запуском главного привода (P1) и звукочитающей лампы (P2). Реле P1 и P2, предназначенные для выработки команд управления подкатным устройством и звуковым процессором, смонтированы на плате А26, выводы с контактных групп реле заведены на дополнительно установленные контакты 7А14 - 7А17 колодки ХТ7.

- **Ускоритель запуска звукочитающей лампы** смонтирован на плате А26. Его контакты 1 и 3 подключены в разрыв цепи SL1 «-»: контакт 1 – со стороны блока питания, контакт 3 – со стороны лампы. Контакт 2 подключен к цепи SL2 «+».

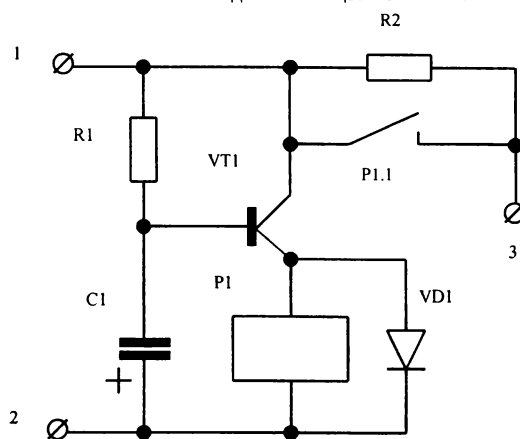


Рис. 33. Схема подключения контактов ускорителя запуска звукочитающей лампы

* Окончание. Начало в № 2 – 5,7,8,10, 2003 год

Перечень возможных неисправностей и способы их устранения

Наименование неисправности, внешнее проявление и дополнительные признаки	Вероятная причина неисправности	Метод устранения
1. При нажатии на кнопку «Пуск/Привод» электродвигатель не вращается	а) Отключен автомат защиты б) Кинофильм не заправлен в зазор датчика обрыва в) Неисправен датчик обрыва	а) Проверить положение автомата защиты б) Проверить правильность зарядки кинофильма в) Отрегулировать или заменить датчик обрыва (для продолжения кинопоказа датчик можно временно отключить тумблером «БДО»)
2. При нажатии на кнопку «Пуск/Лампа» зажигается при включенной вытяжной вентиляции. а) Индикатор «Вентиляция» не светится, индикатор «Блокировка» светится б) Вытяжная вентиляция включена, индикатор «Вентиляция» светится в) БПК включается (слышен щелчок пускателя), нет поджига	а) Неплотно закрыты левый, задний или правый защитные щитки осветителя или не сработал один из блокировочных микровыключателей б) Неисправен датчик вытяжки (ветровое реле) либо недостаточна скорость воздуха в системе вытяжки в) Не срабатывает устройство поджига ЗУК	а) Плотно закрыть защитные щитки и крышки осветителя, проверить работу его микровыключателей б) Проверить, правильно ли работает микровыключатель ветрового реле или увеличить мощность вытяжки в) Проверить работу зажигающего устройства
3. При нажатии на кнопку «Пуск/Лампа» ксеноновая лампа зажигается, но через 5–10 сек гаснет, после отключения лампы загорается индикатор «Вентиляция»	Не работает вентилятор обдува лампы либо неисправен датчик обдува	Проверить работу вентилятора и датчика
4. Отсутствует звук при поднятой заслонке	а) Не горит звуковая лампа б) Не попадает свет на фотодиоды в) Неисправен фотоусилитель	а) Проверить звуковую лампу, в случае необходимости – заменить и проверить наличие напряжения питания на контактах лампы б) Проверить чистоту оптических деталей звукового тракта, через смотровое окно визуально оценить наличие светового пятна в плоскости механической шели в) Убедиться, что при подаче сигнала с фотоусилителя на любой вход предварительного усилителя звук отсутствует либо слышен фоновый сигнал (гудение), и заменить фотоусилитель
5. Чрезмерная неустойчивость изображения по вертикали	а) Недостаточное усилие прижима фильма в фильмовом канале б) Чрезмерное радиальное биение скачкового барабана в) Значительный износ зубцов скачкового барабана г) Мал размер петли фильмового канала	а) Увеличить натяжение прижимных ленточек б) Провернуть скачковый барабан на валу мальтийского креста на 180° или заменить скачковый барабан в) Заменить барабан г) Перезарядить кинопроектор, установив нужный размер петли
6. Чрезмерная неустойчивость изображения по горизонтали	а) Значительная усадка фильма б) Заедают подпружиненные поперечно-направляющие ролики	а) Увлажнить фильм б) Прочистить и смазать подвижные поперечно-направляющие ролики
7. Изображение на экране имеет светлые полосы вверх или вниз («тяга» обтюлятора)	Неправильно установлен обтюратор, ослабли винты крепления обтюлятора	Отрегулировать обтюратор, надежно затянуть винты

<i>Наименование неисправности, внешнее проявление и дополнительные признаки</i>	<i>Вероятная причина неисправности</i>	<i>Метод устранения</i>
8. Изображение на экране нерезкое	а) Объектив не установлен на резкость б) Анаморфотная насадка не установлена на соответствующую дистанцию в) Объектив вставлен в держатель обратной стороной г) Линзы объектива или анаморфотной насадки загрязнены или замаслены д) Выпучивание фильма в кадровом окне из-за чрезмерного нагрева фильма или нестандартной ширины	а) Отфокусировать объектив ручкой фокусировки б) Установить насадку на дистанцию, соответствующую длине зала в) Установить объектив маркировкой в сторону экрана г) Очистить д) Устранить причину перегрева (например, перефокусирована ксеноновая лампа), заменить фильм
9. Изображение на экране выходит из рамки в вертикальном направлении	Неправильная склейка или зарядка фильма «не в кадр»	Переделать склейку во всех случаях, при помощи механизма коррекции совместить кадр с кадровым окном
10. Чрезмерный шум	а) Сильный износ зубцов барабанов б) Малы или велики размеры пульсирующих петель в) Погнуты диски бобин г) Чрезмерная усадка кинофильма	а) Заменить изношенные детали б) Правильно перезарядить кинофильм в) Заменить бобины г) Увлажнить кинофильм
11. Неравномерная и недостаточная освещенность киноэкрана	а) Неправильно установлена и отрегулирована ксеноновая лампа б) Чрезмерное потемнение колбы ксеноновой лампы в) Загрязнены элементы осветительно-проекционной системы г) Плохо отъюстирован отражатель	а) Правильно установить и отрегулировать лампу б) Сменить лампу в) Очистить г) Отъюстировать
12. Наматыватель слабо или чрезмерно натягивает фильм	Не отрегулировано натяжение	Отрегулировать натяжение
13. Фильм сходит с барабана	а) Зубцы барабана не вошли в перфорации фильма б) Узлы лентопротяжного тракта смещены в) Зазоры между придерживающими роликами и рабочими полями зубчатых барабанов чрезмерно велики г) Низкая техническая годность фильма, двусторонняя стрижка перфорации	а) Перезарядить фильм б) Выверить расположение деталей по шаблону (стальная перфорированная лента) или по фильму и закрепить в) Отрегулировать зазоры г) Отремонтировать фильм
14. Фильм рвется	а) Мал размер верхней и нижней петли б) Непрочные склейки в) Чрезмерное сопротивление тормозного устройства подающей бобины г) Зазоры между придерживающими роликами и рабочими полями зубчатых барабанов чрезмерно велики или малы д) Ослабло натяжение зубчатых ремней	а) Перезарядить фильм б) Отрегулировать натяжение ленточек в) Отрегулировать тормозной момент г) Отрегулировать зазоры д) Подтянуть натяжные ролики ременной передач
15. Повреждаются перфорации фильма	а) Петли меньше нормальных б) Трение в фильмовом канале слишком велико в) Изношены зубцы барабанов г) Чрезмерная усадка фильма д) Большое натяжение тормозного устройства или наматывателя	а) Перезарядить фильм б) Отрегулировать натяжение ленточек в) Перевернуть или заменить барабаны г) Увлажнить фильм д) Отрегулировать натяжение

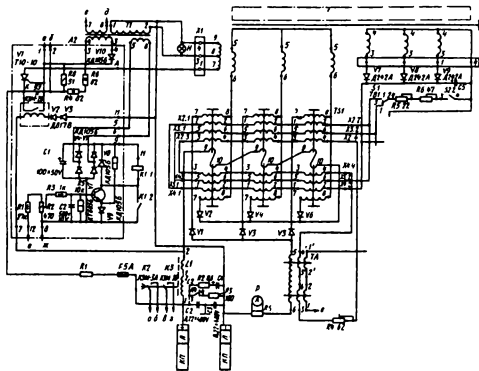
Наименование неисправности, внешне проявление и дополнительные признаки	Вероятная причина неисправности	Метод устранения
16. Повреждается поверхность фильма	а) Не вращаются ролики б) Не вращается гладкий барабан	а) Прочистить и смазать б) Промыть подшипники и смазать
17. Недостаточная громкость и искажение звука	а) Колба звукочитающей лампы загрязнена б) Неправильно установлена звукочитающая лампа в) Потеря чувствительности фотодиодов г) Загрязнение наружных оптических поверхностей микрообъектива и светопровода д) Изображение фонограммы смещено относительно механической щели	а) Протереть колбу, затем обязательно отъюстировать лампу б) Установить и отъюстировать лампу в) Заменить фотодиоды г) Произвести чистку д) Отрегулировать положение изображения поворотом призмы или поперечной подвижкой микрообъектива
18. «Плавает» звук (повышенная детонация) Верхний ролик стабилизатора скорости при рабочем ходе фильма находится в положении упора	а) Не отрегулирован тормозящий момент тормозного барабана б) Заедание оси гладкого барабана	а) При рабочем ходе фильма отрегулировать тормозной барабан так, чтобы верхний ролик стабилизатора скорости находился в среднем положении диапазона подвижек б) Промыть и смазать подшипники

ЧТО ДОЛЖЕН ЗНАТЬ И УМЕТЬ КИНОМЕХАНИК *

Материалы подготовлены Ю. Черкасовым

По техническим причинам в этом номере журнала приведена принципиальная электрическая схема устройства 50 ВУК-120-1, описание которого опубликовано в предыдущем номере (рис. 4).

*Продолжение. Начало в №9-10, 2003 г.



Неполадки в работе выпрямительных устройств и способы их устранения. Типичные неисправности выпрямительных устройств и способы их устранения приведены в табл. 5. При неисправностях устройства, вызванных нарушением работы транзисторного усилителя, следует пе-

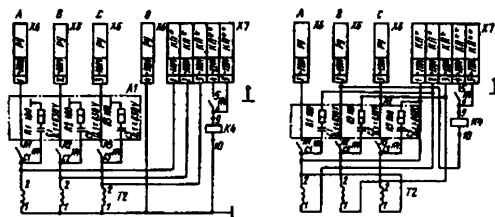
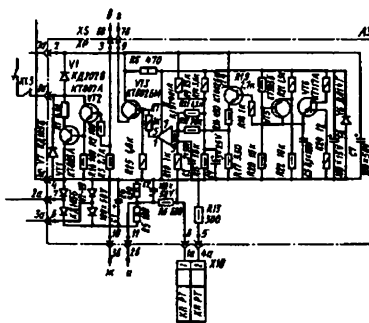


Рис. 4. Принципиальная электрическая схема устройства 50 ВУК-120-1:

Р_у – распределительное устройство, К_п – кинопроектор, К_в – линия вентилятора, К_л – линия включения, Л – лампа, Р_т – регулятор тока

Таблица 5

<i>Неисправность, ее внешнее проявление и дополнительные признаки</i>	<i>Вероятная причина</i>	<i>Действия по устранению</i>
Выпрямительное устройство 53 ВУК-50М		
Ток выхода мал и не регулируется регулятором тока	<ol style="list-style-type: none"> 1. Обрыв в цепи регулятора или обмоток 1-2 дросселей TS1-TS3 2. Неисправен регулятор тока, установленный на кинопроекторе 3. Обрыв в резисторе R1 4. Неисправен выпрямитель V7 5. Неисправен стабилизатор 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Устранить обрыв 2. Заменить регулятор тока 3. Заменить резистор R1 4. Заменить выпрямитель V7 5. Устранить неисправность
Ток выхода регулируется, но не удается установить 45 А	<ol style="list-style-type: none"> 1. Нет фазы питающей сети 2. Неисправен вентиль моста V1-V6 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Устранить обрыв в фазе питающей сети 2. Заменить вентиль моста
Выпрямитель не включается с кинопроектора	<ol style="list-style-type: none"> 1. Обрыв в катушке магнитного пускателя 2. Обрыв или нарушение контакта в цепи катушки магнитного пускателя 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Заменить катушку магнитного пускателя 2. Устранить неисправность
Выпрямительное устройство 50 ВУК-120		
Выпрямленный ток мал и не регулируется от выносного регулятора, но регулируется от ручного	<ol style="list-style-type: none"> 1. Обрыв в цепи выносного регулятора 2. Обрыв в цепи эмиттер-коллектор транзистора ПП1 3. Обрыв в эмиттерной (коллекторной) цепи триода ППЗ 4. Пробой (короткое замыкание) в эмиттерной (коллекторной) цепи триода ПП2 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Восстановить цепь 2. Устранить обрыв 3. Устранить обрыв. При выходе из строя транзистора требуется заменить его 4. Заменить транзистор
Выпрямительный ток 100 А и не регулируется выносным регулятором тока	<ol style="list-style-type: none"> 1. Магнитоуправляемый контакт Э отошел от зазора на дросселе фильтра Др 2. Обрыв в цепи контакта Э 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Установить магнитоуправляемый контакт Э против зазора на дросселе Др 2. Устранить обрыв в цепи контакта Э
Выпрямительный ток мал и не регулируется ни от выносного регулятора, ни от ручного Выпрямленный ток велик и не регулируется от выносного регулятора	<ol style="list-style-type: none"> 1. Обрыв в цепи обмотки подмагничивания дросселей насыщения ДН1, ДН2 2. Короткое замыкание в цепи регулятора 3. Пробой (короткое замыкание) эмиттерной (коллекторной) цепи триода ПП1 или ППЗ 4. Обрыв в эмиттерной (коллекторной) цепи триода ПП2 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Восстановить цепь 2. Устранить короткое замыкание 3. Заменить транзистор 4. При выходе из строя транзистора заменить его. Устранить обрыв

<i>Неисправность, ее внешнее проявление и дополнительные признаки</i>	<i>Вероятная причина</i>	<i>Действия по устранению</i>
Выпрямительное устройство 50 ВУК-120-1		
Выпрямленный ток мал и не регулируется от выносного регулятора, но регулируется от ручного	1. Обрыв в цепи выносного регулятора 2. Неисправен регулятор тока (блок А3)	1. Восстановить обрыв 2. Отремонтировать регулятор
Малы пределы регулировки тока в режиме автоматического регулирования	Регулятор тока, установленный на кинопроекторе, не типовой, меньшей величины	Установить типовой регулятор 680 Ом, R>2 Вт
Не зажигается ксеноновая лампа Вентилятор охлаждения ксеноновой лампы вращается не в ту сторону	1. Неисправна ксеноновая лампа 2. Неисправно устройство высоковольтного пробоя кинопроектора 3. Сгорел предохранитель F 4. Неисправен блок подпитки (нет напряжения подпитки либо напряжение меньше 135 В) 5. Неправильная фазировка либо при подключении выпрямителя, либо при монтаже	1. Заменить лампу 2. Отрегулировать или отремонтировать устройство 3. Заменить предохранитель 4. Отремонтировать блок. Перед ремонтом проверить наличие напряжения 183 В, подходящего к тиристор V1, отсутствие обрывов подводящих проводов 5. Поменять местами две фазы в линии, идущей к вентилятору
Выпрямительные устройства ВКТ-1, ВКТ-2, ВКТ-3 и ВКТ-5		
Пускатель выпрямителя не включается	1. Обрыв в цепи включения пускателя	1. Проверить цепь пускателя, устранить обрыв
Пускатель включается, бросок напряжения подпитки есть, ток отсутствует	1. Обрыв в цепи регулятора тока, установленного на проекторе. Плохой контакт в разъемах 2. Неисправность в блоке управления	1. Устранить обрыв в цепи регулятора тока или плохой контакт в разъемах 2. Дефект устраняется в киноремонтном предприятии
Пускатель включается, нет броска напряжения, нет тока	Неисправны предохранители в блоке питания цепей управления	Заменить неисправные предохранители
Схема блокируется, ксеноновая лампа не зажигается, загорается сигнал «Авария»	1. Короткое замыкание в цепи лампы или цепи регулятора тока 2. Потеря фазы 3. Повышенные пульсации	1. Устранить короткое замыкание в цепи лампы или в цепи регулятора тока 2. Устранить потерю фазы 3. Проверить исправность конденсаторов фильтра. Неисправный конденсатор заменить

<i>Неисправность, ее внешнее проявление и дополнительные признаки</i>	<i>Вероятная причина</i>	<i>Действия по устранению</i>
Выпрямительное устройство 49ВК-160У		
Выпрямленный ток мал и не регулируется ручкой «Авт. рег.» или ручкой выносного регулятора тока, но регулируется ручкой «Ручн. рег.»	1. Обрыв в цепи регулятора тока (R9 или выносного) 2. Не поступает сигнал на базу транзистора T2 из-за обрыва в цепи магнитоуправляемого контакта Э 3. Магнитоуправляемый контакт Э отошел от зазора на дросселе Др1 4. Обрыв в цепи эмиттер – коллектор транзисторов T1 и T3 5. Пробой (короткое замыкание) цепи эмиттер – коллектор транзистора T2	1. Восстановить нарушенную цепь 2. Устранить обрыв 3. Устранить магнитоуправляемый контакт против зазора на дросселе Др1 4. Заменить вышедшие из строя транзисторы 5. Заменить транзистор
Выпрямленный ток мал и не регулируется ни ручкой «Авт. рег.», ни ручкой «Ручн. рег.»	Обрыв в цепи обмотки подмагничивания дросселей ДН1, ДН2	Восстановить нарушенную цепь
Ток выхода выпрямителя велик и не регулируется ручкой «Авт. рег.»	1. Короткое замыкание в цепи регуляторов тока (R9 или выносного) 2. Пробой (короткое замыкание) цепи эмиттер–коллектор транзисторов T1 и T2 3. Обрыв цепи эмиттер – коллектор транзистора T2	1. Устранить короткое замыкание 2. Заменить нашедшие из строя транзисторы 3. Устранить обрыв
Световой сигнал указывает на неисправность вентилятора	1. Неисправен двигатель вентилятора 2. Разорвана цепь питания сигнализации 3. Перегорела сигнальная лампа	1. Снизить ток выпрямителя до 80% от номинального. Заменить мотор 2. Восстановить нарушенную цепь 3. Установить неисправную лампу

реходить на ручное регулирование тока. Замена транзисторного усилителя на работающем устройстве допускается только в крайних случаях при соблюдении строгих мер предосторожности.

Пульт дистанционного управления 55 ПДУ (рис. 10) служит для дистанционного управления электролебедками экрана, темнителям света, световой и звуковой сигнализацией. Принципиальная схема пульта приведена на рис. 11, а спецификация размещена в табл. 6.

Пульт сигнализирует звуковым сигналом и четырьмя световыми: «Начать», «Экран», «Звук», «Стоп». В устройстве имеются 12 кнопочных элементов, образующих три кнопочные станции, обозначенные надписями «Экран», «Темнитель» и «Дежурное освещение». Кнопки имеют надписи:

– «Экран» – «широкоформатный», «широкий», «кашетируванный», «обычный», «закрыть», «стоп»;

- «Темнитель» - «темно», «светло», «стоп»;
- «Дежурное освещение» - «включено», «отключено».

Выключатель на пульте включает и отключает бра местного освещения и розетки.

Конструктивно пульт 55ПДУ представляет собой металлический короб с откидывающейся панелью управления. Защитное заземление подключается к специальной стойке, расположенной на задней стенке корпуса. Для крепления устройства к стене на задней стенке корпуса предусмотрены отверстия. Габаритные размеры - 222 x 374 x 128 мм, масса - 6 кг.

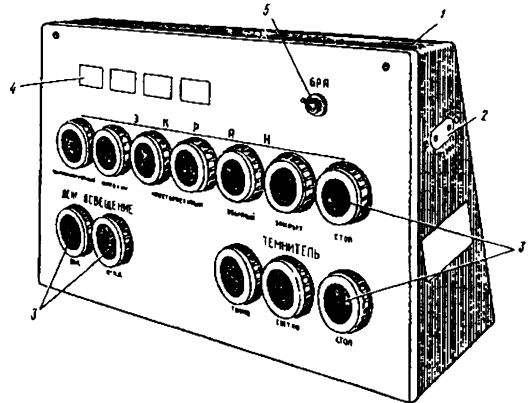


Рис. 10. Общий вид пульта дистанционного управления 55 ПДУ: 1 - корпус, 2 - розетки, 3 - кнопки управления, 4 - окна световой сигнализации, 5 - выключатель

Таблица 6

Обозначение на схеме	Наименование и тип	Номинал	Количество
Л1-Л4	Лампа накаливания МН 6,3 - 0,22	3,6 В	4
Кн1-Кн2	Кнопка управления КУ-1М	5 А	12
П1-П4	Панель		
Зв	Звонок	Провод ПЭВ-1	700 витков
В	Переключатель	220 В, 3 А	1
Ш	Розетка	220 В, 6 А	1

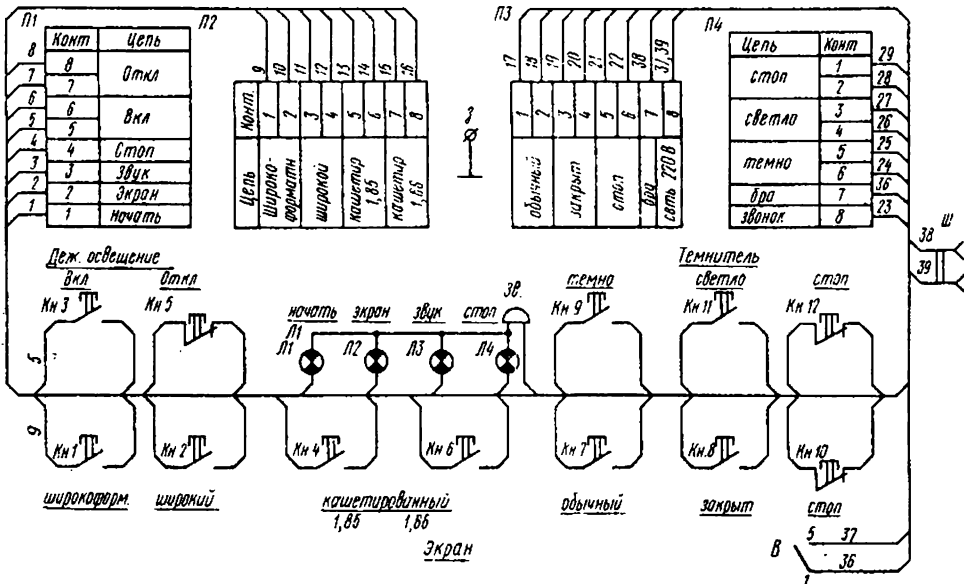


Рис. 11. Принципиальная электрическая схема пульта дистанционного управления 55 ПДУ

ТЕХНИКА, СТАВШАЯ ИСКУССТВОМ...



Кинотеатры "под ключ" • Проектирование • Поставка • Инсталляция



Кинотеатральные акустические системы JBL



Кинопроцессоры DOLBY LABORATORIES



Кинопроцессоры DTS



Усилители мощности CROWN



Высококачественная кинооптика Schneider Optische



Кинопроекторные аппараты CINEMECCANICA



Экраны HARKNESS HALL LIMITED

Все оборудование сертифицировано ГОСТ-Р

121165, Россия, Москва, Кутузовский проспект, 30/32, под. 12 б
тел: +7 095 234 0006, факс: +7 095 249 8034, e-mail: office@ms-max.ru, http://www.ms-max.ru