

КИНОМЕХАНИК/ НОВЫЕ ФИЛЬМЫ

№ 11/2005

ИНДЕКС 70431
ISSN0023-1681
ВЫХОДИТ С АПРЕЛЯ 1937 ГОДА

В ЭТОМ НОМЕРЕ...

СОБЫТИЯ И ЛЮДИ

Л. Мухина, В. Семичастная
Москва. КиноЭкспо 2005 2

К. Тарасов
Экранное насилие: проблема воздействия 10

КИНОТЕХНИКА

Новые книги 16

Ю. Черкасов, О. Шатилов
Новое пособие по кинотеатральной технике . . 18

В. Нефедов, В. Самохин
Проекторы Eiki 27

В. Лазарева
Сертификация: от количества к качеству 31

НОВЫЕ ФИЛЬМЫ

ОТЕЧЕСТВЕННЫЕ ФИЛЬМЫ

Анна 34
Гарпастум 35
Первый после бога 36
Последний уикенд 37

ЗАРУБЕЖНЫЕ ФИЛЬМЫ

Доказательство 38
Космический дозор. Эпизод 1 39
Легенда Зорро 40
Любовь к собакам обязательна 41
Оливер Твист 42
Плюшевый синдром 43
Преданный садовник 44
Путеводитель 45
Сломанные цветы 46
Суперкросс 47
Уоллес и Громит:
Проклятие кролика-оборотня 48

СОБЫТИЯ

Дебюты – ростки кино. 49

ПРОБЛЕМА

Даешь фестиваль! 51

ФЕСТИВАЛИ

«Меридианы Тихого» 55
«Новое британское кино» 58

ФИЛЬМ-ЮБИЛЯР 61

ЮБИЛЯРЫ НОЯБРЯ 63

Москва. КиноЭкспо 2005

Л.Мухина, В.Семичастная



Вид на выставочный комплекс со стороны Москвы-реки

Осенью всегда бывают разнообразные выставки. Однако сентябрь ждем с особым нетерпением: события этого месяца очень важны для кинопоказа и кинопроката. И вот они начинаются...

Седьмой павильон выставочного комплекса «Экспоцентр» на Красной Пресне встречает посетителей первой неожиданностью – на большом экране с логотипом Centromobile транслируется рекламный ролик фирмы. Вне здания не заметно больше ничего, свидетельствующего о том, что в павильоне совместно проходят VII международный форум, выставка «КиноЭкспо 2005» и 64 Российский международный кинорынок.

Традиционно церемонию открытия возглавил **День российской кинематографии**, организованный Федеральным агентством по культуре и кинематографии. В программу вошли: дебютная картина Павла Санаева «Последний уикенд», знаменитый теперь «Итальянец» (номинирован на «Оскар») Андрея Кравчука и музыкальная мелодрама Евгения Гинзбурга «Анна».

В этот же день руководство компании «КАРО» объявило об открытии нового подразделения – «Каропрокат», которое будет заниматься прокатом только отечественных фильмов. Новая компания

начнет свою деятельность с дистрибьюции, а в ближайшем будущем займется и производством своих фильмов. По словам генерального директора «КАРО» **Леонида Огородникова**, «с тех пор как российские фильмы заняли первые места в рейтингах бокс-оффисах, мы не могли не задуматься об организации собственного кинопроизводства. У нас перед глазами положительный опыт наших коллег».

В дни работы Кинорынка было проведено большое количество предпремьерных показов и презентаций новых блокбастеров ведущих голливудских студий и лучших отечественных картин, которые состоялись задолго до их выхода в прокат страны.

В рамках форума состоялась IV Национальная церемония вручения призов за достижения в кинобизнесе.

Лауреатами 2005 года стали:

Человек года в кинобизнесе – **Никита Михалков**
За вклад в развитие национального кинопроката – **Борис Асриев**

Прокатчик года – **Геворг Нерсисян**
Лучший кинотеатр двух столиц – **«Атриум» в Москве**
Лучший региональный кинотеатр – **«Гигант» в Хабаровске**

Киноактер года – **Константин Хабенский**



Г. Нерсисян и Б. Асриев

Фильмы, собравшие в кинопрокате СНГ более 10 млн. долларов:

«Турецкий гамбит», «Война миров», «Мистер и миссис Смит».

В финале во вновь открывшемся московском кинотеатре «Октябрь» участникам и гостям демонстрировали фильм Федора Бондарчука **«9 рота»**.



Ф.Бондарчук и Н.Михалков

Услуги, похоже, в этом году больше интересуют деловой кинотеатральный мир, чем новое оборудование и качественный показ. Во всяком случае, именно в этой части экспозиции заметно некоторое оживление и появились новые участники. Увы, вялому равнодушию к кинопроекторному, акустическому и сервисному оборудованию можно найти оправдание – интересные новинки в этом



году практически отсутствуют. Блиц-опрос подтверждает истинность первых впечатлений.

Юрий Леечкис (НИКФИ): «Эта выставка выглядит несколько слабее, чем в предыдущие годы. Проведение выставки совместно с Кинорынком не совсем удачно. Прибывшие на Кинорынок люди проходят к стендам дистрибьюторов фильмов, не обращая внимания на технику. Предложения разных фирм часто дублируют друг друга и тем вносят некоторую сумятицу. Зато представлены разнообразные ксеноновые лампы, киноэкраны разных фирм. Конкуренция позволяет выбирать. Вот, пожалуй, основное, что бросается в глаза».

Владимир Егоров («Кинотех», Москва): «Мы выставляем кино-, видео- и звуковое оборудование, расходные материалы и большой набор запасных частей, необходимых для послегарантийного сервисного обслуживания аппаратуры – самое главное, этого больше ни у кого нет. Второй раз выставка проходит вместе с Кинорынком. Неудачное решение: приехавшие руководители кинопрокатных организаций пробегают мимо всех представленных здесь технических служб, как буд-



В.Егоров



М. Неронин

то преодолевая помеху на пути. Кинофорум не представляет для них ни малейшего интереса. Пока его проводили в Санкт-Петербурге, на него съезжались технические специалисты, которым выставка и форум приносили ощутимую пользу, сообщали новейшую информацию. Показательно, что на московских выставках количество видео- и кинопроекторного оборудования стало значительно меньше, зато выставлены аппараты для попкорна и пиццы – то есть то, на чем можно зарабатывать вокруг кинотеатра».

В дни форума состоялся семинар финской компании Generator Post «Новые возможности Post Production – Post Production House Generator Post». Ведущая семинар **Маритта Неронин**, координатор компании, свободно владеет русским языком, знает, о чем говорит, и толково отвечает на вопросы. Появившаяся всего три года назад компания добилась определенных успехов. Теперь ее сотрудники участвуют почти во всех художественных и документальных финских фильмах, делают часть видеоклипов и 96% всех рекламных роликов, производимых в Финляндии, нередко работают по шведским и эстонским заказам. На российском рынке компания появилась впервые. Этот новичок предлагает заказчикам главное богатство компании – талант ее коллектива. Существенная часть любого



Деловые встречи во время Кинорынка

дела или вида искусств, в кинематографии талант тем более важен. Сильной стороной компании является опыт: основатели компании работают в кино по 25 и более лет, накопленный опыт успешно служит делу. Обширные технические возможности и экономическая состоятельность фирмы являются своеобразной гарантией качества работы компании, так как приобретены как раз благодаря многочисленным, хорошо выполненным заказам.

Generator Post — post production-компания полного цикла. Здесь делают все, относящееся к данному виду деятельности: телекино, оцифровку, цветокоррекцию, звук, фильм-рекординг... Качество работы полностью отвечает безупречной репутации, которую повсюду заслужили финские товары и услуги. Клиент, обратившийся со своим «сырым» материалом (практически любого формата), получает его полностью готовым к премьере. Но всегда решает сам, что именно хочет получить, какие шаги необходимы. Уважая своих клиентов и себя, компания не останавливается лишь на оказании профессиональных услуг: если потребуется, ее сотрудник закажет иностранным гостям гостиницу, предложит культурную программу, поможет решить возникшие проблемы.

Думается, такой подход, как и остальные принципы ведения дела в компании Generator Post, зас-

луживают внимательного изучения. В частности, фирма отказалась от административной надстройки, все без исключения ее сотрудники работают над заказами. Инвестиции (обычно они требуются для приобретения нового оборудования) компания получает без затруднений — благодаря хорошей самоокупаемости и качеству работы. Современное оборудование беспрепятственно обеспечивает высокую мобильность работы, позволяя, например, за два часа внести изменения в рекламный ролик. Фильм-рекординг — новая, лишь в последнее время предлагаемая услуга. Печать изображения на киноленту выполняется с наивысшим качеством и высокой скоростью.

Наиболее часто задаваемый вопрос можно угадать без труда: «Сколько стоит работа?» В действительности, при любой покупке важна не собственно цена, а соотношение «цена/качество». Разумеется, каждый покупатель хочет получить наиболее высокое качество по наиболее низкой цене. Если провести небольшой анализ цен, которые опубликованы на сайтах российских и иностранных компаний, предоставляющих услуги post production, бросаются в глаза различия в логике ценообразования. Например, для выполнения цветокоррекции нужно сканировать материал, выполнить собственно цветокоррекцию, а затем выло-

жить результат на какой-либо носитель. Некоторые «продавцы» назначают цену за каждый этап отдельно – на первый взгляд, их цена за цветокоррекцию дешевле, но ведь цены на остальные этапы работы просто не прозвучали. В Generator Post считают, что все перечисленные фазы работы, и некоторые другие, в отдельных случаях необходимые, например, лабораторная обработка материала – это единый рабочий процесс, который должен быть оплачен комплексно. Случается, в итоге такие этапы работы, влияющие на результирующее качество, как ультразвуковая очистка, выполняются бесплатно, а общая цена получается ниже, чем оплата работы по отдельным фрагментам.

Профессиональный совет координатора Generator Post: принимая решение, какой компании post production отдать предпочтение, узнайте, какие конкретно работы включены в стоимость. И помните, что соблазненный низкой ценой клиент впоследствии может быть вынужден затратить намного больше, чтобы получить качественный, отвечающий своему назначению материал – это особенно справедливо для рекламных роликов.

Конференция «Бизнес кинотеатров», организованная отечественной компанией «Невафильм», охватила темы «Цифровые технологии кинопоказа», «Технологии увеличения прибыли кинотеатров», «Кинобизнес в странах СНГ».

Аудиторию составили руководители и администраторы кинотеатров, инженеры и технические специалисты, журналисты.

Первая часть конференции посвящена цифровым технологиям, в первую очередь – технологиям кинопоказа. Вторая тема рассматривает концепции новых решений для увеличения прибыли в кинотеатре. Третья сессия конференции – это обзор рынков кинотеатров двух ближайших соседей России, Украины и Казахстана.

Открывая конференцию, генеральный директор компании «Невафильм» **О. Березин** сообщил, что в текущем году российский рынок (как, впрочем, и в 2004-м) характеризует энергичная дина-



Напряженная работа...

мика. В стране растет количество кинотеатров, второй год подряд этот рост составляет 29-30%. Вскоре (по оценкам) современных кинотеатров в нашем Отечестве будет 500, а кинозалов – более 1000. Прогноз опирается на статистические данные, свидетельствующие, что в течение нескольких последних лет каждые два-три года число таких кинозалов практически удваивается.

Основной тенденцией развития сегодняшнего рынка стало оборудование многозальных кинотеатров в торговых центрах. В России их насчитывается уже 220, то есть каждый четвертый современный кинозал расположен в торговом центре, причем за последние полтора года их доля в общем количестве отечественных кинотеатров вдвое увеличилась.

Направление развития данной тенденции можно предвидеть, зная, что в столице 47% современных кинозалов (почти половина) находятся в торговых центрах, а к концу текущего года, безусловно, их станет более 50 процентов.

Еще эффектнее ситуация выглядит в Санкт-Петербурге: в «торговых рядах» расположились две трети всех современных кинозалов, все новые городские проекты (единственное исключение – реконструкция кинотеатра «Художествен-

ный») связаны именно с развитием кинотеатров в торговых центрах.

Похожее положение наблюдается по всей стране – в текущем году 70% всех открывшихся кинотеатров расположились в зонах торговых центров. В наступающем году оно сохранится, так как почти все проекты в регионах связаны именно с размещением и реконструкцией кинозалов в торговых центрах.

Конец 2005 и весь следующий год пройдут под знаком мегамасштабной экспансии крупных сетей кинотеатров на региональные рынки – такие, как Казань, Пермь, Екатеринбург, Новосибирск, Красноярск. Очевидно, что подобная экспансия вызовет изменение состояния дел в каждом конкретном регионе и модифицирует бизнес-окружение всех кинотеатров, которые уже существуют на этих рынках. Полтора года понадобилось питерскому деловому миру, чтобы пережить шок от удвоения рынка, вызванного почти одновременным открытием 36 новых современных кинотеатров сети «Кронверк Синема» весной 2004 года. В ближайшем будущем город ожидает появление нескольких новых мультплексов и многозальных кинотеатров. Ожидается, что их число возрастет в 3.5 раза по сравнению с 2003 годом. Такое стремительное увеличение количества кинозалов и усиление рынка становятся характерной особенностью не только столиц, но и регионов.

Известно, что казанский кинотеатральный рынок в текущем году увеличится в три раза и вновь удвоится в 2006-м. В Перми рынок с 2004 года по 2006 вырастет в 4 раза. Для Екатеринбурга прогноз предсказывает рост рынка в 2,5 раза к концу 2006 года, для Новосибирска – в 3 раза. Пока кинотеатров у нас мало, появление еще одной крупной компании на рынке кинотеатров больших городов вызывает его стремительный рост. Уже понятно, какие изменения, вызванные этим ростом, произойдут в бизнес-моделях существующих кинотеатров. Им пора задумываться, каким образом потребуются изменить свои подходы к ведению дела, чтобы:

- жить и выживать в конкурентной борьбе,
- сохранять лояльность зрителей к своему кинотеатру,
- научиться дополнительно привлекать зрителей,
- увеличивать доходы.

Ответ очевиден: необходимо создать новые бизнес-модели увеличения дохода кинотеатра от кинопоказа и доходов от сопутствующих услуг и развлечений.

Почему решено было связать темы «Цифровые технологии» и «Бизнес кинотеатров» в рамках одной конференции? Да потому, что ведение дел во всех областях человеческой деятельности с приходом в них цифровых технологий меняется удивительным образом. Телефонная связь, видео, домашнее телевидение, интернет позволяют каждому из нас ясно осознавать, сколько и каких новых возможностей возникает в каждом деле с введением в него цифровых технологий.

Сегодня поход в кинотеатр – далеко не единственный способ отдохнуть и получить удовольствие. Кроме такого посещения, в одной только области технологических развлечений, существует огромный выбор: прослушивание музыки, путешествие по интернету, компьютерные игры, видеоигры, мобильные телефоны, телевидение и домашнее DVD... Ни в одной стране мира поход в кино не назовут «развлечением №1». В Испании или Германии предпочитают посидеть с друзьями за бутылкой вина или кружкой пива, японцам больше по душе шоппинг... Чтобы понять, как в дальнейшем эффективно развивать бизнес в кинотеатрах, в первую очередь требуется осознать, как меняется современный потребитель развлечений – кинотеатральный зритель.

Недавние исследования свидетельствуют, что современный потребитель требует выбора развлечений и управления своим развлечением.

Суть термина «управлять развлечением» может стать очевиднее на примере музыкального рынка. Мы привыкли покупать в магазине диск, скажем, с концертом любимой группы исполнителей. А сегодня многие крупные магазины предла-

гают услугу «Сделай себе диск сам». Эта услуга состоит в том, что покупатель формирует (по каталогу) список любимых мелодий. Ему записывают, а он покупает лично им выбранную программу.

Другой наглядный пример управления развлечением – переключение каналов телевизора или манипуляции с ручкой настройки радиоприемника. Выбирая конкретный канал для просмотра и определенную волну для прослушивания, записывая именно этот фильм на DVD, скачивая через интернет конкретную мелодию, книгу или фильм, потребитель управляет своим развлечением.

Зритель хочет выбирать, что ему слушать или смотреть. Но сегодня большинство кинотеатров показывают один и тот же фильм в одно и то же время. В это же время в мире и в нашей стране прямо на глазах разворачивается бум мобильного контента¹ для телефонов. Заставки, клипы, мелодии закачиваются в телефоны в немыслимых количествах – это тоже индивидуальный выбор и управление своим развлечением. Почти каждый телевизионный канал, каждая радиостанция предлагают услуги, связанные с мобильными телефонами. Достаточно сказать, что рынок мобильного контента (только контента!) в России уже второй год «стоит» дороже, чем рынок кинотеатральный. В 2004 году объем рынка мобильного контента составил 211 млн. долларов.

Интересный факт: проведенные в Санкт-Петербурге исследования зрительской аудитории показали, что именно мобильные телефоны, а не интернет, названы в подавляющем большинстве ответов наиболее предпочтительным каналом получения информации об афише и расписании фильмов. Организованная на основании этих данных услуга по рассылке анонсов кинофильмов пользуется громадным успехом.

Понятно, что кинотеатры не могут игнорировать новые технологии. Их можно применять широко и эффективно. Например, в интересах кинотеатров

мобильные устройства могут передавать любую мультимедийную информацию и контент, оповещать о расписании и репертуаре, местонахождении кинотеатра, проводимых в кинотеатре мероприятиях. Передавать заставки, постеры, музыку из кинофильмов, сообщения о новых фильмах, новости из мира кино или новости самого кинотеатра. Возможно и многое другое – вплоть до заказа по мобильному телефону фильма для просмотра в зале или голосования во время интерактивной программы.

Важно понять, что цифровые технологии в кинотеатре – не просто и не только замена 35-мм киноплёнки, а новый, совершенно иной качественный уровень ведения кинотеатрального дела и новые, неосуществимые ранее возможности для кинотеатра, основа для широкого спектра мультимедийных услуг, которые сможет организовать кинотеатр для своего зрителя.

Эти услуги можно разделить по функциональному назначению на сервис и коммуникацию между зрителем и кинотеатром, сервис и коммуникацию между зрителем и владельцем контента, в таком случае кинотеатр выступает в роли провайдера услуги.

По способу доставки услуги могут быть стационарными (кинзал, фойе, вход в кинотеатр или в терминал) и мобильными (передаваемыми на различные переносные устройства – телефоны, смартфоны, коммуникаторы).

Услуги могут быть основаны на проекции – не только показ художественного фильма текущего репертуара, но и демонстрация фильмов из архивов и библиотек, просмотры фильмов по запросу или фильмов с изменяемым сценарием², прямые трансляции различных событий. Например, возможен «мост» между кинозалами в разных городах. В одном или нескольких из них зрители виртуально «присутствуют» на, скажем, премьере фильма и выступлении режиссера этого фильма,

¹ «Контент» – это фильм, ролик, клип, словом, вся аудио-, видео- или рекламная информация.

² Фильм смонтирован таким образом, что зрители могут в определенные моменты выбрать сюжет дальнейшего развития фильма.

задают ему вопросы, получают ответы, хотя сам режиссер и его «реальная» аудитория находятся в другом городе. Большой интерес могут вызвать ролевые массовые игры – на экран транслируется картинка, каждый зритель со своего места управляет своим персонажем. Подобные услуги уже предлагают некоторые заграничные кинотеатры. Естественно, аналогичный сервис применим к бизнесу, проведению различных конференций, презентаций и т. д., особенно в утренние часы, когда кинозалы не работают на полную мощность.

Доставка рекламы в кинотеатр, программирование рекламы, ее демонстрация и генерация отчетов для рекламодателей – еще одно перспективное применение цифровых технологий.

В области коммуникации между зрителем и кинотеатром мультимедийный сервис поможет – организовать оплату услуг кинотеатра и новые рекламно-информационные каналы, – воспользоваться интерактивным контентом³, – передавать информацию, ориентированную на определенные категории зрителей⁴, – демонстрировать фильмы на выбранном языке или языках, – транслировать в наушники описание действий на экране (для слабослышащих) и более громкий звук или титры (для слабослышащих).

Сервис и коммуникация между зрителем и владельцем контента, когда кинотеатр выступает в роли провайдера, обеспечивает трансляцию любой информации, основанной на фильмах, демонстрируемых в данном кинотеатре: рекламы, фотографий актеров, слайдов, постеров, фрагментов кинофильмов, музыки, рейтингов и т. д., проведение голосований, викторин, опросов зрителей.

С ростом рынка и конкуренции между кинотеатрами собственно просмотр фильма становится все

более доступным. Доходы от обычного демонстрация фильмов «застывают» или даже снижаются.

Общеизвестно, что ценовая конкуренция (демпинг цены билетов) не приведет к долгосрочному увеличению доходов. Нужны новые, нестандартные действия для сохранения и развития бизнеса своего кинотеатра. По примеру других рынков развлечений, вскоре владельцам и операторам современных кинотеатров непременно потребуются вводить современные мультимедийные услуги, чтобы получать прибыль от дела и возвращать свои вложения.

Однако перейти от традиционного демонстрация фильмов в кинотеатре к мультимедийным услугам не так просто. В первую очередь владельцам кинотеатров предстоит видоизменить существующую модель кинотеатра. Сегодня основные доходы кинотеатру приносит демонстрация 35-мм фильмов, репертуар полностью формируется предложениями текущих выпусков новых картин от дистрибьюторов, все кинотеатры демонстрируют один и тот же фильм в одно и то же время (г-н Березин подчеркнул, что повторяет эти слова). Возникает естественный вопрос, какие бизнес-модели необходимо выбрать и принять? Реальными выглядят две модели движения кинотеатров в область введения мультимедийных услуг для зрителей:

– экономичная модель с низким риском и невысокой скоростью роста доходов и развития дела. Деятельность таких кинотеатров основана на демонстрации контента, получаемого от дистрибьютора;

– более дорогой путь развития, с высоким риском, с многочисленными предлагаемыми разнообразными услугами. Прибыль приносят различные типы контента, распространяемого через кинотеатр.

Первая модель может подойти небольшим одиночным кинотеатрам с ограниченными финансовыми ресурсами, но высоким качеством демонстрации контента и дополнительных предлагаемых услуг, с великолепным комфортом. С хорошими качественными и психологическими показателями подобные кинотеатры могут успешно конкурировать на рынке. Дан-

³ *Интерактивный контент – тот, на который может влиять зритель.*

⁴ *Информация может быть ориентирована на зрителей определенного пола и возраста, входящих в определенную социальную группу.*

ный путь неприемлем для операторов сетей кинотеатров, которые уже сделали или запланировали на ближайшее время значительные инвестиции на развитие сервиса для зрителей: планирование и продажа билетов, система рекламы в фойе, видеопроекторы, а в близком будущем – и цифровые проекторы для кинозалов. Ради возврата вложенных средств такие операторы не имеют права и не рискнут упустить ту прибыль, которая будет генерироваться на базе контента, демонстрируемого в их кинотеатрах. В таком случае предпочтение отдадут модели интегрированных мультимедийных услуг для посетителей своих кинотеатров. Однако данный выбор практически вовлекает своих «клиентов» (владельцев и операторов сетей) во все этапы производства и оказания мультимедийных ус-

луг, включая получение дохода и прибыли от этой деятельности. «Клиенты» начинают играть различные роли в упаковке, продвижении и продаже контента и услуг, предлагаемых производителями контента. Такое партнерство, подобные мультимедийные услуги жизненно важны для владельцев и операторов кинотеатров, позволят расширить источники их доходов и увеличить свою долю на рынке. А в итоге – вывести свой кинотеатр на качественно новый уровень и превратить его в кинотеатр нового поколения – медиатеатр. Новый бизнес кинотеатров, основанный на мультимедийных услугах для зрителей – это и есть новые горизонты бизнеса современных кинотеатров, о которых хотелось сегодня рассказать.

Продолжение следует

ЭКРАННОЕ НАСИЛИЕ: ПРОБЛЕМА ВОЗДЕЙСТВИЯ*

К.Тарасов

КРИТИКА КАЧЕСТВА ИССЛЕДОВАНИЙ

Защищая практику распространения экранного насилия, заинтересованные субъекты и структуры не оставили вне поля зрения методологическое качество исследований, в которых проверялась гипотеза о деструктивном влиянии образов насилия. И им, надо признать, было что сказать. Так, сильно упрощенный подход к вопросу, как он проявился на уровне обыденного сознания и в сфере связанных с ним общественных дискуссий, присутствовал поначалу и в исследовательской практике ученых – исключительная методологи-

ческая сложность проблемы не сознавалась. К эмпирическому исследованию интересующей причинно-следственной связи приступали без особой теоретической подготовки. Внимание сосредоточивалось на выявлении прямого краткосрочного влияния. Не учитывалось, что воздействии может быть опосредованным, в той или иной степени связанным с другими социальными факторами и психологическими характеристиками зрителя, что оно может быть также отставленным. Сама проблема формулировалась абстрактно, можно сказать, так, как она сознавалась в сфере общественных дискуссий. «Вопрос, адресуемый насилию в масс-медиа, – отмечал в начале 70-х гг. британский исследователь Д. Хоувит, – заключается в том, оказывает ли оно воздействие на насилие в повседневной жизни».

* Окончание. Начало в №10, 2005 г.

Работа подготовлена при поддержке Федерального агентства по культуре и кинематографии

Действительно, формулировка проблемы предельно абстрактна, в то время как насилие на экране отнюдь не стандартно по своему содержанию, художественной форме и контексту. Осуществляется оно персонажами различного социального положения и с разными целями. Разнятся также способы и последствия насилия. Смысл, извлекаемый зрителем из сцены насилия, зависит от жанровой конструкции фильма. Вне всяких сомнений, сказывается также то, кто воспринимает образы насилия (пол зрителя, его возраст, менталитет, личная культура, социальное положение и т.д.) и в каких обстоятельствах, в том числе исторических. Многообразие опосредующих переменных имеет своим следствием неоднозначность, многовариантность эффекта воздействия. В нравственном отношении эффект может быть положительным, отрицательным или нейтральным. А это значит, что поставленный перед конкретным исследованием общий вопрос о том, каков эффект воздействия экранного насилия, некорректен. Данный вопрос необходимо развернуть в целую гамму конкретных подвопросов, выбрав из их числа один для эмпирического исследования. Но длительное время вопрос ставился именно в самой общей форме, как того требовал сформулированный общественными дискуссиями «социальный заказ».

В исследованиях, проведенных на Западе, гипотеза о миметическом воздействии образов насилия в фильмах в основном формулировалась и проверялась в терминах поведения. В работах классического экспериментального плана такой подход вполне логичен и сомнений не вызывает, чего нельзя сказать в полной мере о ретроспективных и лонгитюдных изысканиях (вид повторного исследования) с применением методов опроса. В ретроспективных исследованиях основанием для вывода о мимесисе являлось наличие статистически значимой корреляционной связи между, скажем, регулярным обращением к экранному насилию и агрессивным поведением в гипотетических конфликтных ситуациях, между частым прос-

мотром фильмов с насилием в прошлом и агрессивностью поведения в настоящем, между частотой просмотра фильмов с обилием сцен насилия и количеством совершенных правонарушений. В принципе такой же подход применялся и в лонгитюдных исследованиях. Отсюда видно, что вывод о наличии изучаемой причинно-следственной связи опирался на факты положительной корреляции между активным восприятием экранного насилия и применением насилия респондентами в тех или иных ситуациях. Этот подход вызывает некоторые сомнения. Проистекают они из предположения о возможном наличии у респондентов «третьего фактора» (например, индивидуально-психологические различия), который является причиной и повышенного интереса к экранному насилию, и большей агрессивности в ее физической форме на уровне поведения.

АРГУМЕНТЫ ЭМПИРИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

История поиска истины складывалась таким образом, что после длительного периода сомнений и неопределенности в науке и обществе в целом победило представление, что «каузальная гипотеза» доказана неопровержимыми фактами. В подтверждение сказанному приведем следующую подборку эмпирических выводов, предложенную американскими исследователями У. Эйджи, Ф. Олтом и Э. Эмери:

1. Национальная комиссия по изучению причин и предотвращению насилия констатировала в 1969 г., что восприятие сцен насилия в телевизионных программах делает более вероятным насильственное поведение зрителей.

2. Научный консультативный комитет по телевидению и социальному поведению сообщил в 1972 г., что «проведенное им массивное исследование не подтвердило как заключения о том, что показ насилия на телеэкране имеет однозначно неблагоприятный эффект, так и заключения, что такого рода эффект имеет место по отношению к большинству детей. Однако, полученные данные

показывают, что показ насилия может привести к усилению агрессивного поведения в определенных подгруппах детей, которые могут составлять малую либо существенную часть от всего множества юных телезрителей». Эффект воздействия зависит от установок родителей, опыта касательно насилия, от того, как было подано насилие в программе – как наказуемое деяние или нет.

3. Национальный институт психического здоровья при Департаменте здоровья и гуманитарных услуг США констатировал в 1982 г., что среди большинства исследователей имеется консенсус относительно мнения, что показ насилия по ТВ ведет к агрессивности детей и подростков, смотрящих соответствующие программы». Отмечается, что данные 2500 исследований в подавляющем своем большинстве свидетельствуют о «позитивном отношении между просмотром насилия и последующим агрессивным поведением». Кроме того, «из сцен насилия зритель усваивает нечто большее, нежели агрессивное поведение. Он научается быть жертвой, идентифицировать себя с ней. В итоге одни заядлые зрители могут проявлять страх и опасения, а другие – агрессивное поведение. Следовательно, эффект показа насилия на телеэкране может быть даже более масштабным, чем это предполагалось по результатам ранних исследований... и проявляется в более тонких поведенческих формах, нежели агрессивность».

4. Радиовещательная компания Эй-Би-Си опубликовала буклет под заглавием «Перспективы исследований по проблеме «Телевидение и насилие», в котором утверждается, что после 30-летнего научного изучения вопрос о насилии на телеэкране остается открытым для дискуссий. В 1983 г. руководитель исследовательского подразделения Си-Би-Эс заявил, что до сих пор по данному вопросу «нет убедительных свидетельств». Эй-Би-Си опубликовала итоги изучения 2300 детей и подростков, согласно которым нет доказательств того, что просмотр программ с насилием ведет к агрессивности.

5. Исследователи из Эн-Би-Си обнаружили, что тенденция к агрессивности наблюдается у ребят, которые живут в плохих социально-экономических условиях, социально не защищены, имеют эмоциональные проблемы, не находят признания со стороны родителей. Вместе с тем у исследователей не было уверенности, что отмеченные обстоятельства являются причиной агрессивности. Исследователи Эй-Би-Си в 1983 г. заявили, что обзор 400 изысканий позволил сделать заключение: только 1% исследователей полагают, что телевидение является причиной агрессивного поведения.

Здесь уместно отвлечься от изложения результатов исследования, чтобы обратить внимание на одну деталь, четко улавливаемую на разных этапах многолетнего изучения вопроса. Суть её в следующем. Замеры, проведенные под патронажем СМК, дают негативные результаты. Имитация экранного насилия не обнаруживается. Одновременно другая сторона приходит к противоположным выводам. Между тем в копилку свидетельств сама жизнь подбрасывает все новые и новые факты. Например, такой факт, вызвавший буквально возмущение общественности в США. В Сан-Франциско трое подростков (две девочки и один мальчик) изнасиловали 9-летнюю девочку бутылкой. Полиции они заявили, что видели телевизионный фильм, в котором 15-летнюю девочку изнасиловали ручкой паяльника в душевой психиатрической больницы. От имени жертвы Эн-Би-Си был предъявлен иск.

6. Чикагская газета Сан-Таймс проинтервьюировала социологов и психологов ряда университетов и исследовательских центров. Было установлено, что большинство исследователей признает стимулирующее влияние сцен насилия на агрессивность детей. С фактом наличия такой степени единодушия согласились и те, кто данного рода связь отрицает.

Эта же газета сообщила об итогах исследования, объектом которого явились 875 мальчиков и девочек, проживавших в нескольких малых городах штата Нью-Йорка. Исследование осуществля-

лось на протяжении десяти лет, в самом его начале респонденты были еще третьеклассниками. Руководитель проекта профессор Л. Эрон пришел к любопытному заключению: «Насилие, в телевизионных программах, которые мальчик предпочитает смотреть в возрасте 8 лет, – один из лучших предсказателей того, насколько агрессивным будет он в 19 лет». И далее: «Если вы берете ребят, которые не были агрессивными в 8 лет, но предпочитали и смотрели телевизионные программы с насилием, то в 19 лет они оказываются более агрессивными, чем дети, которые были агрессивны в 8 лет, но смотрели телепрограммы без насилия». Отсюда вывод: скорее ТВ вызывает агрессивное поведение, нежели другие обстоятельства.

ДОКАЗАНО ЛИ «ВРЕДНОЕ ВЛИЯНИЕ»?

От того факта, что наука подтвердила гипотезу о деструктивном воздействии образов насилия, коммерческая заинтересованность в производстве и распространении образов насилия, конечно, не исчезла. Вместе с ней не исчезла и существенная предпосылка для сомнений в научных выводах и появления исследований, опровергающих «каузальную гипотезу». Вряд ли можно удивляться тому, что в 2004 г. М. Хейнс заявляет: «Один из наиболее упорных мифов в культурных войнах состоит сегодня в том, что социальная наука доказала вредное влияние «медиа-насилия». Исследователи, ученые мужи, политики часто прокламируют, что дискуссии закончены, факты неопровержимы. Каждый, кто это отрицает, мог бы доказывать и то, что земля плоская». Слово «миф» в приведенной цитате означает, что проигравшая в научном споре сторона склонна произвести ревизию канонизированного научного положения.

На почве этого противоречия возник тип метаисследования, которое «представляет собой изучение научных работ, где каждое отдельное исследование становится единичным данным в новом, комбинированном «суперисследовании».

Автор цитаты В. Страсбёргер называет три изыскания этого типа. В одном проанализированы результаты 67 экспериментов, охватившие 30 тыс. испытуемых. В другом объектом анализа явились данные 230 работ, полученные от 100 тыс., человек. В третьем изыскании изучены результаты 168 исследований. Выполненные метаисследования подтвердили, что «восприятие насилия на телеэкране увеличивает вероятность последующего агрессивного или антисоциального поведения».

Противная сторона не осталась в долгу и представила своё метаисследование. Его результаты изложены в книге канадского профессора психологии Дж. Фридмана под названием «Медиа-насилие и его воздействие на агрессию: оценка научных данных» (2002 г.) Здесь уместно сказать о предыстории появления этой книги. Анализом исследований по проблематике воздействия образов насилия Дж. Фридман занялся в 1980-е гг. Еще тогда он обнаружил в них методологические изъяны и некорректное представление полученных результатов. С его стороны последовали статьи критического характера, которые не остались незамеченными в Голливуде. Американская киноассоциация предоставила Дж. Фридману грант на метаисследование, результатом чего и явилась упомянутая книга.

Это обстоятельство, конечно, не может не настораживать. Игнорировать его не позволяет сама история изучения американского кинематографа социальной наукой. Характеризуя период после Первой мировой войны, когда проблематика исследований стала удаляться от острых вопросов, связанных с требованиями реформировать кинематографию, Г. Джоуит отмечает, что при всем стремлении большинства ученых быть объективными, полностью нейтральную позицию в данном случае занять было невозможно. «Те, кто изучал влияние кино, – пишет он, – почти всегда оказывались втянутыми в жаркие споры между реформаторами и индустрией. Обе стороны временами прибегали к найму своих собственных «ученых» для проведения конкури-

рующих исследований либо опровержения ранее опубликованных данных. Там, где затрагивался этот вопрос, было очень мало непредвзятых и объективных голосов».

Вникнем, однако, в доводы Дж. Фридмана. Касаясь итогов лонгитюдных исследований (опросы одних и тех же зрителей разделяет интервал в несколько лет), ученый констатирует, что в них была выявлена корреляционная связь между объемом и предпочтением потребления экранного насилия, с одной стороны, и агрессивностью опрошенных – с другой. Но коэффициент корреляции, выявленный в разных исследованиях, варьирует, и он незначителен (0,1–0,3). Кроме того, установлена именно корреляционная связь. «Существование этой связи лишь повышает вероятность, что экранное насилие является причиной агрессии. Есть соблазн полагать, что раз имеется корреляция, значит наличествует и причинная связь. Это неверно», – справедливо замечает Дж. Фридман.

Анализируя эксперименты, непосредственно нацеленные на выявление причинно-следственной связи, канадский исследователь и на этот раз приходит к негативным оценкам. По его мнению, в большинстве случаев гипотеза не подтвердилась. Она подтвердилась в 39% лабораторных экспериментов и не подтвердилась в 41%. Ужесточив критерии оценки, Дж. Фридман называет другие цифры: соответственно 28% и 55%. «Это, – заявляет он, – не образец тех результатов, которые ожидают ученые, когда гипотеза верна, и это не те результаты, которые могли бы склонить их к принятию гипотезы».

Здесь, заметим, как это часто бывало, критик дает некорректную оценку полученных результатов. Когда в одном исследовании делался вывод, что восприятие экранного насилия стимулирует агрессивное поведение, а в другом это отрицалось или даже обнаруживались свидетельства катарсического эффекта, то часто в этом усматривалось взаимоопровержение результатов. На самом же деле противоречия в выводах ученых

скорее всего не было, если в добросовестно и качественно проведенных исследованиях разным аудиториям демонстрировались разные фильмы. Даже если бы зрелище насилия было бы неизменным, то и в таком случае результаты замеров различались бы, т.к. воздействие зрелища индивидуализировано. Д. Хоувит справедливо заметил, «что даже в психологических лабораториях результаты различных исследований не обязательно должны совпадать. Неправильно делать поспешные заключения, что исследования, дающие разные результаты, бесполезны. Вполне может быть, что сделанные выводы обоснованны, но только применительно к определенным условиям». Ошибка Дж. Фридмана заключается в допущении, что лабораторные эксперименты, проведенные разными исследователями, были тождественны. Это не так. Когда разные образы насилия показываются разным зрителям, нельзя считать, что полученные результаты, в случае верности гипотезы, должны быть тождественны. Напротив, они должны варьировать, причем сильно, что и имело место на самом деле. Без учета специфики исследуемой связи, статистической по своей природе, нельзя верно оценить полученные результаты.

Эксперименты, выполненные в естественных условиях, как известно, особенно ценны при изучении причинно-следственных социальных связей. Их применение в исследованиях рассматриваемой проблемы должно было дать решающие свидетельства относительно истинности проверяемой гипотезы. Относительно её подтверждения, по мнению Дж. Фридмана, полученные результаты оказались даже менее убедительными, чем данные лабораторных экспериментов: гипотеза подтвердилась только в трёх из 24 экспериментов, беря всё их количество. И подтверждение было незначительным.

Критический анализ Дж. Фридмана отталкивается от следующих представлений. Если проверяемая гипотеза верна, то в идеале она должна подтверждаться в каждом эксперименте. При

изучении сложного явления, трудно поддающегося замерам, подтверждения следует ожидать примерно в 90% случаев. Когда же в 70% случаев гипотеза подтверждается, а в 30% этого не происходит, относительно её истинности остаются некоторые сомнения. И они оказываются определяющими при соотношении 50% к 50%. Если, тем не менее, гипотеза при этом принимается, то происходит это на основании веры и надежды, а не научных результатов. От этих представлений Дж. Фридман приходит к выводу: естественные эксперименты, как и все исследования другого типа, в целом гипотезу не подтвердили: «менее половины исследований дали результаты, подтверждающие гипотезу, – причем иногда значительно меньше половины... Я заключаю, что научные исследования не доказали истинность гипотезы о стимулирующем влиянии восприятия экранного насилия на агрессивность». Далее следует оговорка: если восприятие экранного насилия способствует агрессивности, «то эффект настолько слаб, что он не может быть выявлен...».

С выводами Дж. Фридмана трудно согласиться. И вот почему. Они проистекают из допущения, что гипотеза о миметическом и прочем деструктивном воздействии образов насилия может быть признана истинной при условии, что она подтверждается чуть ли не в каждом исследовании. Такое представление можно было бы принять в качестве исходного, если бы деструктивное воздействие образов насилия представляло собой не статистическую, а динамическую закономерность, т.е. если бы каждый зритель после каждого восприятия образов насилия становился более агрессивным и проявлял это в своем поведении. На самом же деле далеко не все зрители подвержены деструктивному влиянию. Далее, воздействие образов насилия индивидуально по характеру своего проявления. Наконец, оно может быть незначительным и давать о себе знать только в форме некоего кумулятивного эффекта. Названные особенности воздействия в выполненных исследованиях не контролировались. Во многом

по объективным причинам. Поэтому воспроизводимость положительного результата оказывалась сравнительно небольшой. Но в этой ситуации важно то, что подтверждение гипотезы все-таки было получено в немалом количестве исследований. Есть основания утверждать, что пессимизм Дж. Фридмана, если допустить непредвзятый подход к проблеме с его стороны, объясняется не содержанием исследуемой связи, а несовершенством методики её изучения.

* * *

Как и на Западе, в России имеется объективная потребность в достоверной научной информации о том, существует ли в условиях современной отечественной культуры причинно-следственная связь между демонстрацией насилия на экране и масштабами его проявления в жизни. Научная разработка проблемы пока только начинается (В.С. Собкин, А.В. Федоров и др.). Определенная работа выполнена в стенах НИИ киноискусства на основе следующей модели общественно значимого миметического воздействия образов насилия: массовый показ фильмов с насилием (массовое их восприятие подрастающим поколением (предрасположенность ребят к «заинтересованному» усвоению опыта насилия в фильмах ? «интоксикация» сознания и социальных установок подрастающего поколения образами насилия (насилие в реальной жизни. Главная трудность в реализации данной модели связана с выявлением предрасположенности определенной части зрителей к «заинтересованному» восприятию и усвоению опыта насилия в фильмах. Проблема решается с помощью разработанной методологии статистического квазиэксперимента на материалах опроса по специальной программе.

Выполненная работа показала, что массовое тиражирование аудиовизуальных образов насилия, выступающее, согласно обозначенной модели, первым условием их общественно значимого миметического воздействия, является реаль-

ностью функционирующей в России аудиовизуальной культуры. В частности, кинопрограммы центральных каналов телевидения с наибольшим охватом территории страны (ОРТ, РТР, НТВ) в рассматриваемом плане предлагают зрителям чудовищно искаженную картину социального мира.

Имеет место и второе условие заслуживающего внимания миметического воздействия образов насилия – их массовое восприятие публикой. Многоканальный кинопрокат уже не только исчерпал возможности привлечения зрителей путем большего насыщения экрана образами насилия, но и сталкивается с явным эффектом бумеранга.

Обнаружены убедительные свидетельства и в отношении третьего условия. Гипотеза о существовании группы риска среди потребителей экранного насилия получила подтверждение аргументами эмпирических исследований на пяти этапах последовательной её проверки с помощью статистических процедур сравнительного анализа

индикативных характеристик двух групп – «гипотетической группы риска» и «нейтральной».

В исследованиях НИИ киноискусства учтен методологический опыт зарубежных коллег. Здесь разработан оригинальный метод изучения проблемы, применение которого позволило сделать вывод, по сути своей совпадающий с тем, к которому в целом пришло сообщество западных исследователей: насилие на экране в известной степени стимулирует насилие в реальной жизни.

Было бы ошибкой считать, что зрелище экранного насилия само по себе является некоей автономной причиной тех или иных фактов агрессивного поведения людей. Экран, как правило, стимулирует лишь существующие агрессивные наклонности, способствует их проявлению в реальной жизни, что, разумеется, вины с него никак не снимает. И особенно тогда, когда живописание насилия движимо банальным коммерческим расчетом.

НОВЫЕ КНИГИ

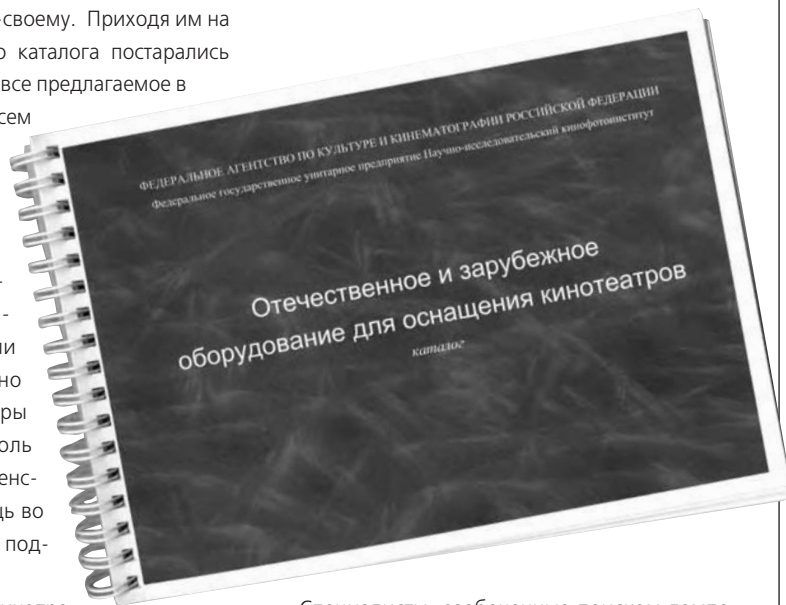
В Москве вышел новый каталог «Отечественное и зарубежное оборудование для оснащения кинотеатров, 2005 г.», выпущенный ФГУП НИК-ФИ при финансовой поддержке Федерального агентства по культуре и кинематографии Российской Федерации (авторы И. Алексеев, Е. Маркова, Л. Акилов). Небольшого формата альбом стал естественным продолжением выпущенного два года назад тем же авторским коллективом справочника «Современное отечественное кинотехнологическое и звуковоспроизводящее оборудование для кинотеатров», однако его полиграфия и информационное наполнение значительно выигрывают по сравнению с предшественником.

Нынешний российский рынок кинотехнологического оборудования чрезвычайно насыщен, сделать выбор иногда очень трудно – многие образцы

аппаратуры вполне отвечают требованиям современной кинотеатральной технологии.

Компетентное проектирование кинозалов, правильная настройка и грамотная эксплуатация современной аппаратуры позволяют с высоким качеством демонстрировать кино- и видеофильмы, созданные по современным технологиям. Технические и экономические показатели однотипных образцов аппаратуры нередко соответствуют одни другим. Потому обоснованием выбора аппаратуры в конкретных условиях становятся такие факторы, как удобство и оперативность проведения ремонтно-профилактических работ и обслуживания, время, которое потребуется на поставку запчастей, достаточность квалификации персонала или возможность ее повышения, то есть обеспечение специального обучения. Каждый регион, населенный пункт и даже кинотеатр

решают эти проблемы по-своему. Приходя им на помощь, авторы данного каталога постарались наиболее полно охватить все предлагаемое в России оборудование. Всем фирмам-производителям и дистрибьюторам, как и остальным организациям, любезно предоставившим информационные материалы, составители каталога выразили благодарность. Особенно теплыми словами авторы сборника отметили роль профессора И. Преображенского, чьи советы и помощь во многом способствовали подготовке рукописи.



Описаны следующие кинопроекторы, их функциональные особенности и основные показатели:

- СКМ, завод «Москинап»;
- Cinemeccanica: Victoria 5 и Victoria 8;
- Christie: CineX35-AT, CineX35-MT, P35GPS-AT, P35GPS-MT;
- ERNEMANN: EI 5, E15-5000;
- Kinoton: FP 20 A, FP 25 D, FP30 D, FP-25E, FP-30E, FP 40 D, FP 40 E, FP 50 A;
- MEO 5 XB 1, MEO 5 XB 3, MEO 5XB3E DRB SYNCHRO;
- PREVOST P 86, P93 LA;
- Strong Simplex;
- BARCO: D-Cine-Premier DP30, D-Cine-Premier DP100;
- ChristieDigiPro;
- Kinoton DCP 12.

Предложения трех фирм, производящих проекционную оптику («Оптика-Элит», IsoOptic и Schneider Cinelux) и поставляющих свою продукцию на отечественный рынок, соседствуют в каталоге с информацией компаний ASL, OSRAM и USHIO, поставляющих ксеноновые лампы.

Специалисты, озабоченные поиском ламповых модулей, ксеноблоков, источников питания, распределительных устройств, выпрямителей, зажигающих устройств, процессоров, звуковых контроллеров, усилителей мощности, акустических систем, звукоблоков и считывающих головок, проекционных экранов, монтажных столов и перематывателей, бесперемоточных устройств, пультов дистанционного управления, темнителers света, механизмов перемещения экранного занавеса, сплайсеров (устройств для сварки или склейки современных киноплёнок), систем автоматики кинопоказа или электронной продажи кинобилетов, кинотеатральной мебели, проекционных окон и тест-фильмов – все будут приятно удивлены обилием, разнообразием и качеством предложенных возможностей и услуг. Как некую странную черточку издания можно отметить отсутствие выходных данных, оглавления и нумерации страниц. Впрочем, возможно эти полиграфические особенности заставят каждого, кто взял каталог в руки, пролистать его целиком, а не обратиться к нужной странице, проигнорировав прочие, тающиеся в сборнике, соблазны и искушения.

НОВОЕ ПОСОБИЕ ПО КИНОТЕАТРАЛЬНОЙ ТЕХНИКЕ*

Ю.Черкасов, О.Шатилов

ЗРИТЕЛЬСКОЕ МЕСТО

Условия видимости и размещение зрительских мест определяются многими факторами. В их число входят наклон пола в зрительном зале, удобство кресла (сиденья), расстояние до экрана, допустимый угол отклонения зрительского места в сторону от центра экрана, средняя высота уровня глаз сидящего зрителя, превышение луча зрения по отношению к впереди сидящему зрителю¹, угол проекции и светотехнические характеристики экранов. Большое значение при размещении зрительских мест имеет соблюдение противопожарных правил.

Рационально устроенное зрительское место создает у зрителя ощущение комфорта, обеспечивает хорошую видимость киноизображения и не создает неудобств во время прохода других зрителей к своим местам. Существуют два способа расположения зрительских мест:

– стандартные ряды, в которых кресла расставлены таким образом, что создаются продольные и поперечные проходы, облегчающие заполнение и эвакуацию зрительного зала – этот способ является традиционным и широко применяется при планировке зрительного зала;

– сплошные ряды, в которых кресла полностью заполняют зал, проходы возможны только у боковых стен.

При устройстве сплошных рядов нет необходимости в излишних проходах, что делает планировку мест весьма простой. Однако для облегчения прохода зрителей (из-за чрезмерно большо-



Город Западная Двина, май 2005 г.

го количества мест в ряду) расстояние между спинками данного и предшествующего рядов приходится делать широким (до 1,2 м).

Оптимальное положение зрительских мест также определяется нормами. Расстояние от экрана до спинки сиденья первого ряда зрительских мест (по оси зала) должно быть не менее 0,6 ширины экрана в широкоформатном кинотеатре и 0,84 ширины экрана – в широкоэкранном. Правильное расположение зрительских мест (для хорошего видения киноизображения) в горизонтальной и вертикальной плоскостях зрительного зала также продиктовано определенными требованиями. Чтобы выступающие конструкции не мешали лучам зрения на кромки экрана, расстояние до этих конструкций должно быть не менее 0,5 м.

Один из факторов, определяющий условия видения – это наклон пола в зрительном зале. Для беспрепятственного видения, при котором на пути лучей зрения отсутствуют какие-либо препятствия, мешающие зрителю свободно видеть киноизображение, пол зрительного зала должен иметь подъем от передних рядов к задним. Подъ-

* Продолжение. Начало см. в №9-10, 2005.

¹ Луч зрения – воображаемая прямая, ограниченная глазами зрителя с одной стороны и нижним краем экрана с другой.

ем пола обусловлен величиной превышения луча зрения². Согласно нормам, превышение луча зрения должно быть не менее 0,15 м, одновременно расчетная высота сидящего зрителя от уровня пола до уровня глаз составляет 1,2 м.

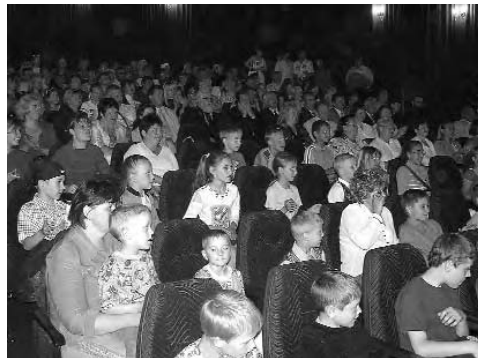
Зрительские места в кинотеатрах оборудованы креслами с откидными сиденьями – мягкими, полужесткими, жесткими. В кинотеатрах сезонного действия допускается устанавливать стулья и скамьи, в летних открытых кинотеатрах – скамьи. Все кресла, стулья и скамьи, согласно противопожарным требованиям, должны быть прикреплены к полу. Конструкции кресел в кинотеатрах весьма разнообразны. В основном распространены конструкции, в которых несколько кресел с подлокотниками (мягких, полужестких, жестких) собраны на металлических рамах-опорах, прикрепляемых к полу. Используемые в кинотеатрах кресла должны иметь следующие размеры: глубина при откинута сиденье – 0,5 м; ширина (между осями подлокотников) – 0,56-0,6 м.

СОСТАВ И ХАРАКТЕРИСТИКА ПОМЕЩЕНИЙ КИНОТЕАТРОВ

Среди помещений зданий кинотеатров имеются помещения зрительского комплекса, демонстрационного комплекса и административно-хозяйственные.

В состав помещений зрительского комплекса входят кассовый и входной вестибюли, гардеробная, фойе, буфет (без подсобных помещений), курительная, санитарные узлы и детская комната.

В демонстрационный комплекс входят зрительный зал со сценой (эстрадой) и балконом, помещения технологического обеспечения кинопоказа (помещения кинопроекторного комплекса или киноаппаратная). Это группа помещений, в которых установлено кинотехнологическое



Город Западная Двина, май 2005 г.

оборудование и созданы необходимые условия для его эксплуатации и технического обслуживания, обеспечены хранение и работа с фильмокопиями, а также – условия для работы и отдыха технического персонала.

В кинопроекторный комплекс входят проекционная, перемоточная, комната киномеханика, радиоузел, мастерская киномеханика, комната инженера и оператора, санитарный узел.

Административно-хозяйственные помещения необходимы для организации эффективной работы обслуживающего персонала и создания необходимых производственно-бытовых условий.

К помещениям этой группы относятся кабинеты директора (главного администратора) и старшего кассира, комнаты дежурного администратора, методиста и бухгалтерии, кабина кассиров, комната отдыха персонала (с гардеробной), хозяйственная кладовая, помещение для инвентаря, плакатная, столярная и слесарная мастерские, артистическая при эстраде (комната лектора), кладовая при эстраде зрительного зала, кладовая при эстраде фойе, подсобные помещения буфета, санитарный узел при подсобных помещениях буфета.

Рационально спланировать кинотеатр с таким набором и количеством специфических помещений – сложная задача.

В принципе, каждый кинотеатр отличается от остальных и должен строиться по индивидуальному проекту.

² Под величиной превышения луча зрения понимается расстояние по вертикали от уровня глаз сидящего зрителя до луча зрения впереди сидящего зрителя при условии, что этот луч направлен к нижней кромке экрана.

ОСНОВЫ КИНЕМАТОГРАФА

КИНЕМАТОГРАФИЧЕСКИЙ ЭФФЕКТ

В жизни мы наблюдаем непрерывное движение объектов. При съемке же кинофильма на киноплёнке получают изображение ряда последовательных мгновенных положений (фаз) движущегося объекта, которые называются *кадрами*. При проекции неподвижных кадров, последовательно меняющихся с определенной частотой, вновь возникает впечатление непрерывности движения. Это и есть *кинематографический эффект*.

Как только это явление было замечено и началось его изучение, нашлось ему объяснение, связанное с последовательностью образов, то есть памятью зрения. Всем известно, что если видимый источник света прекратил действовать, зрительное ощущение не исчезает сразу, а продолжается еще некоторое время. Именно в этом кроется «секрет» известного факта: быстро движущаяся светящаяся точка воспринимается как сплошная светящаяся линия.

Инерция зрительного аппарата человека зависит от различных факторов и может изменяться в пределах от 0,2 до 0,3 с. Таким образом, получив от первого кадра зрительное ощущение, глаз сохраняет его образ до появления второго и так далее. Как бы происходящее слияние последовательных фаз позволяет прерывистое перемещение изображения объекта воспринимать как плавное движение.

Однако сущность кинематографического эффекта объясняется не одной лишь памятью зрения. Последовательные образы меняются с промежутками $1/24$ с, следовательно, зритель должен был бы видеть несколько кадров одновременно, так как память зрения больше $1/24$ с. Кроме того, установлено, что пауза между предыдущими раздражителями может быть продолжительнее времени памяти зрения, а впечатление движения сохраняется.

Проведенные эксперименты показали, что объяснение кинематографического эффекта следует искать не только в физиологии зрения, но и в психологии восприятия человека, в работе его головного мозга.

На экране показывали попеременно белый и черный шарики. У зрителей создавалось впечатление, что черный шарик постепенно превращается в белый и наоборот. Когда были показаны два рядом расположенных изображения шарика поочередно, то зрители увидели перекачивание шарика по прямой. Но поочередно показанные два крайних положения шарика при дорисованном криволинейном лотке создали у зрителей видимость перекачивания шарика по дуге, а не по прямой, как в предыдущем случае. При показе отдельных фаз положения спортсмена на перекладине зритель воспринимает не серию этих положений, а единое движение.

Воспроизведение на экране движения в том самом темпе, в каком оно происходило в действительности, возможно, когда число кадров, проходящих каждую секунду через кинопроектор, соответствует числу кадров, снятых за тот же отрезок времени. При нарушении этого условия восприятие движения будет либо замедленным (скорость чередования кадров при проекции меньше, чем при съемке), либо ускоренным (скорость чередования кадров при проекции больше, чем при съемке). Скорость чередования кадров называется *частотой кинопроекции* и для звуковой кинопроекции составляет 24 кадр/с.

Для восприятия кинематографического изображения очень важна способность глаза при наблюдении мелькающего источника света, как принято называть периодически прерывающийся источник, не замечать этой прерывистости при достаточно высокой периодичности смены света и темноты в секунду. Наименьшая частота мельканий, при которой глаз их не замечает, называется *критической*. Если последовательные периоды освещенности и затемнения одинаковы, то при яркости изображения, обычной для

кинематографа, критическая частота мельканий равна 48-50 Гц. Для периферического зрения критическая частота выше, чем для центрального.

Режиссер и кинооператор, учитывая особенности восприятия кинематографических образов, разрабатывают и осуществляют различные приемы и способы киносъемок, усиливающие кинематографический эффект.

Тщательно рассматривая отдельные кадры снятых в движении объектов, мы заметим, что на кадрах заметнее размыты контуры у тех объектов, которые двигались быстрее. Однако размытость изображения в этом случае не только не мешает восприятию движения, а, наоборот, явственнее его подчеркивает. Этот эффект используют художники-мультипликаторы, создавая рисунки кадров, показывающих быстро движущиеся объекты.

«Киноаппарат создан не в одночасье и не одиночкой, его рождение было тернистым и долгим. Этим путем шли светлейшие умы человечества, инженеры и исследователи, которых ныне никто не знает и не вспоминает, говоря о кино, хотя реальное воплощение идеи «живых картин», названное впоследствии словом «кино», без их трудов было бы невозможным. Но вся слава досталась братьям Люмьер» – приведенная цитата взята из статьи Ю.Похитонова «Первопроходцы»³.

В Париже в 1895 году на бульваре Капуцинов Огюст и Луи Люмьеры впервые продемонстрировали кинофильм для значительного числа зрителей. Братья создали достаточно совершенную конструкцию киноаппарата, пригодную для коммерческого использования. В ее основу был положен принцип прерывистого движения киноплёнки. Универсальный киноаппарат мог служить для съемки негативов, печати с них позитивов и проекции на экран, но универсальность оказалась нецелесообразной и позднее на базе универсального киноаппарата Люмьера были созда-

ны самостоятельные машины с более узкими функциями и специфическими особенностями конструкции. Киносъемочный аппарат предназначен для непродолжительной, но очень точной работы, в то время как кинопроектор – для длительной эксплуатации. Печатающие аппараты выполняли созданные кинокопировальные и проявочные машины. Появились киностудии, копировальные фабрики, кинотеатры.

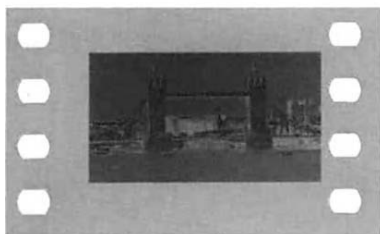
СИСТЕМЫ КИНЕМАТОГРАФА

Основные системы кинематографа, широко распространенные во всем мире, – это обычная, широкоэкранная и широкоформатная.

Обычное кино возникло при рождении кинематографа, существенно обогатившись позднее, когда в нем появились звук и цвет. В этой системе соотношение сторон кадра составляет 1:1,37, подобное соотношение сторон часто встречается в живописи. Такой экран занимает 1,7-3,8% поля бинокулярного зрения человека. Обычный кинематограф привлекателен для создания кинокартин такими своими качествами, как удобство съемки фильмов, экономичность их производства, хорошее качество изображения. Он лучше других систем способствует взаимопроникновению кино и телевидения – дополнительное достоинство. В профессиональном кино применяют 35- и 16-мм киноплёнку (размеры кадровых окон кинопроектора соответственно 20,9x15,2 и 9,6x7,12 мм). Звуковое сопровождение фильма записано на фотографической фонограмме. Для 16-мм фильмов применяют также магнитную фонограмму.

Развитие 16-мм (узкоплёночного) кино было связано с целым рядом его достоинств. Киноаппаратура этого формата более компактна, чем широкоплёночная, сравнительно проста в устройстве и эксплуатации, удобна для транспортировки, не требует высокой квалификации лиц, ее обслуживающих. Для изготовления 16-мм фильмокопии расходуется в 5,5 раз меньше материала, чем для 35-мм фильмокопии. Масса полно-

³ Журнал «Кинотехника – Новые фильмы», №12, 2003 г., №1 и 3, 2004 г.

35-мм форматы⁴

35-мм широкоэкранный формат 1,85:1

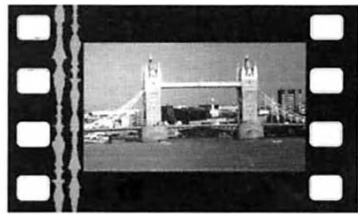
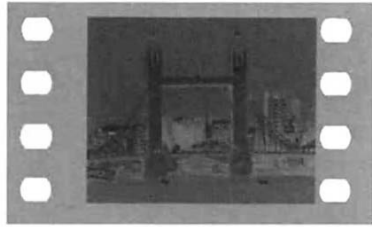
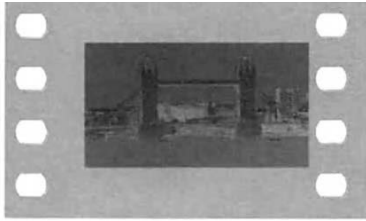
метражной 16-мм фильмокопии около 4 кг, 35-мм фильмокопии того же фильма – 22 кг.

Широкоэкранный кино существенно расширяет изобразительные возможности кинематографа. Экран в этой системе занимает вдвое больший участок поля бинокулярного зрения, чем в обычном кино. В широкоэкранный кино с анаморфированным изображением применяют стандартную 35-мм киноплёнку (размеры кадрового окна кинопроектора – 21х18 мм). Соотношение

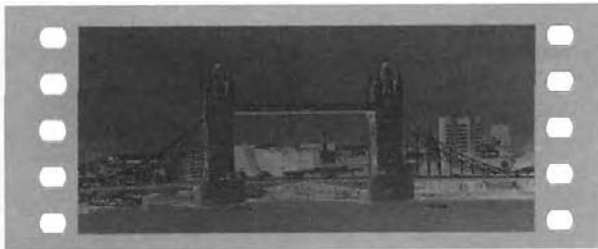
сторон кадра на экране 1:2,35. Снимают кинофильм кинокамерой с анаморфотной насадкой на объективе. Оптическая система «объектив – насадка» уменьшает («сжимает») по горизонтали изображение снимаемых объектов в 2 раза. На снятом таким образом кадре фильма изображение выглядит искаженным, вытянутым вверх. При проекции подобного фильма другая оптическая насадка, дезанаморфотная, установленная у проекционного объектива, «растягивает» изображение по горизонтали также в 2 раза. Таким образом, формы снятых объектов восстанавливаются, а отношение ширины к высоте кадра на экране по сравнению с таковым на киноплёнке увеличивается вдвое. Широкоэкранные фильмы имеют фотографическую фонограмму.

Кашетированные фильмы являются разновидностью широкоэкранных. Они появились в результате стремления кинематографистов удешевить и упростить процессы съёмки и демонстрации широкоэкранных фильмов. Снимают кашетированные фильмы так же, как и обычные, но при этом используют кадровые окна с различным соотношением сторон. Наиболее распространены соотношения сторон кадра 1:1,66 и 1:1,85 (кадровые окна соответственно имеют размеры 12,6х21 и 11,4х21мм). При кинопроекции этих фильмов используют короткофокусные объективы, чтобы изображение на экране по высоте было таким же, как при проекции обычных фильмов. Ширина изображения в этом случае увеличивается, создавая впечатление широкоэкранный проекции, но расширения воспроизводимого пространства не происходит: из увеличенного обычного формата «вырезают» лишь часть с соот-

⁴ Эта и три следующие иллюстрации «Форматы фильмокопий» предоставлены русским изданием руководства «Современные форматы фильмокопий для кино и телевидения» (BKSTS). Спонсоры русского издания: Dolby и «Кино проект инжиниринг»



35-мм анаморфированный формат 2,35:1



От 65-мм к 70-мм

ношением сторон, приближающимся к широкоэкранному изображению.

В **широкоформатном кинематографе** реалистичность кинозрелища сочетается с качеством изображения и звука. В этой системе применяется более широкая, 70-мм киноплёнка. Широкоформатные фильмы могут демонстрироваться на больших экранах.

Размер кадрового окна кинопроектора для демонстрации 70-мм фильмов – 21,8x48 мм при соотношении сторон 1:2,2. В широкоформатном кинематографе реалистичность отображаемой действительности в значительной степени оказывается достигнутой благодаря стереофоническому звуковоспроизведению. Стереофония существенно повышает качество звучания фильма, более широко раскрывает богатство звукового мира. Звуковоспроизведение 70-мм фильмов шестиканальное, при совмещении магнитных фонограмм с изобразительной частью на одной киноплёнке. Пять каналов основного звуковоспроизведения соответствуют пяти группам громкоговорителей, размещенных за экраном, один канал является каналом эффектов. Его громкоговорители находятся в зрительном зале.

Стереоскопический кинематограф дает создателям фильма возможность оперировать глубиной, а зрителям – ощутить глубину и выпуклость изображаемого пространства.

Стереokino основано на бинокулярности – такой особенности зрения человека, которая позволяет нам оценивать глубину пространства и расстояние до наблюдаемых объектов. Поскольку наши глаза расположены в разных точках пространства, они фиксируют изображение с разных «точек зрения» (разных ракурсов). Если установить два фотоаппарата рядом друг с дру-



Стереопара⁵

гом и одновременно произвести съемку обоими аппаратами, а затем рассматривать эти снимки так, чтобы правый глаз видел снимок, сделанный правым аппаратом, а левый, соответственно, – левым, возникнет ощущение объемности изображения.

Данный пример описывает способ с отдельными носителями изображения, поскольку в каждом из аппаратов была заряжена отдельная пленка, и мы рассматривали отдельные фотографии, но если использовать аппарат с двумя объективами (или обычный аппарат со специальной стереонасадкой), получится стереофотография на одном носителе.

⁵ Эта и все последующие иллюстрации из книги «Стереоскопия в кино-, фото-, видеотехнике», С.Рожков, Н.Овсянникова, Парадиз, Москва, 2003 предоставлены С.Рожковым

Стереокادر (вернее, стереопара) состоит из двух кадров (снимков), изображающих объект съемки с двух различных точек зрения в один и тот же момент времени. При кинопроекции правый и левый кадры стереопары необходимо предъявить так, чтобы они воспринимались лишь тем глазом, для которого они предназначены. Добиться этого пытались различными способами. Имеются несколько методов стереоскопического кинопоказа. Один из них, самый старый – это **ЭКЛИПСНЫЙ МЕТОД**, заключающийся в том, что кадры стереопары при проекции чередовались, а перед лицом зрителя помещалось механическое приспособление, попеременно перекрывающее обзор то правого, то левого глаза.

Дискомфорт, испытываемый зрителями, и трудности, связанные с необходимостью повышенной скорости проекции, заставили отказаться от этого метода театрального показа и искать другие решения сепарации (разделения) изображений при одновременной проекции на экран обоих кадров стереопары. Для одновременной проекции стандартный кинокадр разделили пополам и в эти половинки поместили кадры стереопары.

Таким образом, каждый кадр стереофильма стал стереопарой, состоящей из двух «полукадров», любой из которых является самостоятельным снимком объекта с разных точек в один момент времени.

Кадр пытались делить и по вертикали и по горизонтали.

В 1965 году в Научно-исследовательском кинофотоинституте (НИКФИ) группой советских ученых под руководством А. Болтянского была разработана система «Стерео-70» с горизонтальной стереопарой (кадры стереопары расположены рядом в пределах площади стандартного широкоформатного кадра). В 1991 году эта система была удостоена премии американской Киноакадемии «Оскар» «За технические достижения».

Все советские и российские стереофильмы после 1967 года снимались по системе «Стерео-70» специальными «двухглазыми» кинокамера-

ми, а большинство зарубежных – обычными 35-мм кинокамерами, оснащенными специальными насадками и имеющими вертикальную стереопару (кадры стереопары расположены один над другим в пределах площади стандартного кадра).

Фильмы с вертикальной стереопарой снимаются, как правило, на 35-мм негативной пленке, а по системе «Сtereo-70» – на 70-мм⁶. Очевидно, что с 35-мм негатива без потерь можно отпечатать лишь 35-мм копии, в то время как с 65/70-мм негатива можно печатать как 70-мм, так и 35-мм анаморфированные фильмокопии.

Хотя в США используется несколько систем (среди них можно особо отметить систему с двумя 70мм носителями), но подавляющее большинство фильмов, снятых в самой стране или при участии американцев, имеет вертикальную стереопару. У нас принято называть эту систему «американской».

При **очковом поляризационном методе** проекция осуществляется на металлизированный экран с применением специальных объективов или насадок. Перед объективами кинопроектора или насадкой устанавливаются поляризационные светофильтры с взаимно перпендикулярными

плоскостями поляризации, благодаря чему на экран от каждого кадра стереопары направляется независимый световой поток, поляризованный в определенной плоскости. Зрителями используются индивидуальные приспособления в виде очков с поляризационными светофильтрами, аналогичными проекционным, что обеспечивает восприятие каждым глазом соответствующего кадра стереопары и позволяет наблюдать объемное изображение.

Очковый поляризационный метод стерекинопроекции нашел свое практическое применение в системе «Сtereo-70», позволившей существенно увеличить размер стереокадра и демонстрировать стереофильм на экраны шириной до 10 м с высоким качеством стереоизображения.

Очковый анаглифный метод основан на сепарации правого и левого изображения по цвету. Если окрасить одно изображение в красный, а другое в синий цвет, то при просмотре через очки с светофильтрами соответствующих цветов каждый глаз получит только изображение «своего» цвета. Красный светофильтр не пропустит синее изображение, а синий фильтр – красное. Анаглифная сепарация широко использовалась в период черно-белого кино, но была забыта с приходом в кино цвета, поскольку основным недостатком метода является нарушение цветопередачи изображения. Однако в последнее время дешевизна и доступность (нет необходимости в специальном оборудовании кинотеатров) вновь привлекли внимание кинематографистов к этой, казалось бы, изжившей себя системе.

Для того, чтобы улучшить цветопередачу и сепарацию, применяют различные сочетания цветов: синий – желтый, голубой – оранжевый, красный – циан (сине-зеленый) и т.д.

Метод безочковой стереокинопроекции впервые был осуществлен изобретателем С. Ивановым. Проекция осуществляется на специальный растровый экран, на который устанавливают радиально-линзовый растр (оптическая решет-

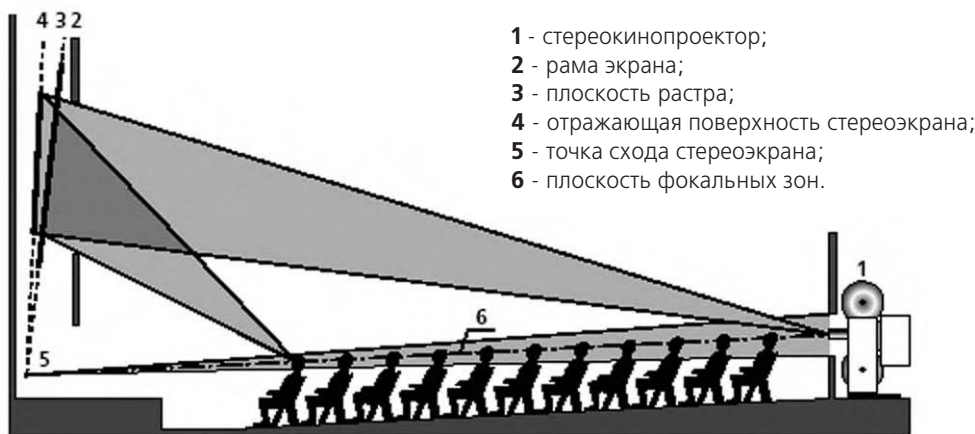


*Стереопара
А.Болтянского и
Н.Бернштейна*

*Анаморфированная
стереопара*

⁶ В последнее время такие фильмы снимают на 65-мм пленку.

Схема безочковой стереокинопроекции



ка). В зрительном зале создаются зоны стереовидения, в которых устанавливаются зрительские кресла. Однако из-за ряда присущих этому методу недостатков, связанных с ограниченной свободой зрителя, небольшими размерами экрана, сложностью системы, метод безочкового стереокино не нашел широкого распространения.

Цветное кино. Методы цветной кинематографии основаны на закономерностях смешения основных цветов – красного, зеленого, синего. Существуют два способа такого смешения. Один из них, называемый *аддитивным*, заключается в сложении трех цветных потоков света. Экран, освещенный одновременно красным, зеленым и синим цветами, будет восприниматься белым. Сложение синего и зеленого даст голубой, красного и синего – пурпурный, а зеленого и красного – желтый цвета. Этот способ не получил большого распространения из-за свойственной ему сложности.

Более приемлемым оказался второй способ смешения цветов – *субтрактивный*, заключающийся в вычитании трех цветных потоков из белого цвета. Если пропустить белый цвет через светофильтры (стекла, окрашенные в тот или иной цвет), то из его спектра можно выделить нужный цвет.

Цветные фильмокопии по субтрактивному методу получают с использованием многослойных пленок. Каждый эмульсионный слой такой пленки чувствителен к лучам определенного цвета, и поэтому уже при съемке происходит цветоделение. А так как эмульсионные слои многослойных пленок имеют цветовые компоненты, то в процессе проявления они окрашиваются в определенные заданные цвета.

Существует еще один способ получения цветных фильмокопии – *гидротипный*. Он применяется при изготовлении позитива. По специальной технологии с цветного многослойного негатива получают три пленки с рельефным изображением, которые называются матрицами. Каждая матрица окрашивается красителем в цвет, дополнительный тому, которому она соответствует. Затем на специальную позитивную кинопленку (бланкфильм), уже имеющую фонограмму, переносят красители с матриц, поочередно прижимая их к бланкфильму. Изготовленные по этому методу фильмокопии практически не выцветают с течением времени. Кроме того, на них может быть напечатана серебряная фонограмма, что дает более высокое качество звучания фильма.

Продолжение следует

ПРОЕКТОРЫ EIKI

В. Нефедов, В. Самохин

Основанная в 1953 году японская компания Eiki приобрела мировую известность как производитель 16-мм кинопроекторов. В дальнейшем сфера деятельности компании значительно расширилась. В частности, уже более 10 лет фирма Eiki выпускает мультимедийные проекторы, увеличив сегодня их номенклатуру жидкокристаллической LCD и микрзеркальной DLP технологий до 30 моделей со световым потоком от 1250 до 10000 лм и разрешением от SVGA (800x600) до UXGA (1600x1200).

Видеопроекторы Eiki хорошо зарекомендовали себя на практике и становятся все более популярными, так как при доступной цене решают любые задачи, характерные для этого вида техники, в частности, по оснащению залов для электронного кино. Рассмотрим некоторые особенности выбора видеопроектора для такого зала на примере модели Eiki LC-XG210 новой серии G. Внешний вид этого проектора показан на фотографии, а основные параметры и характеристики приведены в таблице 1.

Яркость экранного изображения, его размеры и световой поток проектора. Первичная (с новой лампой в проекторе) яркость должна быть 55 кд/м². Это – номинальная величина для кинопроекторов по стандарту SMPTE. Но поскольку яркость киноэкрана измеряется при отсутствии пленки в кадровом окне проектора, а на ней (из-за поглощения света) теряется заметная часть светового потока, для яркости экранов, обслуживаемых видеопроекторами в затемненных помещениях, указанная величина уменьшена до 41 кд/м². Следовательно, световой поток мультимедийного видеопроектора для электронного кинотеатра должен быть примерно в 130 раз больше площади экрана **S** в м². Поскольку площадь кадра ширины **B**, проецируемого та-



Мультимедийный проектор Eiki LC-XG210

кими проекторами формата 4:3, равна 0,75B², 130-кратное превышение площади экрана соответствует 100-кратному превышению квадрата его ширины **B**.

Паспортный световой поток проектора Eiki LC-XG210 составляет 3500 лм. Таким образом, его достаточно для обслуживания с нормативной яркостью экрана шириной около 6 м, то есть размерами до 6x3,38 м. Предусмотрен также режим Eco работы проектора – с уменьшенным до 2800 лм световым потоком и увеличенным до 2000 часов ресурсом лампы. Если использовать экономичный режим как основной, размеры экрана следует уменьшить до 5,3x3 м. Однако, когда экран обслуживают два проектора LC-XG210 с суммарным световым потоком 5600 лм, проецирующие одинаковые изображения, размеры экрана могут быть увеличены до 7,5x4,2 м, а вместимость зала – до 150 зрителей. Такое решение оптимально по эксплуатационной надежности, так как позволяет при отказе одного из проекторов завершить показ, переведя другой проектор в режим со световым потоком 3500 лм для сохранения яркости изображения в пределах нормативной.

Таблица 1

Световой поток, ANSI-лм	3500/ 2800 в экономичном режиме Eco
Равномерность распределения по экрану, %	90
Контрастность	800:1
Модуляторы света:	Жидкокристаллические
Количество x тип/размер по диагонали	3 x P-si TFT/ 0.99"
Формат/ кол-во пикселей	4:3/ 1024x768
Макс. поддерживаемое разрешение	SXGA (1280x1024)
Форматы/ варианты проецирования	4:3, 16:9/ Front, Rear, Desktop, Ceiling
Цифровая коррекция трапецевидных искажений	В пределах $\pm 30^\circ \updownarrow$ и $\pm 10^\circ \leftrightarrow$
Проекционный вариобъектив:	моторизованный
Проекционное отношение	1,69 - 2,19
Кратность масштабирования	1 - 1,3
Оптический офсет проекции (Lens Shift)	1:1 - 10:0
Сменная оптика	7 объективов (см. табл. 2)
Поддержка видеосигналов:	
PAL, SECAM, NTSC 3.58/4.43, PAL M/N, Y-C	Разъемы RCA и S-Video
Компонентных Y-Pb/Cb-Pr/Cr,	480i/p, 575 i/p, 720p, 1035i, 1080i, разъемы 3xRCA
2-3 pulldown	да
Поддержка компьютерной графики:	SXGA, XGA, SVGA, VGA, MAC, разъемы DVI и HD15
Частота кадров/ строк/ тактовая	50 - 100 Гц/ 15 - 100 кГц/ 140 МГц
Цифровое масштабирование, кратность	0,25 - 49
Порты управления	USB, Serial (RS-232C разъем mini-DIN8)
Функции Mouse	с пульта ИКДУ
Разъем Monitor Out	HD15 (D-sub)
Выбор языков экранных меню и индикации	11, в том числе русский
Проекционная лампа, тип-мощность, Вт/ ресурс	UHP-250/ 200 Вт, 2000 часов Eco
Встроенные громкоговорители	2x2 Вт
Вентиляционный шум, дБА	36/ 31 Eco
Напряжение питания	110 - 240 В, 50 - 60 Гц
Потребляемая мощность, Вт	350/ 300 Eco
Габаритные размеры (ШxВxД), мм/ масса, кг	456x337x626/ 7,8
Принадлежности, входящие в комплект поставки	Пульт ИКДУ, кабель VGA и др., адаптер DVI/VGA
Обслуживание пользователем	Чистка воздушных фильтров, замена лампы

Проектор Eiki LC-XG110 при таких же массогабаритных параметрах и дизайне отличается от LC-XG210 отсутствием дорогостоящих микролинзовых растров, увеличивающих светопропускание ЖК-модуляторов. Поэтому его световой поток 2700 лм (2200 лм в режиме Eco), а контрастность 700:1. В режиме Eco двух таких проекторов достаточно для обслуживания экрана размерами 6,63x3,73 м.

О размерах помещения, сменной оптике, видах и искажениях проекции. Видеопроекторы Eiki нескольких серий могут быть доукомплектованы сменной оптикой, обеспечивающей различные отношения проекционного расстояния к ширине экранного изображения (проекционные отношения). Например, светосильный проекционный объектив Standard, входящий в комплект проекторов Eiki серии G, обеспечивает возможность масштабирования размеров изображения и изменения проекционного отношения в пределах 1.69 ~ 2.18. Следовательно, проектор Eiki LC-XG210 с таким объективом может быть использован для проекции на 6-метровый экран из внешней аппаратной видеозала рекомендуемой планировки (см. «Кинотехник» №2/1999, с. 28) размерами 12x8,5 м, т.е. на 100 зрителей.

Параметры объективов для проекторов Eiki серии G приведены в таблице 2.

Комплект сменной оптики состоит из трех вариантов объективов, совокупность которых обеспечивает проекционные отношения в пределах от 1,26 до 3,46. Все проекторы Eiki допускают проекцию с пола (Desktop) и потолка (Ceiling) помещения, на отража-

ющий (Front) и просветный (Rear) экран, а также цифровую коррекцию трапециевидных искажений экранного изображения, возникающих при косоугольной проекции. В проекторах Eiki серии G указанная коррекция предусмотрена по вертикали и горизонтали в пределах неперпендикулярности оси проекции плоскости экрана до 30° и 10° соответственно. Кроме того, реализована функция LensShift (сдвиг объектива по вертикали), позволяющая изменять отношение восходящей от уровня проекции части проецируемого изображения к его нисходящей части без появления трапециевидных искажений. При отношении 1:1 указанные части одинаковы, а при 10:0 все изображение проецируется выше уровня объектива со сдвигом вертикали вверх на 50%. Тем не менее, при установке проектора следует иметь в виду, что цифровая коррекция делает прямоугольной только рамку изображения, а функция LensShift может сопровождаться виньетированием светового потока проектора. Поэтому всегда следует стремиться к тому, чтобы ось проекции была перпендикулярна плоскости экрана. Заметим, что для реализации нисходящей проекции с функцией Lens Shift проектор LC-XG210 в аппаратной или на потолке помещения необходимо устанавливать основанием вверх и использовать электронную функцию Ceiling переверота проецируемого изображения по вертикали.

Качество экранного изображения. Проектор Eiki LC-XG210 обеспечивает высокое качество цветного изображения. Здесь есть универсальная программа Standard, хорошо работающая с большинством разновидностей видеосигналов и специаль-

Таблица 2

Марка объектива Eiki	АН-23511	Standard	АН-23541
Фокусное расстояние f, мм	25,4 ~ 33,0	34 ~ 44	43,43 ~ 69,49
Светосила, F	2.3 ~ 2.6	1.7 ~ 2.1	2.0 ~ 2.6
Проекционное отношение	1,26 ~ 1,64	1,69 ~ 2,19	2,16 ~ 3,46
Оптический сдвиг Lens Shift	1:1 ~ 10:0	1:1 ~ 10:0	1:1 ~ 10:0
Моторизованное управление	да	да	да

ная программа Cinema, оптимальная для обработки видеосигналов полутоновых кинематографических изображений. Кроме того, пользователю предоставляется возможность создания и запоминания в памяти проектора программ Image 1 – 4 с четырьмя совокупностями из 10 параметров качества, оптимальных для конкретных источников информации, например, HDD-рекордера, проигрывателя DVD, видеомагнитофона и ресивера спутникового ТВ. Такими параметрами могут быть яркость, контрастность, резкость, шумность и насыщенность цветного изображения. Особое внимание уделено возможностям правильного отображения на экране цветовой палитры изображения. Для этого предусмотрены как индивидуальные регулировки уровней цветных составляющих R, G и B, так и выбор цветовой температуры проецируемого светового потока из значений XLow, Low, Mid и High, позволяющий смещать цветность изображения в целом от теплых (красных) оттенков к холодным (голубым) соответственно. Кроме того, есть возможность индивидуальной коррекции амплитудной характеристики канала изображения для получения одинаковой различимости на экране градаций яркости на темном и светлом фоне. Словом, в проекторе предусмотрены все возможности для того, чтобы изображения от любого источника информации было показано на экране наилучшим образом.

Какие видеосигналы лучше отображать при проекции? К проектору Eiki LC-XG210 могут подключаться различные источники информации. Лучшее качество изображения обеспечивается при работе с видеосигналами RGB первичных цветов.

Почти столь же высокий уровень качества изображения получается при работе с цифровыми компонентными видеосигналами (яркости Y и цветоразностными Pb/Cb, Pr/Cr). Так как такие выходы есть у высококлассных ресиверов спутникового телевидения и проигрывателей DVD, проекторы Eiki серии G оснащены соответствующими входами. Высокое качество изображения в данном случае объясняется тем, что при записи DVD используется дискретизация компонентных видеосигналов, и при

воспроизведении на выходах цифроаналоговых преобразователей проигрывателя сначала получаются такие же сигналы. Конечно же, именно их лучше использовать для отображения, не подвергая погрешностям кодирования и декодирования по какой-либо системе цветности.

Основными проигрывателями контента для электронных кинотеатров пока являются HDD-серверы с объемом памяти от 50 Гигабайт и цифровые видеомагнитофоны формата D-VHS фирмы JVC. Возможность записи видеомагнитофонами D-VHS несжатой информации с защитой от пиратского копирования явилась решающим фактором для начала выпуска цифровых видеозаписей фильмов киностудиями Голливуда. Некоторые из них выпускают копии своих кинофильмов на кассетах D-VHS и DVD. В настоящее время пока не принят единый стандарт DVD высокой четкости. Занять эту нишу претендуют дисковые носители несовместимых форматов Blu-ray и HD DVD. Одним из главных требований здесь является стоимость производства нового носителя, которая не должна быть выше уровня существующего DVD. Похоже, что цена дисков Blu-ray и HD DVD будет одинаковой, однако последние решения киностудий показали, что они склоняются к записи в формате HD-DVD. Три киностудии Голливуда уже объявили, что намерены выпустить кинофильмы на HD-DVD к ближайшему рождеству.

Особенности эксплуатации. Проекторы Eiki серии G обеспечивают широкие инсталляционные возможности и удобны в эксплуатации. Так, здесь предусмотрен выбор русского языка экранного меню и разъем Monitor Out для подключения к нему контрольного монитора аппаратной для дублирования изображения от проецируемого источника информации. Обслуживание проекторов Eiki сводится к чистке воздушных фильтров и замене проекционной лампы, о необходимости чего заблаговременно предупреждают соответствующие индикаторы. Предусмотрено выполнение этих операций пользователем. Чистка фильтров обычно производится через 100 часов работы, а замена лампы – по истечении ее ресурса.

СЕРТИФИКАЦИЯ: ОТ КОЛИЧЕСТВА К КАЧЕСТВУ

Валерия Лазарева

Существовавший некогда в нашей стране порядок выдачи разрешения на право открытия кинотеатров позволял начинать работу при наличии разрешения от местного Управления кинофикации после проверки им технического состояния зала и технического состояния киноаппаратуры. И хотя дальнейший систематический контроль работы кинозала отсутствовал, его работа периодически проверялась технической комиссией, являвшейся, по сути, общественной организацией. Вскоре и эта система контроля перестала существовать, так что до недавнего времени после получения кинозалом лицензии на право проведения публичного кинопоказа контроля за работой этого предприятия не существовало вовсе. Дирекцию кинотеатра могли беспокоить лишь на предмет соблюдения правил противопожарной безопасности да наличия табличек «вход-выход».

Требовалась коренная ревизия всех существовавших нормативных документов с последующим созданием единой системы, которая определяла бы требования к аппаратуре, залу, экрану. Для организаторов кинопоказа на тот момент существовало лишь одно обязательное требование – обеспечение электро- и пожаробезопасности. Между тем такой функциональный параметр, как неустойчивость изображения, во внимание не принимался вообще. Превышение физиологических норм (высокая яркость экрана, мощность звукового давления) прямой угрозы здоровью не создавали, однако к концу сеанса у некоторой части зрителей появлялось ощущение усталости и дискомфорта. В новых документах необходимо было учесть и этот гигиенический аспект. Кроме того, было необходимо создать орган, уполномоченный осуществлять проверки зрелищных предприятий и по их результатам выдавать соответствующие документы единого государственного образца.

Система должна была вобрать в себя все вопросы, связанные с оценкой качества кинопоказа. Сложность проблемы связана, прежде всего, с тем, что объектив-

ные критерии, позволявшие оценить качество кинопоказа, не были сведены в единую форму. Чтобы упорядочить их, требовалось проработать все действующие в тот момент документы, определявшие требования к аппаратуре и залу, интерьеру и экстерьеру кинотеатра.

Созданная в Научно-исследовательском кинофотоинституте (НИКФИ) Система добровольной сертификации услуг позволяет объективно оценивать техническое состояние кинопредприятия, способствуя, тем самым, повышению качества обслуживания зрителей в сети кинотеатров. Однако прежде чем эта система начала действовать, потребовалось доработать «Положение о лицензировании деятельности по публичному показу

Таблица 1. Параметры, определяющие качество кинопоказа.

Качество кинопроекции	- яркость экрана; - разрешающая способность; - неустойчивость изображения; - соответствие изображения размеру экрана; - субъективное качество изображения
Качество звуковоспроизведения	- частотная характеристика; - уровень шумов и помех; - субъективное качество громкоговорителей; - субъективное качество звуковоспроизведения
Технологические, акустические и комфортные показатели зала	- количество мест в оптимальной зоне; - количество мест в зоне наименьших геометрических искажений; - площадь в зрительном зале на одного зрителя; - частотная характеристика времени реверберации; - количество мест в оптимальной зоне по звуку; - эстетика и комфорт зрительного зала
Качество вне-сеансного обслуживания зрителей	- аудиовизуальное обслуживание зрителей; - эстетичность и комфортабельность оформления фойе; - вид и информативность рекламы; - экстерьер кинотеатра

аудиовизуальных произведений, если деятельность осуществляется в кинозале» от 13.05.2003 г., № 308, а именно дополнить его пунктом о соответствии технологического оборудования и качества киноvideопоказа требованиям отраслевых стандартов.

Заложенное в названии Системы сертификации понятие добровольности этой процедуры для администрации кинозрелищного предприятия на практике напрямую связано с положением закона о потребителе. В конце концов, логично увязывать стоимость билета с качеством кинопоказа – кинотеатры должны устанавливать цены на билеты в зависимости от качества звука и изображения. Десять лет назад, пока рынок не был столь насыщен кинозалами, как теперь, вопросы комфортности и качества кинопоказа просто не возникали.

В течение нескольких лет Система получала апробацию, отлаживалась с учетом проведенных исследований и опытных наработок. Требования к качеству кинопоказа были определены в соответствующих нормативных документах и сведены в таблице 1.

К настоящему времени более 70 кинозалов в России получили Сертификаты соответствия Системы. В

результате сертификационных обследований кинотеатров были систематизированы ошибки и их составляющие (таблица 2).

В условиях интенсивного развития киносети вопросы проектирования и технологического оснащения кинозалов, настройки оборудования (по большей части – импортного) и его дальнейшей эксплуатации особенно актуальны. А поскольку в их работе прослеживается тенденция к постепенному снижению качества обслуживания с течением времени (это относится, в первую очередь, к качеству кинопоказа), то, наряду с широким внедрением уже действующей Системы сертификации необходима организация текущего контроля качества киноvideопоказа в кинотеатрах – независимо от формы их собственности и имущественной принадлежности. Причем необходимо отметить следующее: наличие большого количества импортного оборудования приводит со временем к удорожанию обслуживания (запчасти, обучение персонала), что ни в коем случае не приведет к уменьшению цены билетов в кинотеатры. И существенным образом повлияет на отечественных производителей кинооборудования.

Таблица 2. Ошибки и их составляющие, выявленные при сертификации кинотеатров.

Ошибки	Составляющие ошибок	% составляющих ошибок
Ошибки проектирования	1. Неправильно выполненный расчет геометрии зала: - площадь в расчете на одного зрителя; - количество мест зала в зоне наименьших геометрических искажений изображения; - количество мест в зоне наилучшей видимости; - расстояние от киноэкрана до первого ряда партера	40%
	2. Неправильно выполненный расчет проекционных расстояний: - количество мест в зоне оптимальной по звуку; - искаженная сквозная частотная характеристика; - частотная характеристика времени реверберации	25%
Ошибки монтажа	1. Неправильно установлен кинопроектор - расстояние от нижнего проекционного луча до пола в зоне зрительских мест составляет менее 1,6-1,7 м - Угол отклонения оптической оси кинопроектора от нормали к центру киноэкрана в вертикальной плоскости превышает 8 градусов	10%
	2. Неправильная установка громкоговорителей	10%
	3. Неправильная акустическая обработка зала	30%
	4. Неправильная установка занавеса и кашет	30%
	5. Высокий уровень шумов и помех	20%
Ошибки эксплуатации	1. Износ оборудования	15%
	2. Недостаточная квалификация персонала	60%
	3. Несоблюдение правил технического обслуживания	25%

ДАЕШЬ ФЕСТИВАЛЬ! или Что нужно, чтобы его провести

Лера Бахтина

Отечественное кинопространство давно перестало быть пространством одного фестиваля – Московского международного. Как рядом с единственной в Советском Союзе партией – коммунистической, единственной авиакомпанией – «Аэрофлот» и единственным пивом – «Жигулевское» появились сотни партий, компаний и марок пива, так и кинофестивалей в 90-е годы стало много и на любой вкус. Теперь в столицах и, как принято говорить, в регионах проводятся киносмотров общие, тематические («Литература и кино» в Гатчине, «Лики любви» в Сочи, фестиваль правозащитного кино «Сталкер», фестиваль исламского кино «Золотой Минбар» в Казани) и специальные (анимационные, национальные – финского, итальянского, японского и т.п. кино).

В одной Москве за год проходит более 90 фестивалей. Из них за сезон осени 2004 – весны 2005 десять фестивалей национального кино было проведено на одной площадке – в Большом зале Центрального дома предпринимателей на Покровке. Такую фестивальную активность не заметить было невозможно, и я попросила **Надежду Котову**, пр-директора ЦДП, не просто поделиться опытом (уникальным даже для Москвы), но рассказать рецепты приготовления интересного (с точки зрения кино) и эффективно (с точки зрения бизнеса) кинофестиваля.

ЛЮДИ

Надя, около десятка фестивалей в год – не многовато?

Нам хорошо работает в таком режиме: например, летом с журналами, радиостанциями и интернетчиками мы обсуждали планы на новый сезон, договаривались о рекламе – удобно разго-

варивать с прессой не о каждом отдельном фестивале, а о целом пакете.

Сколько человек справляются с этими десятками фестивалейми?

В этом и прошлом сезоне нас было трое: я, Анна Зиминая, Елена Верниковская (она сама сгенерировала два проекта – голландское кино, американское независимое кино «ИндиВид»).

Для нас фестиваль – не бизнес. Наверное, как бизнесом можно заниматься масштабным событием вроде Московского международного кинофестиваля. Конечно, хотелось бы, чтобы нас было больше (элементарно не хватает человека, который собирал бы всю прессу о фестивалях). Но экономическая целесообразность не позволяет нам для не столь масштабных событий держать большой штат. А практика показывает, что с увеличением количества сотрудников результат, к сожалению, не всегда улучшается. Хотя команда так называемых фрилансеров (дизайнеров, курьеров) есть.

Когда начинается ваш рабочий день?

Рабочих дней обычно пять, а когда фестиваль – семь, даже восемь дней в неделю. Во время фестиваля мы работаем на сеансах – и это са-

Сколько для организации фестиваля нужно:

- ? **людей** – команда! (немного, но ответственных и преданных делу людей)
- ? **денег** – спонсоры! (потому что денег всегда будет мало)
- ? **времени на подготовку** – три месяца (хотя экстренно фестиваль можно подготовить и за две недели)
- ? **сколько должен длиться фестиваль** – со среды по воскресенье



мое приятное. Уже все сделано, пришла публика – и вот он, кайф, вот они, те люди, для которых ты старался. Этот момент дает драйв всем заниматься.

А когда заканчивается?

Раньше мы присутствовали на всех сеансах: бывало, что с последнего уже ушли все киномеханики, а я все жду, когда он закончится. Сейчас уже нет сил. Да и фестиваль мы поставили на рабочую волну, так что спокойно уходим домой: не рано, но и не ждем окончания фильма.

ДЕНЬГИ

Есть ли оптимальная сумма на подготовку фестиваля?

Оптимальной суммы нет, потому что...

...денег всегда мало?

Обычно – да, денег всегда мало. Но и спонсоры часто возникают тогда, когда ты думаешь, что денег уже не будет, в самый последний момент (например, нужно уже буклет сдавать, спешка невероятная). Со спонсорами всегда очень сложно. Хорошо, когда на фестиваль есть бюджет (как, например, на «Новое британское» и немецкое кино от British Council и Гете-института). Но гораздо чаще к нам из отделов по культуре того или иного посольства приходят материалы, а бюджета на их раскрутку нет.

Так к нам весной пришли диски британской анимации – а рекламируйтесь как хотите! И тут-

то мы и вынуждены изобретать – искать спонсоров. Но ведь кино национальное, поэтому каждый фестиваль требует своего особого спонсора. Очень часто программа дается посольством, которое не работает с сигаретами или алкоголем (это самые простые спонсоры, которых можно было бы подписывать на все фестивали хоть круглый год). Но мы не можем этого делать: и сами сигареты-алкоголь не приветствуем, и написать на одной афише «Посольство Индии представляет...» рядом с рекламой табачного спонсора было бы цинично. На анимацию также нельзя звать ни алкогольного, ни табачного спонсора.

Фактически для каждого фестиваля нужно выстраивать новые отношения с какой-то компанией – это непросто. Для этого тоже нужен отдельный человек, который мог бы собрать всю информацию и который бы еще понимал, что он делает и для чего. Это не секретарская работа. А если нанимать агентство, то стоить это будет порядка \$1000.

ВРЕМЯ

Если про деньги точно сказать сложно, то сколько времени требуется на подготовку фестиваля?

Идеально – три месяца. Этап номер один – встретились, договорились (с посольством, например).

Этап номер два – мы пишем большое письмо, что нам нужно для подготовки фестиваля (бетакамы, слайды, синопсисы фильмов и т.д., такого-то качества) и в какие сроки.

Проходит неделя, другая, третья – ничего не происходит. В это время партнеры запрашивают свои контакты, контакты – свои контакты, и все это ведет совершенно в никуда. А мы не можем начать работать, пока не знаем, какие будут фильмы.

Этап номер три – кассеты должны пройти таможенно (мы не можем сделать фестиваль без партнера (посольства или культурного центра), который доставит сюда копии фильмов, потому что на доставку копий у нас нет юридических прав), доехать до нас, их отсматриваем мы и редактор, который пишет тексты каталогов. В последнее время тексты нам пишут журналисты: мы стараемся дать публике живой синопсис, не просто сюжет, а взгляд на фильм.

Приходилось отказываться от фестивалей?

Нет. Мы переносим сроки, если понимаем, что не получается успеть вовремя.

Сколько же должен длиться фестиваль?

Оптимально – 4 дня: среда – открытие (приглашения, билеты продаются в ограниченном количестве), четверг и пятница – вечерние сеансы, суббота и воскресенье – в зависимости от количества фильмов: либо весь день показываем, либо ближе к вечеру.

Делать полный день показов в четверг и пятницу не имеет смысла?

Бесполезно! Люди же работают. Единственный молодежный фестиваль – это аниме-фестиваль: дети идут с утра до вечера в безумном количестве. На остальных наша аудитория – это все-таки студенты или взрослая, работающая публика: архаусное кино подразумевает мозговой бэкграунд или усталость от Голливуда.

ПЛОЩАДКА

Чем ЦДП удобен для проведения фестивалей?

Это место просто гениально: расположено удобно, у нас нет ни одного игрового автомата, не продается поп-корн. Зал и по размеру оптимален.

А я думала, что для фестиваля один большой зал – это громоздко и неудобно. Лучше много маленьких зальчиков или залов разных размеров.

Если бы еще и маленькие залы были – это было бы шикарно, мы об этом мечтаем, но возможности здания пока не позволяют. Хотя у нас есть новое помещение – конференц-зал на 100 мест, где мы показываем DVD. На фестивале аниме мы это будем делать.

Название Центральный дом предпринимателей для киноплощадки вам не мешает? Предубеждений не боитесь?

Нет, не мешает и не помогает. Я сама очень долго привыкала к «ЦДП», сначала название меня настораживало. Но потом я, как говорят



англичане, научилась с этим жить и даже полюбила его. Кстати, сейчас название «ЦДП» уже знают, оно закрепилось в сознании людей, в том числе благодаря фестивалям.

Как ваше начальство относится к проводимым вами фестивалям? Влияют ли их пристрастия на тематику киносмотров?

Руководство ЦДП и мы, организаторы фестиваля, доверяем друг другу. Мы все заинтересованы в том, чтобы событие прошло хорошо. Если я говорю, что фестиваль будет успешным, — они прислушиваются. Бывает, я не уверена, что фестиваль будет успешным, но он нужен, потому что выведет нас на новый этап и т.п. Единственный фестиваль, который в прошлом году запретило руководство, — это фестиваль трэша, и он прошел в «МДМ-кино». Трэш — тема провокационная.

Считает ли руководство ЦДП одной из ваших задач заработать на фестивале? Можно ли вообще заработать на фестивале?

Назвать фестиваль в чистом виде коммерческим предприятием нельзя. Чтобы окупиться, нам нужно распродать все билеты и оплатить работу персонала. Если находится спонсор — фестиваль окупается. Часто получается так, что мы за-

рабатываем на одном фестивале и на эти деньги проводим другой. Это ситуация нон-стоп.



В ОСТАТКЕ

Какой из прошедших фестивалей вы считаете самым удачным?

У нас было несколько удачных фестивалей: аниме, японский фестиваль. Хотя бывают разные тонкости и разные критерии успешного фестиваля. На индийском фестивале просто распирало от удовольствия: мы хотели, чтобы у нас были сеансы как в Индии — с антрактами, во время которых можно не просто передохнуть, прогуляться по фойе, но и попробовать блюда индийской кухни, — и мы сделали это. И пусть посещаемость сеансов была 60-70%, но все равно здорово! Зрители попали в атмосферу, которую мы хотели для них создать. Поэтому я бы назвала этот фестиваль суперудачным, хотя и не аншлаговым.

Или канадская анимация: это был неудачный фестиваль по количеству публики. Но я уверена, что мы подтолкнули остальные площадки (московский Музей кино, Нижний Новгород, Владикавказ, Беслан), это надо было сделать.

Надя, какой фестиваль вы еще только мечтаете провести?

Такой мечтой, очень давно, был фестиваль «Новое британское кино». Британцы раньше отказывали по причине отсутствия синхронного перевода. Теперь он у нас есть, и мы провели фестиваль в октябре.



«МЕРИДИАНЫ ТИХОГО»

призы и гости, радости и нелепости владивостокского фестиваля

Константин Сальников

Веселый фестиваль гимн, который третий год подряд исполняет на открытии жена губернатора, «звездная» дорожка, сияющая, как вода Амурского залива, солнце, радостно заливающее город своим вечерним золотым сиянием, жизнерадостная и в меру пошлая церемония открытия, завершившаяся тяжелым и мрачным «Итальянцем» Андрея Кравчука, подробно рисующим нашу безрадостную действительность, – так открывался Третий международный кинофестиваль стран азиатско-тихоокеанского региона «Меридианы Тихого».

Вряд ли организаторы фестиваля сознательно выстраивали подобный ракурс восприятия. Скорее всего, программы киносмотр отражают реальное положение дел в мировом кинематографе независимо от желаний их составителей. И жюри, возглавляемое Арменом Медведевым, выбрав фильмы острой и не очень острой, но социальной направленности из разных регионов Азии и Тихого океана, выдало на закрытии фестиваля умеренное и политически сбалансированное решение. Остроумную находку жюри – вручить призы за лучшую мужскую и лучшую женскую роли группам актеров – известный сатирик Аркадий Инин, со свойственным ему чувством юмора, прокомментировал со сцены: «Да они тут просто групповуху какую-то устроили!»

Гран-при за лучший полнометражный фильм был вручен фильму из Перу «Дни Сантьяго» режиссера **Хосе Мендеса** – фильму крепкому, но без блеска, необходимого фавориту. С таким же успехом главный приз мог быть вручен любой дру-



«Кекексили: горный патруль»

гой картине конкурсной программы, которая, без сомнения, была очень добротной и качественной.

Приз за лучший короткометражный фильм вполне логично получил режиссер из Сингапура **Ройстон Тан** за пародийный мини-мюзикл «**Серенада для цензора**». Режиссеру, вышедшему на сцену в маскарадном костюме кролика с длинными ушами, в темных очках в белой оправе и розовом боа, награду вручил норвежский режиссер и член жюри Кнут Эрик Йенсен, отметив не достоинства фильма, а важность борьбы с цензурой в современном мире.

Китайскому фильму «**Кекексили: горный патруль**» режиссера **Лю Чуаня** достались от щедрого жюри два приза: Специальный приз жюри и Приз за лучшую мужскую роль, который вручили целому коллективу актеров. Мощная, назидательная драма, созданная на основе реальных событий, происшедших в природоохранном заповеднике Кекексили, где группа добровольцев объединилась в вооруженный отряд для борьбы с бандой браконьеров и погибла в песках и горах Западного Китая, была наиболее вероятным претендентом на победу в конкурсе и получила свои призы заслуженно.

Российскому «**Удаленному доступу**», жюри также вручило два приза, таким образом уравни-



«Удаленный доступ»

весив две награды отданные китайскому фильму. **Светлана Проскурина** получила Приз за лучшую режиссерскую работу, а **Дана Агишева** и **Елена Руфанова** (теперь уже женский актерский коллектив) – Приз за лучшую женскую роль.

Вся несколько угрюмая программа фестиваля была составлена из фильмов, которые и сами по себе тягостны для восприятия, но выставленные подряд один за другим (к примеру, на сеансах в кинотеатре «Меридиан») вызывали угнетающее воздействие на психику уже простым перечислением названий фильмов: «VITAL», «Прямохождение», «4», «Торговец конечностями», «Обожженный морозом» и под занавес в 23.30 «Молчание невесты».

Фильм конкурсной программы «VITAL» (режиссер Шинья Цукамото, Япония) получил Специальный диплом жюри. Оригинальный и отлично снятый фильм, к сожалению, страдает затянутостью. После того, как главный сюрприз (студент-медик с амнезией, полученной во время автотрагедии, препарировал в анатомичке труп своей погибшей возлюбленной, постепенно узнавая ее тело и таким образом возвращая себе память) перестает быть секретом для зрителя в середине фильма, развития сюжета не происходит и странная психологическая драма, постоянно зависая на очередном финале, все еще движется и никак не может закончиться. Если бы режиссер или продюсер проявили немного смелости и сократили метраж в два раза, то получился бы настоящий шедевр в коротком метре.

Наиболее неадекватным и нелепым было вручение Приза имени Григория Горина «Улыбайтесь, господа!» его вдове Любви Гориной. Возможно, Любовь Горина заслуживает всех призов фестиваля, но более логично было бы вручить приз одной из немногочисленных в конкурсе комедий – замечательной короткометражке из Новой Зеландии «Вкус новой жизни» режиссера **Зии Мандвивалла**, скромному фильму с горьким юмором, так свойственным произведениям Григория Горина.

Среди прочих фестивальных нелепостей была странная, платная для зрителей (!) презентация корейского блокбастера «Тайфун» режиссера **Квак Кён Тхэка**, из которой ни зрители, ни журналисты, ни пришедшие на встречу гости фестиваля не узнали о проекте ровным счетом ничего. Вместо части чернового монтажа картины, которые принято показывать на таких мероприятиях, зал два раза просмотрел невнятный че-



«VITAL»

тырехминутный рекламный ролик из кадров, возможно, снятых во Владивостоке. И еще два раза лицезрел домашнее видео организаторов фестиваля, присутствовавших на съемках. Отвечая на вопросы раздосадованных зрителей, режиссер заявил, что приблизительно около 30 минут экранного времени будет происходить в вашем замечательном городе, что бюджет фильма составляет 14 миллионов долларов и это будет самый дорогой фильм, снятый в Корее. Самое же

печальное, что главный директор кинофестиваля и режиссер Театра имени Горького Ефим Звеняцкий заявил, что это первый художественный фильм, который снимали во Владивостоке, таким образом перечеркнув историю и нового азиатского кино, и всего советского и приморского кинематографа в частности.

Но какие бы ни были накладки и какие бы недоразумения ни происходили во время фестиваля, а без них, как известно, не обходится ни одно мероприятие в России, – кинофестиваль «Меридианы Тихого» стал праздником для приморских зрителей, соскучившихся по настоящему кино, и для участников и гостей фестиваля. Публике были представлены фильмы 24 стран: 91 фильм, 9 полнометражных и 10 короткометражных фильмов в конкурсной программе. На церемонии открытия «звезд» подвозили к кинотеатру на раритетных автомобилях из музея автотостарины. Ежедневно всех желающих участников и гостей фестиваля катали по городу на «музейном трамвайчике» и вывозили на песчаный пляж бухты Шамора.

На этот раз фестиваль посетил знаменитый корейский режиссер **Ким Ки Дук**, обладатель Гран-при прошлого года за лучший полнометражный фильм «Весна, лето, осень, зима... и снова весна». Настоящая звезда мировой режиссуры, отнюдь не прошлого, а самого что ни

«Дни Сантьяго»



«Пустой дом»

на есть настоящего времени, выкроил из своего плотного графика буквально одни сутки, чтобы посетить Владивосток и представить свой шедевр **«Пустой дом»** в программе «Панорама». Пробежав по «звездной» дорожке в застиранных джинсах, футболке и бейсболке, демократичный Ким Ки Дук затерялся в толпе приглашенных в фойе кинотеатра, где, никем не узнаваемый, бродил среди фуршетных столиков для рядовых зрителей, пока организаторы не обнаружили пропажу «суперзвезды» и не увели в закрытое кафе «35 мм» для особо избранных гостей. На следующее утро на показе «Пустого дома» несколько раз на протяжении сеанса звучали аплодисменты. После окончания фильма овации не смолкали несколько минут. Режиссера не хотели отпускать, и он отвечал на вопросы зрителей прямо в зале, после чего продолжил спонтанно начавшуюся пресс-конференцию на втором этаже фойе кинотеатра «Океан», куда пришли не только аккредитованные журналисты и фотографы, а также гости фестиваля, актеры и рядовые зрители. Отвечая на вопросы, Ким Ки Дук заявил, что Владивосток произвел на него противоречивое впечатление, но поскольку и сам он, Ким Ки Дук, странный, и фильмы его странные, и город странный, то вполне возможно, что он специально напишет сценарий, действие которого будет разворачиваться во Владивостоке.



«НОВОЕ БРИТАНСКОЕ КИНО» Просветители и проповедники национального, социального и прочего равенства в России

Лера Бахтина, Никита Сироткин

Шестой ежегодный фестиваль «Новое британское кино», один из самых крупных и уж точно самый заметный проект Британского Совета, наконец, случился – спустя полтора года после предыдущего, в начале нынешнего октября. Новой основной площадкой киносмотр стал снабженный всем необходимым для синхронного перевода Большой зал ЦДП на Покровке, в «Художественном» сеансы повторялись с отставанием в день. И это только в Москве, которая была для британского кино не первой и далеко не единственной, а всего лишь одной из 11 фестивальных площадок: киносмотр открылся 30 сентября в Санкт-Петербурге, а вслед за Москвой продолжился в Ростове, Самаре, Нижнем Новгороде, Екатеринбурге, Омске, Новосибирске, Томске, Красноярске и Иркутске.

По-европейски активный, деловитый и просвещенный Британский Совет задал тон фестивалю и определил его облик. Если во время сеансов фестиваля индийского кино, проходившего в ЦДП, в фойе устраивали антракты с диско на ТВ и блюдами индийской кухни, которые мог попробовать каждый, а перед фильмами фестиваля американского независимого кино «ИндиВид», куда пускали исключительно лиц, достигших 18 лет, бодрые юноши-девушки раздавали сигареты, энергетический газированный напиток и пиво – то «Новое британское кино» было образцом обдуманного подхода к культурному обмену. В фойе за столом, полным проспектов, каталогов и альбомов, деловые молодые женщины европейского вида рассказывали о проектах Британского Совета в области образования и искусства, и аккуратные молоденькие девушки пред-

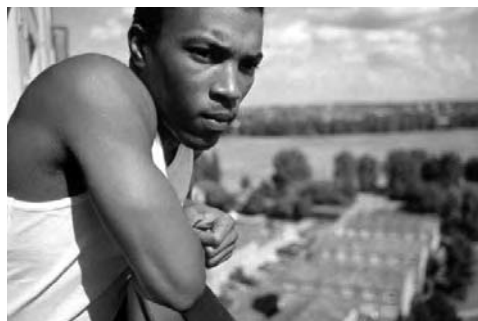
лагали всем зрителям заполнить анкету о фестивале, которая поможет организаторам в работе над будущими проектами, а зрителям даст шанс выиграть футболку с логотипом фестиваля.

Публика собиралась на фестиваль тоже особенная: в основном европейского вида молодежь (средний возраст зрителей фестиваля – лет 30), интересующаяся как английским кино, так и просто английским языком и культурой.

Именно для них организаторы отобрали и привезли фильмы, которые говорят о самых актуальных проблемах британцев и завоевывают не главные, но достойные призы на фестивалях (чаще всего европейских). А самое важное – эти фильмы российский зритель вряд ли когда-нибудь увидит в кинотеатре. (Хотя, заметим в скобках, знатоки пиратского видео- и DVD-рынка встречали на прилавках «Слоеный пирог» и «Травму», а прилежные телезрители могли отследить на одном из отечественных каналов «Гамбургского смертника» за пару недель до фестиваля.)

Что же можно было узнать о современной Великобритании и современном британском кино за 7 дней фестиваля, во время которых были показаны 10 фильмов 2003-2004 гг.?

Режиссеры настаивают, что современный британец может быть не только белым, но и любым цветом: персонажами разных фильмов были британцы не только английского, шотландского и т.п. традиционного происхождения, но также пакистанского, африканского и ливанского. И если у режиссера Кена Лоуча в **«Прощальном поцелуе»** желание главных героев (пакистанца и ирландки) быть вместе встречало сопротивление как исламской, так и католической общины (это и составило основной конфликт фильма), то для режиссера Саула Дибба в **«Крутом парне»** абсолютно не имеет значения цвет кожи его персонажей. Чернокожий Рики – неглухой, но беспарольный парень – умудряется, только лишь выйдя из тюрьмы, влипнуть в неприятную историю с фатальными последствиями для себя, своей сверхтерпеливой матери, обожающего его младшего брата 12-ти лет и верной подружки. Это могло произойти с парнем любого цвета кожи, и его смерть была бы



«Крутой парень»

столь же неизбежной и щемящей. И если для нас такое представление о британце – ломка стереотипа (все равно, что называть русским чеченца, потому что он живет в Москве), то для них это норма, которую авторы фильмов либо давно и естественным образом приняли, либо призывают принять.

Судя по представленным фильмам, в разноцветной Британии люди озабочены больше всего этническими и межнациональными проблемами («Прощальный поцелуй», «Ясмина»), плавно переходящими в политические («Гамбургский смертник»), затем социальными («Крутой парень»), морально-этическими («Месть мертвеца», «Испытание любовью») и лишь в последнюю очередь собственно кинематографическими («Слоеный пирог», «Травма»).

«Гамбургский смертник» задуман как история одного из членов гамбургской ячейки «Аль-Каиды». На фоне документальных кадров из теленовостей (мусульмане гибнут от рук европейцев и американцев, и сами устраивают террористические акты по всему миру) разворачивается рассказ о безвольном молодом ливанце, который под действием обстоятельств и окружающих его мусульман-экстремистов превращается в бесчувственного фанатика. Но создатели фильма настолько упорно следуют известным фактам, а игра актеров настолько бесцветна, что «Гамбургский смертник» не оставляет места для рефлексии об истоках терроризма в человеке и в мире и, кажется, может стать и агиткой для членов «Аль-Каиды». Позиция авторов слышна



«Месть мертвеца»

только в разбросанных по фильму сносках-примечаниях о том, что спецслужбы разных стран не предприняли никаких действий, хотя знали о намерениях террористов.

Фильм **«Месть мертвеца»**, полный кровавых сцен, постоянно балансирует на грани триллера: вернувшийся из армии мужчина мстит виновникам смерти его брата. Но интересен фильм не этим. Перед нами и оригинальный морально-философский этюд о жестокости и возмездии, их пугающем и трагическом взаимном перетекании, и в то же время – атмосферное кино: неустроенный быт немолодых бездельников, их человеческая фактура, их глупые развлечения, их страх показаны выпукло до самодостаточности – и из всего этого складывается почти экзистенциалистский очерк о страшной и сломанной жизни.

А вот о языке кино – способе выражения своих мыслей с помощью камеры и монтажа – британские режиссеры думают, похоже, только тогда, когда сюжет позволяет им не слишком сосредоточиваться на нем. Запутанный триллер **«Травма»** снят так, будто бы режиссер Марк Эванс очень старался сделать фильм не хуже голливудского. Его герой – художник Бен, в начале картины переживающий гибель жены, – по ходу событий на наших глазах превращается из сломленного горем человека в настоящего параноика, не разделяющего реальность, свои фантазии и свои желания. Паранойя создается художниками-постановщиками, продумавшими до деталей обстановку в квартире Бена, режиссером Марком

Эвансом, перемешивающим сны и явь героя, актером Колином Фертом, исполнителем роли Бена, – устрашающе и убедительно, но это вряд ли что-то добавляет к плоской и довольно банальной истории одного сумасшествия.

Режиссерский дебют продюсера Мэтью Вона **«Слоеный пирог»** очень старается быть чем-то большим, чем просто криминально-комедийный триллер вроде «Большого Куша» и «Карты, Деньги, Два Ствола» Гая Ричи, продюсером которых был Вон и из которых его дебют вырос, – криминальной драмой, например. Однако рассказ об осторожном производителе наркотиков по имени Икс, который волею обстоятельств сталкивается с вершителями судеб криминального мира и неожиданно для самого себя занимает их место, съезжает на уже знакомые по фильмам Ричи рельсы. Икс, комментирующий происходящее на протяжении всего фильма за кадром, пытается посвятить нас в свою философию (не стоит постоянно гнаться за удачей, нужно уметь успокоиться на достигнутом), но гораздо больше обращают на себя внимание лихо закрученный сюжет, бесконечные перестрелки и несколько интересных монтажных приемов (которых прямо-таки ждешь от таких фильмов).

Социально значимое высказывание остается главной задачей британских кинематографистов. Поэтому оно может быть снято предельно просто, реалистично, без внедрения режиссера непосредственно в текст фильма (в виде сложного монтажа эпизодов, субъективной камеры или чего-либо подобного). Похоже, именно оно и востребовано европейским зрителем, сытым и устроенным, но обеспокоенным тем, что политические конфликты и ход истории от него не зависят. Чем же еще объяснить приз экumenического жюри на международном кинофестивале в Берлине (2004) и премию «Сезар» за лучший фильм стран Евросоюза (2005) для «Прощального поцелуя»? Разве что уравновесить призом «Золотой Хичкок» на фестивале британского кино в Динаре (2004) для «Мести мертвеца» и обещанием отечественных дистрибьюторов из кинокомпании «ВЕСТ» выпустить этот фильм в прокат.



1960 год, «ПРОСТАЯ ИСТОРИЯ»

Рубрику ведет Михаил Фридман

В конце ноября в связи с юбилеем любимой миллионами кинозрителей актрисы Нонны Мордюковой на многих ТВ-каналах будут демонстрироваться фильмы с ее участием. Мы решили вспомнить «Простую историю», и потому что эта картина тоже юбиляр, и потому что почти в каждом своем интервью, которые когда-то раздавала Нонна Викторовна, как только речь заходила о любимых ролях, первой она называла роль Саши Потаповой – главной героини «Простой истории». Прошло сорок пять лет, но она до сих пор благодарна киносценаристу Будимиру Метальникову за то, что он, как признавалась актриса, угадал ее мечту и написал роль специально для нее, подарив ей актерское счастье сыграть непростую судьбу русской женщины, да к тому же, что особенно

дорого для нее, очень похожую на судьбу ее матери. Будто сценарист каким-то образом прознал про это, хотя до фильма «Отчий дом» не был лично знаком с Мордюковой. Метальников, конечно, знал о ней, видел ее в фильмах, но никакого пристрастия к актрисе не испытывал. Даже более того, без всякого восторга согласился с режиссером Львом Кулиджановым, когда тот, готовясь снимать по его сценарию «Отчий дом», пригласил Мордюкову на роль Степаниды. Но уже на репетициях убедился, что эта актриса, как никто, понимает свою героиню и играет гораздо шире и серьезнее, чем написано им. Возможно, сказывалось ее глубинное знание сельской жизни, ведь Нонна родом из кубанской станицы. Недаром, набросав несколько первых сцен «Простой истории» и поч-

ти уже отложив их в сторону недовольный ими, драматург вдруг представил в образе Саши Потаповой Нонну Мордюкову, и сразу работать стало легче. Каждая фраза зазвучала по-мордюковски, каждый жест требовал ее выразительности. Диалог стал зримым. Сценарий написан быстро и легко.

В «Простой истории» все сложилось удачно: талантливый сценарий, умная добрая режиссура Юрия Егорова, умевшего просто рассказать о простых вещах, уверенная работа оператора Игоря Шатрова, давнего соратника режиссера, снимавшего с ним и «Море студеное», и «Они были первыми», и «Добровольцев», и замечательная мелодичная музыка Марка Фрадкина, написавшего с поэтом Николаем Доризо нестаряющую песню о любви «На тот большак, на перекресток...», и, наконец, прекрасная актриса, получившая сценарный материал, о котором мечтала. Зритель принял картину, полюбил ее сразу и навсегда.

Знакомые со студенческой скамьи Нонна Мордюкова и Юрий Егоров учились на знаменитом первом послевоенном курсе Сергея Герасимова и Тамары Макаровой, — они встретились впервые на съемочной площадке фильма «Добровольцы». Режиссер искал актрису на эпизод и неожиданно столкнулся в коридоре студии с Мордюковой, которая охотно на него согласилась. Она так сыграла ту рольку, что помнится и сегодня. Ее метростроевка, жизнерадостная, горластая деваха, смачно пьет молоко из бутылки и фальшиво поет арию Кармен «У любви, как у пташки, крылья...». Сколько юмора и обаяния в мордюковской игре, к тому же, обладая абсолютным музыкальным слухом, она сумела так убедительно сфальшивить. Возможно, тогда Егорову подумалось, что было бы здорово снять Нонну в большой серьезной роли. И такая роль вскоре нашлась.

В своей книге «Приворотное зелье» Михаил Ульянов, отдавая должное партнерам по сцене и экрану, вспоминает и работу с Нонной Викторовной. Образ секретаря райкома Данилова, кото-

рый выпало ему слепить, был традиционно положительным. Ничего земного ему не было отпущено драматургом — ни обнять такую ядреную девушку, как Саша Потапова, ни тем более поцеловать. «Хороший ты мужик, Данилов, но не орел...» — так отозвалась о нем героиня. «В общем, — пишет Ульянов, — топтался я возле Саши, интересной, живой, страдающей — именно такой ее сыграла Нонна. А что поделаешь, дальше роли не пойдешь — не играл я, а «проигрывал» на фоне Мордюковой». Михаил Александрович не написал, что драматург, видя это, переделал несколько сцен с участием Ульянова. Был, например, эпизод с костром, выписанный Метальниковым поэтично и красиво. Говорят, Нонна Мордюкова прямо плакала, так хотелось ей сыграть все это и снять. Но Ульянов уехал с театром на гастроли, а сроки сдачи картины поджимали. Недосняли почти целую часть.

Что любопытно: в прокатном удостоверении было оговорено, что фильм разрешается смотреть детям старше 16 лет. Сегодня даже непонятно, что могло в этой «простой истории» напугать моралистов. Может быть, сцена, в которой солдатики собрались на невеселые бабьи именины, поют под патефон песни про любовь и вспоминают прошедшие зря «сладкие годочки». А может быть, эпизоды «греховных» встреч Саши с Иваном Лыковым в прекрасном исполнении Василия Шукшина. Наверное, и сцена Саши и Данилова в избе, освещенной предательски мигающей лампочкой: то она гаснет, и рука Данилова робко тянется к руке Саши, то ярко вспыхивает, и Владимир Иванович резко отдергивает руку...

Откровенно говоря, не хочется иронизировать по поводу блюстителей морали, потому что невольно ирония задевает и саму картину. А она и ее создатели совершенно не заслуживают насмешки. Ведь недаром и сегодня, прожив в искусстве огромную жизнь (хотя и не совсем такую, какую должна была прожить), Нонна Викторовна Мордюкова считает «Простую историю» самым любимым своим фильмом.



НОННА МОРДЮКОВА

(25.11.1925 г.)

Великий режиссер Александр Довженко, увидев ее впервые на экране, написал в своем «Дневнике»: «Такие профили я встречал на скифских вазах». Он был убежден, что это рабочие и крестьяне страны послали своего представителя учиться в киноинститут. Ролью Ульяны Громовой в знаменитом фильме своего учителя С.А. Герасимова «Молодая гвардия» Нонна с отличием защитила диплом. Она очень скоро снискала поистине всенародную любовь, сыграв в фильмах «Чужая родня», «Екатерина Воронина», «Простая история», «Председатель», «Женитьба Бальзамина». Снимаясь время от времени в 80-90-е годы минувшего века («Верой и правдой», «Родня», «Вокзал для двоих», «Луна-парк», «Ширли-мырли», «Мама»), эта великая актриса не смогла избежать участи многих киноактеров, вынужденных подолгу простаивать без работы.



ГАЛИНА БОКАШЕВСКАЯ

(3.11.1965 г.)

Как многие ленинградки, патриоты своего города, ныне вернувшего себе первоначальное название, Галина после школы поступила на актерский факультет Ленинградского Государственного Института музыки и кино. Работала в разных театрах Питера, пока окончательно (во всяком случае на сегодня) не остановила свой выбор на Молодежном театре на Фонтанке. Стала сниматься в кино в конце 80-х («Джек Восьмеркин – американец», «Очи черные», «Случайный вальс»), но заговорили о Бокашевской после выхода фильма «Тоталитарный роман» (1998). За роль Нади, главной героини, Галина Бокашевская была удостоена призов за лучшую женскую роль на кинофестивале «Киношок» и на МКФ «Стожары» в Киеве.



АЛЛА СУРИКОВА

(6.11.1940 г.)

Так уж случилось, что среди ноябрьских юбиляров не оказалось мужчин. В какой-то степени замечательный режиссер Алла Сурикова восполнит этот пробел. Что греха таить, кинорежиссура – это больше мужская профессия, несмотря на эмансипацию. К тому же Сурикова не просто кинорежиссер, но и еще – комедиограф, чуть ли не единственная женщина в нашем кино. Может быть, потому, что до кино она освоила такие «мужские» профессии, как грузчик, слесарь-сборщик и инженер. Режиссер Сурикова исповедует принцип, которому остается верна на протяжении творческого пути: «Искусство не должно быть скучным». И зрителям скучать не приходилось и не приходится, когда на экране (кино- или теле-) идут «Ищите женщину», «Суета сует», «Будьте моим мужем», «Искренне Ваш», «Человек с бульвара Капуцинов», «Чокнутые», «Московские каникулы», «Дети понедельника», «Хочу в тюрьму!».



ЛЮДМИЛА ГУРЧЕНКО

(12.11.1935 г.)

Людмила Гурченко в своем роде не менее уникальна, чем Мордюкова с Суриковой. Хотя бы потому, что годы не властны над ней. Более того, молодое поколение зрителей знает ее так же хорошо, как и сверстники актрисы, восхищаясь ее молодостью, прекрасной физической формой, пластикой, актерским мастерством. Популярные молодые актеры шоу-бизнеса считают за честь сняться с ней в одной телепрограмме или поучаствовать вместе в фильме или спектакле. Выплыв после оглушительного успеха «Карнавальная ночь» из многолетнего простоя, Людмила Марковна вот уже несколько десятилетий работает интенсивно, азартно, результативно в кино, театре, на эстраде и телевидении. Она успела еще ко всему написать две объемные книги о своей жизни, зачитанные читателями до дыр. Среди лучших ролей – Ника («Двадцать дней без войны»), Тая («Сибиряда»), Люба («Вторая попытка Виктора Крохина»), Тамара («Пять вечеров»), Лариса Юрьевна («Полеты во сне и наяву»), Вера («Вокзал на двоих»), Рита («Любимая женщина механика Гаврилова»).



НИНА ГРЕБЕШКОВА

(29.11.1930 г.)

Нина Павловна – вдова великого режиссера Леонида Гайдая. И ее творческую жизнь можно разделить на два периода – до Гайдая («Спортивная честь», «Смелые люди», «Беспокойная весна», «Испытание верности») и с Гайдаем («Кавказская пленница», «Бриллиантовая рука», «12 стульев», «Не может быть!», «За спичками», «Спортлото-82»). Во всех этих фильмах ярко проявилось лирическое и комедийное дарование актрисы. Возможно, Гайдай понимал, что был несправедлив к своей талантливой жене, занимая ее лишь в эпизодических ролях. Недаром незадолго до смерти сказал ей: «Я виноват перед тобой: ни одной картины для тебя не сделал». Сама же Нина Гребешкова не считает себя обделенной киноактрисой – в ее фильмографии 60 картин.

Учредитель журнала «Киномеханик / Новые фильмы» – Российское агентство «Информкино»

Главный редактор Мухина Любовь Николаевна

Заместитель гл. редактора Фридман Михаил Абрамович

Редакторы отделов: Семичастная Валентина Ивановна, Бахтина Валерия Геннадьевна, Григорян Олег Юрьевич

Верстка: Ирина Алексеева

Подписано в печать 30.10.2005 г.

Печать офсетная. Бумага тип. «Сыктывкар». Формат 70x100¹/₁₆. Усл. печ. л. 5,2.

Тираж 2045 экз.

Адрес редакции: Россия, 119017, Москва, ул. Б. Ордынка, 43.

Тел.: (095) 951-4696 **Тел./факс:** (095) 951-1133.

E-mail: kinomechanics@yandex.ru, kinomehanik@ra-informkino.ru