

КИНОМЕХАНИК/ НОВЫЕ ФИЛЬМЫ

№ 1/2007

ИНДЕКС 70431

ISSN0023-1681

ВЫХОДИТ С АПРЕЛЯ 1937 ГОДА

Учредитель журнала

«Кинотехник / Новые фильмы»

Российское агентство «Информкино»

Главный редактор

Регер Ирина Равильевна

Заместитель главного редактора

Фридман Михаил Абрамович

Редакторы отделов:

Семичастная Валентина Ивановна,

Бахтина Валерия Геннадьевна

Над номером работали:

Рехман Полина, Леонтьева Ксения, Сальников

Константин, Силин Николай, Гречко Антон,

Батяев Олег, Озерова Елена, Слапина Анна,

Писарева Елена, Маврина Евгения

Верстка

Ирина Алексеева

Подписано в печать 20.12.2006 г.

Тираж 2500 экз.

Адрес редакции:

Россия, 119017, Москва, ул. Б. Ордынка, 43.

Тел.: (495) 951-46-96 **Тел./факс:** (495) 951-11-33.

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

Отпечатано в ООО «Андора»

г. Москва, ул. Прянишникова, д. 19А

Оформить подписку на журнал можно по каталогу ОАО «Роспечать». Подписной индекс — 70431.

Подписка оформляется с любого месяца.

Дорогие читатели!

Вы держите в руках первый номер нового 2007 года, а это значит, что у нашего журнала – юбилей! 70 лет назад, в апреле 1937 года, выпуск «Кинотехника» увидели первые читатели – кинотехники и инженеры учреждений кинопоказа. С тех пор многое изменилось. Вот уже почти тринадцать лет журнал «Кинотехник» выходит под единой обложкой с ежемесячным информационным изданием «Новые фильмы». В кризисном 1994 году периодике приходилось выживать, и объединение стало единственным способом не потерять любимые вами журналы.

Но меняется время, меняются люди, экономические условия и зритель. Естественно, меняемся и мы. Некогда суровую необходимость объединения двух изданий сегодня мы считаем большой удачей. У «Кинотехника», а мы уже привыкли считать себя единым изданием, появилась возможность рассказывать что-то новое не только инженерам и кинотехникам, но и руководителям кинотеатров, специалистам репертуарных, финансовых и юридических отделов учреждений показа и проката. Читатели увидели новые рубрики и темы, которые ранее не освещались. Все это преследует только одну цель – мы хотим, чтобы каждый специалист нашел что-то интересное и полезное именно для своей работы.

Однако без вашей помощи и поддержки журналу не обойтись. Практический опыт, которым вы можете поделиться, полезные темы, спорные вопросы, интересные факты и события, о которых вы можете рассказать, все это – **ваш будущий журнал!**

С недавних пор на сайте <http://kinotehnik.net> работает форум, где заинтересованные читатели могут поделиться мнениями и высказать критику и предложения в адрес журнала и редакции.

К юбилею журнала нас ждут большие перемены. И мы с благодарностью и надеждой ждем вашего непосредственного участия в создании вашего «Кинотехника».

Поздравляем вас с Новым годом! Всех благ и творческих успехов! Откройте нас в 2007-м!

С уважением, главный редактор Ирина Регер

В ЭТОМ НОМЕРЕ...

СОБЫТИЯ И ЛЮДИ

Полина Рехман

Из истории кинодистрибуции 2

Ксения Леонтьева

Возможности оптимизации ценовой политики кинотеатра 9

Культурный центр «Комсомолец» 16

КИНОТЕХНИКА

Антон Гречко, Олег Батяев

Программное обеспечение для настройки ридеров Dolby 17

Николай Силин

Объемное звучание диалогов 20

СНИМАЕТСЯ КИНО

Дайджест фильмов в производстве 22

Константин Сальников

Офис в высокой зоне 28

Евгения Маврина

Путь к бронзе 33

Елена Писарева

Особое ВИИдение Олега Степченко 38

НОВЫЕ ФИЛЬМЫ/ЗАРУБЕЖНЫЕ

Январь. Борьба боевиков 40

Козырные тузы 41

Рокки Бальбоа 42

Следопыт 43

ПРОБЛЕМА

Лера Бахтина

Дебют. Как попасть в прокат? 44

ФЕСТИВАЛИ

Анна Слатиня

Немецкое кино: возможности для проникновения имеются 55

НАШ АРХИВ

Кинодаты января 58

Юбилеяры января 60

Михаил Фридман, Алла Акаева

Легко ли быть молодым? 62

ИЗ ИСТОРИИ КИНОДИСТРИБЬЮЦИИ

Полина Рехман

Голливудские студии-мейджоры во главе с Paramount в начале прошлого века разработали стратегии кинодистрибьюции, которые используются и сейчас, в том числе и у нас. Созданная тогда система взаимоотношений студий-дистрибьюторов с кинотеатрами смогла, с одной стороны, выдвинуть Paramount на лидирующие позиции в бизнесе в 20–30-х гг. прошлого века, а с другой – позволить правительству США преследовать компанию на основе антимонопольного законодательства в течение более чем 20 лет. В этой статье раскрываются истинные экономические мотивы, которые двигали студиями/кинодистрибьюторами в то время. С высоты сегодняшнего дня видно, что с практикой блок-букинга боролись, когда она была наиболее экономически целесообразна для всех ее участников. Сейчас, вероятно, можно было бы поспорить о том, насколько она выгодна кинотеатрам. Но то, что эта стратегия дистрибьюции кинофильмов вот уже скоро 100 лет стоит на вооружении кинодистрибьюторов, говорит о том, что ничего лучше с тех пор в этой сфере придумано не было. Предлагаем вашему вниманию небольшой экскурс в историю кинопроката.

Первые кинотеатры возникли в начале прошлого века и назывались «никелодеонами» (nickelodeons) за их практику взимания входной платы в размере 5 центов. Обычно никелодеоны были маленькими и некомфортабельными и размещались в старых танц-холлах или больших магазинах (до тех пор, пока для показа фильмов не начали специально строить кинотеатры). Демонстрируемые в них фильмы сильно отличались от тех, что мы видим сегодня или даже десятилетие назад. Они были короткометражными, обычно длящимися только несколько минут. Большинство из них были документальными или демонстрирующими ландшафты и проходящие поезда. Обычно фильмы были сняты одним оператором, который сам выбирал объект, осуществлял необходимую постановку и затем монтировал отснятое. Планирование процесса съемок было минимальным, никакими сценариями не пользовались, и, таким образом, качество фильма по сегодняшним меркам было очень низким. Но в то время это было не так важно: и качество, и сюжеты фильмов были второс-

тепенны по сравнению с новизной видеть места и людей в движении.

Принципиальная проблема, с которой сталкивались никелодеоны, заключалась в адекватном снабжении их фильмами. Для того чтобы успешно вести свой бизнес, никелодеон должен был представлять 3–5 картин за сеанс и часто менять свой репертуар (еженедельно, а иногда и несколько раз в неделю). Типичное «шоу» включало в себя несколько короткометражных фильмов, чья продолжительность в целом составляла от 30 минут до часа. Акцент на какой-либо конкретный фильм не делался – на афишах писали «Высококласные фильмы» или «Кинофильмы, 5 центов». Киноматериал продавался метражом (футами), и никелодеоны приобретали необходимое им для показа количество футов.

Приобретение требуемого для показа объема киноматериала было достаточно сложно согласовывать, и кинотеатры начали перепродавать и обмениваться между собой фильмами по мере того, как местная публика уже начинала от них уставать. Эта практика

была легализована, и в результате возник целый ряд кинобирж, первая из которых открылась в Сан-Франциско в 1903 г. Биржи, обычно принадлежавшие прокатчикам (которых они и обслуживали), приобретали фильмы у продюсеров и предоставляли их в аренду прокатчикам за 1/5 от цены покупки.

Тогда же и возникли первые блок-букинговые соглашения, в основе которых лежала идея предоставления прокатчикам уже скомплектованных программ (это называлось «системой программ»). Поскольку новые программы привлекали намного большую аудиторию, чем демонстрируемые ранее фильмы, продюсеры начали устанавливать на копии новых кинопрограмм более высокую плату и продавать их только по подписке. Каждая биржа подписывала заказ с одним или несколькими продюсерами на регулярную (еженедельную) поставку продюсерских «программ». Типичное биржевое соглашение включало условие, по которому биржа получала одну или более копий каждой программы, производимой и предлагаемой к показу данным продюсером или импортером.

Система была далеко не идеальной: чтобы удовлетворить потребность кинотеатров в частой смене программ, требовалось киноматериала на много часов. Так как кинопродукция имела достаточно однородный характер — несколько минут изображения ландшафтов, следуемых мимо поездов, публичных речей, боев боксеров-профессионалов — для заполнения экранного времени было проще и дешевле приобретать все, что только производилось, чем выбирать из каталога по одной кинокопии.

В 1905—1910 гг. кинематографисты постепенно переключили с производства документальных фильмов на фильмы, имеющие сюжет. Их было легче снимать, так как сюжетные линии могли бы быть приведены в соответствие с возможностями студии и окружающей местности. Однако качество фильмов оставалось низким. Их сюжет часто был не совсем ясным и сумбурным, сочетая в себе фокусы и гонки, которые можно было бы продать по отдельности. Самыми предпочитаемыми программами были фарсовые комедии, обычно очень грубые. Система «звезд» в то время еще не была разработана, и в титрах имена ак-

теров не указывались. Да и камеры тогда обычно устанавливали в статичном положении и снимали среднечеловеческий план, при котором их лица оставались трудно различимыми. Ставка делалась не на мастерство актеров или сценаристов. В то время самым важным для достижения успеха считался технологический аспект, и продюсеры пытались сделать свои картины отличными от других, делая акцент на техническом превосходстве производственного и проекторного оборудования, а не на интересном сюжете фильмов. Кинопроизводители при предоставлении прокатчикам прав на демонстрацию своих фильмов не учитывали каких-либо качественных особенностей картин, их количества, жанра, размера кинотеатра или города и применяли твердую ставку за фут пленки.

В итоге, когда появились первые соглашения о пакетной продаже фильмов (блок-букинг), включаемые в такой пакет картины были однородными по качеству. Хотя какие-то фильмы аудитория принимала более благосклонно, чем другие, они были короткометражными и одинаково плохого качества. В результате все фильмы продавались по одной и той же цене, метражом. С момента заключения контракта до осуществления платежа за поставку картин никакой новой информации о качестве картины у прокатчиков не возникало. Тогда блок-букинг не создавал никакой проблемы сокрытия от прокатчиков информации о качестве фильмов.

Шло время, фильмы менялись. Большим новаторством было появление полнометражных художественных фильмов, занимающих несколько катушек пленки продолжительностью в один час и более. В США они появились в 1911 г. среди фильмов, импортированных из Европы. К 1915 г. полнометражный художественный фильм стал нормой.

Художественные фильмы отдавались в аренду чаще, чем продавались раз и навсегда, и в результате стало необходимым изменить существующую практику дистрибуции и проката фильмов. Никеллодеоны, где показывались фильмы, умещающиеся на одной катушке пленки, были в основном слишком маленькими, чтобы обеспечить достаточную выручку и окупить более дорогие и намного более продолжи-

тельные художественные фильмы. И в результате они были постепенно вытеснены более крупными кинотеатрами. Однако биржевая система дистрибуции основывалась на продаже фильмов никелодеонам. Для обслуживания новых, более крупных кинотеатров в 1914 г. в результате слияния 11 территориальных бирж был основан первый национальный кинодистрибутор Paramount Pictures. До создания Paramount в сфере кинодистрибуции применялись 2 альтернативные стратегии: 1) продажа прав на фильмы по территориальному признаку покупателям, бравшим их в аренду по твердой ставке; 2) показ фильмов, организуемый самими продюсерами, которые арендовали кинотеатр на одноразовой основе за процент от выручки. Часто таким образом фильм демонстрировался в крупных городах, а затем права на фильм продавались в регионы по всей стране. Хотя эти стратегии дистрибуции работали для отдельных картин, они были слишком трудоемкими и затратными для дистрибуции большого числа фильмов.

Paramount начала с постепенного введения системы градации кинотеатров в зависимости от их размеров, местоположения и условий, деля их на кинотеатры премьерного показа и так далее до кинотеатров 5-го показа. Кинотеатры премьерного показа демонстрировали фильмы первыми; они располагались в дорогих престижных районах, были большими и красивыми и показывали новые фильмы в течение одной недели или более. Кинотеатры 4-го и 5-го показов располагались на жилых окраинах; они демонстрировали фильмы, которые уже были в прокате в течение нескольких месяцев, и меняли свой репертуар несколько раз в неделю. Кинотеатры 2-го и 3-го показов находились в оживленных местах и демонстрировали фильмы в течение 1–4-х дней. Кинотеатры, каждый в соответствии со своей категорией, пользовались установленным в контракте периодом времени, только по истечении которого фильм мог быть передан в кинотеатр более низкой категории. Например, кинотеатры 2-го показа обычно должны были ждать в течение 3 недель по истечении премьерного показа фильма, и так далее по нисходящей. Кроме того, продолжительность прокатных периодов и последовательность пе-

редачи фильмов от кинотеатра к кинотеатру в зависимости от категории действовали в пределах определенной географической «зоны», на территории которой прокатчик получал эксклюзивные привилегии. Некоторым кинотеатрам в определенных городах даже предоставлялись преимущественные права на показ фильма в других населенных пунктах. Эта классификация кинотеатров по очередности показов, обусловленность их сроков и зон быстро стали стандартом киноиндустрии.

Очевидно, что единственной целью первого президента Paramount Уильяма Ходкинсона было создание системы, которая гарантировала бы прокатчикам стабильное снабжение кинопродукцией. В первые несколько лет Paramount распространяла по 104 фильма в год, что было достаточно для заполнения экранного времени кинотеатров, менявших программу два раза в неделю. Новая версия старой системы дистрибуции кинопрограмм стала известна как «блок-букинг». Блок-букинг и предшествующая ему система продажи программ отличались между собой тем, что первый подразумевал наличие контракта на четко устанавливаемый период времени (первоначально – 3 месяца, затем – полный год), в то время как старая система кинодистрибуции предполагала только заключаемое каждую неделю соглашение с неопределенной продолжительностью. Однако в каждом случае прокатчик заключал контракт на все выпускаемые продюсером/кинодистрибутором картины или на какую-то их часть.

Путь от системы обслуживания до блок-букинга проходил в несколько этапов. Сначала Paramount предоставляла кинотеатрам/прокатчикам просто список фильмов, из которого они могли выбрать любое количество фильмов; при этом все фильмы, а вернее права на их демонстрацию, предлагались по одной и той же цене (хотя цена варьировалась в зависимости от размеров города, где находился кинотеатр). Например, в 1917 г. кинотеатр в городе с населением 10 000 человек мог получить права на показ картины за \$37,50 (1 день), \$45 (2 дня) и т.д., в то время как прокатчик из города с населением 5000 человек мог де-

монстрировать картину 1 день за \$25, 2 дня – за \$30 и т.д. Затем Paramount (и его конкуренты) начали формировать «звездные» пакеты фильмов в зависимости от участвующих в них актеров и взимать более высокую цену за пакеты фильмов самых популярных кинозвезд. Так, например, прокатчик покупал 6 фильмов с Пикфордом, 6 – с Хартом, 6 – с Кларком. В начале 20-х годов «звездные» пакеты были отменены, и им на смену пришла более гибкая система формирования пакетов, чем впоследствии и охарактеризовался блок-букинг: теперь прокатчик мог получить сколько угодно фильмов из общего перечня предлагаемых продюсером картин, но уже по ценам, варьирующимся в зависимости от ожидаемого успеха фильма.

Хотя продюсеры предпочитали продавать прокатчикам/владельцам кинотеатров по возможности крупные блоки, размер пакета мог быть предметом обсуждения (кинотеатр мог заключить соглашение даже на 1 картину). Однако при заключении контракта на большее число фильмов прокатчик получал более лучшие условия.

Пакеты фильмов продавались «вслепую», т.е. прокатчикам не предоставлялась возможность посмотреть фильм до подписания контракта (такая же практика имела место и при старой системе дистрибуции программ). Это нельзя, конечно, назвать абсолютной «продажей вслепую», так как прокатчики обычно знали названия, имена участвующих в фильмах актеров и режиссеров. Основной причиной такой организации продаж было стремление сэкономить на издержках хранения фильмов на «полке». Однако, хотя в начале сезона контракты на фильмы заключались «вслепую», они оплачивались только после завершения проката, обычно несколькими месяцами позже. Так, для фильмов, предоставляемых студиями на условии процента от кассовых сборов, платеж должен был проходить в последний день демонстрации фильма в кинотеатре или в конце каждого дня, если так хотел продюсер. Для фильмов, предоставляемых по твердой ставке, платеж должен был производиться за 3 дня до получения копии, в действительности же он часто также проходил уже после завершения проката.

Первые контракты блок-букинга (в отличие от более поздней практики) точно устанавливали, какие фильмы будут предоставлены кинотеатру, и от прокатчика не требовалось, чтобы он в это время не демонстрировал другие фильмы с похожим сюжетом, или с теми же звездами, или от другого режиссера, в отличие от указанных в контракте. Кроме того, любой фильм, который мог быть воспринят местной аудиторией как оскорбительный, мог быть удален из пакета без каких-либо штрафов, получив поддержку Арбитражного суда. Наконец, эти первые контракты блок-букинга включали право сокращения до 50% пакета без каких-либо штрафных санкций, если к тому времени уже были известны результаты кассовых сборов, полученных в ходе премьерного показа.

Появление звукового кино в конце 20-х годов привело к переходу от установления твердых ставок к долевым распределению кассовой выручки от фильма, ставшему основной формой взаиморасчетов между прокатчиком и студией/кинодистрибьютором, но расценки на фильмы также продолжали варьироваться в зависимости от ожидаемого успеха фильма в прокате. Например, фильм MGM Test Pilot (1937) с Кларком Гейблом, Мирной Лой и Спенсером Трейси предоставлялся за 40%, причитающихся студии, в то время как картина той же кинокомпании и того же года Man Proof, также с Мирной Лой, но в компании со звездами меньшей величины, предлагалась за 30% от кассовой выручки. В 1939 г. предложение Metro-Goldwyn-Mayer (MGM) включало 4 потенциальных фильма-хита, от проката которых компания требовала 40% кассовых сборов, 10 менее хитовых фильмов – за 35% выручки, другие 10 фильмов – за 30% выручки, и 20 второсортных низкобюджетных фильмов, предоставляемых в основном по твердой ставке. Типичный пакет в то время представлял собой 52 фильма: 4 картины – за 35% от кассовых сборов (уменьшающихся до 30%, если кинотеатру не удавалось заработать от каждой отдельной картины прибыль в размере 1/3 от уплачиваемой прокатной платы за фильм), 6 картин – за 30% (снижающихся до 25% на тех же условиях), 12 картин – за 25% и 30 картин – по фиксированной ставке. Расценки могли колебаться в

пределах $\pm 5\%$, в зависимости от вместительности кинотеатра и умения прокатчика торговаться. Также достаточно часто использовался «скользящий процент», когда прокатная плата возрастала с ростом кассовых сборов. Долевое распределение кассовой выручки использовалось только для фильмов класса А, т.е. высококлассных крупнобюджетных фильмов с участием суперзвезд от студий-мейджоров; низкобюджетные фильмы класса В продолжали предоставляться кинотеатрам за фиксированную плату. Это применялось только к кинотеатрам премьерного и 2–3–4-го показа, когда они впервые показывали у себя фильм, независимо от того, что это за фильм. Причина этого заключалась в том, что фильмы класса В демонстрировались в основном как 2-я картина на продленном сеансе, и при этом показ двух фильмов за сеанс на основе разделения кассовых сборов делал бы установление вклада каждого отдельного фильма в общую кассу достаточно дорогой процедурой. Небольшие кинотеатры не брали фильмы на условиях долевого разделения выручки, потому что затраты по ведению отчетности о посещаемости были очень высокими и равнялись получаемой выручке.

Фильмы предоставлялись кинотеатрам чаще на временной интервал, а не на фиксированный срок, и очень часто этот интервал корректировался. В результате период демонстрации популярных фильмов мог быть продлен, а не пользующихся вниманием публики – сокращен в интересах прокатчика, а также и студии-дистрибьютора. Конечно, это означало, что ни прокатчик, ни кинодистрибьютор не знали точно, сколько фильмов потребуется в течение года. Это также означало, что контракты должны были быть очень неопределенными относительно того, когда прокатчик получал в свое распоряжение фильм, так как если кинотеатры более высокой категории показа изменяли свои сроки проката фильма, никто не мог знать наверняка, когда этот фильм можно будет использовать в кинотеатрах более низшей категории. И таким образом, контракты не устанавливали точных дат, а вместо этого просто обещали за 15 дней уведомить прокатчика о возможном времени начала демонстрации фильма и предоставляли 30-дневное ок-

но, в течение которого он мог выбрать устраивающие его даты. Представители студии/дистрибьютора регулярно посылали уведомления о степени «занятости» фильма в прокате, в которых также перечислялись фильмы, находящиеся в производстве, на которые каждый прокатчик мог заключить контракт, и возможные дни показа.

Вследствие этого кинодистрибьюторы должны были разрешить прокатчикам отказываться от фильмов из пакета, на который был заключен контракт; иначе кинотеатры сомневались бы в удлинении демонстрационного периода популярных картин. И, конечно, такой отказ был разрешен. Контракты блок-букинга включали пункт об условиях прекращения демонстрации фильмов, который давал прокатчикам право отказаться от определенного числа фильмов из пакета после того, как были опубликованы их реальные кассовые сборы. Даже отраслевая газета Variety публиковала еженедельные обзоры кассовых сборов по городам, чтобы помочь прокатчикам принять решение, брать фильмы к демонстрации в своих кинотеатрах или отказаться от них. Кинопрокатчики могли пользоваться этим условием контракта для того, чтобы регулировать предельное число фильмов, которые они реально могли принять, и таким образом варьировать даты показов в соответствии со спросом, не волнуясь о том, что они не смогут показать все фильмы, на которые они заключили контракт. Пункт о возможности отказа был стандартным пунктом в контрактах блок-букинга. Ранние контракты блок-букинга, заключенные Paramount с прокатчиками, включали в себя право отказа максимум от 50% пакета без каких-либо штрафных санкций, как только становились известными результаты кассовых сборов от премьерного показа.

Фактически, условие отказа в контракте было только одной из многочисленных возможностей по корректировке обязательств владельцев кинотеатров по прокату фильмов. Так, не имеющая успеха контрактная картина студии заменялась на более успешный кинофильм этого или предыдущего года – это было выгодно и студии-дистрибьютору, и прокатчику. Отказ был возможен также, когда фильмы признавались «неподходящими» для посетителей киноте-

атра или когда прокатчик хотел обменять старые фильмы на новые, а также и по другим, более прозаическим причинам, таким как ошибки бухучета, нарушение территориальных договоренностей или в связи с тем, что кинотеатр не успевал открыться к нужной дате. Среди причин на право отказа, включенных в контракт, также указывалось сокращение демонстрационного периода и моральное устаревание фильма, причем каждая из этих причин возникала достаточно часто, что в результате и привело к включению их в этот список причин отказов. Все отказы составляли в среднем 17% от продаж. Интересно, что прокатчикам также разрешалось отказываться от фильмов в случае, если цена, установленная за фильм, по результатам выявленных кассовых сборов была завышенной. Это не так удивительно, как могло бы показаться: студии-дистрибьюторы имели дело с одними и теми же прокатчиками в течение многих лет, а повторные сделки дают значительный стимул к учету интересов другой стороны.

В результате, с одной стороны, внедрение такой системы взаимоотношений студий/дистрибьюторов и прокатчиков/кинотеатров, как block booking, при которой, если владелец кинотеатра желает получить фильм-хит со звездным составом, то он должен приобрести для проката в своем кинотеатре и другие, менее масштабные картины студии/дистрибьютора, выдвинуло Paramount в 20–30-х гг. прошлого века на лидирующие позиции в кинобизнесе, а с другой – позволило правительству США преследовать компанию на основе антимонопольного законодательства в течение более чем 20 лет. Верховный Суд США дважды признал практику блок-букинга незаконной: в деле Соединенные Штаты против Paramount Pictures, Inc. (1948) и в деле Соединенные Штаты против Loew's, Inc. (1962).

Судьи пытались установить, почему киностудии продают фильмы прокатчикам пакетами. Защита утверждала, что это просто дает им возможность обеспечивать поставку достаточного количества киноматериала, необходимого прокатчикам. Верховный Суд не согласился с этим и запретил эту практику, мотивируя тем, что блок-букинг использовался для

того, чтобы вынудить прокатчиков приобретать нежелательные для них фильмы взамен тех, которые их больше интересуют.

Обзор реальных деталей контрактов проливает новый свет на обсуждение этого вопроса. Во времена принятия решения по делу Paramount фильмы студий-мейджоров отдавались в прокат ведущим кинотеатрам на основе долевого участия в прибылях. В результате и студия-дистрибьютор, и прокатчик выигрывали, когда продолжительность прокатного периода фильма в кинотеатре корректировалась в соответствии со зрительским спросом. В кинобизнесе спрос на кинофильм достаточно трудно определить, пока фильм не появился на экранах кинотеатров. Поэтому, казалось, оптимальным было бы, когда фильм еще не вышел в прокат и спрос на него еще не выявлен, более гибко устанавливать обязательства прокатчика, исполняемые уже после того, как спрос на фильм ясен. Но центральным в определении Верховного Суда является предположение, что на стадии, когда спрос на фильм уже был выявлен, контракты блок-букинга должны были быть – и были – строго принудительными.

После изучения истории пакетной продажи художественных фильмов и способов применения контрактов блок-букинга исследователи киноиндустрии пришли к выводу, что блок-букинг был предназначен просто для предоставления товара в достаточном количестве (ассортименте). Прокатчики требовали большого числа фильмов, чтобы заполнить свое экранное время (200 или более в год), и хотели быть уверены в непрерывном снабжении. В то же время студии/дистрибьюторы были способны сократить прямые торговые издержки по продаже фильмов, предлагая их большой партией. Таким образом, фильмы продавались пакетом, размер которого зависел от потребностей прокатчика. Продажа оптом – достаточно обычное дело для сферы оптово-розничных отношений.

Таким образом, возникнув в то время, когда фильмы были очень одинаковыми по качеству, блок-букинг был просто эффективным средством продажи товара оптом, разработанным исходя из потребностей студий/дистрибьюторов с целью обеспечения кинотеатров достаточным количеством кинопродукции.

ВОЗМОЖНОСТИ ОПТИМИЗАЦИИ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ КИНОТЕАТРА

Ксения Леонтьева

Деятельность любого современного предприятия кинопоказа в настоящее время является весьма диверсифицированной: доходные статьи кинотеатров становятся все более разнообразными. Это уже не только показ фильмов, но все больший вес в экономике кинокомплексов приобретают всевозможные развлечения (наиболее популярными «спутниками» кинопоказа являются игровые автоматы, бильярдные и боулинговые залы, детские комнаты и игротеки, дискотеки и ночные клубы); реклама (по данным РА-РА, в структуре доходов региональной сети реклама составляет 1–5% от проданных билетов; в Москве - от 5 до 7%, но в перспективе, с учетом сложившегося положения в этой области на Западе, может достигнуть 10–15%); concession-кафе (мировой нормой считается тридцатипроцентное соотношение выручки от кафе к доходу от продажи билетов).

В то же время кинопоказ по-прежнему остается важнейшим направлением работы кинотеатра, и не только из-за того, что поступления от уставного вида деятельности составляют более половины всех доходов кинозалов, но и поскольку он несет в себе важную социально-культурную функцию.

Однако для рынка кинопоказа весьма характерна неустойчивость спроса на услуги, и она проявляется на разных уровнях временных срезов.

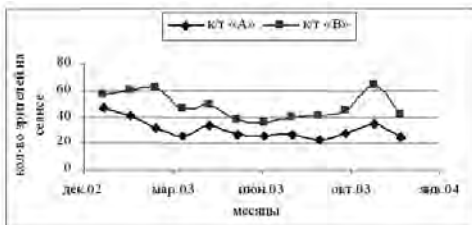


Рис. 1i Цикличность спроса на киноуслуги в течение года

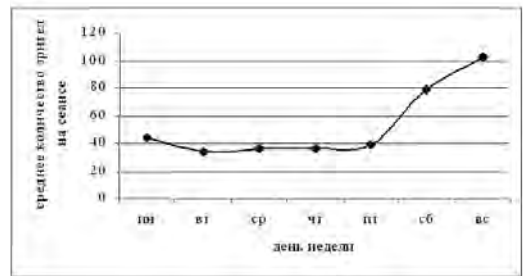


Рис. 2ii Цикличность спроса на киноуслуги в течение недели

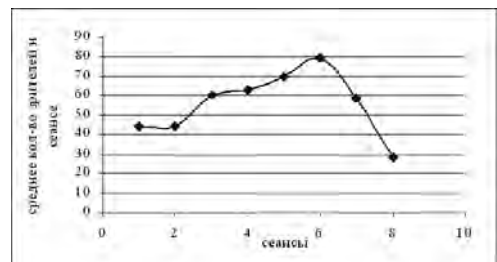


Рис. 3iii Цикличность спроса на киноуслуги в течение дня

При этом наиболее болезненными для кинотеатра являются дневные и недельные колебания посещаемости, поэтому кинотеатры применяют методы корректировки ценовой политики: снижение цены во время утренних и дневных сеансов, а также в будние дни, чтобы привлечь менее обеспеченные слои населения в это время (пенсионеров, детей). В то же время в годовом разрезе дифференцированные цены кинотеатрами в нашей стране, как правило, не применяются.

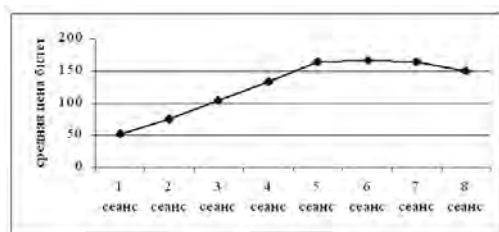


Рис. 4iv Дифференциация цен на кинобилеты в течение дня

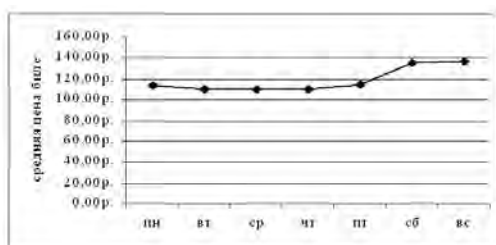


Рис. 5v Дифференциация цен на кинобилеты в течение недели

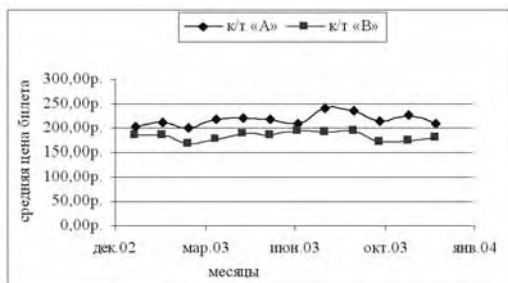


Рис. 6vi Дифференциация цен на кинобилеты в течение года

В данной статье рассматривается вариант разработки оптимальной ценовой политики, которая способствовала бы выравниванию кривой посещаемости кинотеатра в течение года.

Для начала рассмотрим основные факторы, способные оказывать влияние на кинопосещаемость.

Итак, в первую очередь на посещаемость влияет качество самого кинотеатра (географическое удобство, уровень обслуживания, сопутствующие услуги и развлечения) – данный фактор выступает в качестве условия работы кинотеатра.

Поэтому первостепенным фактором, влияющим на уровень посещаемости, является показатель, который условно можно назвать «качеством фильмов» в репертуаре. Этот показатель включает в себя следующие характеристики, определяющие спрос зрителей на картины:

- 1). жанр фильма;
- 2). авторы фильма (режиссер, сценарист, композитор);
- 3). участие в картине звезд;
- 4). наличие спецэффектов;
- 5). ремейк известного фильма или экранизация нашумевшего романа, а также «конъюнктурность» темы;
- 6). номинирование фильма на получение премии или ее наличие;
- 7). мощная пиар-компания, проводимая производителем или прокатчиком;
- 8). другое.

Отрасль кинопоказа оказывает влияние на этот фактор опосредованно – покупая те или иные картины на кинорынке. Но составление репертуара кинотеатра зависит от выпуска кинокартин дистрибьюторами, руководствующимися в своих решениях уровнем посещаемости в то или иное время года. Таким образом, на количество кассовых фильмов в репертуаре в течение года кинотеатр влиять не может. Однако можно выявить помесечные закономерности пропорций фильмов, имеющих ту или иную степень успеха у зрителя.

Для определения указанных пропорций могут быть рассмотрены результаты проката в кинотеатре за ряд лет, которые затем делятся на 4 категории качества – на основе показателя среднего количества зрителей на сеансе (1-я категория – максимальное количество). На следующем этапе проводится анализ месячных репертуаров по количеству фильмов каждой категории. Результатом этого является составление таблицы, содержащей данные о ежемесячных долях количества фильмов четырех категорий. Полу-

ченные данные выступают в дальнейшем исследовании в качестве ограничений, т.к. процентные соотношения количества кассовых фильмов зависят от решений дистрибьюторов и имеют закономерности в течение года, которые могут быть определены тем более точно, чем за большее количество лет имеется соответствующая статистика.

Количество сеансов, проводимых в кинотеатре за месяц, является фактором, влияющим на посещаемость в том смысле, что чем больше будет проведено сеансов за период, тем большей будет сумма зрителей всех сеансов, и это необходимо учесть при использовании среднего показателя количества зрителей на одном сеансе. В нижеприведенном примере будет использован среднегодовой показатель количества сеансов в месяц, а также коэффициент корректировки среднего показателя для каждого месяца на основе составленного репертуарного плана на данный месяц.

Посещаемость кинотеатров зависит также и от сезона. Данный фактор выступает в качестве проблемы нашего исследования, решение которой возможно путем манипулирования иными факторами, влияющими на кинопосещаемость, как рычагами управления.

Таким образом, уровень цен на билеты остается основным рычагом управления владельцев кинотеатров в деле выравнивания посещаемости и оптимизации уровня дохода.

Предлагаемый метод оптимизации годовой ценовой политики кинотеатра основывается на разработке математической модели путем последовательного нахождения формул и зависимостей, определяющих доход кинотеатра, на основе анализа вышеперечисленных факторов.

Общий годовой доход будет равен сумме ежемесячных доходов кинотеатра. Ежемесячный доход кинотеатра, в свою очередь, выражается формулой: $D_m = P_m * C_m$, где P_m – посещаемость кинотеатра в месяц, т.е. количество проданных в данном месяце билетов; C_m – средняя цена билета в данном месяце.

Ежемесячная посещаемость будет равна: $P_m = C * K_c * Z_m$, где C – среднегодовое количество сеан-

сов в месяц; $K_c = C_m / C$ – коэффициент корректировки среднегодового количества сеансов до количества сеансов в данном месяце; Z_m – среднее количество зрителей на сеансе в данном месяце.

Исходя из предположения, что посещаемость, т.е. количество зрителей на сеансе как конечная ее составляющая, зависит от цены билета: $Z = f(C)$, но имея данные по количеству зрителей на сеансе в течение лишь одного года, мы выявляем сезонную составляющую изменения показателя Z , прежде чем приступить к нахождению формы зависимости $Z(C)$: при помощи формулы линейного тренда графика среднего количества зрителей на сеансе, имеющего вид: $Z_t = at + v$, где Z_t – теоретическое количество зрителей на сеансе; t – месяц. Полученные теоретические значения Z_t мы будем использовать для дальнейшей работы, однако для подстановки в формулу дохода они должны быть выровнены на сезонные составляющие: $K_z = Z / Z_t$.

При наличии данных о количестве зрителей на сеансе за ряд лет искомая зависимость $Z(C)$ вычисляется по форме графика путем нахождения теоретической кривой Z_t нелинейного вида: $Z_t = a_0 + a_1 t + a_2 t^2 + \dots + a_n t^n$.

Наконец, прежде чем подойти к вопросу зависимости количества зрителей на сеансе от цены билета, мы должны учесть такой важный фактор, влияющий на посещаемость кинотеатра, как качество фильма. Проблема определения качества фильма была нами решена путем разделения всех фильмов на 4 категории. При этом цена билета и количество зрителей на сеансе зависят от категории фильмов. Введем еще два корректирующих коэффициента, определяющих отклонения средних цен и эффективностей сеансов фильмов разных категорий от общегодовых средних показателей:

$K_z(K_\phi) = Z(K_\phi) / Z_{сргод}$, где $K_z(K_\phi)$ – коэффициент отклонения количества зрителей на сеансе фильма 1–4-й категории от среднегодового значения; $Z(K_\phi)$ – количество зрителей на сеансе фильма 1–4-й категории; $Z_{сргод}$ – среднегодовое значение эффективности сеансов;

$K_c(K_\phi) = C(K_\phi) / C_{сргод}$, где $K_c(K_\phi)$ – коэффициент отклонения цены билета на фильм 1–4-й категории от

среднегодового значения; $\Pi(K_{\Phi})$ – цена билета на фильм 1–4-й категории; $\Pi_{сргод}$ – среднегодовое значение цены билета.

С использованием полученных коэффициентов $K_{\Phi}(K_{\Phi})$ и $K_3(K_{\Phi})$ находим формулы зависимости от цены билета для каждой категории фильмов согласно ранжированным рядам.

Искомые зависимости будут выражаться формулами вида: $Z_t(K_{\Phi})_i = a_i \Pi(K_{\Phi})_i + b_i$ или $Z_t(K_{\Phi})_i = a_0 + a_1 \Pi(K_{\Phi})_i + a_2 \Pi(K_{\Phi})_i^2 + \dots + a_n \Pi(K_{\Phi})_i^n$, где $i \in [1; 4]$.

Зная все необходимые данные и формы зависимости, мы можем решить следующую задачу оптимизации.

1. Матрица (таблица) ограничений – количество фильмов 4 категорий помесечно (Φ_M), $m \in [1; 12]$, $K_{\Phi} \in [1; 4]$; имеет вид:

K_{Φ}	t	1	2	...	m
1		Φ_{11}	Φ_{12}	...	Φ_{1m}
2		Φ_{21}	Φ_{22}	...	Φ_{2m}
3		Φ_{31}	Φ_{32}	...	Φ_{3m}
4		Φ_{41}	Φ_{42}	...	Φ_{4m}

2. Матрица (таблица) неизвестных: ежемесячные уровни цены для каждой категории фильмов $\Pi_M(K_{\Phi}) \geq 0$.

K_{Φ}	t	1	2	...	m
1		Π_{M11}	Π_{M12}	...	Π_{M1m}
2		Π_{M21}	Π_{M22}	...	Π_{M2m}
3		Π_{M31}	Π_{M32}	...	Π_{M3m}
4		Π_{M41}	Π_{M42}	...	Π_{M4m}

Следующие таблицы определяют расчет конечной целевой функции на основе выведенных ранее формул.

3. Матрица (таблица) количества зрителей в сеансе фильма 1–4-й категории ежемесячно $Z_{тМ}(K_{\Phi}) = a \Pi_M(K_{\Phi}) + b \leq M_{ср}$, где $M_{ср} = (M_1 + M_2 + \dots + M_n) / n$ – среднее количество мест в n залах к/т.

K_{Φ}	t	1	2	...	m
1		$Z_{т11}$	$Z_{т12}$...	$Z_{т1m}$
2		$Z_{т21}$	$Z_{т22}$...	$Z_{т2m}$
3		$Z_{т31}$	$Z_{т32}$...	$Z_{т3m}$
4		$Z_{т41}$	$Z_{т42}$...	$Z_{т4m}$

4. Матрица (таблица) ежемесячного дохода от фильмов каждой категории с учетом матрицы (таблицы) ограничений $D_M(K_{\Phi}) = C * K_{сМ} * Z_{тМ}(K_{\Phi}) * K_3 * \Phi_M$.

K_{Φ}	t	1	2	...	m
1		D_{11}	D_{12}	...	D_{1m}
2		D_{21}	D_{22}	...	D_{2m}
3		D_{31}	D_{32}	...	D_{3m}
4		D_{41}	D_{42}	...	D_{4m}

5. Целевая функция дохода должна быть максимальной $D = \sum D_M \rightarrow \max$.

Данная задача оптимизации решается с помощью симплекс-метода или же на компьютере (в программе Microsoft Excel, с помощью встроенной функции «Поиск решения»).

Приведем пример расчета оптимальной годовой ценовой политики кинотеатра. Рассмотрим работу конкретного московского кинотеатра в 2003 г. Обозначим основные характеристики объекта исследования: двухзальный кинотеатр «А» расположен в центральном районе Москвы – в пределах кольцевой линии метро; кинотеатр ориентирован на состоятельную публику – он располагается в одном здании с рестораном, баром и художественной галереей.

Опыт разработки оптимальной ценовой политики кинотеатров был проведен на основании ниже следующих данных.

Формула линейного тренда графика среднего количества зрителей на сеансе в кинотеатре «А» имеет вид: $Z_t = -1,3527t + 38,897$, где Z_t – теоретическое количество зрителей на сеансе; t – месяц.

Основные показатели работы к/т «А»

Месяц	Кол-во проданных билетов	Сумма продаж	Кол-во сеансов	Средняя цена билета	Среднее кол-во зрителей на сеансе	Теор. кол-во зрителей на сеансе	Коррект. коэф. сеансов	Коррект. коэф. зрителей
t	П	Д	С	Ц	З	З _т	К _с	К _з
1	15 462	3 132 325р	329	202,58р	47	37,5443	0,880268	1,251774
2	12 889	2 745 080р	315	212,98р	41	36,1916	0,842809	1,130579
3	12 017	2 420 365р	387	201,41р	31	34,8389	1,035452	0,891293
4	8 410	1 822 850р	331	216,75р	25	33,4862	0,885619	0,758756
5	11 697	2 572 650р	358	219,94р.	33	32,1335	0,95786	1,016795
6	9 699	2 098 255р	372	216,34р.	26	30,7808	0,995318	0,84704
7	9 469	1 988 685р	372	210,02р	25	29,4281	0,995318	0,864966
8	10 651	2 556 555р	402	240,03р	26	28,0754	1,075585	0,94371
9	9 099	2 151 865р	411	236,49р.	22	26,7227	1,099666	0,82846
10	10 912	2 357 430р	411	216,04р	27	25,3700	1,099666	1,046507
11	13 335	3 036 715р	398	227,73р.	34	24,0173	1,064883	1,395037
12	9 569	1 986 570р	399	207,60р.	24	22,6646	1,067559	1,058146
ИТОГО:	133 209	28 869 345р	4485	216,72р.	30			
средние:	11 101		373,75	217,33р.	30			

Расчет корректирующих коэффициентов к/т «А» для 4 категорий фильмов

К _ф	Ц(К _ф)	К _ц (К _ф)	З(К _ф)	К _з (К _ф)	З _{сргод}	Ц _{сргод}
1	214,66	0,99	71	2,36	30	217,33
2	231,65	1,07	43	1,44		
3	219,14	1,01	22	0,75		
4	198,66	0,91	9	0,29		

Ранжированные ряды значений цены и количества зрителей на сеансе по категориям фильмов к/т «А» (в порядке увеличения уровня средней цены)

t	Ц(К _ф) ₁	З _т (К _ф) ₁	Ц(К _ф) ₂	З _т (К _ф) ₂	Ц(К _ф) ₃	З _т (К _ф) ₃	Ц(К _ф) ₄	З _т (К _ф) ₄
3	198,93	78,69	214,68	47,88	203,09	24,88	184,11	9,76
1	200,09	111,21	215,93	67,67	204,27	35,16	185,18	13,79
12	205,05	63,05	221,28	38,37	209,34	19,94	189,77	7,82
7	207,44	60,37	223,86	36,73	211,77	19,09	191,98	7,48
2	210,36	92,52	227,01	56,30	214,76	29,25	194,68	11,47
10	213,38	64,90	230,28	39,49	217,84	20,52	197,48	8,05
6	213,68	60,74	230,59	36,96	218,14	19,20	197,75	7,53
4	214,08	69,20	231,03	42,11	218,56	21,88	198,13	8,58
5	217,23	63,43	234,43	38,60	221,78	20,06	201,05	7,86
11	224,92	65,15	242,73	39,65	229,63	20,60	208,16	8,08
9	233,58	63,36	252,08	38,55	238,47	20,03	216,18	7,85
8	237,08	61,53	255,85	37,44	242,03	19,46	219,41	7,63

СОБЫТИЯ И ЛЮДИ

Формулы зависимости посещаемости от цены билета для каждой категории фильмов в кинотеатре «А» согласно ранжированным рядам будут иметь следующий вид:

$$Z_1(K_{\Phi})_1 = -0,6655C(K_{\Phi})_1 + 214,03;$$

$$Z_1(K_{\Phi})_2 = -0,3752C(K_{\Phi})_2 + 130,23;$$

$$Z_1(K_{\Phi})_3 = -0,2061C(K_{\Phi})_3 + 67,676;$$

$$Z_1(K_{\Phi})_4 = -0,0891C(K_{\Phi})_4 + 26,534.$$

Решение задачи оптимизации для кинотеатра «А» будет иметь следующий вид:

1. Матрица ограничений количества фильмов 4 категорий помесячно для к/т «А» имеет вид:

Ф	Месяцы											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	0,290	0,357	0	0	0,071	0,140	0	0	0	0,059	0	0,143
2	0,194	0,071	0,333	0,286	0,143	0,233	0,250	0,273	0,235	0,294	0,417	0,286
3	0,290	0,357	0,400	0,429	0,357	0,279	0,375	0,273	0,294	0,294	0,333	0,286
4	0,226	0,214	0,267	0,286	0,429	0,349	0,375	0,455	0,471	0,353	0,250	0,286

2. Матрица неизвестных (ежемесячные уровни цены для каждой категории фильмов) имеет следующие решения:

Ц _м (К _ф)	Месяцы											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	160,80р.	160,80р.	160,80р.	160,80р.	160,80р.	160,80р.	160,80р.	160,80р.	160,80р.	160,80р.	160,80р.	160,80р.
2	173,55р.	173,55р.	173,55р.	173,55р.	173,55р.	173,55р.	173,55р.	173,55р.	173,55р.	173,55р.	173,55р.	173,55р.
3	164,18р.	164,18р.	164,18р.	164,18р.	164,18р.	164,18р.	164,18р.	164,18р.	164,18р.	164,18р.	164,18р.	164,18р.
4	148,90р.	148,90р.	148,90р.	148,90р.	148,90р.	148,90р.	148,90р.	148,90р.	148,90р.	148,90р.	148,90р.	148,90р.

3. Матрица количества зрителей на сеансе фильма 1–4-й категории ежемесячно для к/т «А» принимает следующие значения:

Z _т (К _ф)	Месяцы											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107
2	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65
3	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34
4	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13

4. Матрица ежемесячного дохода от фильмов каждой категории с учетом матрицы ограничений выглядит так:

Д(К _ф)	Месяцы											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	2057518,39р.	2188742,45р.	0,00р.	0,00р.	447434,71р.	756608,30р.	0,00р.	0,00р.	0,00р.	435387,76р.	0,00р.	1037914,81р.
2	900762,87р.	287463,47р.	1299300,58р.	810888,88р.	587648,56р.	828090,61р.	909036,17р.	1169209,30р.	905364,91р.	1429566,07р.	2614308,62р.	1363169,03р.
3	664253,50р.	706618,15р.	766519,13р.	597977,34р.	722253,75р.	488529,99р.	670354,52р.	574810,09р.	556372,67р.	702807,45р.	1028203,23р.	670165,14р.
4	183707,02р.	150755,24р.	181705,52р.	141752,21р.	308182,11р.	217138,89р.	238364,14р.	340650,87р.	316353,30р.	299884,47р.	274205,78р.	238296,80р.
D _м =∑Д(К _ф)	3806241,78р.	3333579,31р.	2247525,23р.	1550618,43р.	2065519,14р.	2290367,79р.	1817754,82р.	2084670,26р.	1778272,89р.	2867645,75р.	3916717,63р.	3309545,77р.

5. При этом решении целевая функция дохода является максимальной $D = 31\,068\,458,80$ р.

Рассмотрим эффективность предложенных мероприятий и сравним полученный в итоге доход с имевшимся в 2003 г.

В кинотеатре «А» эффективность предлагаемой ценовой политики оказалась равной $\Delta D(A) = 2\,199\,113,80$ руб. (доход от кинопоказа в 2003 г. составил 28 869 345 руб.; согласно решению разработанной задачи оптимизации, максимальный доход кинотеатра «А» может составить 31 068 458,80 руб. при применении разработанной ценовой политики).

Однако, в данном примере предложенная ценовая политика кинотеатра оказалась дифференцированной в отношении качественных категорий фильмов, но не разных сезонов. Одна из причин этого заключается в грубом учете сезонной составляющей изменения показателя

среднего количества зрителей на сеансе. Грамотнее было бы не использовать корректирующие сезонные коэффициенты, а проанализировать данные по работе кинотеатра за несколько лет и выявить сезонные закономерности, выраженные формулой нелинейного тренда.

К сожалению, проведение подобного глубокого исследования оказалось невозможным из-за отсутствия данных за несколько лет. Однако именно такой полный анализ мог бы помочь в решении существующей проблемы сезонного снижения посещаемости кинотеатров посредством выработки дифференцированной годовой политики цен согласно предложенной методике. Более того, разработанный автором работы метод мог бы быть использован при формировании ценовой политики кинотеатра в разрезе недели (для привлечения зрителей в будни) или дня (для увеличения посещаемости утренних и дневных сеансов).

i — Данные исследования работы двух московских кинотеатров (к/т «А» - двухзальный, к/т «В» - пятизальный), проведенного автором в 2004 г.

ii — Данные исследования работы однозального кинотеатра Санкт-Петербурга, проведенного автором в 2005 г.

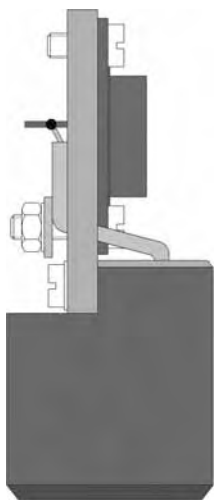
iii — Данные исследования работы однозального кинотеатра Санкт-Петербурга, проведенного автором в 2005 г.

iv — Данные исследования работы однозального кинотеатра Санкт-Петербурга, проведенного автором в 2005 г.

v — Данные исследования работы однозального кинотеатра Санкт-Петербурга, проведенного автором в 2005 г.

vi — Данные исследования работы двух московских кинотеатров, проведенного автором в 2004 г.

ИСТОЧНИКИ КРАСНОГО СВЕТА для чтения БЕССЕРЕБРЯНЫХ ФОНОГРАММ для кинопроекторов 23КПК-2, 23КПК-3, МЕО-5



- Не требуют доработки кинопроекторов и звукоусилительной аппаратуры
- Сохраняются все характеристики сквозного звукового тракта и методы настройки аппаратуры
- Предусмотрена регулировка для выравнивания сигналов с постов
- Комплекуются одно- или двухканальными фотоусилителями
- Быстрая установка. Простая настройка
- Ресурс 25000 часов

Подробные инструкции по установке и юстировке системы прилагаются. Возможно изготовление аналогичных комплектов для других кинопроекторов.

**Новый Институт Кино Фото Индустрии, г. Москва, тел. (495) 673-3003, (495) 209-0460.
Технические консультации по e-mail: aslmoskow@mail.ru, ICQ 243-989-287**

КУЛЬТУРНЫЙ ЦЕНТР «КОМСОМОЛЕЦ»

*Директор КЦДиМ «Комсомолец»
Нона Беджисова*

26 октября в Южно-Сахалинске произошло событие, которое жители и гости областной столицы ждали несколько лет. После реконструкции открыл свои двери Культурный центр детей и молодежи «Комсомолец», созданный на базе бывшего кинотеатра.

Позади долгий и кропотливый труд проектировщиков, строителей, монтажников, ни на минуту не прекращал свою работу коллектив «Комсомольца» — киномеханики, контролеры, администраторы, и теперь еще пахнущее свежей краской здание станет гордостью города. Великолепная отделка, система кондиционирования воздуха позволят сделать отдых зрителей комфортным и удобным.

Культурный центр планирует свою работу по следующим направлениям: музыкальные фестивали,

Л. Аветисян, С. Ри, Л. Никитина, Н. Беджисова



студенческие КВН, но, самое главное, это демонстрация кинопродукции российских и иностранных производителей. Для этого созданы все условия.

«Комсомолец» является универсальным зрительным залом с широкими техническими возможностями.

Высокое качество звука и изображения гарантируется использованием самого современного оборудования. Кинопроектор Christie CineX35, плэттер Christie Autowind AW3R обеспечивают высочайшее качество изображения и самое бережное обращение с киноплёнкой. А звуковой комплекс, состоящий из кинопроцессора Dolby CP-650XO, медиаплеера DTS-XD10, усилительного и акустического оборудования EuroSound, позволяет зрителю наслаждаться чистым, насыщенным, качественным звуком.

Для проведения театральных постановок, концертов, различных развлекательных программ центр оснастили современным театральным оборудованием, прожекторами, механизировали экран и сцену, а звуковоспроизводящее оборудование киноустановки задействуется для озвучивания мероприятий.

Проектирование, поставка и монтаж кинотехнологического оборудования для КРЦ «Комсомолец» были обеспечены компанией Asia Trade Music.

Компания Asia Trade Music прекрасно зарекомендовала себя как ответственный, технически грамотный партнер, поэтому в дальнейшем культурный центр «Комсомолец» и другие развлекательные комплексы города продолжают свое сотрудничество со специалистами этой компании.

ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЛЯ НАСТРОЙКИ РИДЕРОВ DOLBY

Антон Гречко, Олег Батяев

Ридер, будь он аналоговым или цифровым, бесспорно, является одним из важнейших узлов кинопроекторного комплекса, от правильной работы которого зависит качество звуковоспроизведения в кинотеатре. Хотя производители пытаются сделать свои изделия надежными и простыми в обслуживании, ридер, подобно любому другому узлу, со временем теряет свои качества: «подсаживается» светодиодная матрица, происходит регулирование первоначальных заводских настроек, изнашиваются механические детали устройства и так далее – к сожалению, ничего вечного нет. Как показывает практика, на правильную работу ридера влияют настройки и регулировки механической части кинопроектора.

Для настройки и контроля параметров цифровых ридеров Dolby при воспроизведении цифровых фонограмм Dolby Digital (DD) предназначено оригинальное программное обеспечение (ПО) Dolby Reader Alignment (DRAS), применяемое с кинопроцессорами Dolby CP650, CP500 и DA20. При его использовании цифровая информация, снимаемая с кинофильма, может быть передана от кинопроцессора на ПК в режиме реального времени (через COM-порт, при помощи кабеля RS232) и проанализирована.

Окно программы и режимы его работы. Окно программы отображает поток текущей информации от кинопроцессора или содержание файла регистрации *.qс, в котором предварительно были сохранены

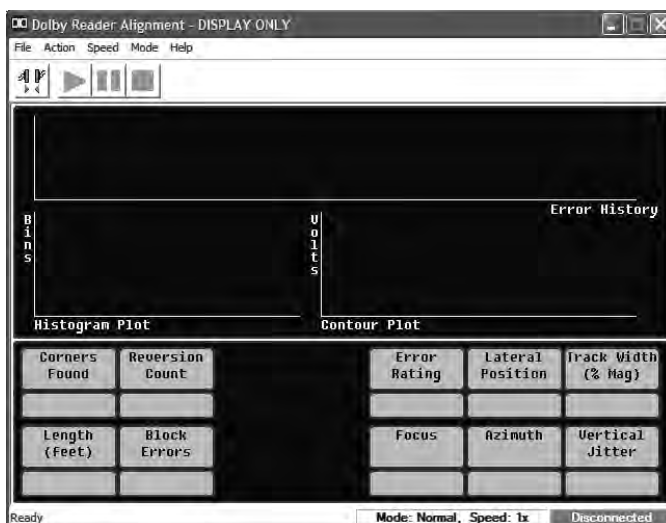


Рис.1

данные. Запись можно просматривать, анализировать или переслать, например, в техническую поддержку Dolby для получения подробной информации о функционировании цифрового ридера.

Программа DRAS работает в операционной среде Windows 95 и выше. В области заголовка окна программы отображены: текущий режим, название текущего документа, строки меню, инструментальная панель, строка состояния и настройки ридера. Предусмотрены три режима работы окна: *Display only (только просмотр)*, *Display&Log (просмотр и регистрация)*, *Existing QC File (открыть предварительно сохраненный файл)*.

В первом режиме доступ возможен лишь при подключении ПК к кинопроцессору, при этом происходит только online-просмотр данных (параметров).

Второй режим, *Display & Log*, также доступен только лишь при наличествующей активной связи между процессором и ПК. В этом случае формируется файл регистрации с расширением *.qс, в который поток данных записывается и, одновременно с фиксацией, отображается на экране в окне программы в режиме online. Каждый час регистрации данных занимает приблизительно 10 Мб дискового пространства (жесткого диска).

Меню программы простое, интуитивно понятное, без каких-либо излишеств.

Основные параметры ридера, отображаемые в окне программы. График «*Error History*» (график хронологии ошибок) показывает рейтинг ошибок в течение каждой секунды звуковоспроизведения. Характеристики ошибок (ошибочные числа) на вертикальной оси графика упорядочены: с высшим качеством – в основании графика, с наиболее низким – наверху. Такая расстановка по ранжиру позволяет выделить низкокачественные оценки.



Рис.2

Каждая секунда звуковоспроизведения (участок пленки) с корректируемыми ошибками в блоках нанесена на график фрагментом голубого цвета, а недоступные для корректировки области фонограммы выделены красным. Окно программы может быть использовано для поиска и идентификации того участка фонограммы, в котором возникают проблемы, а также позволяет наблюдать за регулировками выравнивания считывателя, если таковые были выполнены.

График «*Contour Plot*» (контур) показывает различия в плотности пленки между более светлыми и более темными областями цифрового блока данных Dolby. Верхняя строка графика фиксирует изменения в световом распределении поперек области данных, в нижней строке показаны изменения в плотности пленки блока данных.

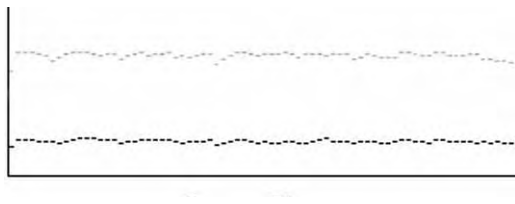
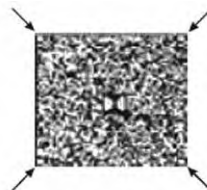


Рис.3

Кроме графиков и гистограмм окно программы содержит 10 полей, отображающих различные параметры настроек ридера.

«*Corners Found*» (найденные углы). В четырех углах каждого блока Digital-фонограммы, записанной по системе Dolby, помещены регистрационные метки, которые требуются цифровому процессору для определения местонахождения позиции блока с данными. В окне *Corners Found* отображается процентное отношение, которое на хороших печатных изданиях пленки составляет 97–99.



Dolby Digital Block Corners

Рис.4

Потеря «найденных углов» может быть вызвана неправильным боковым выравниванием, неправильным усилением (имеется в виду параметр *Track Width* – см. ниже), неправильной настройкой азимута или вертикальной устойчивости блока данных. Углы должны быть надежно определены («найденны»), прежде чем система сможет правильно и качественно функционировать.

«*Reversion Count*». Звуковые процессоры Dolby спроектированы таким образом, чтобы всплеск неисправляемых ошибок приводил к переключению воспроизведения цифровой фонограммы на воспроизведение аналоговой звуковой дорожки того же кинофильма. Окно *Reversion Count* отображает общее количество

переключений процессора. Переключение происходит в случае, когда многочисленные ошибочные блоки располагаются достаточно близко друг от друга.

«*Error Rating*» (коэффициент ошибок). В процессоре предусмотрена схема исправления ошибок и восстановления потерянных (искаженных) данных. По содержимому поля *Error Rating* можно определить, насколько интенсивно работает схема исправления ошибок для получения правильных данных. Плохое выравнивание считывателя или поврежденная пленка заведомо повысят число (норму) ошибок. Коэффициент ошибок должен лежать в диапазоне от 0 до 8, если его значение окажется выше предельного (выше 8), в окне будет отображена буква «F» (сбой). При настройке ридера надо стремиться достичь минимального значения коэффициента (близкого к 0).

«*Lateral Position*» (боковая позиция – горизонтальное смещение блока данных). Число в этом окне – это величина смещения блока данных в области считывания от идеальной позиции. Положительное число свидетельствует о смещении к близкому (базовому) краю пленки, отрицательное число указывает на смещение к области изображения на пленке. Корректировать данный параметр позволяет тест-фильм Cat.№ 530.

«*Track Width*» (ширина дорожки, в %). Ширина дорожки должна составлять 100%, допустимый диапазон – от 97 до 103%. В ридерах Cat.№ 699/700/701/702 этот параметр установлен производителем и не корректируется.

«*Block Errors*» (ошибочные блоки). В процессоре предусмотрено несколько способов очистки потока данных от ошибок, но случается, что при низком качестве фонограммы на пленке коррекция принципиально неосуществима. Окно *Block Errors* отображает количество ошибочных блоков.

«*Focus*» (фокус). Данный параметр указывает на качество резкости считываемого блока данных. Более высокие числа (66 ÷ 100) указывают на хорошую рез-

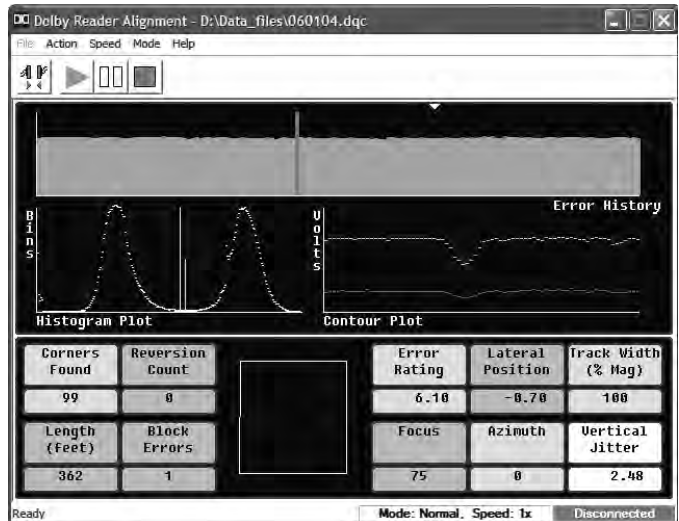


Рис.5

кость, а более низкие (0 ÷ 33) – на плохую (недопустимую). Регулировка резкости блока данных производится до самого высокого достижимого значения.

«*Azimuth*» (азимут). Данное число сообщает средний азимут по односекундному интервалу.

Это число выводится в пикселях. Азимут на один пиксель представляет приблизительно 0.3 степени смещения. При регулировке этого параметра используют тест-фильм Cat.№ 530.

«*Vertical Jitter*» (вертикальная устойчивость блока DD). Этот параметр указывает на пиковое смещение блока от его номинальной позиции между двумя смежными блоками за интервал времени. Продолжающийся длительное время мониторинг числа позволяет получить индикацию относительно любой неустойчивости в считывателе. Чрезмерная неустойчивость, обозначенная более высоким числом, может свидетельствовать о механических проблемах проектора или ридера.

Остается добавить, что, хотя программа DRAS является мощным и точным средством для настройки ридеров Dolby, все же производители (Dolby Lab.) настоятельно рекомендуют корректировать видеоамплитуду с помощью осциллографа.

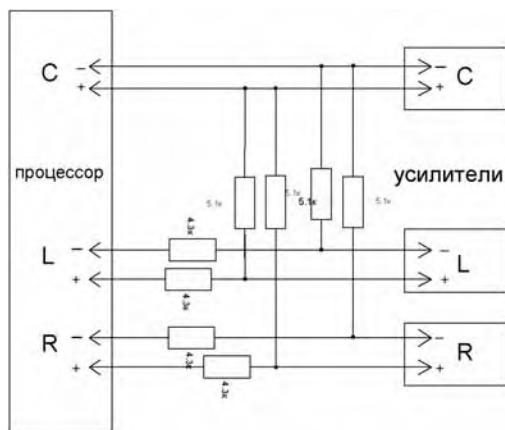
ОБЪЕМНОЕ ЗВУЧАНИЕ ДИАЛОГОВ¹

Николай Силин

Эта мысль появилась у меня еще пять лет назад. Находясь в кинозале и наслаждаясь богатым пространственным и мощным звучанием музыки и эффектов, я все чаще приходил к выводу что диалоги, которые 90% времени слышны только из центра экрана, не создают полного эффекта реалистичности и объема.

На студиях, дублирующих кинофильмы, для получения максимально разборчивого звучания диалогов и сохранения при этом красоты тембра звукоорежиссеры применяют специальную коррекцию с многоканальной компрессией. Как правило, желаемое неплохо удается. Но нередко при этом оказывается проигнорированным пространственное перемещение источника звука, то есть при движении говорящего в ту или другую сторону от центра экрана звук его голоса все равно четко слышен из середины, и лишь изредка, когда герой явно находится за пределами экрана, его голос звучит в одном из боковых каналов.

Нетрудно вспомнить звучание в старых «советских» кинотеатрах: диалоги никак не были «привязаны» к центру экрана и даже субъективно выглядели соответствующими месту нахождения говорящего, несмотря на то что система звуковоспроизведения была монофоническая. Эффект кажущегося объема был связан с использованием нескольких заэкраных громкоговорителей. Хотя все они работали от одного канала, их правильное размещение в заэкранном пространстве создавало более или менее равномерное звуковое поле, не позволяющее зрителю четко определить источник звука. Звук был просто слышен со стороны экрана, а откуда конкретно – определить невозможно. Однако при непосредственном появлении на экране источника звука (например, говорящего человека), зрителю казалось, что звук «шел» именно оттуда.



Как в современных кинотеатрах избавиться от «привязанности» диалогов к центру экрана и при этом не изменить пространственного звучания музыки? После ряда экспериментов был найден оптимальный способ: нужно добавить сигналы центрального канала в левый и правый с уровнем меньшим на 4–6 дВ, но при этом сигналы левого и правого каналов не должны проникать в центральный. Легче всего этого добиться с помощью пассивных резисторных делителей, установленных между процессором и усилителями согласно схеме. Эта доработка позволяет сохранить всю звуковую картину, задуманную звукоорежиссером, лишь диалоги становятся менее локализуемыми и, соответственно, не «привязанными» к центру.

Усовершенствованная таким образом система звуковоспроизведения испытана в кинотеатре «Октябрь» (Улан-Удэ), показала хорошие результаты и функционирует уже 4 года. По отзывам зрителей, звук в этом кинотеатре «самый хороший, объемный и пространственный». Один знакомый, сначала просмотрев понравившийся фильм в «Октябре», а позднее – в другом кинотеатре, уверял что в первый раз, в «Октябре», он «слышал настоящий «Долби-звук», а во второй – «так себе, неизвестно что». Похоже, что зрители изменение звучания диалогов воспринимают как более пространственное и объемное звучание всего «саундтрека» фильма.

¹ Опубликовано с разрешения автора и <http://kinotehnik.net>

Журнал
“КИНОМЕХАНИК/Новые фильмы”
издается с апреля 1937 года

Распространяется во все регионы
России и СНГ

КИНОМЕХАНИК

НОВЫЕ ФИЛЬМЫ

ЕЖЕМЕСЯЧНЫЙ

МАССОВО-ТЕХНИЧЕСКИЙ

ЖУРНАЛ

Журнал “КИНОМЕХАНИК/Новые фильмы” –
достоверный источник самых современных
кинетехнологий и актуальной информации
в мире кино

Расчитан на профессионалов и любителей кино

Наш индекс **70431**

Продолжается подписка на первое
полугодие 2007 года

ДАЙДЖЕСТ ФИЛЬМОВ В ПРОИЗВОДСТВЕ

Антикиллер 3: Сумеречная зона	остросюжетный психовик Россия Студия: МВ Productions Авторы сценария: Константин Мурзенко, Станислав Ростоцкий, Михаил Ефремов, Юсуп Бахшиев Режиссеры: Юсуп Бахшиев, Михаил Ефремов В ролях: Гоша Куценко, Константин Хабенский, Михаил Ефремов, Алексей Булдаков, Оксана Фандера и др. Дистрибьютор: «Централ Партнершип»	Филипп Коренев по прозвищу Лис возвращается на работу в убойный отдел как раз вовремя: город накрывает волна зверских преступлений. Маньяк, называющий себя Колдуном, наводит ужас и на мирных обывателей, и на криминальный мир.
Баксы	драма Россия—Казахстан—Франция—Германия Студия: Кинокомпания «СТВ» Автор сценария и режиссер: Гука Омарова	«Баксы» – по-казахски «шаман». Фильм рассказывает о судьбе старухи Айдай, которая, как и все казахские баксы, может лечить людей, найти потерянную душу человека, сказать, где находится украденный скот.
Властимир	приключенческая историческая драма Россия Студия: ЗАО «Ракурс» Авторы сценария: Сергей Русаков, Виктор Миняев Режиссер: Вадим Соколовский Дистрибьютор: ЗАО «Ракурс»	Фильм о приключениях четырех подростков, попавших в гущу событий, оказавшись в эпицентре похода половцев на Русь (начало XII века).
Живи и помни	драма Россия Студия: «Курьер» по заказу «Централ Партнершип» Автор сценария: Александр Родионов Режиссер: Александр Прошкин Дистрибьютор: «Централ Партнершип»	Экранизация одноименной повести Валентина Распутина. В сибирской деревне во время Великой Отечественной войны четыре женщины ждут возвращения с фронта своих мужей.

Мавр	<p>молодежная экшн-драма Россия Студия: «Синтез Фильм», Top Line Group Автор сценария: Адриан Прахов Режиссер: Георгий Тоидзе В ролях: Тимати, Костя Дзю, Пашу Дистрибьютор: Фокс / Гемини</p>	<p>Интерпретация знаменитой трагедии Уильяма Шекспира «Отелло», рассказанная современным языком, в современных интерьерах и с современными героями.</p>
Обитаемый остров	<p>фантастический боевик Россия Студия: «Слово», Art Pictures Group, по заказу «Первого канала» Авторы сценария: Эдуард Володарский, Марина Дьяченко, Сергей Дьяченко Режиссер: Федор Бондарчук Дистрибьютор: Фокс / Гемини</p>	<p>Экранизация одноименного романа Аркадия и Бориса Стругацких. На далекой планете, пережившей ядерную войну, оказывается молодой землянин, который принимает предложение стать бойцом местной тайной полиции.</p>
Однажды в провинции	<p>драма Россия Студия: «Арк-фильм» по заказу «Централ Партнершип» Режиссер и автор сценария: Катя Шагалова В ролях: Данила Козловский, Эльвира Болгова, Любовь Толкалина, Иван Стебунов, Наталья Солдатова, Елена Великанова, Леонид Бичевин Дистрибьютор: «Централ Партнершип»</p>	<p>Вялотекущая и размеренная жизнь глухого провинциального городка неожиданно меняется, когда в город приезжает звезда популярного телесериала Настя. Она разочарована в жизни и в себе и хотела бы начать все заново. Ей больше не кому идти, кроме как к родной сестре.</p>
Орден Семи	<p>фантастический экшн Россия Студия: ZGfilm Режиссер: Екатерина Гроховская В ролях: Сергей Крапива, Алексей Петрухин и др. Дистрибьютор: «Централ Партнершип»</p>	<p>События в этом фантастическом боевике, действие которого происходит в России 2080 года, разворачиваются вокруг таинственного предмета, зарытого глубоко в землю еще до нашей эры.</p>
Похороните меня за плинтусом	<p>драма Россия Студия: «Глобус» совместно с «Первым каналом» Автор сценария и режиссер: Павел Санаев</p>	<p>Экранизация одноименной повести Павла Санаева, в которой от лица восьмилетнего мальчика Саши Савельева рассказывается «чистая правда о жизни» с бабушкой и дедушкой, без папы и в ожидании мамы. Повесть была удостоена премии журнала «Октябрь» в 1996 г., а ее автор – молодежной премии «Триумф» за 2005 г.</p>

1612	<p>исторический авантюрно-приключенческий фильм Россия Студия: «ТриТэ» Режиссер: Владимир Хотиненко В ролях: Александр Балуев, Марат Башаров, Михаил Жебровский, Рамон Ланга и др.</p>	<p>Фильм о Смутном времени, закончившемся в 1612 году, когда народное ополчение во главе с Мининым и Пожарским освободило Москву от польских интервентов.</p>
2-АССА-2	<p>трагикомедия Россия Студия: Сinema-Line, «Югра-Фильм» Автор сценария и режиссер: Сергей Соловьев В ролях: Татьяна Друбич, Анна Соловьева, Юрий Башмет, Сергей Шнуров, Екатерина Волкова и др.</p>	<p>Сиквел культового фильма конца 80-х «АССА». В центре повествования – судьба Алики, которая 20 лет спустя, отсидев за убийство Крымова, стала знаменитой актрисой.</p>
Дом на Лиговке	<p>драма Россия Студия: «Глобус» Место съемок: Санкт-Петербург Автор сценария: Мария Баталова Режиссеры: Светлана Стасенко, Михаил Богин В ролях: Нина Дробышева, Людмила Чурсина, Ольга Волкова и др.</p>	<p>История семьи от 20-х до 90-х годов прошлого века, со всеми перипетиями этого исторического периода.</p>
Дом Солнца	<p>психологическая драма Россия Студия: «Топ Лайн Дистрибьюшн», Ялтинская киностудия Авторы сценария: Гарик Сукачев, Наталья Павловская Режиссер: Гарик Сукачев В ролях: Станислав Рядинский, Светлана Иванова, Дарья Мороз, Иван Стебунов, Кирилл Поликашин и др. Дистрибьютор: Фокс /Гемини</p>	<p>По мотивам повести Ивана Охлобыстина «Дом восходящего солнца». Саша, первокурсница из благополучной семьи советских дипломатов, встречает любовь среди гонимых обществом хиппи.</p>
Илья Муромец и Соловей Разбойник	<p>героический блокбастер, анимация Россия Студия: Кинокомпания «СТВ», Студия «Мельница» Авторы сценария: Максим Свешников, Александр Боярский Режиссер: Владимир Торопчин Дистрибьютор: «Наше Кино»</p>	<p>Мультфильм, завершающий анимационную трилогию о трех былинных богатырях – Алеше Поповиче, Добрыне Никитиче и Илье Муромце.</p>

Кавказский пленный	<p>драма Россия Студия: ООО «Творческо-производственное объединение «Рок» Место съемок: Крым Автор сценария: Владимир Маканин Режиссер: Алексей Учитель</p>	<p>Этот фильм поведает о любви, которая сильнее мужчины и сильнее солдата. Этот фильм расскажет о красоте, которая могла бы спасти мир – если бы ее не убивали. Этот фильм покажет кавказскую войну такой, какой ее не показывали еще никогда.</p>
Меч Без Имени	<p>фэнтези-комедия Россия-Чехия Студия: Landgraf film Автор сценария: Андрей Белянин Режиссер: Влад Таупеш В ролях: Анджей Новак, Татьяна Куневич, Анджей Возняк, Теона Дольникова, Михаил Светин и др.</p>	<p>Экранизация одноименного романа Андрея Белянина. Двадцатисемилетний художник Андрей, наш современник, попадает в сказочный мир. На пути к цели он совершит множество подвигов и обретет верных друзей.</p>
Никто, кроме нас...	<p>драма Россия Студия: «ВОЗВРАЩЕНИЕ - XX ВЕК» Авторы сценария: Сергей Говорухин, Антонида Тропилина, Сергей Шахель Режиссер: Сергей Говорухин В ролях: Мария Миронова, Сергей Маховиков, Екатерина Редникова, Юрий Беляев, Анатолий Белый</p>	<p>Фильм о малоизвестной войне в Таджикистане, где самое непосредственное участие принимали российские военные соединения. О взаимоотношениях кинооператора Евгения Левашова и Наташи – женщины, которую он искал всю жизнь, а нашел за несколько недель до своей очередной командировки на войну.</p>
Парни с MarZ'a	<p>трагикомедия Россия Студия: Кинокомпания «ТВИНДИ» совместно с «ЮНИФОРС» Место съемок: Москва Авторы сценария: Сергей Осипьян, Александр Лунгин Режиссер: Сергей Осипьян В ролях: Сергей Аброскин, Ксения Кутепова, Ангелина Миримская, Артем Ткаченко, Игорь Яцко</p>	<p>Молодой менеджер Петя Стариков, работающий на гигантской шоколадной фабрике, собрав рекордное количество крышек от кока-колы, выигрывает приз и в тот же день лишается автомобиля. С угона машины – такой же, как у сотен сотрудников шоколадной фабрики, – начинается новая жизнь Пети.</p>
Стритрейсеры	<p>экшн Россия Студия: «Черепаша» по заказу «Централ Партнершип» Авторы сценария: Ануш Варданян, Андрей Либенсон Режиссер: Олег Фесенко В ролях: Алексей Чадов, Марина Александрова, Эльвира Болгова Дистрибьютор: «Централ Партнершип»</p>	<p>Улицы ночного Питера сводят вместе очень непохожих людей – хакера Степу, «золотого мальчика» с говорящей фамилией Королев, сногшибательную красавицу Катю, экстремала Докера и многих-многих других. У них общая страсть – стритрейсинг, опасные ночные гонки на предельных скоростях.</p>

Бой с тенью 2. Реванш	<p>романтический боевик Россия Студия: «Шаман-Пикчерс» по заказу «Централ Партнершип» Авторы сценария: Алексей Сидоров, Александр Дорбинян Режиссер: Антон Мегердичев В ролях: Денис Никифоров, Андрей Панин, Елена Панова Дистрибьютор: «Централ Партнершип» Премьера: 1 ноября 2007 г.</p>	<p>Артем Колчин снова на ринге. Финальный бой за чемпионский титул он проведет в Америке. Но перед финалом ему предстоит бой с мексиканским боксером, который также рвется к вершине. После тяжелого поединка мексиканец умирает в госпитале. Но неприятности только начинаются: Артему сообщают, что он забил на ринге приемного сына мексиканского наркоторарона...</p>
Груз 200	<p>драма Россия Студия: кинокомпания «СТВ» Автор сценария и режиссер: Алексей Балабанов В ролях: Агния Кузнецова, Алексей Полуйн, Алексей Серебряков и др. Дистрибьютор: «Наше кино» и «Каропрокат»</p>	<p>Культовый режиссер Алексей Балабанов снимает картину по собственному сценарию. Ее сюжет держится в секрете.</p>
Кремень	<p>остросюжетная драма Россия Студия: кинокомпания «СТВ» Авторы сценария: Алексей Мизгирев, Юрий Клавдиев Режиссер: Алексей Мизгирев В ролях: Евгений Антропов, Дмитрий Куличков Дистрибьютор: «Наше кино» и «Каропрокат»</p>	<p>Современная Москва – глянцевая, европейская, жесткая. Город надежд и обманутых ожиданий. Здесь действует закон выживания. Побеждает сильнейший. Антон приезжает в столицу за любимой девушкой. Она отвергает его. Но он не привык отступать. Ради своей цели Антон готов на все. У него – свои правила. Он – «Кремень».</p>
Нулевой километр	<p>остросюжетная мелодрама Россия Студия: «Глобус», Cinemotion Group Автор сценария и режиссер: Павел Санаев В ролях: Александр Лымарев, Светлана Ходченкова, Иван Жидков Премьера: апрель 2007 г.</p>	<p>Двое молодых мурманчан приехали покорять Москву. Целеустремленный Костя мечтает стать клипмейкером, а для Олега будущее – лишь в солидном материальном достатке. Оба получают шанс воплотить свои мечты, но не успевают им воспользоваться.</p>
«Потапов, к доске!»	<p>детская комедия, Россия Студия: ЗАО «Ракурс» Авторы сценария: Сергей Тарасов, Александр Орлов Режиссер: Александр Орлов В ролях: Александр Олейников, Мария Фомина, Лия Ахеджакова Дистрибьютор: ЗАО «Ракурс» Премьера: апрель-май 2007 г.</p>	<p>Стремление главного героя Женки во что бы то ни стало добиться симпатии Лены Синицыной, самой красивой девочки школы, рождает фейерверк комедийных событий, в водовороте которых оказывается вся школа, друзья и педагоги.</p>

<p>Русалка</p>	<p>романтическая мелодрама Россия Студия: «Централ Партнершип» Автор сценария и режиссер: Анна Меликян В ролях: Маша Шалаева, Евгений Цыганов, Мария Сокова Дистрибьютор: «Централ Партнершип» Премьера: 21 апреля 2007 г.</p>	<p>Жила-была на берегу моря девочка по имени Алиса, и неслась она по течению жизни без особых раздумий, пристраиваясь к обстоятельствам и историческим событиям. И обладала Алиса удивительным даром – исполнять желания. И оказалась она в огромном мегаполисе под названием Москва.</p>
<p>Слушая тишину</p>	<p>мелодрама, Россия Студия: «Шаман-пикчерс» по заказу «Централ Партнершип» Автор сценария: Наталья Назарова Режиссер: Александр Касаткин В ролях: Дмитрий Марьянов, Алина Сергеева, Ия Саввина и др. Дистрибьютор: «Централ Партнершип» Премьера: 14 июня 2007 г.</p>	<p>Девушка Настя, самородок из провинции, приезжает в Москву учиться «на композитора». Жизнь в Москве у Насти не складывается. Ей с трудом удается найти работу горничной в доме миллионера Дмитрия. Вдобавок к бытовым неурядицам в жизни Насти случается главная трагедия – она перестает слышать музыку.</p>
<p>Цветок дьявола</p>	<p>мистическая мелодрама Россия Студия: ZGfilm Автор сценария и режиссер: Екатерина Гроховская В ролях: Сергей Крапива, Ольга Хохлова, Ирина Купченко и др. Дистрибьютор: «Централ Партнершип» Премьера: 12 июля 2007 г.</p>	<p>В небольшом городке живет студентка колледжа Полина Лескова, красивая и чувствительная девушка. На турнире по конному поло она встречает дерзкого красавца Сашу. Между ними вспыхивает чувство. Но Полине давно не дает покоя загадочный сон, которому, как утверждает шаманка, суждено сбыться.</p>
<p>Экватор</p>	<p>комедия, Россия Студия: «Амбер» по заказу «Централ Партнершип» Авторы сценария: Егор Головенкин, Рамиль Ямалеев Режиссер: Ульяна Шилкина В ролях: Артем Чилек, Петр Томашевский, Леонид Окунев и др. Дистрибьютор: «Централ Партнершип» Премьера: 3 мая 2007 г.</p>	<p>Сумасшедшая комедия о приключениях двух призывников в африканской саванне. Командование ставит перед солдатами невыполнимую задачу: помочь местному племени вывезти из деревни... слона! В поисках трактора безалаберные солдаты предпринимают опасное путешествие.</p>
<p>Я остаюсь</p>	<p>комедия, Россия Студия: MG Media по заказу «Централ Партнершип» Авторы сценария: Дмитрий Константинов, Алена Званцова Режиссер: Карен Оганесян В ролях: Андрей Краско, Нелли Уварова, Федор Бондарчук Дистрибьютор: «Централ Партнершип» Премьера: 19 апреля 2007 г.</p>	<p>Многие подозревают, что после смерти жизнь не заканчивается. Доктор Тырса в такую ерунду никогда не верил. Пока по вине неловко брошенного шара для боулинга не оказался на пустынной равнине вместе с такими же как он людьми – уже не принадлежащими этому миру, но еще не принятыми в мир иной.</p>



ОФИС В ВЫСОКОЙ ЗОНЕ

Константин Сальников

«Артисты массовых сцен, пожалуйста, сосредоточьтесь, займите свои места. Приготовились к репетиции... Начали!» – в высокой зоне павильонов кинокомплекса «МЕДИА СИТИ» близятся к завершению интерьерные съемки фильма совместного производства кинокомпаний «ТВИНДИ» и «ЮНИФОРС» «Парни с MarZa».

Съемочная группа под «патронажем» продюсерского тандема Евгений Гиндилис-Дина Ким осваивает последнюю площадку – «ОФИС»: обычную среду обитания молодых менеджеров среднего звена. Это бесконечно длинное помещение с множеством

столов, компьютеров и прочим реквизитом. В большие окна с яркими красными рамами бьет свет мощных прожекторов, изображающих солнечный день. В потоках «солнечного света» скрывается мягкий задник с нарисованным среднерусским пейзажем.

Именно здесь, в офисе гигантской шоколадной фабрики, будет работать молодой менеджер Петя Стариков, и отсюда, из охраняемой территории и привычной корпоративной колеи, судьба выбросит его в круговерть абсурдной жизни.

Режиссер Сергей Осипьян, ученик Александра Кайдановского, снявший не одну сотню рекламных роликов, пробует привести «офис» в порядок и организовать пространство в соответствии с замыслом. Актеры массовых сцен скучают, под «потолком» медленно вертится ряд уходящих в бесконечность вентиляторов, никто не знает, будет сегодня съемка или нет. Все это похоже на настоящий офис большой корпорации, и с первого взгляда кажется, что ты ошибся адресом. Режиссер согласился отлучиться на десять минут от работы и ответить на несколько вопросов.

СЕРГЕЙ ОСИПЬЯН: «НАМ ХОТЕЛОСЬ БЫ РАССКАЗАТЬ ПРОСТУЮ СКУЧНУЮ ИСТОРИЮ»

Сейчас готовится к съемке самый сложный эпизод: мы осваиваем главную площадку – офис нашей корпорации, чтобы показать жизнь громадного пространства, в котором работает наш главный герой. Это нам трудно дается: огромные масштабы требуют огромных бюджетов.

Как появилась идея фильма «Парни с MarZa»?

Хотелось придумать такую историю, где персонаж был бы частью общей конструкции. Но самая первая идея была чисто визуальная: большие корпорации очень интересно и смешно внедрили в нашу жизнь, не с точки зрения социальной или экономической, а с точки зрения визуально-эстетической. С одной стороны, мы воспринимаем весь мир потребления через его материальную сторону, но с другой – как визуальную культуру: огромные, странные урбанистические пространства, которые лучше всего воплощает ИКЕА. Все удобное, большое и разнообразное, и в то же время очень унифицированное, как батончики шоколадные, – их миллион, но они неотличимы друг от друга.



Сергей Осипьян, режиссер

Закончил Высшие курсы сценаристов и режиссеров (мастерская Александра Кайдановского) в 1993 г. Снял около 300 рекламных роликов для таких компаний, как IKEA, Coca-cola, Mars inc., Nestle, Samsung, P&G, Unilever, МТС, БИЛАЙН, МЕГАФОН, Сбербанк, УРАЛСИБ и др.

Режиссер спектакля «Белые ночи» (1994), театр «New End» в Лондоне.

Режиссер киноверсии проекта «В круге первом», Лионская опера (1996).

Фильмография:

«Самодельная истина» (1995),

«Убойная сила», т/с,

«Крутые повороты», т/с (отдельные серии).

И люди в этом мире тоже становятся товаром, как в большом супермаркете. Они с виду, казалось бы, разные, но, тем не менее, все ужасно схожи, упакованы и каждый на своей полочке лежит. Такой вот корпоративный мир. Мы хотим показать, каково быть этим брикетом, этим маленьким кирпичиком, этой шестеренкой.



Актриса Ксения Кутепова между дублями

А ваш фильм в таком случае нужно рассматривать как товар или все же как искусство?

Конечно же, как искусство. Мы никого не рекламируем, наше кино сосредоточено исключительно на художественных проблемах. Но и товар – поскольку любое искусство в конце концов становится товаром. Просто мы живем в таком обществе, где все становится товаром.

К какому же кинематографу будет относиться ваш фильм – к авторскому или продюсерскому?

Нет уже, к сожалению, четкого разделения между авторским и продюсерским кино, поэтому всегда возникает проблема, когда просят поставить точки над *i*. Что такое авторское кино? Это фестивальные фильмы, конъюнктура которых, как мне кажется, за последние четыре года очень сильно изменилась. Если посмотреть на фильмы, которые побеждают на кинофестивалях или даже не побеждают, а просто там присутствуют, то очень трудно сказать, авторское ли это кино. К примеру, ужасные корейские боевики, где люди друг в друга палят изо всех сил... То, что сейчас называется авторским кино, лет пять назад называлось бы жуткой коммерческой поделкой. Но, по-моему, в этом нет ничего страшного: кино Тарантино – авторское, хотя оно обладает всеми признаками кино коммерческого, продюсерского, т.е. того, которое собирает огромное количество денег в прокате.

Авторское кино часто определяют по наличию у режиссера права на окончательный монтаж, а если это право принадлежит продюсеру, то, естественно, это кино продюсерское, то есть коммерческое, мало озабоченное вопросами искусства.

Честно скажу, у меня нет права на окончательный монтаж, и пока я работаю в очень доверительном режиме с нашим продюсером. Но затевая фильм с явным авторским контекстом, что очевидно из сценария, вряд ли продюсеры наивно полагают, что это будет суперкоммерческий боевик. Я понимаю, конечно, что это общие слова, но если снять хороший фильм, который будут смотреть и понимать все вокруг, то это уже серьезный шаг вперед к его коммерческому использованию.

Снимая фильм о сотруднике отдела рекламы и маркетинга, думаете ли вы об аудитории, на которую может быть рассчитан этот проект?

Судя по рабочему материалу, у меня полное ощущение, что мы снимаем именно то кино, которого у нас нет. Вот «Ирония судьбы...» для кого? Для всех, кто его смотрит. Было бы странно его позици-

онировать как фильм для людей, которые ходят в баню.

У нас в кинематографе образовалась огромная дыра в 10 лет, когда не существовало обыкновенного кино. Простое кино было никому не нужно, в ходу были фильмы, которые могли быстро принести деньги, – боевики, фантастические истории – они вызывают ажиотажный спрос, могут привлечь, увлечь, захватить наскоком. Именно выпуск фильмов вроде «Дневного дозора» совпал с возрождением кинематографа как индустрии.

Сейчас уже другая ситуация: можно успокоиться, остановиться, снять фильм, в котором была бы интеллектуальная база. Фильм, про который можно было бы сказать, о чем он, где были бы внятные, узнаваемые герои, а не какие-нибудь вервольфы или люди, живущие в подвале или лежащие в луже. Не маргинальное кино, а кино про простых, нормальных людей. Для меня это не синоним скучного – большая часть русской литературы оперирует персонажами, которые весьма и весьма обыкновенны. Чехов, Гоголь скучные вроде бы истории рассказывают. Вот и нам тоже хотелось бы рассказать простую скучную историю.

Во время работы над сценарием вы имели в виду каких-то конкретных актеров?

Главная женская роль была написана для Ксении Кутеповой. Она не только моя любимая актриса, но и моя жена, и, видя ее каждый день в реале, я невольно ориентировался на нее. Все остальные актеры подобраны с помощью кастинга, а он у нас был гигантским и очень долгим (почти полтора года). Была возможность выбрать тех актеров, которые на самом деле подходят для каждой роли. В этом отношении мы проделали очень скрупулезную работу.

Еще немного о роли Ксении Кутеповой в фильме. Кинематограф – это мужская игра, и женские персонажи в ней, как правило, всегда втростепенные. В вашем случае это так?

Так! Вот тут, к сожалению, ничего другого не выходит. У нас моноспектакль, моноистория одного человека. Наш герой, которого играет актер Сергей



Аброскин, из кадра в кадр идет через весь фильм. Количество сцен у него и у всех остальных героев несопоставимо: у него их в десять раз больше. Это кино про него, о нем и его глазами увиденное. Это история одного героя.

Как вы считаете, фильм – это продукт одноразовый, он живет только две прокатные недели и умирает или он все-таки должен жить дольше?

Нет, сейчас я точно думаю, что дольше. Мы столько сил положили на это! Мне очень нравится мысль Годара, которая звучит приблизительно так: «Ну что же – фильм сделан, теперь его можно, как картину, продать, положить в сейф, пусть он там лежит». Отношение к кино должно быть таким же, как к живописи, как к объекту искусства: боже мой! – взять, повертеть в руках, положить в сейф, потом достать и опять наслаждаться... Кино – это штучный товар. Все режиссеры, к которым я хорошо отношусь, не так много фильмов сняли в своей жизни (Фассбиндер, может быть, единственное исключение). Мой кумир Отар Иоселиани снял всего несколько. У него, конечно, была сложная жизнь, но в принципе много фильмов невозможно снять, как ни жаль. Сейчас я это понял: просто оказывается, не хватает физических сил.

«Да, что-то ничего смешного я вам не рассказывал, к сожалению», – посетовал режиссер, но ис-

Сергей Аброскин, актер

Родился 18 мая 1982 г. в Москве.

Учился в Московской государственной академии физической культуры, закончил ГИТИС (мастерская Сергея Женовача), актер театра «Студия театрального искусства».

Занят в спектаклях «Как вам это понравится», «Мальчишки», «Marienbad», «Захудалый род», «Обломовщина...».

полнительный продюсер фильма Вета Кречетова исправила это упущение.

ВЕТА КРЕЧЕТОВА: «НАШЕ КИНО НЕ ГЛУПОЕ И ОЧЕНЬ ЗРЕЛИЩНОЕ»

Вета, а можно сначала узнать точные сроки работы над фильмом?

Проект долго готовился к запуску. В ноябре мы наконец-то начали съемки и на сегодняшний момент отсняли половину материала: сняты все интерьеры, нам остался офис и еще какие-то мелочи. В мае 2007 года снимем натурный блок, трюковые сцены, пожар, автокатастрофу... Наше кино, кроме того, что не глупое, еще и очень зрелищное: когда мы работали с каскадерами, казалось, что снимаем супербоевик, а не кино для умных, тонких людей.

А теперь поделитесь тем самым смешным эпизодом, пожалуйста.

Смешной эпизод был связан с ролью Филадельфия. Это одна из главных мужских ролей, и мы очень долго искали актера на эту сложную роль, не представляя, кто бы ее мог сыграть. Нашли же самым странным образом: наш кастинг-директор услышала по радио голос актера Владаса Багдонаса, позвонила режиссеру и сказала: «Сергей, я только что слышала по радио Багдонаса, мне кажется, это то, что нам нужно». Сергей позвонил мне и, хохоча, рассказал эту историю: «Ты представляешь, она сошла с ума, услышала кого-то по радио и считает,

что он подходит нам для съемок в фильме!» Тем не менее, когда Сережа нашел фотографию Багдонаса в Интернете, то оказалось, что это действительно тот человек, которого мы искали!

Еще одним человеком, который был удачно «найден», правда, ему пришлось пройти многочисленные пробы, является исполнитель роли Пети Старикова Сергей Аброскин, актер театра Сергея Женовача «Студия театрального искусства». Он рассказал о своем дебюте.

СЕРГЕЙ АБРОСКИН:

«АКТЕР – НЕ ПРОСТО ИСПОЛНИТЕЛЬ, А СОВАТОР»

Как вы стали участником проекта «Парни с MarZa»?

Совершенно неожиданно, до сих пор я в кино не попадал – учился, работал в театре. Однажды мне позвонила ассистент по актерам и предложила приехать на кастинг. Было несколько проб. Спустя какое-то время мне позвонили и обрадовали, сказав, что меня утвердили на главную роль.

Роль Пети Старикова – это предложение, от которого не отказываются?

Я читал сценарий – он очень интересный. Если бы сценарий мне не понравился, я бы не согласился участвовать в проекте, несмотря на то, что предложений у меня не много. Мне кажется, актер – не просто исполнитель, а скорее соавтор. Я думаю, что и общение, и человеческое понимание помогают в актерской работе. Я не пытаюсь скорректировать написанный персонаж под себя, просто стараюсь осмыслить его поступки. Что происходит, с чего все началось и как это меняется, как все друг с другом связано: и личная жизнь, и работа, и приключения. Мой характер чем-то похож на характер моего героя: Петя старается вести себя в жизни естественно, может быть тем он мне и близок.

Покажется ли главный герой близким по духу зрителям, станет ясно, когда картина появится на большом экране.

ПУТЬ К БРОНЗЕ

Евгения Маерина

В декабре под Петербургом завершились съемки полнометражного фильма «1814» (восемнадцать-четыренадцать), который появится на большом экране уже осенью.

«1814» – это и время действия в картине, и возраст главных героев: самому старшему из них 18, а самому младшему – 14. Они, воспитанники легендарного первого курса Царскосельского лицея, пока мало напоминают привычные нам бронзовые памятники. Это позже Горчаков станет канцлером Российской Империи, Дельвиг и Пушкин – известными поэтами, Пущин и Кюхельбекер – философами и декабристами. А пока они невероятно молоды, «и жить торопятся, и чувствовать спешат». Всего за несколько недель вчерашние мальчишки становятся мужчинами: познают первую любовь и переживают первую смерть, выпивают первый бокал вина и выкуривают первую трубку, публикуют первые стихи и участвуют в первой дуэли... Калейдоскоп увлекательных событий в жизни лицейстов происходит на фоне леденящих кровь событий: в Царском Селе начинает орудовать маньяк-убийца. Юноши оказываются не просто свидетелями, но и участниками трагедии...

«1814» – совместный проект кинокомпании «Нон-стоп Продакшн» и телеканала СТС, продюсеров Сергея Мелькумова («9 рота», «Свои», «В движении», «Богиня: как я полюбила») и Александра Роднянского («Питер FM», «9 рота», «Водитель для Веры», «Восток-Запад»).

Подробнее о картине и о своей работе при ее создании нам рассказал автор сценария **Дмитрий Миропольский**.

Дмитрий, в декабре 2006 года в прокат вышел фильм Натальи Бондарчук «Пушкин. Последняя дуэль». «1814» поддерживает моду на кино о Пушкине?

Начнем с главного: сценарий и фильм – вовсе не о Пушкине.

«1814»

Режиссер Андрес Пуустусмаа

Автор сценария Дмитрий Миропольский

Оператор Юрий Райский

Художник-постановщик Константин Пахотин

Продюсеры Сергей Мелькумов и Александр Роднянский

В ролях: Иван Пачин, Иван Макаревич, Стас Белозеров, Иван Мартынов, Роман Ярославцев, Сергей Друзьяк, Богдан Ступка, Сергей Гармаш, Федор Бондарчук, Наталия Суркова, Александр Лыков, Алексей Гуськов и др.

Существует глупый штамп, растиражированный в школьных учебниках: Царскосельский лицей – это гениальный Пушкин, окруженный сиянием и – для гарнира – еще какими-то безликими молодыми людьми. Вся эта идеальная братия изъясняется лишь афоризмами, они даже нужду не справляют: только полируют нимб над кудрявой головкой гения и, как сумасшедшие, строчат гениальные стихи... Меня от этого еще в школе тошнило. И согласитесь, такая картинка мало похожа на правду.

Что же представлял собой Лицей на самом деле? Это была закрытая придворная школа, элитный вуз, как сказали бы сейчас. Вроде президентской Академии государственной службы.

Мальчиков вырвали из привычной атмосферы, забрали из родительских имений, из школ – многие на тот момент уже учились в пансионе при Московском университете, в Петербургской гимназии – и поместили в казарму. Какими бы лояльными, с нашей точки зрения, ни были условия в Лицее – и золотая клетка остается клеткой.



Дмитрий Миропольский сценарист

Родился в 1964 году в Ленинграде.

Член Союза журналистов России, член Международной федерации журналистов, действительный член Академии русской словесности и изящных искусств им. Г.Р. Державина.

Автор сценария, режиссер, продюсер документальных фильмов, рекламных роликов и выпусков телепрограмм.

Как сценарист дебютирует в художественном кино.

В пору полового и нравственного созревания юноши оказываются в замкнутом коллективе, без права выхода за территорию школы. А ведь они растут, энергия в них бьет ключом, жизненные соки бродят! Но вместо игр и сумасбродств им приходится ходить в военной форме, учиться с утра до ночи шесть дней в неделю, с одним месяцем каникул – родных они не видят годами! Телесные наказания отменены, однако провинившихся ждет карцер, а преподаватели строги по-взрослому, без скидки на возраст.

Так вот, лицеисты – и в первую очередь наиболее заметные, талантливые из них – были, если угодно, эдакими молодыми панками, из юношеского максимализма и подсознательного бунта противопоставлявшими себя обществу и его порядкам. Как в любом коллективе, среди воспитанников Лицея сложилась «ударная группа», членом которой был и Пушкин, но он вовсе не играл первую скрипку.

Жизнь при дворе – все же здание Лицея является частью императорского дворца – была полна событий! Уверен, что нынешние ровесники лицеистов легко узнают себя и своих друзей в этих будущих бронзовых памятниках – об этом и для этого наш фильм.

Неужели Пушкин и его друзья действительно участвовали в расследовании зверств маньяка-убийцы?

Все, что написано в сценарии, исторически достоверно. Есть несущественные анахронизмы, носящие вынужденный характер. Допустим, Малиновский – первый директор Лицея – в моем сюжете прожил парой месяцев дольше, чем на самом деле. И дуэль между Кюхельбекером и Пушкиным случилась чуть позже. Однако именно так, как я описал, и именно по тому поводу!

Скажу еще раз: историчен каждый персонаж фильма, каждое событие, которое будет происходить на экране, каждая встреча, каждый диалог. Если где-то и не соблюдена «тактическая» достоверность, то есть чьи-то слова не переданы мною с точностью до запятой, то соблюдена достоверность «стратегическая» – этот человек в этих обстоятельствах вел себя вот так и говорил вот об этом.

Конечно, исторические события трактованы таким образом, чтобы это было как можно более интересно зрителю. В конце концов, мы делали не документальный фильм, а игровой, историко-приключенческий. Ведь кино – это не искусство, это технология. А искусство состоит в том, чтобы рассказать историю – интересно и увлекательно.

Вот история – как наука, как сокровищница увлекательных сюжетов – и пришла на помощь. В то время в Царском Селе действительно появился маньяк-убийца, резавший и грабивший женщин. После серии кровавых злодеяний он был пойман с поличным, об этом писали газеты. И лицеисты – это не я придумал.

мал! – были с ним знакомы, по иронии судьбы именно те, самые непоседливые и хулиганистые. Сколь велика была их заслуга в поимке душегубца – вопрос второй.

То есть вы делаете не биографическую ленту, а историко-приключенческую, с детективным сюжетом?

Именно. «1814» – это в первую очередь попытка рассказать захватывающую историю. Зрители же либо ограничатся тем, что просто понаблюдадут за интересно развивающимся сюжетом, либо захотят детализировать свои знания об этой эпохе и этих людях.

Идея посмотреть на лицеистов не как на гениев, покрытых пылью веков, а как на простых молодых ребят, для нашего кинематографа довольно нова.

Простых – наверное, нет, простыми они не были. А молодых – да, безусловно.

Мне вообще кажется очень любопытным рассматривать исторических персонажей именно под таким углом зрения. Когда они бронзовые – с ними все понятно. Об их заслугах перед государством и потомками немало сказано и в документалистике, и в художественном кино. Тем увлекательнее попытка «оживить» монумент. Тот же самый Пушкин – от разговора о нем все равно не уйти – родился-то не бронзовым, он таким стал. Но это было потом, а вот с чего начинался путь к бронзе?

Не думаете, что последует неоднозначная реакция? Ведь почти за два столетия понимание того, что они, теперь предстающие фигурами на вы-



соких постаментах, дышали, действовали, были людьми, – выветрилось.

По счастью, время единогласных реакций в нашей стране прошло. А что, скажите, плохого в неожиданном ракурсе, в неожиданном взгляде на привычные, казалось бы, события и лица?

Безусловно, будут возмущенные до глубины души. Надеюсь, количество суицидальных попыток среди пушкинистов и преподавателей литературы не возрастет скачкообразно. По-моему, при всей смелости решения, шокировать фильм может только людей недалеких, почему-то написавших на своих знаменах «Пушкин – наше все», но не знающих, ни кто это сказал, ни какой смысл в эти слова вложен.

Задача нашей картины, как и любого зрелищного предприятия, – увлечь и развлечь. Известные артисты, красивые костюмы и интерьеры, динамичный сюжет, детективная линия, любовные интриги – все для того, чтобы развлечь публику. Это вообще задача номер один, иначе люди просто перестанут ходить в кино.

На какие документы вы опирались, работая над сценарием?

Массив информации был колоссальный! Про историческую достоверность я уже говорил: очень не хотелось где-то попасть впросак. Так что мой сценарий – это абсолютно самостоятельное литературное произведение, сотканное из множества исторических лоскутков.

О пути наименьшего сопротивления, то есть об экранизации или компиляции известных книг Юрия Тынянова «Пушкин» и «Кюхля», речи не шло изначально. Тынянов – выдающийся ученый с мировым именем, знаток той эпохи, но как беллетрист кажется мне скучным и однообразным. Впрочем, многие из его научных трудов дали материал для фильма.

Я изучал книги Юрия Лотмана и Натана Эйдельмана, работы современных исследователей, в первую очередь – Светланы Руденской. Обильную и разнообразную информацию удалось почерпнуть из грандиозной монографии отца и сына Гротов – кстати, тоже лицеистов, но более поздних выпусков. Неоценимую пользу принесли дневниковые записи лицеистского профессора Куницына и самих учеников –

Горчакова, Илличевского, Комовского, Матюшкина. Пригодились обширные исследования быта и языка начала XIX века, описания из художественной литературы и периодики того времени – Михаила Загоскина, Виктора Нарезного; наконец, литература, которая вообще не имеет прямого отношения к Лицею и лицеистам – анекдоты о графе Толстом или эссе Бунина и Набокова.

Сколько лет у вас ушло на работу?

Не скажу. Пусть это будет моей маленькой тайной. А вообще – между моментом, когда в голове отложилась первая информация по теме, когда начал складываться замысел, и моментом, когда ты начал писать сценарий, – может пройти целая жизнь.

Тогда поведайте о судьбе сценария по окончании работы над ним.

Лучше с начала работы. Сейчас продюсеры ищут сюжеты – и кино обратилось к историческим персонажам. Зная об этом, я написал сценарную заявку. Обычно заявка занимает несколько страничек, моя заняла больше полусотни. Тем не менее, эта заявка заинтересовала продюсеров, и появилось несколько вариантов ее реализации. Идея сделать дорогой динамичный полнометражный фильм с мощным детективным стержнем была не первой (изначально обсуждался вариант цикла кинофильмов для телевидения – не хочется употреблять слово «сериал»), но в конце концов остановились именно на ней. И работа над проектом происходила в наикратчайшие сроки – обычно так не бывает.

Низкий поклон продюсерам: Сергей Мелькумов и Александр Роднянский поверили дебютанту в большом кино, позволили написать литературный сценарий, диалоги на трех языках. А режиссер и актеры тоже полюбили эту историю и взялись за реализацию написанного.

Только представьте: все костюмы и парики, даже обувь изготовили специально для фильма, по меркам актеров и старинным лекалам. Кроме того, в фильме нет ни одной павильонной сцены: все, что попадает в объектив кинокамеры – и экстерьеры, и интерьеры – все настоящее. Если речь идет о дворцовом парке – значит, съемка происходит именно там, у стен Лицея,

среди вековых деревьев или в сохранившихся с позапрошлого века беседках. Если речь о самом Лицее, то снимают в тех лицейских помещениях, где разворачивались события. Если речь о Большом зале Екатерининского дворца – снимают именно там. В этом смысле фильм тоже подчеркнуто историчен.

Еще одна интересная подробность: на два часа экранного времени придется около ста шестидесяти сцен – динамика сумасшедшая. Технически это сложно было снимать – так уж автор сценария постарался осложнить жизнь оператору Юрию Райскому: пришлось найти множество объектов, точек съемки для каждой сцены. Но и мне не раз приходилось вносить изменения в сценарий, адаптировать его к требованиям кинопроизводства.

Подготовительный период картины начался еще без сценария. Представляете степень ответственности?! Все, конечно, уже знали, о чем и как пойдет рассказ, но окончательного текста еще не было – только основной сюжет в разбивке на сцены. Даже персонажи и целые сюжетные линии то появлялись, то исчезали. А диалоги были утверждены дня за три до начала съемок, если не ошибаюсь.

Вы работали на площадке?

Нет, в этом не было ни нужды, ни смысла. За пятнадцать лет телевизионной деятельности я ничего скучнее, чем теле- или киносъемка, не видел. К тому же режиссер и актеры, операторская группа и звуквики, исполнительный продюсер и директор, ассистенты, гримеры и костюмеры, рабочие и водители – все на площадке имеют свою задачу. А что там делать сценаристу? Что мог – уже написал, вот теперь остальные создатели фильма и выкручиваются.

И самое главное: я ведь уже тысячу раз показал себе это кино, пока писал сценарий. Конечно, каждый раз это была одна из версий, но ни одна из них не походила на то, что снимает группа. Видя эту разницу, я могу начать нервничать и переживать, мое состояние передастся окружающим, и в итоге работа на площадке будет если не парализована, то дестабилизирована. Кому это надо? Режиссер трактует придуманную мной историю по-своему, оператор видит по-своему, актер... Актер, чего доброго, еще



захочет отомстить за написанный мной текст, который «не ложится».

Я верю, что эта группа – единомышленники, и совершенно искренне готов разделить с ними и успех, и провал картины. Все же надеюсь, что и мне краснеть не придется, и зрители посмотрят фильм с удовольствием.

Режиссерское кресло занял эстонец Андрес Пуустусмаа, представитель несколько другой культуры. Как, по-вашему, это скажется на интерпретации сюжета и образов «1814»?

Все же профессия Андреса – режиссер, а не эстонец («Убойная сила-6», «Красный жемчуг любви» – *Е.М.*). Согласитесь, на серьезный фильм с солидным бюджетом одни из лучших продюсеров страны вряд ли пригласили бы случайного человека. Андрес очень тонко чувствует и литературный материал, и природу актеров, и внутренний ритм, и смысл сцен. Между прочим, многие лицеисты – Горчаков, Кюхельбекер и другие – выросли в эстонских краях. Равно как госпо-

дин Пуустусмаа полжизни прожил в Советском Союзе. И если есть какая-то существенная разница между нашими культурами, то и она имеет положительный аспект: Андресу легче, чем многим российским режиссерам, абстрагироваться от бронзового Пушкина и снимать фильм не о нем, а молодых людей. Не испытывая давления, он может рассказывать чисто человеческие истории – при этом всегда помня о том, что говорит про юные годы будущих великих.

Вы планируете в своем творчестве и впредь обращаться к судьбам исторических личностей?

Безусловно. И надеюсь на поддержку продюсеров в ближайших проектах. История нашей страны очень богата замечательными персонажами: одни заслуживают быть открытыми заново, другие пока не получали достойного воплощения на экране. Но это – в будущем. А пока я вместе со зрителями с нетерпением жду 19 октября 2007 года, 190-летия первой лицейской годовщины и приуроченной к ней премьеры фильма «1814».

Особое ВИЙдение Олега Степченко

Елена Писарева

«Самый страшный российский фильм» стал еще и самым долгожданым. Речь идет, конечно, о «Вие» Олега Степченко, премьеру которого обещали еще весной прошлого года. Сейчас картина, прокатом которой, вероятно, будет заниматься компания «КАРОПРОКАТ», находится в съемочном периоде. Режиссер фильма рассказал нам о том, почему зрителю приходится ждать так долго и как эти ожидания будут оправданы.

Премьеру «Вия» обещали еще весной 2006 г. Почему она до сих пор не состоялась?

Для переноса даты премьеры есть две причины: первая – решение о высокотехнологичном производстве фильма мирового уровня, на которое, по расчетам специалистов, уйдет не менее года. Вторая причина – на главную роль рассматривается несколько зарубежных звезд разной категории. Идет изучение рынка: нам необходимо знать, на кого из этих актеров пойдет международный зритель, так как планируется зарубежный прокат фильма компанией World Disney. По результатам этого исследования и будет заключен контракт.

На какой стадии сейчас находится проект?

Сейчас проходят съемки – в Чехии и в России. На сегодняшний день отснято несколько сложных сцен: это первая и вторая ночи, которые Хома проводит в церкви один на один с телом Панночки. Этот материал уже находится в работе у компьютерных графиков. По сути, три ночи в церкви – это самые главные хоррор-сцены в фильме. Многие трюки и превращения делались «вживую», но сегодня нашу фантазию без применения компьютерной графики реализовать невозможно. Мы хотим сохранить тот ужас от мистических превращений и близости смерти, которые описаны у Гоголя, те смыслы, которые он вложил в каждую из «ночей», но при этом не повториться и действительно напугать и удивить зрителя.

Расскажите, пожалуйста, о съемочной группе и, в частности, о зарубежных кинематографистах, принимающих участие в съемках.



Мы работаем с чешскими кинематографистами – одними из лучших, на мой взгляд, профессионалами европейского кинопроизводства. Работать с ними не просто огромное удовольствие, но и бесценный опыт. Наш оператор-постановщик – Владимир Смутны, получивший в свое время «Оскар» за фильм «Коля», четырех «Золотых львов» и другие награды за операторскую работу. Художник-реквизитор – Карел Ванясек, профессионал высшей степени, работавший на таких картинах, как «Идентификация Борна», «Братья Гримм», «Жанна Д'Арк», «Трудно быть Богом», и получивший в 2003 году «Эмми» за фильм «Гитлер: Восстание зла». Архитектор декораций – Александр Козак, на счету которого более двадцати картин, включая «Братьев Гримм», «Лигу выдающихся джентльменов» и «Хеллбой». Наш художник по костюмам Яримила Коенча – настоящий гуру чешского кинематографа. Ею

созданы костюмы для 400 театральных постановок в Чехии и 100 полнометражных картин. Трюки разрабатывал Иржи Куба, в фильмографии которого более 100 фильмов, среди которых «Жанна Д'Арк», «Отверженные», «Комиссар Мегре», «Братья Гримм». Экранизация настоящей литературы требует настоящих специалистов.

Почему стали снимать именно «Вия»? У Гоголя ведь много других, не менее интересных произведений, которые еще не были экранизированы...

«Вий» Гоголя – это эксклюзив, аналогов которому в русской литературе нет. «Вий» сам по себе является брендом – то есть это та история, которая наиболее полно отражает дух и колорит того или иного народа. Таким произведением у американцев является «Сонная лощина» Ирвинга, у французов – «Тиль Уленшпигель» Костера, у англичан – «Дракула» Стокера, у нас это, несомненно, «Вий». С этой повестью знакомы все без исключения, поэтому, взяв ее в работу, мы отчетливо понимали всю ответственность, которую брали на себя.

Будет ли некий философский подтекст в картине? Не превратится ли это в простую страшилку?

Нет. Гоголь больше, чем просто хоррор, поэтому я за него и взялся. Мне не очень нравится бессмысленный ужас. «Вера или суеверие» – зрителю предстоит сделать выбор между этими понятиями.

В моем фильме есть два уровня страха: первый страх – мистический, от которого все будут закрывать глаза и кричать при виде ужасных чудовищ на



Олег Степченко режиссер

Родился в 1964 году.

Окончил Московскую государственную художественную академию им. Сурикова.

Работает в кино как актер, режиссер, сценарист и продюсер.

Режиссерские работы:

Мужской сезон: Бархатная революция (2005)

Сматывай удочки (2005)

экране. А потом наступит страх другого порядка, и тогда зритель решит, что страшнее – эти чудовища или человек?!

Когда запускался проект, было известно, что параллельно идет работа над «Ведьмой»?

«Вий» Гоголя – источник для бесконечных интерпретаций. Когда мы начинали снимать фильм, мы знали, что запускается «Ведьма» Олега Фесенко, а также экранизация «Вия» на Украине. Но нас это не пугало и не пугает, потому что то, что хотим сделать мы, имеет свои отличия и особенности. Я думаю, чем больше фильмов на эту тему будет снято, тем интересней станет оценивать разные взгляды на это произведение. Я бы вообще сделал так: предложил бы снять «Вия» Родригесу, Тарантино и Спилбергу, и еще Бортко. Уверен, на всех фильмах был бы аншлаг. Ведь важно не название фильма, а то, как режиссерличность относится к этой теме.

ЯНВАРЬ. БОРЬБА БОЕВИКОВ

На афише мелкими буквами значится – «боевик». И сразу понятно – будет динамичное и напряженное действие с драками и перестрелками. Эта ясность формирует аудиторию: 80% – подростки и молодые мужчины. Но чистые жанры давно ушли в прошлое, если вообще когда-либо существовали. К боевику прививают побегии самых разных жанров, так что итоговый плод иногда перестает походить на боевик. Тут и зритель заинтересованно останавливается перед афишей: боевик боевику рознь.

В январском прокате под меткой «боевик» стартуют «Следопыт» Маркуса Ниспела, «Козырные тузы» Джо Карнахана, «Консервы» Егора Кончаловского и «Рокки Бальбоа» Сильвестра Сталлоне. «Следопыту», пробивающему путь с 11 января, будет, пожалуй, попроще: жанровых конкурентов в этот уик-энд у картины нет, третья неделя проката «Волкодава» наверняка зафиксирует естественный спад интереса к нему, а мировая премьера историко-приключенческой драмы из жизни индейцев (бренд раскрыт Гибсоном в декабре) может стать стимулом для похода в кинозал.

А вот остальным боевикам, стартующим 25 января, придется побороться за зрителя и друг с другом, и с пятеркой конкурентов из других жанров – двумя комедиями (французской и отечественной), двумя триллерами (один от продюсеров «Шестого чувства», другой – от режиссера «Лабиринта Фавна») и канадской эротической драмой. И все, что делает их особенными, должно быть видно зрителю еще до прихода в кинозал – из афиши.

Афиша «Козырных тузов» честно делится сутью: будет много стрельбы, от количества персонажей и их историй у вас голова пойдет кругом, карты станут виновниками всех событий. «Хит обрушится в 2007-м» или «Фильм

раскроет свои карты в 2007» – игра слов на постере («The hit goes down 2007») добавляет фильму куража.

А вот «Консервы», дата релиза которых уже однажды сдвигалась, не торопятся раскрывать свои тайны: в конце декабря афишу фильма можно было разыскать в Сети лишь на одном сайте. На зрителя, будто бы находящегося внутри золотой консервной банки, смотрят главные герои боевика, дрейфующего в политический триллер с элементами мистики (так утверждает режиссер). Вот уж действительно – «никогда не знаешь, что внутри».

Зато «Рокки Бальбоа» не мудрствует и не лукавит: Рокки возвращается в XXI веке, «Пока все не кончено – финал не наступит». Золотые буквы имени героя, будто слитки, мерцают на черном фоне. А на другом постере победный взмах правой руки боксера разрывает серый унылый пейзаж. Боевик претендует на статус вечной ценности и готов пожертвовать динамичностью ради глубины спортивной драмы. И ему в

этом трудно отказать.





автор сценария и режиссер

ДЖО КАРНАХАН

композитор

КЛИНТ МАНСЕЛ

оператор

МАУРО ФЬОРЕ

в ролях:

ДЖЕРЕМИ ПИВЕН,
БЕН АФФЛЕК,
ДЖЕЙСОН БЕЙТЕМАН,
ЭНДИ ГАРСИА,
БРАЙАН БЛУМ,
НЕСТОР КАРБОНЕЛЛ,
КЛЭР КЭРИ,
ВЛАДИМИР КУЛИЧ

**Великобритания–Франция–
США, 2006**

цв., 1 час 45 мин.

мировая премьера

9 декабря 2006 г.

российская премьера

25 января 2007 г.

дистрибьютор

UPI-RUSSIA

узнать о фильме:

Официальный сайт фильма:

www.smokinaces.net

Страница фильма в IMDb:

www.imdb.com/title/0475394

КОЗЫРНЫЕ ТУЗЫ

КРИМИНАЛЬНЫЙ БОЕВИК

Что происходит

За голову комика Бадди Израэля, который решил дать показания против криминального босса, когда-то сделавшего его знаменитым, мафия объявляет награду в \$1 млн. ФБР не может упустить столь ценного свидетеля: это их единственный шанс отправить всю банду разом в тюрьму. Они помещают Бадди под охрану двух агентов, а тому больше всего на свете хочется провести последнюю прекрасную ночь в казино.

Что интересного

По множественности причудливо переплетающихся историй «Тузоз» можно сравнить с прошлогодним «оскаровским» лауреатом – «Столкновением» Пола Хэггиса. Но все-таки главная ассоциация – «Карты, деньги, два ствола» режиссера Гая Ритчи: в фильме Карнахана есть и азартные игры, организующие сюжет, и криминальные разборки, и сумасшедшая скорость действия. Запутанный сюжет держит аудиторию в постоянном напряженном ожидании следующей сцены, которая должна прояснить предыдущую, но в результате запутывает все еще больше. Все это – специфический стиль Джо Карнахана, который он демонстрирует со своего дебютного боевика «Кровь, наглость, пули и бензин», появившегося в один год с культовым фильмом Ритчи. Но в отличие от Ритчи имя 41-летнего режиссера, не хуже своего знаменитого коллеги умеющий снимать скорость и передавать напряжение, в нашей стране почти неизвестно. Хотя на счету Карнахана

(сценариста и режиссера) такие интересные работы, как криминальный детектив «Наркобарон» (2002) и новелла «Таймер» (2002) в игровом фильме-рекламе BMW «Прокат».

Главный герой «Тузоз» Бадди в исполнении Джереми Пивена совсем похож на жертву. Он сам готов одурачить и гангстеров, и ФБР. А Пивен, впервые исполняющий главную роль, демонстрирует незаурядный комический талант. Уверена, роль Бадди Израэля станет одной из лучших в его карьере.

Что с этим делать

По лихости закрученной истории с «Козырными тузами» не сможет соперничать ни один из январских боевиков, в остальном же конкуренты (в этот уик-энд стартует сразу три боевика) не дремлют. Дата старта «Тузоз» наверняка выбрана дистрибьюторами не случайно. Эйфория новогодних праздников позади, а значит, отсмотрены и все праздничные киноновинки. Однако у студентов позади и сессия, а 25 января – главный студенческий праздник, «Татьянин день». Поход на «Тузоз» для многих может стать отличным началом каникул. Необычная премьера фильма (со студенческой вечеринкой или розыгрышами) станет лишним поводом прийти именно в ваш кинотеатр. Стоит также для привлечения аудитории заранее обозначить, что Карнахан – режиссер, близкий по духу любимцу зрителей Гаю Ритчи, а его «Тузоз» – более мягкая и политкорректная версия «Карт, денег...»

Елена Писарева



автор сценария и режиссер

СИЛЬВЕСТР СТАЛЛОНЕ

оператор

ДЖ. КЛАРК МЭТИС

композитор

БИЛЛ КОНТИ

продюсеры

РОБЕРТ ЧАРТОФФ,
УИЛЬЯМ ЧАРТОФФ,
КЕВИН КИНГ

в ролях:

СИЛЬВЕСТР СТАЛЛОНЕ,
БАРТ ЯНГ,
АНТонио ТАРВЕР,
ЖЕРАЛЬДИН ХЬЮДЖИС,
МИЛО ВЕНТИМИЛЬЯ,
МАЙК ТАЙСОН

США, 2006 г.

цв., 1 час 42 мин.

мировая премьера

22 декабря 2006 г.

русская премьера

25 января 2007 г.

дистрибьютор

ФОКС / ГЕМИНИ

узнать о фильме:

Официальный сайт фильма (англ.):

www.rocky.com

Официальный сайт фильма (рус.):

www.rockybalboa.ru

Страница фильма в IMDb:

www.imdb.com/title/tt0479143

РОККИ БАЛЬБОА

СПОРТИВНАЯ ДРАМА

Что происходит

Легендарный боксер-чемпион Рокки Бальбоа снова в строю. Он постарел (ему под шестьдесят) и обрюзг, превратился в добропорядочного гражданина и владельца небольшого ресторанчика. Но страсть к боксу продолжает жить в его сердце. И для того, чтобы доказать окружающим, и прежде всего самому себе, что никогда не поздно начать все сначала, Рокки придется вновь получить лицензию, победить в нескольких любительских боях, а также научиться понимать и прощать выросшего вдали сына.

Что интересного

В этой картине изрядно сдавший Сильвестр Сталлоне един в трех лицах: он написал продолжение легендарной киноэпопеи и по традиции снял себя в главной роли. Это явление несгибаемого боксера на экраны будет шестым по счету: первое состоялось три десятилетия назад, а последнее – в 1990 г. Всем памяты предыдущие части «Рокки», одно название вызовет в душе многих ностальгическое воспоминание о подпольных видеозалах перестроенных времен и характерном для советского зрителя ощущении неимоверной – буржуйской! – крутости героя Сталлоне. Схожее, правда, более острое, ощущение возникло от его же Рембо. Именно появление на телеэкранах этих столь заманчиво окривавленных и туповатых героев символизировало переход нашей страны к «демократическому» буйству 90-х.

И вот Рокки снова с нами. Не станем останавливаться на том, что от этой

картины так и веет отчаянием и что она отчего-то воспринимается лебединой песней Сталлоне. Смотреть на его обмякшую мускулатуру и оплывшее лицо, прямо скажем, не очень приятно, но смелое выставление себя напоказ в боксерских трусах рождает смешанное чувство глубокого уважения и жалости. Так или иначе, фанаты дождались: феникс возродился из пепла. За \$24 млн вечный мордоворот с именем-кличкой на «Р» снял вполне добротную, не лишнюю истинного психологизма боксерскую драму (кстати, постановка боев на ринге действительно первоклассна – не в пример слащавой картинности «Малышки на миллион»).

Что с этим делать

Зритель у картины, без сомнения, найдется – из числа ностальгирующих или просто любопытствующих: как шестидесятилетний Сталлоне выдержит нешуточные нагрузки. Другой вопрос, что Рокки может пасть под напором отечественного боксера «Неваляшки», гангстеров из «Козырных тузов» или зеков из «Консервов». Чтобы этого не произошло, стоит загодя озаботиться рекламой финальной части саги о бесстрашном боксере. Если своевременно провести бесплатные показы всех предыдущих частей (в фойе кинотеатра, воспользовавшись DVD-проектором), то можно смело рассчитывать на аншлаги, как минимум, в первый уикэнд проката – желающих увидеть, чем же все закончится, будет предостаточно.

Евгения Маурина



автор сценария

ЛАЕТА КАЛОГРИДИС, НИЛЬС ГАУП

режиссер

МАРКУС НИСПЕЛ

оператор

ДЭНИЭЛ ПЕРЛ

композитор

ДЖОНАТАН ЕЛИАС

продюсеры

ДЖОН А. АМИКАРЕЛЛА,

БРЭДЛИ ФИШЕР

в ролях:

ДЖЕЙ ТАВАРЕ,

НАТАНИЕЛЬ АРКАНД,

ВЕЙН ЧАРЛЬЗ БЭЙКЕР,

КЛЭНСИ БРАУН,

ХАННА ДЖЕФФРИ,

РАССЕЛЛ МИН

США, 2006 г.

цв., 1 час 47 мин.

мировая премьера

11 января 2007 г.

российская премьера

11 января 2007 г.

дистрибьютор

ФОКС / ГЕМИНИ

узнать о фильме:

Официальный сайт фильма (англ.):

www.pathfinderthemovie.com

Официальный сайт фильма (рус.):

www.sledopyt-film.ru

Страница фильма в IMDb:

www.imdb.com/title/tt0446013

СЛЕДОПЫТ

БОЕВИК

Что происходит

В девятом веке нашей эры грозные викинги вторгаются в Северную Америку и начинают борьбу с коренными жителями – индейцами. Главный герой, мальчик из племени викингов, отказывается убить своего сверстника из индейского племени, и в наказание викинги оставляют его в стане врага. Индейцы принимают мальчика в племя, где он постепенно привыкает к новой семье. Через двадцать пять лет викинги вновь высаживаются на американское побережье, и опять начинается кровопролитная схватка. Миссия главного героя – остановить кровопролитие.

Что интересного

В «Следопыте» очень гнетущая атмосфера, много драк и крови и чересчур избитая тема – герой должен стать связующим звеном между двумя враждующими народами. Но любители жанра находят в фильме много нового и интересного. Во-первых, нечасто персонажами голливудских исторических боевиков становились викинги и индейцы. Героями этого жанра традиционно выступали древние греки и римляне, однако сейчас Голливуд начинает обращаться к истории индейцев (как северо-, так и южноамериканских). В декабре в прокате побывала историческая драма Мела Гибсона «Апокалипсис» об индейцах майя, теперь боевик «Следопыт» – об одном из коренных народов Северной Америки. А во-вторых, удивляют напряжение, не спадающее весь фильм, и масса динамичных батальных сцен, снятых голливудским размахом.

Из интересных подробностей, касающихся не самого фильма, а его истории, стоит указать, что «Следопыт» – вольный ремейк фильма норвежского режиссера Нильса Гаупа «Первопроходец», снятого в 1987 году. На английском языке названия фильмов одинаковы – «Pathfinder». Видимо, испытывая недостаток в оригинальных идеях, Голливуд обращается к малоизвестным европейским фильмам, чтобы пополнить свой арсенал новыми сюжетами.

Что с этим делать

Среди других боевиков месяца «Следопыт» занимает свою нишу. Характерные черты фильма Маркуса Ниспела – дух приключений, жесткость и динамичность. Аудитория таких фильмов довольно велика и стабильна.

Большой плюс «Следопыта» – совпадение российской и мировой премьеры, а значит, прокатчик может сделать акцент на том, что наши зрители увидят фильм первыми (из-за разницы часовых поясов). Кроме того, в рекламной кампании можно провести параллели с «Апокалипсисом» и позиционировать фильм как одну из картин новой голливудской тенденции.

Ну а если мыслить более философски, то «Следопыта» можно рассматривать как картину о противостоянии Америки и Европы, а эта тема волнует не только любителей боевиков. При этом не стоит забывать, что в Штатах фильм не рекомендован детям до семнадцати лет.

Анна Слатина

ДЕБЮТ. КАК ПОПАСТЬ В ПРОКАТ?

Лера Бахтина

«Фильм от создателей...» – и далее следует громкое название лидера бокс-офиса, подталкивающее зрителя: иди, новый фильм будет таким же интересным. «Кино культового режиссера...» – и далее звучит имя, одно упоминание которого гарантирует кассу первого уик-энда. А что делать, если режиссер – дебютант? Если, представляя его фильм, невозможно опереться ни на прошлый опыт автора, ни на его регалии, ни на звезд (они не так часто балуют дебютантов доверием), ни на внушающий трепет бюджет (кто рискнет с дебютантом даже парой миллионов долларов)?

Как пробиваются в наш прокат дебюты молодых отечественных режиссеров? Посмотрим на примеры. И это не праздное любопытство: как сформулировала киновед Нина Цыркун, «в последние годы лицо российского кино определяют дебюты». В 2006 г. среди побывавших в прокате 80 отечественных фильмов более 30 – дебюты. Многие отечественные фестивали регулярно вручают приз за лучший дебют: «Кинотавр», «Послание к человеку», «Золотой витязь», «Сталкер». Есть такая номинация и у премий «Золотой Орел» и «Белый слон». И самое показательное – в нулевые годы стали проводиться специальные фестивали дебютов: с 2003 года – «Дух огня» в Ханты-Мансийске, а с 2004-го – «Балтийские дебюты» в Светлогорске.

«Последний уик-энд», «Фарт», «Питер FM». Фильмы выбраны почти произвольно: об этих дебютах «Киномеханик» рассказывал в 2005 году, когда все они находились на стадии съемок и дата премьеры, ки-арт, тэглайн или рекламный бюджет были, по традиции отечественного кинопроцесса, туманны. Зато было желание – стать для зрителя особенным, запоминающимся событием.

В ноябре 2005 года в прокате стартовал «Последний уик-энд» режиссера Павла Санаева, известного

на тот момент трагикомической повестью «Похороните меня за плинтусом» и официальными переводами многих голливудских фильмов. Литература и кухня, а также родственные отношения с Еленой и Всеволодом Санаевыми (мама и дедушка) и Роланом Быковым (отчим) сделали Санаева широко известным лишь в узких кругах. «Последний уик-энд» был для режиссера не только первым полнометражным фильмом, но и экспериментом. Цитирую официальную информацию о фильме: «Первый в России фильм в жанре молодежного триллера; первый интерактивный кинопроект: с начала подготовительного периода на сайте www.ruskino.ru работал портал «Экспедиция за фильмом», где посетители не только узнавали, как движется работа, но и высказывали свое мнение относительно сценария, костюмов, реплик главных героев».

В январе 2006 года состоялась премьера «Фарта» режиссера Романа Хруща, автора еще менее известного: кто запоминает имена режиссеров-документалистов? или подозревает, что у рекламных роликов тоже есть режиссеры? Хрущ, правда, до «Фарта» закончил Высшие курсы сценаристов и режиссеров (мастерская Владимира Мотыля, семинары Александра Митты и Кшиштофа Занусси). А его короткометражка «Крестик-и-нолик» в составе фильма «Два солдата бумажных» участвовала в конкурсе дебютов «Кинотавра» в 2001 г.

В статье использованы данные агентства Metropolitan E.R.A и Бюллетеня кинопрокатчика.



Кадр из фильма «Фарт»

В апреле 2006 года зрителям был представлен «второй фильм года» – «Питер FM» режиссера Оксаны Бычковой. Это имя оставалось загадкой даже для вездливых и пристрастных кинообозревателей: выпускница журфака Ростовского университета, закончившая Высшие курсы сценаристов и режиссеров (мастерская Валерия Тодоровского) и снявшая две короткометражки. Ее творческий уровень пытались угадать, присматриваясь к команде. Но рядом были почти сплошь дебютанты – продюсер, оператор, художник, композитор, второй режиссер, костюмер, исполнительница главной роли и другие. Почти – потому что генеральными продюсерами картины значились Александр Роднянский и Игорь Толстунов, телеканал СТС и кинокомпания «ПРОФИТ».

Каким же стал прокат для этих дебютантов? Своими впечатлениями каждый из них поделился в интервью, а мы обратимся к цифрам.

«Последний уик-энд», дистрибьюцией которого занимался «КАРОПРОКАТ», входил в десятку лидеров проката два уик-энда ноября (11–13 и 18–21), обходя стартовавшие тогда же лирические комедии «Любовь к собакам обязательна» и «Подальше от тебя» и экранизацию культовой игры «Подземелье драконов 2». Молодежный триллер 122 копиями собрал \$709 тыс. (более 20 млн руб.).

«Фарт», который в прокате представляла дочерняя компания студии-производителя «STELLA distribution», вышел в прокат четырьмя копиями. Их наработки, видимо, были более чем скромны: представители студии настойчиво уклонялись назвать какие-либо цифры, а генеральный директор студии и продюсер фильма Федор Попов признал, что проект был коммерчески невыгодным.

«Питер FM», продвигаемый на рынке компаний «ФОКС / ГЕМИНИ», лидировал в прокате два уик-эн-



Кадр из фильма «Питер FM»

да апреля (20–23 и 27–30) и входил в десятку лидеров три первых уик-энда мая, оставляя за собой и голливудские блокбастеры («V» значит Вендетта», «16 кварталов», «Ультрафиолет»), и хорроры-триллеры («Когда звонит незнакомец», «Минотавр», «Шайтан», «Остаться в живых»), и семейные фильмы («Большое путешествие», «Лэсси»), и отечественные амбициозные проекты («Прорыв», «Вдох-выдох»). Общие сборы на 1 декабря 2006 г. – более \$7 млн (более 203 млн руб.) 334 копиями.

На прошедшем в декабре кинорынке журналисты «Киномеханика» опросили директоров кинотеатров и менеджеров по кинопрокату из Красноярска, Омска, Якутска, Северодвинска, Можги (Удмуртия), Череповца, Брянска, Ростова-на-Дону, Королева и Лобни (Московская область), Алма-Аты и Бреста. Впечатления представителей кинотеатров о прокате дебютов дополняют картину, созданную строгими цифрами. Из тринадцати опрошенных «Фарт» не прокатывал никто, пять кинотеатров показывали «Последний уик-энд» (но не все были фильмом довольны как в художественном, так и в коммерческом отношении), а «Питер FM» прокатывали все опрошенные (и все остальные довольны – что неудивительно, ведь, как заметил один из продюсеров картины, они заработали деньги).

Однозальник «Костино» из Королева – характерный пример проката этих дебютов в регионах: «Фарт» не брали, «Последний уик-энд» прошел средне, кар-



Кадр из фильма «Последний уик-энд»

тиной «Питер FM» довольны на 100% (цитирую ответственного за репертуар Юлиана Федорчука). И это при схожих рекламных кампаниях: достаточная поддержка от дистрибьюторов, большие баннеры, которые кинотеатр печатал и развешивал на улицах, ролики на плазменных экранах в городе – без торжественной премьеры и при прокате всего лишь на протяжении двух недель.

Провал кинопроката «Фарта», относительный успех «Последнего уик-энда» и абсолютный успех «Питер FM» дают возможность сформулировать условия, необходимые для того, чтобы дебют смог пробиться в прокат и стать его заметным событием (профессионализм и кураж создателей не обсуждаем). Для этого нужно:

- снимать фильм о и для нынешней основной аудитории (молодые люди от 13 до 25 лет);
- даже при небольшом производственном бюджете выделять средства на рекламу картины, а еще лучше...
- найти источник солидного рекламного бюджета;
- профессионально создавать вокруг фильма «сарафанное радио» (форумы, сайты, показы на кинофестивалях и т.п.);
- найти возможность рассказать о своем фильме на одном из главных телеканалов (в программах о кино, в любых программах с участием создателей фильма, в прямой рекламе и т.п.);
- найти продюсера, который имеет опыт продвижения дебютов в прокат;

- отдался дистрибьютору, который имеет опыт продвижения отечественного кино (в идеале – дебютного);
- вовремя (п)оказаться на кинорынке.

Все это – условия современного рынка кинопроката, в которых лишь около 10 дебютов 2006 года из 30 смогли стать заметным событием. Остальным придется постараться повыгодней продать права на показ картины на ТВ. А тем, кто станет дебютантом 2007-го, придется либо смириться с правилами игры, либо попытаться сломать их. Что из этого получится – уви-

дим в новом году, который готовит новые дебюты каждый месяц: в январе – «Жару» Резо Гигинеишвили, в феврале – «Мертвые дочери» Павла Руминова и «Параграф 78» Михаила Хлебородова, в марте – комедию «Тупой жирный заяц» Славы Росса и, действительно, многие другие.

Благодарим кинокомпанию «ПРОФИТ» за предоставленные материалы и помощь в создании статьи.

КИНОТЕАТРЫ ДЕЛЯТСЯ ВПЕЧАТЛЕНИЯМИ:

Какой вид рекламы сработал лучше всего?

Борис Собко, директор киноцентра «Галактика», Омск

Конечно, реклама из Москвы, с центральных телеканалов. Мы в состоянии только поддерживать рекламу, а «затащить» зрителя может только реклама из Москвы.

Елена Сходницкая, организатор по работе с населением Дома музыки и кино, Череповец

Реклама в местных новостях на НТВ, радио-заставки, викторины на радио. Но лучше всего привлекло зрителей «сарафанное радио»: фильм понравился молодым людям, и они рассказали о нем другим.

Ирина Кранк, директор кинотеатра «Буревестник», Ростов-на-Дону

Реклама из Москвы. А самый лучший вид рекламы – за полгода до премьеры крутить ролик в кинотеатре между фильмами. Естественно, если ролик качественный.

Была ли достаточной помощь дистрибьютора в продвижении фильма?

Сергей Фамильцев, директор «Кино-досугового объединения», Омск

Ко второму экрану рекламный бюджет сворачивается, а у дистрибьюторов к этому времени уже ничего нет. Поэтому нам достались остатки рекламы. Лучше всего работает ТВ-реклама из Москвы.

Гридунов Вячеслав Васильевич, директор Культурно-досугового центра «Чайка», Лобня

Реклама ко второму экрану выдыхается и остается на уровне обычной афиши. Молва – самый лучший вид рекламы.

Возьмете ли в прокат следующий фильм этого режиссера, с этими актерами в главных ролях?

Александр Данилов, директор кинотеатра «Центральный», Якутск

От нас это не зависит.

Евгений Ракитин, директор по кинопрокату кинотеатра «Луч», Красноярск

Это зависит от продюсера фильма. Режиссер ведь может в следующий раз и арт-хаус снять.

ФАРТ. Подробности

СУХОЙ ОСТАТОК

- бюджет – около \$800 тыс.
- дата премьеры – 19 января 2006 г. (Красноярск), 9 февраля 2006 г. (Москва)
- выпуск на DVD – 22 февраля 2006 г., компания CP Digital
- премьера на ТВ – 24 сентября 2006 г.
- по России: доля 15,6, рейтинг 5
- по Москве: доля 8,2, рейтинг 2,7

ГОВОРЯТ

«Это немного наивное кино, родом из того детства, в котором рассказы Джека Лондона могли быть не менее увлекательны, чем все «Звездные войны», вместе взятые».

Игорь Потапов, «Известия»

«Фарт» Романа Хруща позиционировался как российский вестерн, но он оказался настолько вялым, что заснуть на нем можно было вполне реально».

Александра Иванова, newsinfo.ru

«Алтайских красот в картине хватает, о режиссуре и драматургии можно забыть».

Оксана Гаврюшенко, «Культура»

«Там, где мы могли ожидать захватывающий непрерывный экшн, обнаруживаем медитативную манеру приключенческого фильма в русской манере».

Алиса Струкова, Андрей Ферзь, Алена Сычева, «Ролан»

«Фильм претендовал на громкое название «русский вестерн» и разочаровал многих критиков, но вне попыток что-то покорить и кому-то доказать воспринимается неплохо».

Жанна Пояркова, Экранка.ру

ПРИЗНАЮТСЯ

Роман Хрущ, режиссер фильма «Фарт»

Довольны ли вы прокатной и фестивальной судьбой фильма, реакцией зрителей?

Кинопроката, по сути, и не было... «Фарт» был выпущен четырьмя копиями при полном отсутствии какой-либо рекламы. Этот «прокат» прошел в крупных городах России следующим образом: две копии передавались из кинотеатра в кинотеатр с востока на запад (Красноярск, Омск, Екатеринбург, Казань, Волгоград – кажется, все). Какой-то прокат был по СНГ – в Белорусии и на Украине. В Москве было два показа в «Фитиль-клубе» Игоря Угольниковца и четыре дня показов в «Художественном» на сеансах в 10-00 и 16-00. Так что попытка продюсера собрать хоть что-то, не потратив на продвижение фильма ни копейки, закончилась блестящим провалом.

Наибольший резонанс был от пиратского выроста фильма в Интернет после выхода картины на DVD. В Сети была видна заинтересованность зрителей: фильм множество раз скачивали как в России, так и во всем мире (среди русскоязычной диаспоры), обсуждали, вели дискуссии на форумах. Разброс мнений зрителей был полярным: кто-то увидел в картине боевик, и таких людей раздражал медленный ритм повествования в первой половине фильма, но большинство получило удовольствие именно от атмосферы и медитативного погружения в жизнь героев. Вплоть до того, что один из ярких поклонников картины искренне удивил меня, назвав «Фарт» «Дао дэ цзин по-русски» – первым в России фильмом, снятым в соответствии с философией Дзен.

Любопытны и результаты премьерного показа фильма на канале РТР 24 сентября 2006 г. Рейтинг и доля по Москве не впечатлили, но по России в



целом цифры были весьма приличные, а повтор в понедельник днем вывел «Фарт» чуть ли не в лидеры и по рейтингу, и по доле. Похоже, те, кто видел картину в воскресенье, дали такую «внутреннюю рекламу», что в повторе фильм посмотрели многие.

«Фарт» был приглашен на три фестиваля: «Окно в Европу» в Выборге, «Дух Огня» в Ханты-Мансийске и Фестиваль российского кино, проходящий в Латвии и Эстонии. По Выборгу было несколько упоминаний в прессе, но, похоже, журналисты присоединились к той категории зрителей, которые видели в картине в первую очередь боевик. А снимали мы все-таки сказку, притчу, хотя и в жанровой форме.

В чем вы видите сейчас главную удачу и главный промах фильма?

Что касается удач фильма, то это в первую очередь актеры – весь состав бандитов и золотоискателей, дочь председателя артели и главный бандит. Как я сейчас понимаю, именно в сторону взаимоотношений девушки и главаря банды и надо было сильнее разворачивать историю, более подробно рассказывая о чувствах, вспыхнувших между похищенной и обаятельным, сильным и мужественным похитителем, об остроте и невозможности этих отношений, о любовном треугольнике между ними и главным героем. Если бы я сегодня делал эту картину, то снимал бы именно так.

Еще из удач – точный выбор потрясающей натуры, что позволило нам создать ощущение вечной силы, стоящей высоко над героями и событиями и показывающей всю мизерность человеческих страстей и порывов.

Спасибо моему давнему другу, оператору Пете Духовскому. Он прекрасно снял большую часть картины. Его почерк поддержали коллеги, с которыми я заканчивал съемки, пока Петр долгие месяцы лежал в больнице после серьезной автомобильной аварии.

Огромная удача – музыка Романа Дормидошина. Потрясающее переплетение этнических, симфонических и современных звучаний, по-моему, здо-

рово выделяет картину из общего ряда. Интригующая и фантастически естественная звуковая партитура фильма – это заслуга звукорежиссера Саши Абрамова. На чистой страсти и энтузиазме он несколько месяцев доводил и «полировал» звуковой образ фильма, работая на собственной студии практически себе в убыток, но выкладываясь, как настоящий художник.

Нам действительно везло, и многое в фильме получилось не «благодаря», а «вопреки». Несмотря на печальную прокатную судьбу, я скорее доволен результатом. Мы хотели сделать картину в жанре чистого «героически-приключенческого» кино, вне идеологических и жанровых штампов, захлестнувших современный российский кинематограф. Надеюсь, что адские усилия многих и многих людей, участвовавших в создании фильма, не пропали зря.

**Федор Попов,
продюсер фильма
«Фарт»,
генеральный директор
АНО «Творческая
студия «СТЕЛЛА»**



Почему вы решили прокатывать фильм самостоятельно, а не обратились к крупным дистрибьюторам, работающим с отечественным кино?

Не потому, что мне не дают покоя амбиции прокатчика. У дистрибьюторов первый вопрос – какой у вашего фильма рекламный бюджет, какие информационные ресурсы? А когда нет мощного финансового или административного ресурса, приходится заниматься прокатом самостоятельно, что называется «на голом энтузиазме». Поэтому прокатом «Фарта» занималась дочерняя компания нашей студии – «STELLA distribution».

Насколько коммерчески выгодным оказался проект?

Он, к сожалению, оказался коммерчески невыгодным. Бюджет картины около 800 тысяч у.е., в том

числе из Министерства культуры – 500 тысяч, что само по себе немного. А снимать картину с экспедицией на Горный Алтай, с использованием самой современной кинотехники, которая дала видимые результаты в изображении, – удовольствие не дешевое. Но любой дебют – это риск. А финансовые проблемы или финансовые риски в той или иной форме и степени существуют почти на любой картине, как и вопросы финансовой рентабельности, которые также на разных проектах решаются по-разному. К примеру, картина Николая Достала «Коля – перекасти-поле» снималась нашей студией параллельно «Фарту»: с арифметической точки зрения финансовая выгода та же – бюджет такой же, а все деньги, полученные от предварительной продажи на ТВ канал, ушли в производство. Особого кинопроката не было, так как такое камерное авторское кино в нашем кинопрокате обречено. Тем не менее, я считаю этот проект для студии выгодным, так как фильм был прекрасно оценен в прессе, имел отличные отзывы зрителей и удачную фестивальную судьбу. Кроме того, я уверен, что этот фильм, как и первый из этой дилогии «Облако-рай», не на один день.

Что вам нравится в «Фарте», а что вы сейчас сделали бы по-другому?

Мне очень нравится изображение, а недостатки я вижу в драматургии фильма. Процесс работы над сценарием не был закончен. Надвигалась зима, и я пошел на поводу у обстоятельств. Кроме того, Горный Алтай – это так далеко (я добирался туда сутки!), так что невозможно было хорошо контролировать процесс. А его надо было по-другому организовать: делать экспедицию короче и больше снимать в Москве (а получилось, что на московские съемки – на драматургию! – денег уже не было). Все средства ушли не на историю, а на изображение. Это характерная ошибка новичков: они хотят сделать все по максимуму, а нужно не по максимуму, а оптимально.

Решитесь ли вы еще работать с режиссером-дебютантом?

Конечно, решусь. Искусство – это всегда риск. А неудача может постигнуть любого, в том числе и зрелого режиссера. Тому немало примеров.

ПОСЛЕДНИЙ УИК-ЭНД. Подробности

СУХОЙ ОСТАТОК

- старт – 10.11.05
- Касса I уикенда – 5 775 541
- копии – 119 / 122
- Нарботка на копию в I уикенд – 48 534
- Общие сборы – 20 496 513
- Недель в прокате – 7
- выпуск на DVD – 1 декабря 2005 г., компания «СОЮЗ»
- премьеры на ТВ – 16 апреля 2006 г.

ЛАВРЫ

Приз за режиссуру на Международном кинофестивале «Балтийские дебюты»-2005

Специальный приз «МК» «самому молодежному фильму от самой молодежной газеты» на фестивале «Московская премьера»-2005

ГОВОРЯТ

«...кино напоминает сверх меры зятанутый выпуск телевизионного журнала «Ералаш», причем времен не расцвета, но наблюдаемого в последнее время нравственного и художественного падения».

Сергей Синяков, Газета.ру

«Павлу Санаеву в его картине удалось довольно многое. Каждый из пятерки героев снабжен собственным характером... Морально-этические дилеммы, выяснения отношений внутри компании друзей прописаны в сюжете без лишних сантиментов и лирики».

Екатерина Чен, «Газета»

«Зачем вкладывать так много сил и творческой энергии в то, что является клоном даже не «Бумера», а сериала «Большая прогулка», написанного

бумеровским сценаристом Денисом Родиминим?»
Мария Кувшинова, «Ведомости»

«Последний уик-энд» – это вполне качественный, динамичный, профессионально поставленный и хорошо сыгранный фильм, который я посмотрел с большим интересом. ..Безо всяких скидок на дебюты - это действительно хорошее кино».

Алекс Экслер, www.exler.ru

ПРИЗНАЮТСЯ

Павел Санаев, режиссер фильма «Последний уик-энд»



Довольны ли вы прокатной и фестивальной судьбой фильма?

Когда я работал над сценарием «Последнего уик-энда», то изначально знал, что больше \$500 тыс у меня на дебют не будет, поэтому сценарий писался под минимальный бюджет. Фильмы с таким бюджетом чаще всего проходят мимо зрителя, поэтому главной целью было – попасть в прокат с максимально возможным числом копий. Ни прокатчика, ни каких-то предварительных договоренностей у нас не было: дебютант – кот в мешке, связываться никто не хочет. Когда картина была закончена, мы повезли ее на фестиваль дебютов в Светлогорске. Очень хороший фестиваль, реально дающий дебютантам шанс быть замеченными. И такой шанс выпал. Мне вручили приз за режиссуру, а картину на фестивале увидел Алексей Рязанцев – генеральный директор компании «КАРО премьер». Картина ему понравилась, и компания КАРО выпустила фильм на 122 копиях. В прокате мы собрали тогда \$709 тыс, что для малобюджетного триллера – очень неплохой результат.

Как вы оцениваете реакцию зрителей?

Реакция зрителей в основном была положительной – достаточно зайти на сайт фильма и почитать отзывы. Хотя были, конечно, и негативные отклики вро-

де «автор такой хорошей книжки снял такую детскую ерунду». Просто не все понимали, что «Последний уик-энд», в отличие от книги «Похороните меня за плинтусом», рассчитан на свою целевую аудиторию.

В чем вы видите сейчас главную удачу и главный промах фильма?

К удачам я отнес бы замечательные, на мой взгляд, работы молодых актеров, свой монтаж и операторскую работу Геннадия Энгстрема, который при нашем скромном бюджете с единственным ассистентом выкручивался и все равно делал отличную картинку. Была бы у него чуть лучше пленка, чуть больше света и чуть больше времени, уверяю вас – картина смотрелась бы совершенно иначе. Вот это последнее обстоятельство можно отнести к промахам. Как ни крути, малобюджетность на экране видна, и от нее никуда не денешься.

Петр Беседин, генеральный директор компании «КАРОПРОКАТ» – дистрибьютора молодежного триллера «Последний уик-энд»

Вы довольны прокатом «Последнего уик-энда»?

С точки зрения финального результата – мы рассчитывали на более внушительные цифры. Возможно, зритель еще не был готов увидеть этот молодежный триллер на тот момент. Но все равно даже сейчас, по прошествии некоторого времени, мы считаем, что фильм очень интересен с коммерческой точки зрения. Обратите внимание, что после «Последнего уик-энда» все актеры, снявшиеся в нем, довольно часто приглашались в другие рейтинговые кино- и телепроекты. А режиссер Павел Санаев получил очень хорошие отклики в прессе. Поэтому с точки зрения появления нового имени в отечественном кино дебют Павла Санаева однозначно удался: режиссера заметили, и зрители в том числе. Если раньше Павел Санаев был известен исключительно как автор нашумевшего романа «Похороните меня за плинтусом», то после «Последнего уик-энда» все увидели в нем серьезного режиссера. Надеюсь, он будет снимать кино и совершенствоваться, а мы с ним еще с удовольствием поработаем.

ПИТЕР FM. Подробности

СУХОЙ ОСТАТОК

- старт – 20.04.06
- Касса I уикенда – 73 369 342
- копии – 333 / 334
- Нарботка на копию в I уикенд – 220 328
- Общие сборы – 203 095 436
- Недель в прокате – 32
- бюджет - \$1,1 млн
- выпуск на DVD – 17 мая 2006 г., компания VOX video

ЛАВРЫ

Фильм участвовал в 14 российских и международных фестивалях, на двух из которых удостоился приза за лучший дебют: на XIV фестивале российского кино «Окно в Европу» (Выборг-2006) и на XIV фестивале российского кино в Онфлере (Нижняя Нормандия)-2006

ГОВОРЯТ

«Непритязательное, как синглы культовых групп, постоянно звучащих «в эфире», грешащее недочетами (сценарным схематизмом). Но обладающее важным качеством – атмосферой, взволнованным дыханием, учащенным пульсом».

Лариса Малюкова, «Новая газета»

«...фильм инфантилен даже не по тематике, но по сути – он до фильма не дорастает».

К.Тарханова, Фильм.ру

«Питер FM» – абсолютно продюсерский проект. И удача его, на мой взгляд, в том, что ...он действительно точно просчитан и несет на себе печать той приятной добротности, которая стоит на всех про-



ектах, выпущенных под грифом «Профита».

Лариса Юсипова, «Время новостей»

«По большому счету к «Питеру FM» одна только претензия: кино вроде про чувствительные материи, а от него – ни холодно ни жарко».

Роман Волобуев, «Афиша»

«...вот она, реинкарнация шедевра Данелии и Шпаликова – «Я шагаю по Питеру»-2006».

Антон Долин, «Вечерняя Москва»

«К сожалению, у написавших сценарий Оксаны Бычковой и Наны Гринштейн не хватает жизненного опыта, чтобы вспомнить, и фантазии, чтобы придумать по-настоящему захватывающие дух совпадения или роковые случайности, искажающие траектории героев».

Лидия Маслова, «Коммерсантъ»

«Питер FM» – слабая копия «Прогулки».

Леонид Клейн, www.polit.ru

ПРИЗНАЮТСЯ

Оксана Бычкова, режиссер фильма «Питер FM»

Довольны ли вы прокатом фильма, его фестивальной судьбой и реакцией зрителей?

Судьбой фильма я, конечно, довольна. Потому что никто из нашей команды, и я в том числе, не рассчитывал на такой широкий прокат. Я думала, что фильм пройдет потихоньку и, возможно, найдет своего зрителя, пусть этих людей будет немного. Но вышло совсем по-другому. О фильме много говорили и спорили, я выслушивала совершенно полярные мнения. Мне кажется, это здорово.

С фестивалями тоже все сложилось вполне удачно: мы участвовали в конкурсной программе двух фестивалей – «Окно в Европу» в Выборге и Фестивале российского кино в Онфлере. И там, и там получили призы.

В чем вы видите сейчас главную удачу и главный промах фильма?

Главная удача – я очень рада, что отечественный фильм, снятый в жанре лирической комедии, смог «собрать кассу». Это значит, что с нашим зрителем все в порядке. И это показательный пример для продюсеров: деньги можно вкладывать и в такое кино, а не только в блокбастеры.

Промахи? Ну я думаю, что мне еще надо учиться снимать кино. Это же был первый опыт, очень поучительный. И я, честно говоря, не совсем довольна своей работой. Постараюсь учесть все промахи на следующем проекте.

Андрей Мотовилов, заместитель генерального директора «Гемини Фильм Сибирь» (Новосибирск) – дистрибьютора лирической комедии «Питер FM»

Вы довольны прокатом «Питер FM»?

Это была знаковая картина: все в отечественном кинобизнесе поняли, что даже легенький фильм с молодыми, малоизвестными актерами может сделать кассу и обойти по сборам, а значит и по числу зрителей, захотевших его посмотреть, такой мощный российский проект, как «Охота на пиранию».

Как вы думаете, почему кинокомпания «Гемини/Фокс» взялась за прокат этой картины?

Потенциал «Питера FM» был очевиден: прочувствованная и угаданная тема, отличный способ ее

подачи. Дебютантка взялась за что-то еще нетронутое, от сердца, с огромным желанием сделать это хорошо. Ну, и конечно, это каналный продукт: креативная команда телеканала СТС, с которым нас связывают продолжительные и плодотворные партнерские отношения, оказала грамотную и ответственную поддержку. Она хорошо знает аудиторию и может подать все выигрышные моменты, варьировать их легко и своевременно, расставлять необходимые акценты.

Будет ли теперь каждый новый фильм режиссера Оксаны Бычковой лакомым куском для «Гемини/Фокс»?

Со следующим проектом Оксаны Бычковой, если она будет делать его с каналом СТС, наша команда с удовольствием станет работать. С удовольствием и абсолютной уверенностью в успех.

Игорь Толстун, генеральный продюсер фильма «Питер FM», генеральный директор кинокомпании «ПРОФИТ»



В чем специфика работы с режиссером-дебютантом?

Я не буду оригинальным, если скажу: главная проблема в работе с дебютантами заключается в том, что это молодые люди, которые не снимали большое кино, но думают, что знают все. С одной стороны, это хорошо: у них нет шор, они пробуют новое. С другой стороны, они не знают азбучных вещей, и это осложняет работу. Но без дебютов не может быть развития, кинопроцесс не будет насыщаться. Приходится терпеть.

Насколько коммерчески выгодным оказался проект «Питер FM»?

Что значит «насколько»? У нас есть цифры. Проект оказался чрезвычайно выгодным, компания заработала деньги.



В чем состояли главные успехи и главные ошибки проката фильма?

Что касается удач, я считаю, что правильным было выпустить «Питер FM» весной. Хотя картина была закончена незадолго до мартовского рынка и была не слишком хорошо «одета» (а слоган удачный: «Питер FM – это не радио, это кино!»), на кинорынке мы представили ее ролик, назначив старт на 20 апреля. Именно выпуск картины весной во многом определил успех проката. Она попала в настроение, которое весной бывает у всех: ожидание любви, поиск чего-то нового, прозрачность воздуха и т.п. Это совпало с ожиданиями зрителей, – знаю, что многие смотрели картину несколько раз.

Но и характерные ошибки были связаны с успешностью выхода фильма: сделали неудачный киларт, поздно поставили ролики в кинотеатрах (во второй половине марта).

Если бы мы представили фильм раньше, рынок мог оценить фильм выше: возможно, выпустили бы и большее количество копий.

Ну и, пожалуй, все, не учитывая мелкие недочеты и шероховатости.

Фестивальных ожиданий от картины, по большому счету, у нас не было и сейчас нет, хотя он довольно успешно показывается на небольших смотрах (вот сейчас в Онфлере получил приз за лучший дебют).

Какие производственные или прокатные моменты учтете на будущее, если соберетесь работать с дебютантами?

С дебютантами мы работаем и будем работать непременно, потому что для меня очевидно и ясно, как божий день: без новых, свежих, сегодняшних талантливых людей мы в кино никуда не продвинемся. Но чтобы было меньше проблем, мы будем стараться более тщательно подходить к разработке проектов. Что и делаем: романтическое фэнтези «Ведьмин век» – крупнобюджетный проект, над которым сейчас работает дебютант Михаил Вайнберг, – находится в разработке седьмой месяц. И это нормально.

НЕМЕЦКОЕ КИНО: ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ ПРОНИКНОВЕНИЯ ИМЕЮТСЯ

Анна Слатина

Фестивали национальных кинематографий проводятся в Москве практически каждый месяц. Американский, британский, тайский, японский – это только те, что прошли осенью 2006 года. А есть еще итальянский, финский, испанский, венгерский, исландский... И кроме этого, французский, который, правда, последние пару лет предпочитает регионы, а в Москве показывает только фильм-открытие. Теперь вот немецкий. Если официально – «Пятый фестиваль немецкого кино», прошедший с 6 по 10 декабря в кинотеатре «35 мм».

Странно (или закономерно), но программы всех этих фестивалей по большому счету похожи одна на другую. На каждом из них есть пара очень хороших картин, три-четыре просто хорошие и несколько средних. Если отсматривать все (или почти все) фильмы, то можно определить основные темы, волнующие режиссеров, и способы их киновоплощения, а также попытаться выявить закономерности национального кинопроцесса. Хотя это, безусловно, будет лишь предположением, потому что по нескольким привезенным в Москву фильмам сложно сделать выводы о кинематографии той или иной страны в целом. И на этот раз мы решили изменить характер обзора, уделив меньше внимания анализу фильмов фестиваля и больше – прокатной судьбе немецкого кино в России. Поэтому для начала мы задали несколько вопросов генеральному директору Союза экспортеров немецких фильмов German Films Кристиану Доршу.

Господин Дорш, фестиваль немецкого кино проходит в России в пятый раз. Какие изменения произошли за эти годы?

Действительно, в этом году мы отмечаем небольшой юбилей.

Наша задача, с одной стороны, – достучаться до обычных зрителей, до публики, с другой – вызвать интерес прокатчиков. По этим двум направлениям мы и

работаем, и с каждым годом выходим на новый уровень продвижения немецкого кино.

Надо отметить, что в последние пять лет немецкое кино имеет довольно большой успех как в Германии, так и на международном рынке. Из 16 фильмов, представленных на этом фестивале, 4 уже закуплены российскими прокатчиками, три из них будут показаны в российских кинотеатрах. Это открывающий фестиваль фильм «Круче не бывает» Детлева Бука (о нем журнал писал в декабрьском номере – А.С.), картина Флориана Хенкеля фон Доннерсмарка «XX/7 Агент» (второе название – «Жизнь других») и семейное кино «Призрак в законе» режиссера Зебастиана Ниманна. Документальная лента Михаэля Ферхефена «Неизвестный солдат» о нацистском терроре на Украине и в Белоруссии во время Второй мировой войны куплена для телевизионного показа.

Как отбираются фильмы для фестиваля?

Подобные фестивали мы организуем не только в России, но и в других странах, и процедура отбора фильмов везде одинакова. У нас есть специальная жюри, состоящее из нескольких человек, – оно отсматривает порядка 30–40 примечательных современных немецких фильмов и составляет ту программу, которую считает нужным направить на фестиваль. Наша фирма со своей стороны не ставит никаких условий. Единственное – мы оставляем за собой

право определить, каким фильмом фестиваль открывается.

Есть ли другие пути для выхода немецкого кино на наш рынок, кроме этого фестиваля?

Два года назад нами была создана программа поддержки дистрибуции немецких фильмов («German Films' Distribution Support Program»). По этой программе и российские прокатчики могут получить финансовую поддержку на рекламу или печать дополнительных копий той или иной немецкой картины, входящей в ваш прокат.

Большую роль в продвижении немецкого кино играет Московский Международный кинофестиваль, отборщики которого регулярно приезжают к нам в Германию, чтобы посмотреть самые интересные работы текущего года. Кроме того, уже пять-шесть лет каждый июнь мы приглашаем дистрибуторов из разных стран в Мюнхен, где показываем им новейшее немецкое кино. Обычно к нам приезжают и несколько прокатчиков из России. Конечно, немецкому фильму нелегко утвердиться на российском рынке: он уже поделен, а наибольшей популярностью в нем пользуются коммерческие фильмы. Но возможности для проникновения немецкого кино имеются.

Из Москвы часть фильмов фестиваля поедет в Санкт-Петербург. Есть ли планы продвигаться в другие города?

На 2007 год продвижение в другие регионы не планируется. А начиная с 2008 года мы будем пытаться показывать фильмы еще и в других городах.

Кадры из фильма «Круче не бывает»



Каково, на ваш взгляд, будущее фестиваля?

Я, конечно, рассчитываю, что фестиваль сохранится и будет развиваться. К примеру, 12 лет назад мы провели первый подобный смотр в Париже. С каждым годом мы что-то добавляли в нашу программу и улучшали фестиваль, и сейчас он довольно популярен. Таким же образом мы будем пытаться работать и здесь.

В этом году организаторы пригласили в Москву режиссера Детлева Бука, актрису Дженни Элверс-Эльбертцаген и продюсера Клауса Бойе, представлявших драму «Достаточно круто»; актрису Мартину Гадек, сыгравшую в фильмах «XX/7 Агент» и «Лето 2004»; режиссера картины «Зимнее путешествие» Ханса Штайнбихлера и еще нескольких гостей. Московская публика, хорошо относящаяся к подобным смотрам, особенно если они проходят не первый год и уже утвердились в сознании зрителей, ответила искренним интересом. Залы заполнялись почти полностью, а на некоторых сеансах свободных мест вообще не оставалось.

На фестивале было представлено шестнадцать фильмов, из них два документальных, один телевизионный и один 8-минутный анимационный, а также альманах короткометражек под названием «Next Generation». Притом программа была составлена так, что при большом желании можно было посмотреть все привезенные картины.

Большая часть фильмов рассказывала о взаимоотношениях самых простых людей в самых обычных условиях, о драмах, разворачивающихся прямо у нас под боком и часто остающихся незамеченными, — о распаде семей, о неспособности людей



понять друг друга. Это традиционные проблемы, которыми интересуются все национальные кинематографии, в том числе и немецкая. Но есть и более специфические темы.

Целых три фильма – «Круче не бывает», «Поцелуйчик» и «Семена сомнений» – посвящены такому актуальному для всей Европы и для современного европейского кино вопросу, как взаимоотношения европейцев с выходцами из мусульманских стран. Другая важная тема этого фестиваля – осмысление недавней истории социалистической Восточной Германии: о бывших политзаключенных рассказывает документальный фильм «Скелет в шкафу», о жизни в ГДР середины 80-х годов – драма «XX/7 Агент».

Об «XX/7 Агента» хотелось бы рассказать отдельно, тем более, что фильм этот закуплен в наш прокат. После показа картины аплодисменты в зале не смолкали несколько минут, что бывает нечасто. И дело здесь, видимо, не в режиссуре, актерской игре и операторской работе. Дело, наверное, в том, что тема фильма идеально совпала с коллективной памятью аудитории.

Картина «XX/7 Агент» (или «Жизнь других»), действие которой начинается в 1984 году, рассказывает историю «придворного» драматурга ГДР. Георг Драймен, всегда писавший «правильные» социалистические пьесы для главного театра страны, после самоубийства своего друга – режиссера, которому запретили работать, – решает написать статью о самоубийствах в ГДР для западногерманского журнала «Spiegel». Но Георг и его друзья-диссиденты – это только половина героев фильма. В этой истории есть и другие действующие лица – «работники невидимого фронта», которые круглосуточно ведут наблюдение за квартирой Георга. И здесь главный герой – капитан Герд Вислер. До поры до времени он был преданным работником партии, но однажды начал покрывать своего подопечного и, вместо того чтобы доложить, что Георг готовит статью в «Spiegel», регулярно указывает в донесениях, что тот пишет пьесу к 40-летию ГДР.

Анонимная статья в «Spiegel» выйдет, автора начнут искать среди литераторов, но, благодаря помощи Вислера, так и не найдут. Зато о причастности капитана к этой истории партийное начальство догадается и



Кадр из фильма «XX/7 Агент»

отправит его в подвал комитета вскрывать письма. А Георг, сломленный всей этой историей, больше ничего и не напишет. Не напишет до падения Берлинской стены. После объединения Германии он прочитает все тома своего объемного дела и посвятит первую после долгого молчания книгу агенту XX/7 – этой партийной кличкой были подписаны фальшивые донесения капитана Герда Вислера.

Фильм, длящийся 137 минут, смотрится на одном дыхании, хотя в нем нет ни одной драки или погони – непрменных атрибутов большинства фильмов про разведчиков. Создателям картины удалось мастерски создать гнетущую атмосферу страны, где все на всех доносят и все за всеми следят, а актерам – по-немецки сдержанно и очень точно передать переживания персонажей. Но, наверное, фильм все-таки не имел бы такого успеха, если бы в нем не была досконально показана «кухня» работников госбезопасности. Как именно ведутся допросы и на что на самом деле обращает внимание следователь, когда задает, казалось бы, бессмысленные вопросы. Как именно прослушивается квартира, и куда прячутся провода и микрофоны. Всему этому авторы фильма уделяют пристальное внимание. А хорошее произведение, как известно, создается благодаря деталям.

«XX/7 Агент» – дебют режиссера Флориана Хенкеля фон Доннерсмарка. Хотя в то, что это дебют, совсем не верится. Картина, признанная лучшим немецким фильмом 2006 года, собрала уже целую гору наград, последняя из которых – награда Европейской киноакадемии (лучший европейский фильм 2006 года). Кроме того, лента выдвинута от Германии на соискание премии «Оскар». Так что нет сомнения, что «XX/7 Агент» («Жизнь других») станет украшением нашего проката.

ЭТО ИНТЕРЕСНО

Говорят, что цифра «7» — число роковое и счастливое. Немало разных событий произошло в истории кинематографа за 100 с лишним лет. За годы, которые кончались на этой цифре. Событий счастливых, судьбоносных и событий роковых...

В январе 1907 года в Петербурге на базе фотоателье было основано первое русское киноателье. Основал его Александр Осипович Дранков — первый русский оператор и кинопредприниматель. Он оставил нам уникальные кадры, снятые в имении Ясная Поляна в последние годы жизни великого русского писателя Л.Н.Толстого.



В том же 1897 году, в Верхних рядах московского ГУМА был открыт «Электрический театр» — первое московское специализированное помещение для показа кинолент. Там показывали съемки коронации императора Николая II в 1896 году.

Январем 1907 года отмечено начало работы на студии «Американ Байограф энд Мьютоскоп Компани» Дэвида Уорка Гриффита — самого первого из великих режиссеров кино. Сама профессия «кинорежиссер» обязана своим рождением ему. Впрочем, в те годы, когда юный Гриффит, аристократ по происхождению, пришел на кинофабрику, чтобы не позорить себя «легкомысленным» поприщем, он подписывал контракты вымышленным именем.

А за десять лет до этого, январским днем 1897 года, в Париже, в деревянном павильоне на улице Жана Гужона, служившем просмотрным залом, во время показа из-за небрежности киномеханика начался пожар. Сеанс состоялся во время Благотворительного базара. К сожалению, из-за паники погибло 120 человек. Киномеханик по фамилии Беллак как главный виновник был приговорен к году тюрьмы и штрафу в 500 франков. Любопытно, что его ассистент, русский Григорий Баграшев, проявивший себя во время пожара самоотверженным спасателем, получил лишь... 8 месяцев тюрьмы.



В Петербурге с января 1907 года начался прокат фильма «Донские казаки», снятого французскими операторами. Рекламируя его, авторы апеллировали к патриотическим чувствам зрителей, которые требовали картин из русской жизни. «Донские казаки» выдержали небывалый тираж: их было продано 219 экземпляров менее чем за две недели. Выбором удачного сюжета удалось выкачать у русского зрителя, сидящего в русских театрах, немало русских денег.

80 лет спустя, в январе 1987 года, в Москве открылся Центр неигрового кино в помещении кинотеатра «Стрела». Выбор на этот кинотеатр пал потому, что бедная «Стрела» давно не выполняла финансового плана. Кроме того, в ней и раньше на дневных сеансах шли документальные фильмы, на которые собирались не более десяти зрителей на один сеанс. Открытие Центра неигрового кино совпало с премьерой фильма Юриса Подникса «Легко ли быть молодым?». Очереди на дневные и вечерние сеансы стояли огромные. Впрочем, об этом мы написали в рубрике «Фильм-юбилей».

И наконец, в том же январе 1987 на экраны вышел фильм Тенгиза Абуладзе «Покаяние», ставший символом перестройки. Если быть точным, фильм был закончен производством в 1984 году. Но в отличие от «полочных» фильмов, которые власти обрели на забвение, «Покаяние» официально не было представлено высокому начальству. Подобно литературному самиздату, картина как-



то и где-то ходила по рукам, слухи о ней ползли по всей стране. Им верили и не верили, тем более что в них фигурировало имя члена Политбюро Э. Шеварнадзе, который якобы благословил производство фильма. Заинтригованный зритель с нетерпением ждал проката и, дождавшись, рванул в залы. Было сделано 1200 копий фильма — это последний рекорд советского кинопроката. Почти 14 миллионов зрителей посмотрели его. По иронии судьбы «Покаяние», рассказавшее всю подноготную злодейств советского строя, вышло в год 70-й годовщины «Великого Октября».

Судьба Центра неигрового кино оказалась обычной. С падением интереса прокатчиков к неигровому кино надобность в кинотеатре, специализированном на показе документальных лент, отпала. «Стрелу» выкупили частники и стали, как и во многих других кинотеатрах, показывать американские боевики, заполнившие наши экраны.

В 1997 году «Вор» Павла Чухрая включен в шорт-лист Американской киноакадемии. Первый громкий успех кинокомпании «НТВ-ПРОФИТ»!





ЕВГЕНИЙ ТАШКОВ

(01.01.1927 г.)

Скромное имя режиссера Ташкова на поверку, если назвать фильмы, которые он поставил, оказывается громким. Он создатель таких поистине народных лент, как «Приходите завтра» с незабвенной Екатериной Савиновой в главной роли, «Дети Ванюшина», «Майор Вихрь» и «Адьютант его превосходительства», успех которого не смог перекрыть даже знаменитый телебестселлер «Семнадцать мгновений весны». Его кинодилогию «Преступление» за первые девять месяцев проката посмотрело около 70 миллионов зрителей. Настоящей удачей этого мастера можно считать фильмы, снятые для телевидения: «Майор Вихрь», «Подросток» по роману Ф.Достоевского и, конечно, «Адьютант его превосходительства», пятисерийный фильм, рассказывающий о судьбе красного разведчика, попавшего в деникинскую армию.



СЕРГЕЙ ШАКУРОВ

(01.01. 1942 г.)

За 40 лет в кино актером сыграно огромное количество ролей. Назовем хотя бы фильмы «Свой среди чужих, чужой среди своих», «Сто дней после детства», «Сибириада», «Спасатель», «Парад планет», «Любимая женщина механика Гаврилова», «Друг», «Две стрелы», «Собачий пир», «Армавир». Из последних – телесериал «Брежнев», за роль в котором артист удостоен «Ники». Герои Шакурова живут на экране в разное время, в различных обстоятельствах. Есть, однако, нечто общее, роднящее этих людей – их независимая натура, энергичный, яростный а иногда и своевольный характер. Нелзя не согласиться с режиссером Сергеем Соловьевым, сказавшим о любимом исполнителе: «Он – наша настоящая звезда. Не из тех, кого много. А из тех, кого мало.»



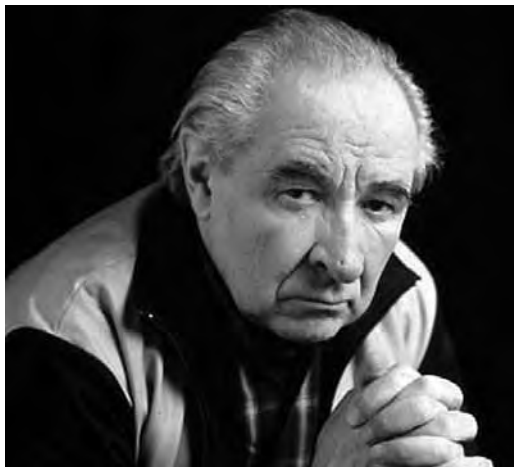
ВЛАДИМИР ХОТИНЕНКО

(20.01.1952 г.)

К 30-ти годам, когда им были окончены Высшие режиссерские курсы при Госкино СССР, Владимир успел поработать художником-конструктором на тракторном заводе на Алтае, откуда он родом, и даже на Урале в МВД. Первый свой фильм «Один и без оружия» он снял на пару с П.Фаиахуттдиновым в 1984 году. С тех пор минуло почти четверть века. Сегодня Владимир Хотиненко не только признанный мастер, обучающий начинающих режиссеров во ВГИКе, но из тех счастливых режиссеров, у кого не случается простоев, и почти каждая его новая работа становится определенной вехой не только текущего кинопроцесса, но и отражением смены эпох непрестанно меняющейся действительности – «В стреляющей глуши», «Зеркало для героя», «Рой», «Патриотическая комедия», «Макаров», «Мусульманин», «72 метра»

ВЕЛИКИЙ СКОМОРОХ, ОБЛАСКАННЫЙ ВЛАСТЬЮ

К 90-летию со дня рождения
ЕВГЕНИЯ ЛЕБЕДЕВА
(15.01.1917 г. – 9.06.1997 г.)



«Он был русский артист и русский человек. Со всей присущей нам безалаберностью и ерундистикой. Скомороший ряд в нем был очень силен. Он настоящий скоморох! Вроде тех, кого головой о стенку били во времена царя Алексея Тишайшего. Били, потому что ядовитые очень. Понятно, царь боялся этих несчастных людей» – так отозвался о Евгении Лебедеве его старинный друг Михаил Ульянов. По своей «скоморошьей» природе шальной и шаловливый Лебедев всегда готов был удивить лукавством и сложностью особого сценического взрыва. Правда, в отличие от царя Алексея, советская власть не боялась своих скоморохов – или гнала на Колыму, или приручала, задаривала наградами и званиями. Но мало кто знал, что всю жизнь его терзала трагедия отречения от собственных родителей, терзала ненависть к власти, толкнувшей его на предательство отца, расстрелянного как классового врага. Тот всего лишь был священником. Чтобы поступить и учиться в театральном техникуме, Женя Лебедев написал в анкете, что родители его умерли во время голода в Поволожье. В картине Сергея Снежкина «Петроградские гавроши», снятом тоже 20 лет назад, в перестройку, стареющий артист, мучимый собственным предательством родного отца, рассчитался с советской властью, сыграв нищего учителя приюта. Русский интеллигент, все время защищавший старый порядок, таскавший за уши и раздававший подзатыльники приютским оборвышам, кричит в коридорах Смольного в лицо большому совначальнику, что власть, не способ-

ная накормить детей, обрекающая их на голодную смерть, никому не нужна. Примерно в эти же годы Евгений Алексеевич засядет за автобиографическую книгу «Испытание памятью», которая поможет ему снять с себя хоть часть вины, которой не было.

В кино Лебедевым сыграно почти пятьдесят ролей, но он сам признавался, что многие из них он совершенно не помнит. Любивший его Василий Шукшин с сожалением говорил: «То обстоятельство, что его кинематографическая судьба неровная, нецельная, говорит о том, что он крупнее наших схем. Мы не знаем, что с ним делать, куда его девать». «Что с ним делать и куда его девать» прекрасно знал и умел выдающийся режиссер XX века Георгий Товстоногов. Актер Евгений Лебедев полностью состоялся в театре. К сожалению, даже его значительные работы в кино («Поднятая целина», «В огне брода нет», «Преступление и наказание», «Странные люди», «Петроградские гавроши») по масштабу не могут сравниться с такими сценическими шедеврами, как Крутицкий («На всякого мудреца довольно простоты»), Бессеменов («Мещане»), Монахов («Варвары»), Холстомер («История одной лошади»). За эти роли в 1986 году актеру была присвоена самая значительная награда – Ленинская премия.

От редакции: В дни 90-летнего юбилея знаменитого артиста наверняка пройдут вечера памяти, посвященные его жизни и творчеству. Предлагаемый нами текст вы можете использовать в качестве вступительного слова.



За десять с лишним лет нашей рубрики мы ни разу не включали в нее рассказы о документальном кино. Делаем это впервые. Поводом послужил 20-летний юбилей фильма «Легко ли быть молодым?» латышского режиссера-документалиста Юриса Подниекса.

Его нет на свете уже почти 15 лет, он ушел молодым (что по нынешним меркам 40 лет!). Ушел, не найдя ответа на свой вопрос, вынесенный в название фильма. И ранний его уход тоже оставил много вопросов: трудно поверить, что этот по-спортивному крепкий молодой человек, с широким разворотом плеч, с пружинистой походкой умер от сердечного приступа. Разумеется, большое сердце может отказывать и в ранней молодости. Но мы знаем, что кому-то очень мешал этот напористый репортер с кинокамерой на плече, которая бесстрашно фиксировала

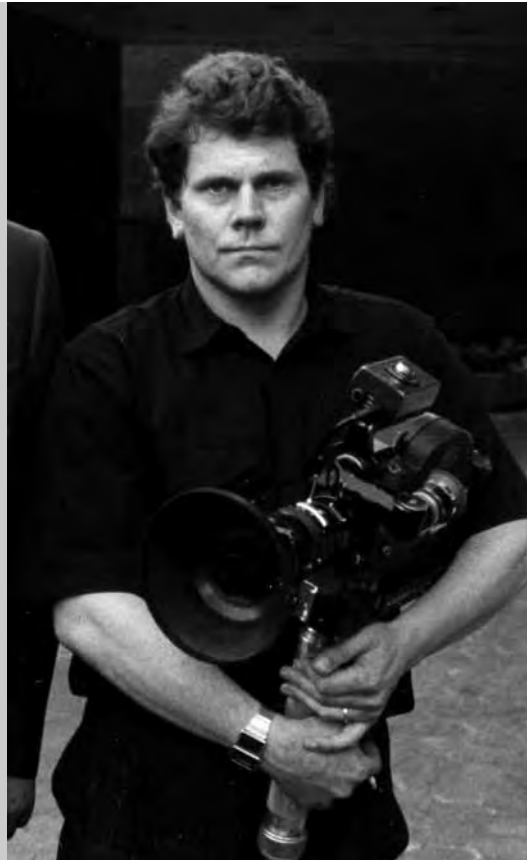
резню в Сумгаите, бойню в Тбилиси, звериные лики боевиков на митингах «Памяти». Может быть, Юрис стал одним из первых репортеров, журналистов, которые полегли от рук ненайденных убийц в перестройку и последующие годы. От пуль омонцовцев погибли его операторы Андрис Слапиньш и Гвидо Звайгзне. Последняя на сегодняшний день – Анна Политковская.

«Тридцать лет назад мы, как и положено мальчишкам, часто говорили о смерти, – вспоминал на вечере памяти Юриса Подниекса друг его молодости,

Вот он – Юрий Подниекс, голубоглазый, с жесткой челкой над упрямым лбом. По-спортивному крепкий молодой человек. Он умел скакать верхом, стрелять, отлично плавал. Не случайно вид спорта, который он признавал, – пятиборье. Вот и на озере Звиргзду он занимался подводным плаванием и, говорят, задохнулся, слишком резко меняя глубину...

Осталась студия, которая давно носит имя Юриса Подниекса. Остались его фильмы – «Созвездие стрелков», «Катит Сизиф камень», «Мы», «Час молчания». И самый знаменитый – «Легко ли быть молодым?»

Рядом с Юрисом несколько лет в качестве помощника режиссера проработала Антра Целинская. Сегодня она возглавляет студию его имени, вместе с другими коллегами покойного режиссера продолжает его дело. Антра глубоко убеждена, что фильмы Подниекса и сейчас актуальны. В них сегодняшняя молодежь открывает для себя совсем иной мир, иное время. Но по-прежнему остро звучит вопрос: «Легко ли быть молодым?»



известный журналист и писатель Петр Вайль. – Мы по этому поводу увлеченно обсуждали тему судьбы. Я хочу сказать, что погибни он от омовской пули или в карабахской перестрелке, или во время опасной кино съемки – в этом была бы хоть какая-то логика. А жизнь – принципиально алогична и непоследовательна. И меня посещает кощунственная мысль: смерть Юриса оказалась утверждением жизни, полноте и разнообразию которой он так поклонялся.

На фотографиях вы легко узнаете его – синеглазого, с жесткой челкой над упрямым лбом. Вот он со своими помощниками – звукорежиссером и ассистентом. А вот он в лагере хиппи под Ригой. По воспоминаниям одного из соавторов сценария фильма «Легко ли быть молодым?» А.Клецкина, Юрис не спешил включать камеру, встречаясь с самыми раз-

ными юными людьми в поисках героев и участников фильма. Он старался как можно больше узнать их, добиться их доверия и полной искренности. Не потому ли выход на экраны кинотеатров этого фильма был подобен взрыву бомбы, явился нежеланным сюрпризом для страны, которая с утра до вечера привыкла слышать в эфире гордые слова: «Мы покоряем пространство и время, мы молодые хозяева земли». А оказалось, что молодые «хозяева» затравлены, несчастны и одиноки, что многие в отчаянии спиваются и лезут в петлю.

Фильм удивлял непринужденным и напористым монтажем. До этого советские документалисты так не снимали: камера не витала над происходящим, а находилась внутри событий, участвовала в них. Может быть, сегодня, двадцать лет спустя, фильм Под-



Юрис не спешил включать камеру, встречаясь с самыми разными юными людьми в поисках героев и участников фильма. Он старался как можно больше узнать их, добиться их доверия и полной искренности. И во время напряженных съемок умел создавать непринужденную обстановку в съемочной группе

ниекса покажется привычным, почти невинным - насмотрелись за эти годы по «телеку» многого, но тогда, когда еще существовал СССР, еще руководило страной ленинское Политбюро, еще жил миф о светлом будущем, о моральном облике молодого строителя коммунистического рая, и вдруг, при наличии строжайшей цензуры, с экрана на зрителей глянули новые персонажи, которых никогда не пускали на экран: «афганец» признавался, что на чужой земле «занимался чем-то грязным, чуждым человеку», изгалялись живописные панки, обаятельный кришнаит открыто излагал свои взгляды, корчили рожи наркоманы и проститутки. Элегантный юноша так определил свое понятие о счастье: «Чтоб у меня был свой дом, машина, семья и доста-

точно денег». Как? И ни слова о строительстве коммунизма!.. Привыкшие к лицемерию зрители, ожидавшие от молодых героев совершенно иных ответов и заявлений, были шокированы и изумлены. Три знаменитых писателя – Юрий Бондарев, Василий Белов и Валентин Распутин – в любимой их газете «Правда» выступили с гневной отповедью по адресу режиссера и его героев. Но массовый зритель не внял мнению писателей, а просто-напросто повалил в кинотеатры, терпеливо выстаивая километровые очереди. Такого наш прокат не знал со времени кассового успеха «Обыкновенного фашизма» Михаила Ромма Документальный фильм «Легко ли быть молодым?» значительно опередил по сборам многие игровые картины.