

№5-3 ноябрь и декабрь 1995 г. №44 серия первая

№21-27 столетие кинематографии

№1-26

№2-28

№9-24



№25/78

Ассоциация "МАРИСЭТ"
представляет видеопроектор
"ФЕНИКС"

СОДЕРЖАНИЕ

Организация и экономика

Семинар по социологии кино

- Жабский М. Социология кино на этапе
перехода к рынку 2
Мухина Л. У нас весело... 9

Информация

- Фридман М. XXV Межгосударственный 15

Школа киноменеджера

- Справочный минимум предпринимателя 17

Кинотехника

Повышение квалификации

- Полещук Я. Кинопроектор 23КПК-3 21

Информация

- Отраслевой стандарт ОСТ 19-155-94 28

Это любопытно

- Изображение в Америке, звук в Европе 29

Читатель и журнал

После работы

- Кроссворд: Кто режиссер фильма? 30

* * *

- Указатель статей и материалов, опубликованных в
журнале "Кинотехник" в 1995 году 31

Номер подготовили:

Л.Н.Мухина, Т.В. Мартос,
И.К. Крючкова

Адрес редакции:

109017, Москва,
Б.Ордынка, 43
Тел. 231-46-96, 231-38-22

©"Кинотехник" 1995

Индекс 70431

ISSN 0023-1681

Редколлегия:

Веракса Л.С.
Голубь С.П.
Дорожкин Ю.М.
Жабский М.И.
Лужинская Л.Л.
Машкин Ю.Л.
Мухина Л.Н.
(Отв. за выпуск)
Переходов В.А.
Преображенский И.А.
Рыков И.С.
Черкасов Ю.П.

Семинар по социологии кино

Социология кино на этапе перехода к рынку

М. ЖАБСКИЙ,

доктор социолог. наук, НИИ киноискусства

В начале 1986 года во ВНИИ киноискусства был проведен “круглый стол”, посвященный вопросам развития отечественного телекино. Выступавшие затрагивали самые различные аспекты проблемы. На какое-то время в центре внимания оказалась и социология кино — ее возможности, задачи. Участвовавший в дискуссии режиссер театра и кино Марк Захаров высказал такое мнение: “Я бесконечно уважаю социологов, хотя считаю их несколько донкихотами — они бросаются на мельницы. Время для социологии не пришло”. Со стороны социологов, участвовавших в дискуссии, возражений не последовало. Видимо, на сей счет и у них были некоторые сомнения.

Однако в дальнейшем настроение киносоциологов резко переменялось в лучшую сторону. В конце того же года в подмосковном Болшево прошла деловая игра, определившая в общих чертах контуры новой модели кинематографа. Проект новой системы производства и проката фильмов предусматривал создание в стране Всесоюзной социологической службы кинематографии. Эта идея содержалась и в проекте Основных направлений перестройки советского кинематографа. Один из его разделов так и назывался: “Социологическая служба”. Позже проект был утвержден руководством Госкино и СК СССР. С этого момента в сердца социологов вселился определенный оптимизм. Исследователей охватило перестроечное волнение, и 1987 год прошел под знаком дискуссий о проблемах и перспективах развития киносociологии, что убедительно свидетельствовало о начале третьего по счету и, как оказалось позже, последнего этапа в истории советской социологии кино.

Что конкретно взволновало социологов, какие проблемы четко обозначились в ходе дискуссий? Споры разгорелись прежде всего вокруг причин, по которым социология кино, как утверждали ее критики, не дорабатывала в практическом плане. В годы застоя всю вину принято было валить на социологию. Кое-кому в азарте критики кинодела даже начинало казаться, что чуть ли не все пороки кинематографа проистекают либо из негативных влияний, либо из-за пассивности киносociологов. В такой атмосфере исследователи чувствовали себя весьма неуверенно. К тому же давала себя знать память о прошлом.

Я пришел в социологию кино в конце 60-х годов и, помнится, был поражен тем, как тогдашний руководитель социологической лаборатории НИКФИ И. Рачук комментировал очередную, естественную для начальной стадии, неудачу в работе. Багровея и задыхаясь от негодования, он, срываясь порой на крик, то и дело восклицал: “Разгонят! Разгонят!” И эти предостережения не были лишены оснований. В системе Гостелерадио социологию и впрямь “разогнали”.

В период перестройки за судьбу социологии кино уже никто не опасался. Тогда в дискуссии о ее месте и роли в киноотрасли включились даже кинематографисты. И вот что важно. Глубокие сдвиги в их профессиональном сознании, которыми отмечена вторая половина 80-х годов, привели к формированию нового взгляда на значение социологии для кинематографа. Показательны в этом плане заявления творческих работников.

Тэрра инкогнито — такой была для них социология кино на протяжении десятилетий. Но вот, словно нарушив обет молчания, создатели фильмов оживленно загово-

рили о необходимости социологии и ее практических задачах. "Контакт с социологами, — отмечал Э. Климов, открывая конференцию "Художественные особенности и зрительский успех фильма", — должен у нас быть постоянный, деловой"¹. Другой режиссер, И. Масленников в интервью "Советскому экрану" заявлял: "...Без учета зрительского фактора нормальное функционирование хозрасчетного кинематографа будет попросту невозможно"².

Новый взгляд на место и роль социологии объяснялся тем, что перемены в кино, начавшиеся во второй половине 80-х годов, имели своей целью некое социальное "переворужение" всей киноотрасли. Стратегический смысл преобразований объективно состоял и по сей день состоит в том, чтобы поднять планку многогранного общественного — художественного в том числе — качества фильмов и степень реализации заключенного в них потенциала посредством новой системы отношений между кино и государством, с одной стороны, и между социальными общностями, вовлеченными в поток кинематографической жизни, — с другой. Системы, которая в конечном счете должна поставить всех участников кинопроцесса — от художников до зрителей — в естественные, демократические отношения друг с другом. Системы, суть которой в идеале заключается в том, чтобы построить многосложное кинематографическое взаимодействие на выверенном балансе интересов всех его субъектов — без бюрократического произвола по отношению к творцам, без "козлов отпущения", которыми традиционно являлись (и являются?) прокатчики, без эстетского снобизма в отношении публики, роль которой в пространстве кинопроцесса должна резко возрасти.

Социально-организационные новации были призваны открыть перед всеми участниками кинопроцесса дополнительные возможности самореализации удовле-

ствия своих социальных и профессиональных интересов и потребностей, вызвав тем самым новый прилив кинематографической энергии; возможности поднять кинематографическую жизнь на новый виток развития.

Кинематограф брал курс на рынок, в условиях которого значение зрительской аудитории в системе кинопроцесса уже нельзя было определять традиционными ссылками на то, что она — не просто внешний фактор, с которым приходится считаться, но органическая часть целостной кинематографической жизни, предпосылка и непосредственный субъект превращения продуктов кинотворчества в подлинные общественные явления, важное условие возвышения их художественного качества. Несмотря на всю внушительность, такая характеристика явно недостаточна.

Как известно, в условиях цивилизованного рынка самофинансирование, к которому в конце 80-х годов наивно стремился кинематограф, в конечном счете означает не что иное, как зрительское финансирование. Причем зритель не только оплачивает импорт, производство и прокат фильмов, но и во многом определяет критерии, условия финансирования. Он является социально-экономической основой, главным инвестором и влиятельным социальным заказчиком кинематографии. Значит, проблема состояла в том, чтобы тогдашняя советская киноаудитория обрела аналогичный статус и выполняла аналогичные функции в системе кинопроцесса.

Осуществление этой далеко не простой цели предполагало, среди прочего, более глубокий взгляд на социальные реалии внутри и вне кинопроцесса. А откуда было взяться этому взгляду? Тут свое слово мог и должен был сказать социолог. В 80-е годы прямо-таки напрашивалось предположение, что подобно тому, как до этой поры социология много теряла в своей практической отдаче из-за того, что лишь с большим трудом, со скрипом кое-где могла вписаться в осужденную самой жизнью модель кинематографа, и будущая модель многое потеряет, точнее, не обретет в пол-

¹ Кино: прокат, реклама, методика, практика. Художественные достоинства и зрительский успех фильма. М., 1987, с. 4.

² Советский экран. 1987, № 11, с. 15.

ной мере благотворного социального потенциала, если не будет опираться на хорошо методологически обеспеченную, профессионально поставленную социологическую науку, традиционно ограничиваясь триадой: здравый смысл, интуиция, практический опыт. К великому сожалению, это предположение, кстати косвенно выраженное в приведенной выше цитате И. Масленникова, сбылось.

Что бы ни говорили о причинах недостатков в постановке и практической отдаче социологии кино, но, вникая в суть вопроса и учитывая многолетний опыт, нельзя не признать, что в конечном счете положение дел определяется прежде всего социологической грамотностью практиков кино, их профессиональной культурой, уважением к научному знанию и верой в его силу, реальным спросом на социологические услуги. Тут уж воистину, каков кинематографический заказ, таков и социологический подряд.

На моей памяти не один десяток справок, отправленных социологами в Госкино СССР. Наверное, согласиться можно было не со всеми, пусть даже далеко не со всеми положениями и выводами социологов. Но ведь в Госкино СССР направлялись и конструктивные предложения. А каков резонанс? Управленцы в диалог не вступали, обратной связи не было. А в том, что практическая отдача все же имела место быть, мы убеждались большей частью случайно. В доперестроечное время, например, на опыте предельно скромного исследования по проблемам повторного кинопроката, проведенного мной на Украине совместно с газетой "Культура і життя", после газетной публикации и на ее основе (заметим, что именно после газетной публикации, а не справки, которую можно, не мудрствуя лукаво, положить под сукно) коллегия Госкино УССР приняла специальное постановление "О системе работы кинотеатров повторного фильма и использовании фильмофонда прошлых лет". Постановление было реализовано, благодаря чему в республике значительно увеличилось число кинотеатров и залов повторного фильма, возросла

роль повторного фильмофонда в организации кинообслуживания населения.

Исследовательская работа в области социологии кино и публикация полученных материалов явились одной из решающих причин того, что среди работников, занятых в сфере кинообслуживания, в доперестроечное время сформировался устойчивый спрос на социологическую информацию в целях ее использования для повышения уровня квалификации и решения практических вопросов. Об этом свидетельствуют итоги опроса, проведенного журналом "Кинемеханик" среди своих читателей (см. "Кинемеханик", 1980, № 9).

В условиях застоя социологические исследования способствовали повышению информированности работников сферы управления, киносети и кинопроката о социокультурных условиях, тенденциях и закономерностях кинопроцесса. Полученные данные находили определенное отражение в принимаемых управленческих решениях и практической работе по их реализации, они даже содействовали стабилизации зрительской активности населения. Но опыт показывает также, что характер заказа социологам, характер отношения к их выводам и рекомендациям продиктованы уровнем профессиональной подготовки практиков кино, формами и методами выработки и проведения в жизнь кинополитики. Когда практик кино поглощен политикой малых дел, рутинной решения задач сегодняшнего дня, то вряд ли он расслышит даже громкий стук социолога в дверь кинематографического дома. Иное дело, если в почетно-рациональный подход к делу, если он стремится к выработке и реализации определенной стратегии, подыскивает под нее наиболее эффективные тактические решения. Тогда уже и социолог может услышать его стук в дверь.

Среди исследований второй половины 80-х — начала 90-х гг. уместно отметить начатое ранее и завершившееся в 1986 году беспрецедентное по своим масштабам изучение социальных проблем кинообслуживания села. Это изыскание, осуществленное совместными усилиями Госкино

РСФСР и ВНИИ киноискусства, охватило практически все автономные республики, края и области России. Органы управления и практики кино получили огромный информационный материал, позволявший разработать действенную программу мер по сохранению и развитию сельской киноаудитории¹. Социологические данные, в частности, опровергли распространенное мнение, что резкие перепады в уровнях кинопосещаемости, характерные для сельских районов одного и того же региона, объясняются в основном разного рода внекинематографическими причинами — социально-демографическим составом населения, социально-экономическими факторами, разной удаленностью сельских зрителей от городских киноустановок и т.д. Проведенное исследование показало, что главная причина — в другом. Разрывы в уровнях кинопосещаемости между отдельными сельскими районами являлись прежде всего следствием существовавших разрывов в уровнях кинообслуживания населения. Было доказано, что в районах с низкой посещаемостью состояние кинообслуживания было далеко не благополучным и, по сути, в ту пору не могло не рассматриваться как острая социальная проблема. Постановка кинодела в этих районах удовлетворяла лишь 44% зрителей — менее половины киноаудитории (против 73% в районах с самой высокой посещаемостью).

Приведенные данные напоминают о том, что происшедший ныне катастрофический отток российского населения от кинотеатров тоже не может быть всецело объяснен разного рода общесоциальными причинами. Многие зависят от состава и качества услуг, предлагаемых кинопосетителю. Разумеется, важное значение имеют и общесоциальные факторы, что также убедительно было продемонстрировано в отмеченном исследовании. Например, уровень кинопосещаемости оказался выше в тех сельских районах, где было выше благосостояние населения. Наличие такого рода закономерности в более широком плане позволяет

утверждать, что в сегодняшнем катастрофическом спаде кинопосещаемости повинны и обнищание населения, что возрождение более или менее активного зрительского интереса к прокатному кино произойдет лишь после того, как значительно улучшатся материальные условия жизни народа.

Начатый во второй половине 80-х гг. переход кинематографа к рынку поставил в повестку дня вопрос об информационно-социологическом обеспечении маркетинга. В сложившейся ситуации на передний план выдвинулся поначалу тип социологических исследований, связанный с отслеживанием зрительской реакции на новые фильмы во время их пробного показа в рамках программы кинорынков, выявлением коммерческого потенциала кинолент. Такого рода исследовательская работа была инициирована социальным заказом со стороны Госкино СССР, которое в преддверии первого внутрисююзного экспериментального рынка (октябрь 1988 г.) обратилось во ВНИИ киноискусства с просьбой предусмотреть в регламенте работы кинорынка "показ и обсуждение новых отечественных и зарубежных кинолент, ... проведение анкетирования и социологических исследований, ... подключить к работе кинорынка отдел социологических исследований института".

Социологи активно включились в работу кинорынков. Так, в Ленинграде, где проводился уже седьмой по счету всесоюзный кинорынок, его участники получали по ряду картин определенную социологическую информацию о средней зрительской оценке фильма на одном-двух пробных сеансах, распределении оценок, вероятных зрительских советах друзьям и знакомым, с которыми обычно начинается "устная реклама", и т.д. Правда, по большинству фильмов таких материалов не было. Дефицит оперативной социологической информации имел место и на других кинорынках. И дело тут не только в том, как работала социологическая служба. Оптовый продавец не был заинтересован в том, чтобы обстоятельно информировать покупателей о зрительском отношении к слабым картинам. Ему от это-

¹ "Кинемеханик", 1987, № 3, с. 2.

го одни убытки. Что касается картин, способных привлечь к себе широкое зрительское внимание, их было мало, а главное — продавцы не прониклись пониманием того, что, выявив социологическими замерами высокую зрительскую оценку конкретного фильма, его достоинства в зрительском их понимании, при желании можно убить сразу несколько зайцев: больше заинтересовать покупателей, вооружить хорошими доводами будущую рекламу, дать толчок зрительской молве, заставить ее более эффективно работать на картину. На основе социологических данных можно было бы и более справедливо решать вопросы ценообразования.

К сожалению, покупатели с мест не стали добиваться, чтобы на кинорынках оперативное социологическое обеспечение купли-продажи фильмов стало нормой, чтобы по лучшим в коммерческом отношении картинам, а также тем, которые вызывают противоречивые оценки, заранее проводились социологические замеры прокатного потенциала на зрительских аудиториях. Ведь тогда каждый покупатель (равно как и продавец) мог бы получать маленькую социологическую “картинку” по конкретному фильму, которая позволила бы ему эффективнее решать вопросы, связанные с киноторгами, а позже — и с рекламной работой при продвижении фильма к зрителям. Оперативная доставка в регионы подобных “картинок” по конкретным фильмам во многих случаях могла бы сделать ненужными дорогостоящие поездки в Центр для участия в кинорынках. Но решение этих жизненно важных вопросов в информационном плане определялось лишь пожеланиями организаторов кинорынков.

Общесоциальные и кинематографические перемены второй половины 80-х гг. поставили в повестку дня и вопрос об отслеживании бурных перемен в величине и составе, сознании и поведении зрительской аудитории. Так, в центре внимания социологов НИИ киноискусства оказался вопрос об отношении зрителей к российскому кино. Ему была посвящена целая серия ис-

следований начиная с первого всесоюзного кинорынка (1988 г.).

На протяжении многих лет социологи постоянно обнаруживали весьма противоречивое мнение зрителей о переменах, происходивших в отечественном кино. Так, в 1993 году 24% столичных кинозрителей (Ярославль: 1992 г. — 27%, 1993 г. — 34%) придерживались мнения, что российские фильмы стали менее интересными. Более интересными сочли их 39% кинозрителей (Ярославль — соответственно 42% и 32%). По сути произошла поляризация мнений, публика раскололась на две части — “пессимистов” и “оптимистов”. Парадоксально, но факт: последних оказалось чуть больше.

Неожиданный перевес на чаше весов зрительских предпочтений в пользу российского кино имеет свое объяснение. Совокупными усилиями зрители оценили все наши картины, пробившиеся на экран. Но каждый в отдельности оценивал лишь свой “индивидуальный” репертуар. А он-то складывался особым образом — проходя как бы сквозь двойное сито. Сначала кинопроката и киносети, затем и собственной — индивидуального — выбора. И в этом ключ к разгадке. Отношение зрителей к российским фильмам стало более благосклонным во многом благодаря их отсеву. Российские фильмы меньше показывали и меньше смотрели. Сказалось, впрочем, и то, что многие зрители, которым перемены в кино не нравились, посещали кинотеатр редко, а то и вовсе обходили его стороной.

Чисто количественное преобладание оптимистических отзывов публики о переменах в отечественном кино над пессимистическими в перестроечную пору корреспондировало с мощным представительством отечественных названий среди картин, наиболее полюбившихся зрителям. Так, в первые годы перестройки на передний план выдвинулись прежде всего “Покаяние”, “Маленькая Вера”, “Холодное лето 53-го года”, “Воры в законе”, “Меня зовут Арлекино”. Позже к этой обойме присоединились: “Трагедия в стиле “рок”, “Асса”, “ЧП районного масштаба”, “Куколка”, “Ин-

тердевочка” и др. По сути, список наиболее полновившихся картин состоял только из отечественных названий.

В постсоветское время, когда репертуар кинотеатров основательно изменился, “оптимистическая” тенденция сохранилась. Только прежнего подтверждения зрительским рейтингом она уже не получала. Напротив, названия полюбившихся лент как бы ставили ее под сомнение, опровергали. Так, в материалах репрезентативного зрительского рейтинга, отражавшего предпочтения московской кинопублики 1993 года, названия отечественных лент выглядят уже не более чем отдельными вкраплениями. На 2-м месте — “Сердца трех” (на 1-м — “Терминатор”), на 3-м — “Тридцатого — уничтожить!”, на 9-м — “Небеса обетованные”, на 10-м — “По прозвищу “Зверь”, на 18-м — “Черный квадрат” и т.д. Зрительская память, как видим, вскоре была “окупирована” зарубежными лентами.

Проведенные исследования показали, что в период вхождения кинематографа в рынок взаимоотношения отечественного киноискусства с кинотеатральной аудиторией складываются чрезвычайно драматично. Вместе с тем из социологических данных можно сделать вывод, что потеряно не столь много, как это следует из более чем скромных показателей статистики экранного времени и посещаемости российских фильмов и их эпатажного истолкования.

Во-первых, существуют “ножницы” между спросом на российское кино и его удовлетворением. Предложение отстает от спроса. Духовная связь между потенциальными зрителями и российским киноискусством далеко не утрачена. У отечественного кинематографа есть преданная ему, хотя и довольно скромная по размерам аудитория. В зрительской среде имеется также значительная по размеру “ничейная” зона. Опираясь на эти сегменты рынка, социальные позиции отечественного кино можно еще поправить.

Во-вторых, как показывают социологические замеры, для зрителей конкретное содержание фильма, его художественные особенности в массе случаев не оказывают

ся столь уж сильным, главенствующим мотивом посещения кино. Планка мотивационной действенности функционирующего репертуара, в частности американского, не столь высока, чтобы и дальше оставаться непреодолимой для большинства наших фильмов.

В-третьих, при всех своих недостатках отечественное киноискусство, реально функционирующее в зрительских аудиториях, оценивается кинопосетителями примерно так же, как и репертуар в целом. В данном отношении российский репертуар не уступает и своему главному конкуренту — американским лентам. Согласно социологическим замерам в Москве в 1994 году российские фильмы оценивались в 3,51 балла (пятибалльная шкала), американские — 3,66. Другое дело, что последние имеют солидное преимущество по количеству названий, сеансов, зрителей. Таким образом, наше кино все еще располагает определенным потенциалом зрительского доверия и привязанностей, на которые можно опереться в попытках усилить его позиции в досуге населения.

В-четвертых, дистрибьюторы и демонстраторы интуитивно ощущают реальный градус общей зрительской удовлетворенности зарубежными и отечественными фильмами, обеспечивают равенство в этом отношении. По крайней мере, согласно опыту Москвы. Нет оснований утверждать, что зрители в большем восторге от репертуара российских фильмов, и только на этом основании требовать его расширения.

В-пятых, протекцию отечественным фильмам нельзя сводить к механическому наращиванию числа их названий и сеансов. Примечателен такой факт из исследования 1993 года. Среди тех, кто за месяц был на одном сеансе отечественного кино, не удовлетворенные встречей с ним составили только 1%. В то же время среди просмотревших два фильма или более неудовлетворенных оказалось в десять раз больше. Главное в продвижении российских фильмов к публике — улучшение качества практической работы с наиболее достойными произведениями, тщательное изучение их

зрительского потенциала и поиск действенных способов его реализации, опора на социологически выверенный маркетинг.

Как отмечалось выше, во второй половине 80-х гг. сформировался новый взгляд на возможности и значение социологии в киноотрасли. К сожалению, до сих пор должной реализации он не получил. Объяснение следует искать в том, что кинематограф все еще находится в стадии решения своей первоначальной задачи — перехода к рынку и радикального изменения с его помощью социальной роли зрительской аудитории. Рыночный механизм, пришедший на смену плано-распределительному без должного патронажа со стороны государства, вместо того чтобы усилить роль зрителей в качестве инвестора киноотрасли и реабилитировать их в естественных правах социального заказчика, сделал кинематограф, отечественный в особенности, еще более закрытой системой. На протяжении последних лет в кинопроцессе сталкивались две взаимоисключающие тенденции. С одной стороны, создавался рыночный механизм, с другой — катастрофически разрушался внутренний рынок кинематографа, в результате чего обесмысливались усилия по созданию рыночных отношений, а фильмопроизводство лишалось своей изначальной цели. Перемены в киноотрасли обернулись в основном “эффектом бумеранга”, ее социальным “разоружением”. Реформа усугубила кризис в кино, который, в свою очередь, крайне осложняет реформу.

Сегодня нет оснований утверждать, что практические решения, связанные с продолжающимся переустройством кинематографа, производством, импортом и распространением фильмов, принимаются с должным учетом зрительских интересов, поверяются ими. Поражает такая деталь: в многолетней дискуссии о кризисе в кино слово “зритель” почти не звучит. Зрителей между тем в кинозалах становится все меньше и меньше. Кривая динамики посещаемости круто устремилась вниз и уже настолько близка к апокалиптической нулевой отметке, что катастрофа, если не

предпринять экстренных мер, кажется неминуемой. В этих условиях объективно возрастает значимость учета зрительского фактора, а следовательно, и социологии, его изучающей. Жизнь подтвердила пророческую мысль И. Масленникова о том, что “без учета зрительского фактора нормальное функционирование хозрасчетного кинематографа будет попросту невозможно”.

Необходимо отметить исключительное значение и такой причины. В доперестроечное время ставились и решались задачи развития (в основном — экстенсивного характера) киноотрасли, что делало приоритетной традиционную статистическую информацию о процессах, происходящих в самой кинематографии. Она была нужна и для самоцельных бюрократических “игр”. Сегодня, когда встал вопрос о выживании, на передний план выдвинулась проблема “простого воспроизводства” отечественного кино. Объективно по-новому расставляются теперь и акценты в информационном обеспечении производства и проката российских фильмов.

В кинематографическом процессе действует такая закономерность. Публика изменяется по образу и подобию трех экранов кинокультуры, прокатного кинематографа в частности; кинематограф воспроизводится по образу и подобию кинотеатральной публики. Эта закономерность диктует новую расстановку акцентов. В условиях, когда публика отечественного кино резко сокращается и оно может функционировать только с установкой на “простое воспроизводство”, в центре внимания заинтересованных практиков должен оказаться зритель, его отношение к российским фильмам. Объективно приоритетной становится социологическая информация о процессах в киноаудитории. Эту тенденцию можно игнорировать, довольствуясь, как и прежде, только статистическими данными о состоянии самой киноотрасли. Но такой “менеджмент” способен лишь сохранить за российским кино губительный статус “закрытой системы”. За эту позицию придется заплатить дорогой ценой — практически полной и безнадежной утратой собственного рынка.

Особо надо сказать о необходимости при поддержке государства наведения информационных мостов между фильмопроизводителями и зрителями. Успешный диалог творца с публикой начинается с умения видеть свой фильм и ее глазами, выявлять состояние ее кинопотребности. Помочь этому могло бы оперативное исследование зрительского отношения к конкретным картинам и тщательное изучение его результатов фильмопроизводителями. Тогда бы, наконец, соединились два сосуда общественного сознания — зрительский и профессиональный. Объективно отрасли жизненно необходима федеральная социологическая служба, ядром которой может стать

НИИ киноискусства, располагающий подготовленными кадрами и научно-методическими разработками для профессионального ведения работы. Она позволила бы поднять диалог с публикой до уровня методично осуществляемого маркетинга. Правда, это предполагает также организацию в отрасли широкого изучения и пропаганды современной культуры рыночных отношений. Кадры должны получить соответствующую профессиональную подготовку. Иначе отправной точкой и продюсерского кинематографа будет "продукт" (фильм), а не "потребитель" (зритель), чего требует маркетинг.

А что у вас?

У нас весело...

С директором Объединенной кинодирекции "Юность" **Е. Гудошниковой** из Воронежа беседует наш корреспондент **Л. Музгина**.

Корр. Елена Яковлевна! Неужели до сих пор существуют кинодирекции? И даже объединенные? Что же туда входит?

Е.Г. Да, у нас в Воронеже существует. Помимо замечательного кинотеатра "Юность", в Объединенную кинодирекцию входит совершенно уникальная по нашим временам организация — бюро кинопередвижек. Раньше мы обслуживали все районные школы, интернаты, а теперь показываем кино во вспомогательном интернате, для детей с нарушением слуха, неблагополучных ребят, сирот, детских санаториях.

Корр. Расскажите, пожалуйста, чем же замечательна "Юность"?

Е.Г. Кинотеатр расположен в центре города, самом красивом, тихом и зеленом месте. Наша улица носит имя великой актрисы Веры Комиссаржевской. Раньше здесь была филармония, во время войны ее разбомбили. Затем началось строительство

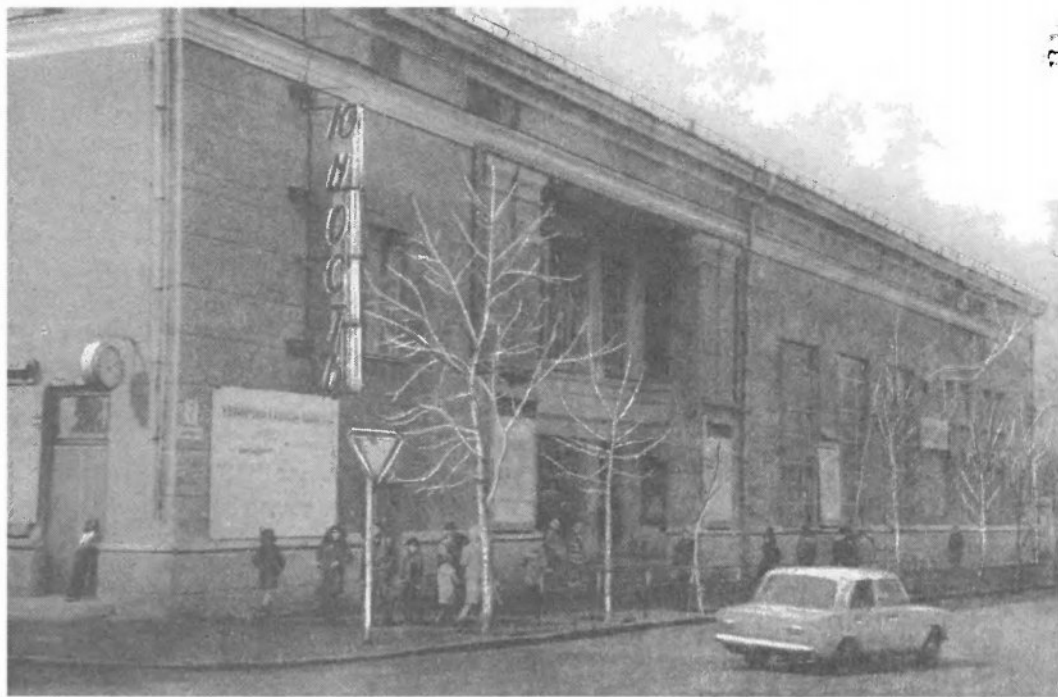
Дома школьника, но что-то в проекте изменилось, и получился такой странный дом: первый этаж (Большой зал) занимал кукольный театр, второй (Малый зал) — детский кинотеатр "Малышок". Здание это необычное, украшенное уникальными витражами. Сейчас в России таких уже нигде нет.

Так получилось, что через некоторое время Театру кукол предоставили другое помещение.

Корр. А что было потом?

Е.Г. Потом в кинотеатр вселился Облсовпроф — могущественная по тем временам организация, которую поддерживала областная администрация. У нас отняли Малый зал, за десять лет превратив его в непригодное помещение. Крыло, занимаемое профсоюзными деятелями, стало приходить в негодность. Я как раз только что стала директором кинотеатра и решила отсудить это помещение. Нашелся в городе смелый адвокат, мы боролись около года и победили.

Корр. С чего же началось возрождение кинотеатра?



Кинотеатр "Юность"

Е.Г. С ремонта. Нашлись хорошие люди, которые помогли нам буквально за два месяца восстановить помещение. Сейчас все восхищаются нашими прекрасными подвесными потолками в Малом зале, но никто не догадывается, что сделаны они из ...старых экранов. Получилось очень уютно.

Теперь у нас два зала: Большой — на 360 мест, Малый — на 200, здесь очень хорошая акустика, и мы превратили его в зал некоммерческого кино.

Корр. Так в чем же принцип вашей работы?

Е.Г. Мы работаем по нетрадиционной системе проката, которую называем "работа с фильмами по театральному принципу". Суть его заключается в том, что репертуар блока фильмов формируется так же, как афиша в театре. Мы давно пользуемся этим принципом показа, у нас уже сложилась своя зрительская аудитория.

Сейчас, в год 100-летия мирового и российского кинематографа, решили провести эксперимент и сделать развернутую ретро-

спективу по нескольким направлениям. Фильмы практически идут каждый день, а если прибавить к ним еще и ретроспективы и фестивали, которых у нас много, то получается даже несколько раз в день. Такие сеансы заполняются не хуже, чем во время проката коммерческих лент в Большом зале, а зачастую даже и лучше. Думаем о том, чтобы со следующего года сделать эту практику традиционной. Мы хотим, чтобы все жители нашего города знали, что каждый день в "Юности" можно посмотреть какой-нибудь отечественный или зарубежный шедевр.

Ежедневно в нашем кинотеатре демонстрируется 5-6 разных фильмов. Каждый день! Некоторые ленты мы выпускаем на месяц, но они идут 1-2 сеанса ежедневно, потому что мы знаем, что не все зрители в течение недели могут придти в кино.

Конечно, человеку трудно ориентироваться в репертуаре. Мы часто наблюдаем, как перед афишей на корточках сидят люди и выписывают к себе в блокнотик или

тетрадочку названия фильмов. Действительно, все запомнить не просто. Разобраться трудно, но настоящему кинолюбу приятно, придя в кинотеатр, иметь возможность выбора. Я считаю это нашим достижением.

Корр. А что делается для детей, ведь кинотеатр (по статусу) считается детским?

Е.Г. Считался. Сейчас мы никаких льгот не имеем и детским кинотеатром не считаемся. Но у нас по-прежнему, начиная с 10.00 утра, идут детские фильмы. Ребят приходит не так уж и много, но зато в дни школьных каникул, (в это время мы традиционно проводим бесплатные сеансы) у нас аншлаги. Мы часто крутим (тоже бесплатно) фильмы для ребят на центральной площади, где-нибудь на набережной, на проспекте Революции. Фильмы, конечно, старенькие, смотренные-пересмотренные... Но дети растут, рождаются другие, некоторым все старое в диковинку. Летом большинство ребят находится в городе, и наш кинотеатр для них — оазис: здесь они и кино смо-

трят, и развлекаются на игровых автоматах.

Корр. Как же вам удалось собрать такое огромное количество фильмов? Где вы их взяли?

Е.Г. Мы работаем с "Воронежоблкинофондом". Сами картины не покупаем. И нас это очень устраивает. В основном берем в прокат фильмы некоммерческие, реже коммерческие — куда денешься?! А вообще мы стараемся угодить именно зрителю "Юности".

Интересно другое. "Воронежоблкинофонд" за время своего существования собрал огромное количество фильмов. Когда появился коммерческий прокат, их стало сложно хранить. Надо было разделить фонд на коммерческий и некоммерческий. Коллектив "Юности" обратился в "Воронежоблкинофонд" с просьбой отдать нам некоммерческие фильмы, чтобы разместить их в кинотеатре и продлить жизнь кинокартинам.

Корр. Это непросто было сделать. Значит,

Е. Гудошникова (справа) со своим заместителем А. Немченко



вы вовремя спохватились, похлопотали и получили то, что хотели?

Е.Г. Да. Безусловно, помогло руководство “Кинофонда”. Еще бы чуть-чуть — и от фильмофонда могло ничего не остаться. Это ведь не так просто: захотели и взяли. Для хранения огромного количества картин нужно большое помещение, определенный штат работников, чтобы грамотно ухаживать за фильмокопиями. Наш кинотеатр работает с этим фондом, только нами он и востребован по-настоящему.

Корр. А новые поступления есть? Как они попадают к вам?

Е.Г. С руководителями “Кинофонда” мы составили договор, по которому все новые фильмы после отработки в городе и области поступают к нам. Таким образом, фонд постоянно пополняется и сегодня насчитывает около 700 названий, в том числе около 200 неигровых лент. К сожалению, неигровые ленты у нас почти не пользуются спросом. Но я уверена, что и они дождутся своего часа: лет через 10-15 некоторым фильмам, которые хранятся у нас, не будет цены.

Корр. Я знаю, что раньше у вас велась клубная работа. Сейчас многое изменилось и в жизни, и в работе, и в традициях. А у вас все по-прежнему?

Е.Г. Да, у нас и сейчас есть киноклубы. В “Юности” всегда существовала система киноабонементов, которые по-разному назывались: “Экран трудного кино”, “Экран хорошего кино”, “Контрасты зарубежного кино”. Потом возникли разного рода сложности и мы решили создать свой киноклуб (ему уже три года). В нем небольшое количество людей, причем пожилых, и называется он “Ностальгия”. Киноклуб собирается два раза в месяц, он действительно стал отражением настроения определенной части публики.

Присоединился к нам киноклуб “Панорама” (ранее он был при заводе им. В.И. Ленина). Мы сначала хотели соединить два клуба. Но оказалось, что по интересам и своей направленности они совершенно разные. Теперь оба при кинотеатре “Юность”. Это все, что касается клубной работы, и

хотя она невелика, но на сегодняшний день это максимум того, что мы можем сделать.

Я счастлива, что именно эту часть зрителей мы не потеряли, и стараемся для них сохранить хоть какое-то напоминание. Пусть отдаленное, о счастливых периодах прежней жизни.

Корр. А молодежь у вас бывает?

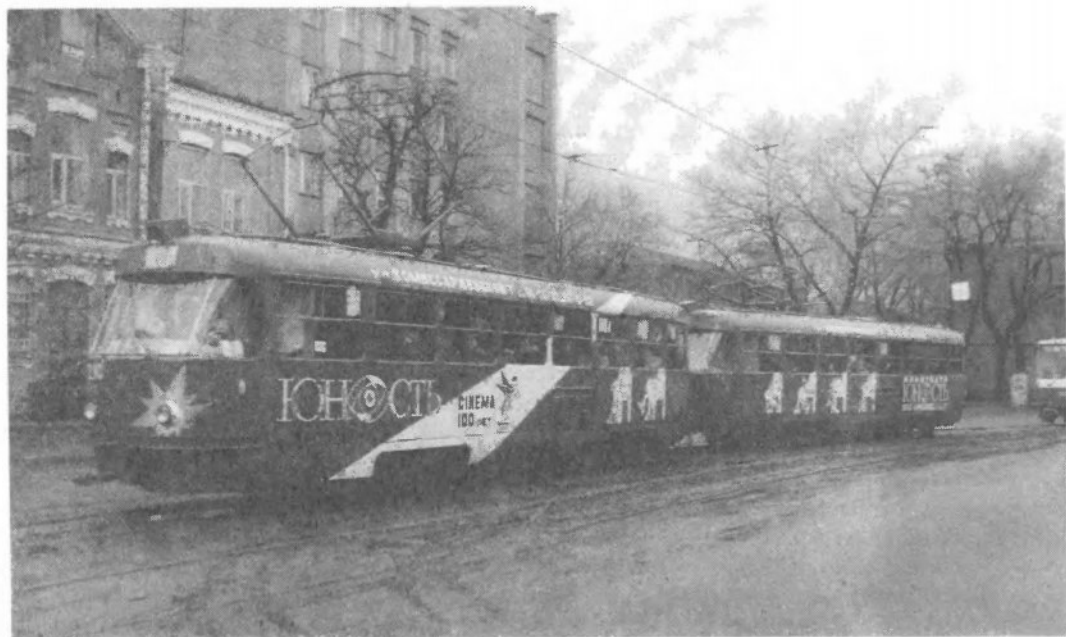
Е.Г. Да, постоянно. При кинотеатре создан молодежный Центр культуры АВИОТ — Ассоциация взаимодействия идей обширного творчества. Это молодые поэты, музыканты, художники, фотографы, объединенные своей невостребованностью. Они собираются у нас и устраивают мини-фестивали. Один из них — “Засада” продолжался два дня в Большом и Малом залах. Теперь такого рода фестивали будут проходить в кинотеатре два раза в месяц. Билеты продаются в кассе, может придти любой, возрастных ограничений нет.

Я полностью поддерживаю проведение таких акций. Здесь мы убиваем как бы двух зайцев: помогаем молодежи, предоставляем фильмы по нужной тематике, настроению, а члены АВИОТа устраивают выставки, вернисажи, организуют на профессиональном уровне концерты. Хотим составить программу, рассчитанную на год. Конечно, на все это нужны деньги. Вместе мы и зарабатываем понемножку.

Корр. Скажите, а цены на кинобилеты и остальные мероприятия, наверное, высокие? Деньги-то у вас есть? Вы же все время занимаетесь благотворительностью, проводите бесплатные сеансы для пенсионеров, школьников и пр.?

Е.Г. Денег нет, а цены — низкие. Льготный билет стоит 1 тыс. руб., обычный — 1,5 тыс. руб. И мы не планируем повышать их стоимость, хотя остальные кинотеатры изменили цену билета до 2000 руб. Мы этого делать не будем, потому что знаем, что к нам приходят интеллектуалы-студенты и ищущие пенсионеры. Но именно эта часть зрителей, преданных кино, нам очень дорога.

А что касается материального состояния, могу сказать, что наши финансовые дела настолько плохи, что каким-то количеством бесплатных сеансов мы себя не по-



Мы едем в "Юность"...

губим. Но если отлучим от кинотеатра зрителей, вернуть их в зал потом будет трудно. Кто знает, сегодняшний студент, может быть, завтра станет миллиардером и вспомнит свою привычку ходить в "Юность".

Корр. Я не раскрою тайны, если скажу, что сейчас многие помещения в кинотеатрах (хорошо, что еще не залы!) сдаются в аренду под офисы, рестораны, склады и т.д. Из кинотеатров выветривается дух искусства, становится грустно и тоскливо. Не так ли?

Е.Г. У нас, слава Богу, весело! Я заметила на примере нескольких кинотеатров, как из них уходит жизнь. Дело не в деньгах, не в интэрьере. Жизнь уходит... Ощущается какое-то запустение, и это печально. Мне в любом случае хочется сохранить в нашем кинотеатре дыхание жизни.

Мы дали себе слово не пускать никого из дельцов игорного бизнеса, ресторанов, баров и прочих такого рода структур. Хотя арендаторы у нас есть. Но они совершенно особые. Помните, я говорила о людях, которые помогли нам восстановить Малый зал.

Вот они и есть наши арендаторы. Думаю, наш союз надолго, потому что это умные люди, заинтересованные не столько в помещении, как таковом, сколько в кинотеатре, как культурном учреждении. Скажу более того, хотя они не очень богатые предприниматели, но иногда помогают нам, покупают фильмы. Я все мечтала приобрести "Любовь" В. Тодоровского, но цены... А арендаторы подарили нам эту "Любовь". Теперь картина — наша собственность. Мы время от времени показываем ее на экране, а один раз — даже по местному телевидению. И это не единственный подарок.

Корр. Я слышала, что у вас в основном идут отечественные фильмы, почти нет зарубежных, и вы хотите стать кинотеатром российского фильма. Так ли?

Е.Г. Мы стараемся демонстрировать лучшие отечественные картины. Но где их взять в нужном количестве? Почти не берем американскую дешевку, но иногда приходится, жить-то надо. В процентном отношении на нашем экране их очень мало. Идут в основном лучшие европейские кар-

тины, особенно французские. Мы мечтаем стать кинотеатром “Европа-синема”.

Корр. Вы выдерживаете их требования?

Е.Г. Уже третий год. У них единственное условие: квота 50% европейских фильмов. В прошлом году у нас было показано 70% европейских фильмов, а в этом году — 50%. Мы подходим по всем параметрам: центральный кинотеатр, два зала, есть своя публика, свои традиции.

Мы стремимся к тому, чтобы европейское кино имело экранное пространство. Недавно прошла ретроспектива фильмов Ф. Феллини. Зал был заполнен полностью. У нас это не впервые: ежегодно в ноябре мы проводим ретроспективу фильмов Ф. Феллини, и всегда аншлаги! Каждый год в апреле с 4-го по 10-е у нас проходит ретроспектива фильмов А. Тарковского, посвященная дню его рождения. Коллектив всегда радуется этому: найдутся деньги и на зарплату.

Корр. Большой коллектив в кинотеатре?

Е.Г. Штат очень большой. Иначе невозможно, режим работы — с 10.00 утра, обслуживаем два зала. Вместе с бюро киноперемещений у нас работает 50 человек. Киномехаников — 7, у них скользящий график.

Корр. Довольны ли работники?

Е.Г. При наших минимальных зарплатах трудно найти довольных, но не уходят. Мы пытаемся как-то помогать своим сотрудникам, понимая, что у киномехаников, например, не самые лучшие условия труда.

Корр. Помимо кинофильмов, чем вы еще привлекаете зрителей? Работает ли в кинотеатре буфет?

Е.Г. Буфета нет. Это наше больное место. Насколько хорошо в кинотеатре, настолько портит его буфет! Как только он у нас появляется, моментально возникает распивочная площадка с мордобоем. Выгоняем одних, приходят другие, и все сначала! У нас не получается организовать недорогой молочный бар, который устраивал бы наших посетителей, СЭС не разрешает жарить блины и печь пироги — люди могут отравиться! А вот пиво, вино, сигареты — это, пожалуйста, всегда можно!

Корр. Ну, хорошо, буфет — важная проб-

лема, но не главная. А что вас больше всего беспокоит? Есть проблемы?

Е.Г. Несмотря на весь наш оптимизм, проблем у нас очень много. Одна из основных — крыша едет. В прямом смысле. Четыре года не можем починить крышу кинотеатра “Юность”.

Корр. Почему вы должны этим заниматься? А где местная власть?

Е.Г. Мы неоднократно обращались в местные органы по этому вопросу письменно. Ходить туда уже перестали. В первом письме просили на ремонт крыши 70 млн руб. Ответа нет. Во втором письме — 50 млн руб. Ответа нет. Тогда написали третьим, просили уже — 5 млн руб. Ответа все равно нет, хотя некоторые представители местной власти — очень приятные люди. Они приходят в наш кинотеатр, мило улыбаются, но денег не дают. Их нет.

Да и не только в крыше дело. Большой зал нуждается в ремонте. Витражи надо реставрировать. Фасад необходимо обновить. Киноаппаратуру менять. В Малом зале стоит 23КПК, достаточно новая установка по сроку эксплуатации. А вот в Большом зале она работает уже лет 30, со дня открытия. То, что еще работает, — заслуга наших инженеров и киномехаников. Правда и неправда добываем запчасти. У нас есть небольшой запас ксеноновых ламп, знали бы, что так получится, запаслись бы... Как, например, с кинобилетами. У нас их лет на 15 припасено, знай, штампуй новые даты и цены. Зато голова о них не болит...

Корр. Не секрет, что вместе с возникновением рыночных отношений появляется конкуренция. Вы сталкиваетесь с этим явлением? Ощущаете на себе?

Е.Г. У нас соперников нет. И хотя в 700 метрах от “Юности” находится мощнейший кинотеатр “Пролетарий”, я не ощущаю его своим конкурентом. Мы как-то давно разделили зрителей. Их зрители не ходят к нам, а наши — не пойдут к ним. В “Пролетарии” тусуются, как сейчас говорят, бодрые мальчишки и веселые девочки. Там демонстрируются американские ленты. Вкусы у нас разные!

На одном пяточке с нами находится кинотеатр "Спартак". У него свой имидж. Там очень любят ходить старички, там часто идут мелодрамы, комедии, индийские картины.

Все три кинотеатра находятся рядом друг с другом. Конечно, это несправедливо. Остальные разбросаны по всему городу. Так, в густонаселенной Северной части города стоит великолепный трехзальный кинотеатр, уютный, но именно стоит, в нем пусто. Почему? Не понимаю. И в то же время у нас есть небольшой кинотеатр "Старт", находится он "у черта на куличках". Чистенький, хорошенький, прекрасно работает. Вот там есть живой дух!

Так что у нас соперников в городе нет.

Ту работу, которую мы ведем, больше не делает никто. Мы единственные. У "Пролетария" тоже соперников нет, он действительно мощный кинотеатр. С кем соревноваться? У каждого свой стиль, своя публика.

И потом мы, директора кинотеатров, очень хорошо контактируем друг с другом. Это заслуга "Воронежоблкинофонда", потому что именно он нас объединяет. Мы имеем возможность раз в неделю видаться друг с другом, зачастую вместе решаем общие проблемы. Поэтому у нас сохраняется атмосфера доброжелательности.

Корр. Елена Яковлевна, спасибо Вам за беседу. Желаю успехов!



Информация

XXV Межгосударственный

Юбилейным можно было бы назвать прошедший с 25-го по 30-е сентября в Москве в киноконцертном комплексе "Измайлово" очередной кинорынок — как-никак XXV. Правда, никаких торжеств по этому случаю не проходило, и ничем особенным юбилейный не отличался от предыдущих. Шла, как всегда, будничная работа по оформлению договоров и контрактов, в двух просмотровых залах демонстрировались фильмы. Да и надо ли мерить рабочий характер кинорынка мерками какого-то увеселительного мероприятия? Другая, как говорится, жизнь да и другие задачи.

На XXV кинорынке было аккредитовано 400 участников, представляющих интересы 240 киноорганизаций из Азербайджана, Белоруссии, Молдовы, Литвы, Латвии, Эстонии, Украины, Узбекистана и, конечно же, России.

День российского кино с обязательными премьерными самыми новыми фильмами становится (вернее, стал) хорошей традицией межгосударственных кинорынков. В

этот раз были показаны "Дачники" молодого режиссера Сергея Урсуляка, дебютировавшего недавно "Русским рэгтаймом"; салонный детектив из жизни красавца-миллионера начала века "Черная вуаль" опытного мастера Александра Прошкина; "Приют комедиантов" сценариста и режиссера Александра Александрова. Честь открытия кинорынка была оказана лирической комедии "Орел и решка" знаменитого, любимого зрителями и дистрибьюторами Георгия Данелии.

Давно известно, что режиссеры и актеры побаиваются такого зрителя, как прокатчик, считая его трудной аудиторией, которую не так-то легко раскатать на непосредственное восприятие, на смех. Однако во время показа "Орла и решки" зал дружно смеялся. И нельзя не согласиться с корреспондентом одной из московских газет, написавшим, что "в эпоху чернухи и торжества злобы Данелия по-прежнему стремится хотя бы на полтора часа отвести зрителя от ужасов современности и пере-



Кадры из фильма "Приют комедиантов"

нести в мир, где царит смех, добро и справедливость".

Еще и тем желанно для прокатчиков отечественное кино, что в нем зрители могут увидеть любимых актеров: Ирину Розанову, Ирину Метлицкую, Александра Абдулова, Татьяну Васильеву, Сергея Маковецкого, Владимира Ильина ("Черная вуаль"), Олега Басилашвили, Леонида Ярмольника, Станислава Говорухина ("Орел и решка") и блистательный дуэт Лидии Смирновой и Константина Воинова в "Приюте комедиантов".

В этой связи хочется отметить картину молодого режиссера из Екатеринбурга Дмитрия Васильева "Домовик и кружевница". Это добрая современная сказка про десятилетнего мальчишку, ставшего сиротой при живых родителях, которые зарабатывают "зеленые" в далекой Бразилии. Как и положено сказке, в картине добро и зло противостоят друг другу, есть в ней домовые и привидения, и мудрая добрая волшебница бабушка Акулина, прекрасная мастерица-кружевница. В этой роли, последней в ее жизни, снялась Майя Булгакова.

Коль скоро мы заговорили о потерях, нельзя не вспомнить трагически погибшую летом этого года Татьяну Таратуту — основателя Ялтинского кинорынка, президента фирмы "Санта-К". Ее память почтили во время работы XXV кинорынка многочисленные друзья и соратники этой удивительно красивой и умной женщины.

Как правило, на каждом кинорынке определяется свой хит — фильм, который пользуется у прокатчиков огромным спросом. На сей раз ярко выраженного лидера не оказалось, если не считать фильм американского режиссера А.С. Соммерса "Книга джунглей". Это версия знаменитого "Маугли" Киплинга для взрослых — история о молодом человеке, повелителе джунглей, который остается чужим для мира людей. И только любовь меняет его жизнь.

Не обошли молчанием работу XXV межгосударственного кинорынка представители пишущей и снимающей прессы. В разных республиканских и городских газетах опубликованы отчеты о нем, а по телеканалам прошли информационные сюжеты.

М. ФРИДМАН

Школа киноменеджера

Справочный минимум предпринимателя

ТАМОЖЕННАЯ ПОШЛИНА — денежный сбор налогового характера, взимаемый государством через таможенные учреждения при пересечении товара, ценностей и имущества через границу страны.

Размер пошлин определяется *таможенными тарифами*, которые содержат систематизированный перечень товаров и ставок пошлин.

По видам таможенных пошлин различают: *максимальные* (применяются, как правило, по отношению к товарам стран, с которыми нет торговых договоров и соглашений), *минимальные* (используются по отношению к товарам стран, с которыми установлен режим наибольшего благоприятствования), *преференциальные* (ими облагается импорт товаров из развивающихся стран).

По методам взимания различают таможенные пошлины: *адвалорные* (взимаются в процентах от цены товара), *специфические* (взимаются в виде определенной суммы с веса, объема, длины, поштучно), *смешанные* (товар одновременно облагается и адвалорной и специфической пошлинами).

ТЕНДЕР — проводимые в конкурсной форме торги с целью размещения заказов на закупку оборудования, привлечения подрядчиков для сооружения комплектных объектов, оказания инжиниринговых услуг и др.

ТОВАРНЫЙ ЗНАК — обозначение, отличающее продукцию одних товаропроизводителей от однородных товаров других товаропроизводителей. Товарный знак может быть зарегистрирован на имя юридического лица или гражданина, занимающегося предпринимательством, о чем выдается свидетельство.

Виды товарных знаков: словесные, изобразительные, объемные, музыкальные и т.д. Товарный знак может быть уступлен владельцем другой стороне в отношении

всех или части товаров, а также передан по лицензионному соглашению.

Знак обслуживания используется для идентификации услуг как товара.

Товарный знак не может содержать в качестве своих элементов государственную символику, официальные названия, а также описание товарных свойств изделий, т.к. они не являются предметом исключительной собственности и др.

ТОРГОВЫЙ ДОМ — крупное посредническое торгово-сбытовое предприятие, которое, кроме совершения оптовых торговых сделок по широкой номенклатуре товаров, выступает также как брокер в биржевой торговле, участвует в кредитно-финансовых операциях, представляет интересы крупных производителей на внешнем рынке.

ТРУДОВОЙ КОНТРАКТ (ДОГОВОР) — имеющий юридическую силу договор, заключаемый между работодателем (предприятием) и его работником в письменном виде с целью определения индивидуальных условий трудовой деятельности, установления дополнительной ответственности за исполнение обязанностей сторонами, обеспечения эффективного использования трудового потенциала работника, его творческих способностей, профессиональных навыков. В контракте обязательно оговаривается срок его действия, по истечении которого он может быть продлен на прежних или новых условиях или расторгнут. Структура трудового контракта: общие положения, обязанности работника, обязанности работодателя, оплата труда, режим рабочего времени, время и периодичность отдыха, социальное обеспечение, ответственность сторон за неисполнение обязанностей по контракту, срок его действия.

ТРАНСФЕРТ — 1) перевод иностранной валюты или золота из одного государства в другое; 2) перевод денежных средств со

счета на счет; 3) передача прав владения ценными бумагами одним лицом другому; 4) выплаты населению или предприятиям, осуществляемые из государственного бюджета и не представляющие собой компенсацию за оказываемые государству текущую трудовую или производственную деятельность.

ТРАНСФЕРТНЫЕ (ВНУТРИФИРМЕННЫЕ) ЦЕНЫ — цены, используемые для расчетов за поставки товаров в рамках транснациональных корпораций или подразделений предприятия, находящихся в разных странах или между материнским предприятием и его филиалами, дочерними предприятиями. Сведения об уровне таких цен считаются *коммерческой тайной*.

ТРАСТ-ОПЕРАЦИИ — доверительные операции имущественного характера, осуществляемые для клиентов и от их имени траст-компаниями или банками.

К *траст-операциям* относятся: исполнение полномочий в отношении наследования, временное управление имуществом, операции с ценными бумагами, страховые действия, хранение и передача ценностей, раздел имущества (в т.ч. предприятий-банкротов), управление пенсионными фондами и т.д.

ТРЕТЕЙСКИЙ СУД — суд доверия, учреждаемый юристами-профессионалами высокого класса. Полностью независим от государства и предпринимательских структур орган.

Обращение к третейскому суду происходит, когда возникает спор между двумя или несколькими хозяйственными субъектами, оговорившими в договоре, что конфликтные ситуации между ними будут разрешаться третьей стороной, которой они доверяют.

Третейские суды могут создаваться для конкретных дел или действовать на постоянной основе.

Если одна из сторон договора не выполнит решение третейского суда, то другая сторона может обжаловать такие действия партнера в арбитражном суде.

УСТАВ ПРЕДПРИЯТИЯ — имеющий юридическую силу официально зарегист-

рированный документ, принятый учредителями, определяющий организационно-правовую форму предприятия, цели, основные виды и сферы деятельности, органы управления, порядок образования, размер имущества и уставного капитала (фонда), состав учредителей, порядок распределения прибыли, условия ликвидации и порядок реорганизации предприятия, а также иные условия функционирования предприятия.

УСТАВНОЙ КАПИТАЛ — минимальная сумма основного капитала акционерного общества, установленная в учредительском договоре. Уставной капитал — основной источник собственных средств, из которых формируются основные и оборотные средства.

Образуется путем распределения акций между учредителями (акционерное общество закрытого типа) или проведением публичной подписки на акции (акционерное общество открытого типа).

В предприятиях, не являющихся акционерными обществами, создается *уставной фонд*.

УЧЕТ ВЕКСЕЛЯ — досрочная выплата векселедержателю обозначенной в векселе суммы (за вычетом учетного процента и банковской комиссии). С наступлением срока платежа вексель к оплате предъявляет сам банк.

УЧЕТНЫЙ ПРОЦЕНТ — определенный процент, взимаемый банками при учете векселей до наступления срока платежа.

При этом банк выплачивает предъявителю векселя его номинальную стоимость за вычетом платы за банковский кредит и комиссию.

ФАКТОРИНГ — разновидность посреднической финансовой деятельности банка или специализированной финансовой организации (*факторинговой компании*) и краткосрочного кредитования, включающая взыскание дебиторской задолженности клиента, освобождение его от кредитных рисков, а следовательно, и от издержек по страхованию кредита.

В основе факторинга лежит покупка факторинговой компанией или банком счетов-

фактур клиента на условиях немедленной оплаты до 80 процентов стоимости отфактурованных поставок и уплаты остальной части в строго установленные сроки независимо от того, поступают ли к этому времени деньги от должника.

Стоимость такой формы кредитования клиента включает, кроме процента за пользование кредитом, также комиссию за бухгалтерское обслуживание, инкассирование долга и другие услуги.

ФЕДЕРАЛЬНОЕ КАЗНАЧЕЙСТВО — единая государственная централизованная система, обеспечивающая контроль за исполнением республиканского бюджета, прогнозирование объемов государственных финансовых ресурсов, управление и обслуживание государственного внутреннего и внешнего долга.

Органы федерального казначейства имеют право проводить на предприятиях проверки состояния учета и отчетности, получать необходимые сведения от банков о состоянии счетов и приостанавливать операции по счетам предприятий, использования средств республиканского бюджета, налагать штрафные санкции.

ФИНАНСОВЫЕ РИСКИ — вероятность наступления ущерба в виде потерь денежных сумм (денежных фондов) или их недополучения в результате проведения каких-либо операций в финансово-кредитной и биржевой сферах.

Основные виды страхования финансовых рисков: страхование кредитов, страхование косвенных рисков, страхование биржевых рисков, страхование рисков неправомерного применения финансовых санкций.

ФОРВАРД — биржевая сделка на реальный товар (валюту, ценные бумаги) с обязательством поставки через определенный срок. Так как за это время котировки на товар могут измениться, цены сделок форвард устанавливаются с поправками, учитывающими возможную динамику цен сделок спот.

ФОРС-МАЖОР — непредсказуемые, непредотвратимые и непреодолимые обстоятельства, находящиеся вне контроля

партнеров по договору, могущие воспрепятствовать его исполнению.

К таким обстоятельствам обычно относятся стихийные бедствия, землетрясения, наводнения, ураганы, пожары, эпидемии, военные действия, забастовки и правительственные меры, ограничивающие исполнение договорных обязательств.

При наступлении форс-мажора исполнение договора может быть без каких-либо санкций по отношению к пострадавшей стороне приостановлено на время действия и ликвидации их последствий.

ФОРФЕТИРОВАНИЕ — кредитование экспорта кредитно-финансовым учреждением в форме покупки у экспортера векселей и других долговых требований, акцептованных импортером. Как правило, условием покупки векселей служит гарантия платежа по обязательствам импортера, полученная от надежного банка-гаранта.

Форфетирование используется при поставках машин и оборудования на крупные суммы с длительной рассрочкой платежа (до 5-7 лет).

ФРАХТ — стоимость транспортировки и форма оплаты морской (речной) перевозки грузов, пассажиров, либо иной формы использования судов, устанавливаемого по соглашению между судовладельцем (*перевозчиком*) и нанимателем (*фрахтователем*).

Выплачиваемая фрахтователем сумма устанавливается по соглашению сторон для каждой конкретной сделки в виде фрахтовой ставки, которая обычно устанавливается из расчета одного порта погрузки и одного порта выгрузки.

ФЬЮЧЕРС — срочная биржевая сделка, предусматривающая уплату денежной суммы за товар или ценные бумаги через определенный срок по обусловленной цене.

Как правило, фьючерс состоит из двух этапов: первый этап — покупка или продажа товаров (приобретение или продажа фьючерса), второй этап — обратная операция (офсет), совершаемая по продаже или покупке товаров.

Целью такой сделки является получение разницы в ценах товаров или курсах цен-

ных бумаг, возникающей к сроку завершения сделки.

Фьючерс может использоваться для страхования от коммерческих и валютных рисков по внешнеторговым и иным контрактам.

ХОЛДИНГОВАЯ КОМПАНИЯ — предприятие, созданное с целью осуществления финансового контроля и управления деятельностью дочерних предприятий за счет владения контрольным пакетом их акций.

ЦЕННАЯ БУМАГА — денежный документ, удостоверяющий имущественное право или отношения займа владельца документа по отношению лицу, выпустившему такой документ. Ценные бумаги могут существовать в форме обособленных документов или записей на счетах.

К ценным бумагам не относятся документы, подтверждающие получение банковского кредита, внесение сумм на депозиты в банках (за исключением депозитивных сертификатов банков), долговые расписки, завешания, лотерейные билеты и страховые полисы.

Виды ценных бумаг: акции акционерных обществ, облигации, государственные долговые обязательства, производные ценные бумаги (опционы, варранты и др.).

ЦЕНА — денежное выражение стоимости товара. Существуют следующие основные виды публикуемых и рассчитываемых цен: *справочные цены* — в основном цены продавца или усредненные цены по фактическим сделкам, публикуемые в печати, специальных бюллетенях и экспортных прейскурантах; *базисные цены* — устанавливаются соглашениями или прейскурантами на товары, выпускаемые серийно, соглашениями или прейскурантами на товары, выпускаемые серийно, или на товары наиболее известных марок; *договорные цены* — устанавливаются в договорном порядке между продавцом и покупателем.

На практике также используются цены: трансфертные, аукционные, биржевые котировки, оптовые, розничные.

ЧАРТЕР — форма арендного договора (контракта на перевозку), по которому морское, речное или воздушное судно предоставляется *фрахтователю* вместе с эки-

пажем за плату для выполнения той или иной перевозки на определенный рейс или срок.

Конкретные финансовые условия чартерных рейсов определяются по договоренности сторон.

ЧАСТНОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ — предприятие, принадлежащее гражданину на правах собственности или членам его семьи на правах общей долевой собственности (если иное не предусмотрено договором между ними) и зарегистрированное в установленном порядке.

Частное предприятие может быть образовано в результате приобретения гражданином государственного или муниципального предприятия.

ЧЕК — документ установленной формы, содержащий письменное поручение *чекодателя* (лица, выписавшего чек) *плательщику* (банку или иному кредитному учреждению, получившему лицензию на совершение банковских операций и производящему платеж по предъявленному чеку) произвести платеж *чекодержателю* (владельцу выписанного чека).

ЭЛАСТИЧНЫЙ СПРОС — спрос, имеющий тенденцию меняться в зависимости от незначительных колебаний цены.

Спрос является *неэластичным*, если даже значительное изменение цены не оказывает существенного влияния на величину спроса.

ЭМИТЕНТ — государство, орган местной администрации, финансово-кредитное учреждение, предприятие или иное юридическое лицо, зарегистрированное на территории государства, осуществляющее *эмиссию* денег или ценных бумаг.

ЮРИДИЧЕСКОЕ ЛИЦО — зарегистрированное в соответствии с законодательством страны его настоящего местопребывания предприятие, имеющее в собственности, полном хозяйственном ведении или оперативном управлении обособленное имущество и отвечающее этим имуществом по своим обязательствам, выступающее в суде, арбитражном суде и третейском суде от своего имени. Юридические лица могут иметь имущественные и неимущественные права и обязанности.

Повышение квалификации

Кинопроектор 23КПК-3

Я. ПОЛЕЩУК

Принцип работы лентопротяжного тракта

Выше мы рассмотрели назначение и работу фильмового канала, который обеспечивает фиксацию проецируемого на экран кадра киноленты. Однако совершенно очевидно, что одного только фиксирующего киноленту узла для получения высокой по качеству и длительной по времени кинопроекции недостаточно.

Как известно, принцип любого способа фиксации и последующего воспроизведения движущегося изображения, в том числе и кинопроекции, заключается в “разложении” движения на элементарные его фазы с последующим их сепарированным во времени воспроизведением на экране. При этом специальными техническими ухищрениями добиваются у зрителя ощущения показа непрерывного действия, хотя на самом деле современные технические средства кино и телевидения могут предложить ему лишь показ отдельных фаз движения снятых объектов. А с помощью очень быстрого их чередования и искусственного повышения частоты дискретизации воздействия изображения с экрана на глазной (а вместе с тем и мозговой) аппарат зрителя достичь этого становится делом вполне несложным.

Кадры киноленты и есть те самые отдельно запечатленные фазы движения объектов съемки. На киноплёнке таких кадров очень много (за каждую секунду их сменяется 24), и они располагаются вертикально* один под другим в пределах всей

длины сюжетной части кинофильма. Совершенно очевидно, что необходимо обеспечить последовательное проецирование на киноэкран следующих друг за другом кинокадров с постоянной строго нормируемой всеми международными стандартами частотой и точностью.

Существует несколько способов кинопроекции. Все они основаны на принципе перемещения зафиксированной в пространстве киноплёнки с кадрами против кадрового окна фильмового канала. Так, например, существует способ кинопроекции с непрерывным (равномерным) движением киноленты, при котором устройством, выделяющим и направляющим на киноэкран изображение отдельных кадров (фаз движения), служит установленная после фильмового канала, но до объектива стеклянная призма с полированными гранями, изготовленная из особого сорта стекла. Такая система во многом сложна и достаточно несовершенна, поэтому и не получила широкого распространения в массовых кинопроекторах.

При способе с прерывистым движением киноплёнки в фильмовом канале кинопроектора каждый кадр киноленты устанавливается против кадрового окна и остается в неподвижном положении в течение некоторого промежутка времени, при этом кадр просвечивается на экран (проецируется), после чего сменяется следующим. В моменты смены кадров (протягивания киноленты от кадра к кадру) доступ света к кадровому окну перекрывается специальной вращающейся заслонкой со светонепроницаемыми секторами — *обтюратором*, благодаря чему на киноэкране не происходит “смазывания” изображения (обтюратор, кроме того, обеспечивает достижение необходимого значения частоты мельканий света на экране, что делает их незаметными

Продолжение. Начало в № 6-11.

* В мире существуют системы и с горизонтальным расположением кадров на киноленте, например, в зарубежных киноаттракционах.

для глаз зрителей, а также, будучи установленным до кадрового окна, а не после него, снижает общий нагрев, а значит, и прогиб проецируемого в кадровом окне фильмового канала кинокадра. Такая система получила широкое распространение во всех массовых кинотеатральных проекторах, в том числе и в 23КПК-3. Однако и эта система не без недостатков. Так, при продергивании пленки увеличивается мгновенное давление на кромки межперфорационных перемычек, а значит, они разрушаются быстрее, нежели чем при эксплуатации фильмокопии на кинопроекционном аппарате с непрерывным движением кинопленки, что особенно дает себя знать, если она изготовлена на триацетатной основе. Нельзя назвать идеальной и точность кадровмен. Такой принцип кинопроекции существенно снижает световые потери в сравнении с системой со стеклянной призмой, что в условиях кинотеатральной практики является порой определяющим фактором применения той или иной системы кинопроекции.

После фильмового канала 7 (см. рис. 6 в № 7 журнала за этот год, стр. 23) кинолента оказывается на скачковом зубчатом барабане 9, который обеспечивает прерывистое ее продвижение через расположенный выше до него по ходу движения киноленты фильмовый канал. На вид такое движение киноленты происходит как бы скачкообразно (поскольку для достижения эффективности работы кинематографической системы с фазовым разложением движения требуется очень быстрая по времени кадровмена), откуда и такое название этого зубчатого барабана — скачковый. Он установлен в кинопроекторе 23КПК-3 на специальном валу передаточного механизма, который передает вращательное движение барабану не непосредственно от электродвигателя, а через специальный механизм, преобразующий постоянное непрерывное вращательное движение в постоянное скачкообразное (прерывистое). В результате всего этого при работе кинопроектора, когда все остальные транспортирующие киноленту зубчатые барабаны вращаются не-

прерывно, скачковый зубчатый барабан вращается прерывисто. Но усредненная во времени линейная скорость прерывистого продвижения киноленты, естественно, совпадает по величине с линейной скоростью транспортирования киноленты остальными зубчатыми барабанами. То же можно сказать и об угловой скорости вращения упомянутых зубчатых барабанов, поскольку при разной их конструкции и способах закрепления на валу все они, однако, имеют одинаковое количество зубьев в своих зубчатых венцах, одинаковый в размере диаметр опорных поясков и одинаковые два шага зубьев (продольный и поперечный) в обоих зубчатых венцах.

Скачковый зубчатый барабан располагается в кинопроекторах КПТ и 23КПК всех моделей и лет выпуска под фильмовым каналом, в непосредственной близости от последнего. Поэтому транспортируемая кинолента из фильмового канала сразу же попадает на опорные пояски скачкового зубчатого барабана. Никакой петли между фильмовым каналом и скачковым зубчатым барабаном в нормальных условиях работы исправного кинопроектора быть не должно, поскольку на этом участке сила натяжения киноленты равна 2...3 Н (в зависимости от того, новый это кинопроектор или же уже работавший некоторое время). Скачковый зубчатый барабан, преодолевая силу трения в фильмовом канале, вытягивает из него киноленту, чем и достигается ее скачкообразное продвижение строго на величину 19 мм (шаг кадра стандартной 35-мм фильмокопии по четырехперфорационной системе).

В связи с этим обстоятельством уместно упомянуть, что для того, чтобы детали направляющей и прижимных полозков фильмового канала не изнашивались в нижней части особенно активно, полозки не отжимались бы вправо-влево, создавая помехи устойчивости проецируемого кинокадра относительно границ кадрового окна, а кинолента получала бы наименьший износ на истирание перфорационных дорожек, необходимо, чтобы выходящая из фильмового канала кинолента, в котором она зажа-

та, ложилась бы на опорные пояски скачкового зубчатого барабана по касательной. О том, как этого добиться на практике, мы расскажем в будущих номерах нашего журнала, посвященных наладке лентопро-тяжного тракта кинопроектора. Сейчас же лишь отметим, что для этого необходимо правильно выставить сначала мальтийский механизм, а уже потом и сам фильмoвый канал.

В кинопроекторе 23КПК-3 применен двухвенцовый 16-зубый скачковый барабан, который унифицирован со всеми остальными отечественными кинопроекторами. Исключение составляют кинопроекторы типа 35КСА "Мир", скачковый зубчатый барабан которых рассчитан на установку на вал диаметром 10 мм, а не 8 мм, как во всех остальных.

Вращающийся на валу 1 (рис. 12) скачковый зубчатый барабан 2 кинопроектора 23КПК-3, так же, как и вытягивающий с верхней подающей бобины киноленту тя-

нущий зубчатый барабан непрерывного вращения, является тянущим, поскольку набегающая на опорные пояски скачкового зубчатого барабана ветвь киноленты 3 натянута (за счет действия отмеченной выше силы трения в фильмoвом канале), а сбегающая — абсолютно свободна, так как между скачковым зубчатым барабаном и расположенным далее по ходу движения киноленты успокаивающим зубчатым барабаном имеется свободно вибрирующая петля.

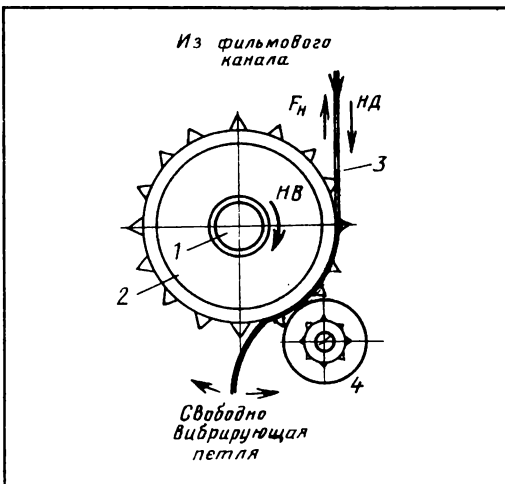
В 23КПК-3 скачковый зубчатый барабан вращается по часовой стрелке, а кинолента набегае на него справа сверху. Зубья скачкового зубчатого барабана, как и тянущего, контактируют с рабочей (нижней на рис. 12) кромкой каждой межперфорационной перемычки. Профиль зубьев скачкового барабана, как и всех других зубчатых барабанов кинопроекторов — укороченная эвольвента.

Движение киноленты на участке "фильмовый канал — скачковый зубчатый барабан" вполне можно считать однородным. Разницей в движении, возникающей вследствие образования петли между двумя этими элементами из-за ничтожных при исправном и отрегулированном фильмoвом канале ее размерах, мы вполне оправданно можем пренебречь. Однако, если кинопроектор имеет дефекты, например, повышенное биение опорных поясков скачкового зубчатого барабана или неправильную установку фильмoвого канала, так поступить уже нельзя. Бесспорно, однако, что это — аварийная ситуация, приводящая к сильному ухудшению кинопроекции по показателю вертикальной устойчивости кадра относительно границ кадрового окна, что едва ли часто встречается.

До фильмoвого барабана имеются свободные петли киноленты для компенсации перехода ее движения из равномерного непрерывного в скачкообразное прерывистое. Происходит это следующим образом.

Тянущий зубчатый барабан 4 (см. рис. 6) вращается с равномерной скоростью. Аналогично вращается и успокаивающий зубчатый барабан 11, расположенный после

Рис. 12. Принцип работы скачкового зубчатого барабана кинопроектора 23КПК-3: 1 — вал, 2 — скачковый зубчатый барабан, 3 — кинолента, 4 — придерживающий ролик скачкового зубчатого барабана, F_n — сила натяжения киноленты, НВ — направление скачкообразного вращения вала с барабаном, НД — направление движения транспортируемой киноленты



скачкового. В момент, когда скачковый зубчатый барабан, установленный на валу механизма прерывистого движения киноленты, совершает рабочий ход, верхняя (между тянущим зубчатым барабаном и фильмовым каналом) петля киноленты уменьшается в размере, а нижняя (между скачковым и успокаивающим зубчатыми барабанами) — увеличивается. Во время транспортирования киноленты в фильмовом канале обтюратор своей так называемой “рабочей” лопастью перекрывает доступ светового потока к кадровому окну, что исключает вертикальное “смазывание” киноизображения на экране. После совершения рабочего хода скачковый зубчатый барабан останавливается, обтюратор открывает доступ света к кадру и происходит его просвечивание на экран. В это время тянущий и успокаивающий зубчатые барабаны, продолжая совершать непрерывное вращательное движение, восстанавливают первоначальные размеры петель: за счет вращения тянущего зубчатого барабана верхняя (перед фильмовым каналом) петля киноленты увеличивается, а нижняя (после скачкового зубчатого барабана) уменьшается. Таким образом, к началу следующего рабочего хода механизма прерывистого продвижения киноленты размеры петель киноленты успевают восстановиться до первоначальных. За отмеченное время обтюратор своей так называемой “холостой” лопастью (на деле лопасти обтюатора абсолютно одинаковые, но имеют различное функциональное назначение) успевают еще раз на некоторое время перекрыть, а затем и снова открыть доступ света от ксенонowego осветителя, удваивая таким образом частоту мельканий света на киноэкране с 24 до 48 в секунду (что гелает их практически незаметными для зрителей в кинозале); за счет этого также несколько снижается тепловое облучение просвечиваемого кинокадра (это способствует и меньшему его прогибу, вызванному тепловым облучением). Потом “рабочая” лопасть обтюатора вновь перекрывает доступ света на кадровое окно, и весь процесс повторяется сначала. Таких циклов происходит в секунду

— 24 (стандартизированная частота кинопроекции — 24 кадра/сек).

На вид петли до фильмового канала и после скачкового зубчатого барабана кажутся вибрирующими, поскольку их синхронно-синфазное уменьшение и увеличение происходит настолько быстро, что глаз человека, наблюдающего за работой кинопроектора, не успевает различать отмеченные повторяющиеся циклы работы.

Совершенно очевидно, что при зарядке лентопротяжного тракта кинопроектора 23КПК-3 фильмокопией размеры будущих свободно вибрирующих петель должны быть оставлены достаточными, иначе при включении электропривода перфорационный ряд киноплёнки может быть поврежден.

Вот почему установка правильного размера петель — дело очень важное и ответственное. Рассказывая о зарядке киноленты в лентопротяжный тракт кинопроектора 23КПК-3, мы уже отмечали, как быстро, правильно и точно выставить необходимые размеры отмеченных петель. Сейчас отметим лишь, что практикой эксплуатации кинопроекторов типа 23КПК установлено: размер верхней петли должен быть равен 5...6 кадрам, а нижней — 5...5,5 кадрам. Следует помнить, что чрезмерный размер петель так же плох, как и недостаточный; кинолента будет тереться о неподвижные части кинопроектора, для контакта с ней не предназначенные, что вызовет на киноленте потертости (сверхнормальный износ по поверхности), а при длительной по времени такой “работе” и слущивание лакокрасочного покрытия с неподвижных частей кинопроектора. Не забудьте, что поворот рукоятки механизма совмещения кадра с кадровым окном также воздействует на изменение размеров отмеченных петель (одна при этом увеличивается за счет другой). Особенную опасность может вызвать трение киноленты о неподвижно закрепленный на кинопроекционной головке кронштейн, в котором проходит вал рукоятки коррекции кадра.

Вернемся, однако, непосредственно к рассматриваемому скачковому зубчатому

барабану. Выше отмечалось, что он имеет много общего с остальными барабанами, установленными в тракте: одинаковые размеры опорных поясков, количество зубьев, материал изготовления, форма зубьев. Но немало и отличий.

Прежде всего унифицированный скачковый зубчатый барабан выполнен облегченным: шейка барабана и его торцы проточены и имеют меньшую толщину, чем у зубчатых барабанов непрерывного вращения (именно поэтому последние часто называют полнотельными). Такие меры приняты для того, чтобы уменьшить собственную инерционность скачкового зубчатого барабана, а значит, и нагрузку на механизм прерывистого продвижения киноленты, что продлевает срок его службы, позволяя тем самым добиться качественной (вертикально устойчивой) кинопроекции в течение длительного времени работы кинопроектора в киносети. Кроме того, скачковый зубчатый барабан крепится на валу стяжным винтом с гайкой или без нее (в последних выпусках), а не стопорным, как все остальные полнотельные зубчатые барабаны непрерывного вращения. Это позволяет добиться наименьшего собственного радиального биения скачкового зубчатого барабана, а значит, и уменьшения суммарного биения: диаметального — вала и радиального — скачкового барабана. А это, в свою очередь, также благоприятно сказывается на устойчивости проецируемых в фильмовом канале кадров относительно границ кадрового окна.

На рис. 13 приведены сравнительные углы охвата кинолентой опорных поясков тянущего (сверху) и скачкового (снизу) зубчатых барабанов. Угол охвата кинолентой первого, как мы уже имели возможность убедиться много выше, составляет порядка 180° . У скачкового же зубчатого барабана (как видно на рисунке) он не превышает 90° , то есть практически вдвое меньше. Скачковый зубчатый барабан также работает по принципу зацепления $t_b > t_p$, то есть как и тянущий. Вспоминая анализ работы любого зубчатого барабана в двух аспектах (фрикционное сцепление поверхно-

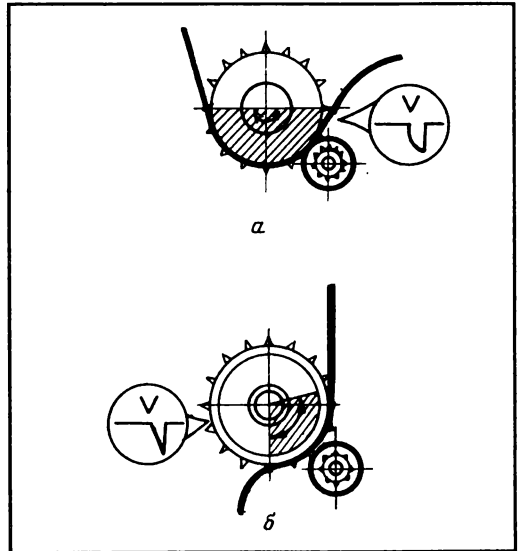


Рис. 13. Углы охвата кинолентой опорных поясков тянущего (а) и скачкового (б) зубчатых барабанов

сти опорных поясков с поверхностью киноленты и воздействие на перфорационный ряд киноленты зубьев венцов барабанов), отметим, что фрикционное сцепление поверхностей киноленты и опорных поясков для скачкового барабана вследствие малого угла охвата его кинолентой практически ничтожно, и им в принципе можно было бы и пренебречь.

Это сделано вполне намеренно. Дело в том, что отсутствие отмеченного фрикционного сцепления в сочетании с уменьшенным углом охвата (как причина первого) способствует изменению характера проскальзывания киноленты на зубчатом барабане (по причине разницы шагов зубьев и перфорации из-за усадки киноленты). Изменится и график реальной скорости киноленты на зубчатом барабане: “зубчики” на графике будут более острыми (см. изображение в круге на рис. 13).

Таким образом, неизбежное проскальзывание киноленты на опорных поясах скачкового зубчатого барабана практически не будет влиять на точность кадров (что также улучшает вертикальную устойчи-

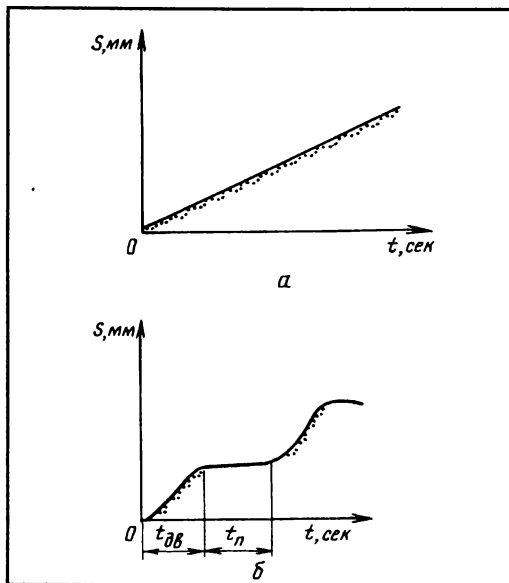


Рис. 14. Зависимость пути, пройденного кинолентой, от времени на тянувшем (а) и скачковом (б) зубчатых барабанах: $t_{дв}$ — время движения киноленты на скачковом зубчатом барабане, t_n — время покоя. Сплошной линией изображен идеальный график, пунктиром — реальный

вость кадра относительно границ кадрового окна).

На рис. 14 приведены сравнительные графики пути кинофильма на тянувшем (а) и скачковом (б) зубчатых барабанах, как функции времени. Функция $S=f(t)$ на верхнем графике в идеале представляет собой линейную зависимость. Пунктиром показан реальный путь, который проходит кинолента с учетом проскальзывания перфорационного ряда от зуба к зубу. Функция $S=f(t)$ для скачкового зубчатого барабана позволяет сделать вывод, что за время движения ($t_{дв}$) путь киноленты изменяется от 0 до максимального значения, равного шагу кадра (19 мм). Пунктиром показаны колебания пройденного пути из-за проскальзывания киноленты на опорных поясах скачкового зубчатого барабана из-за усадки.

Как видим, нарастание пути киноленты

за время транспортирования ее скачковым зубчатым барабаном неравномерно. В начале пути и в его конце (в пределах транспортирования на шаг кадра) движение кадра относится более плавно, перемещение кадра относительно границ кадрового окна и на киноэкране незаметно. Эта особенность учитывается при расчете обтюраторов, позволяя ввести некоторое “недокрытие” лопасти (так называемый “угол смазывания”).

На рис. 15 показано изменение скорости транспортирования киноленты скачковым зубчатым барабаном во времени. Как видно, скорость киноленты за время движения изменяется от 0 до максимума и от максимума до 0. Максимальное значение скорости киноленты — (в точке $t_{дв}$)². В первую половину пути движение киноленты в

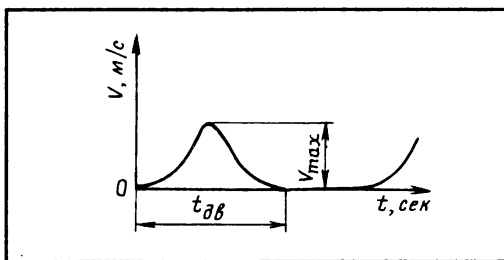


Рис. 15. Зависимость скорости транспортирования киноленты скачковым зубчатым барабаном от времени: $t_{дв}$ — время движения, V_{max} — максимальная скорость движения

фильмовом канале ускоренное, а во вторую половину — замедленное.

На рис. 16 приведена зависимость ускорения движения киноленты от времени при скачкообразном, прерывистом транспортировании ее скачковым зубчатым барабаном. Из графика видно, что ускорение движения киноленты за время протягивания ее на шаг кадра в первую половину пути имеет положительное значение, а во вторую — отрицательное.

Удержание киноленты на скачковом зубчатом барабане построено по такому же

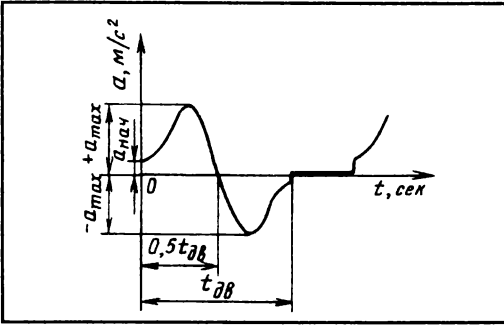


Рис. 16. Зависимость ускорения транспортирования киноленты скачковым зубчатым барабаном от времени: $t_{дв}$ — время движения, $a_{нач}$ — начальное ускорение, $+a_{max}$ — положительное максимальное ускорение, $-a_{max}$ — отрицательное максимальное ускорение

принципу, как и на других зубчатых барабанах, установленных в лентопротяжном тракте кинопроектора 23КПК-3: сход перфорационных дорожек с зубьев барабанов невозможен.

Около всех зубчатых барабанов кинопроектора 23КПК-3 установлены откидные каретки с придерживающими роликами. Каретки имеют два фиксированных положения: "открыто" и "закрыто". В закрытом состоянии правильно отрегулированных кареток придерживающих роликов между их опорными поверхностями и опорными поясками зубчатых барабанов всегда имеется искусственно создаваемый зазор величиной вдвое больше толщины киноленты (для беспрепятственного прохождения отремонтированных липкой лентой участков киноленты). При работе кинопроектора вершины зубьев барабанов оказываются утопленными в специальные под них выполненные кольцевые проточки (канавки) роликов. Благодаря этому зубья барабанов контактируют только с кромкой межперфорационной перемычки киноленты, которая не может соскочить с зубьев. Придерживающие ролики вращаются только за счет фрикционного сцепления их опорных поясков с поверхностью киноленты, и при отсутствии последней в лентопротяжном

тракте кинопроектора и закрытом положении кареток ролики вращаться не должны.

Каретка ролика скачкового зубчатого барабана и сам придерживающий ролик имеют ряд отличий от придерживающих роликов остальных зубчатых барабанов.

Около тянущего, успокаивающего и задерживающего зубчатых барабанов установлены каретки с придерживающими поперечно-стабилизирующими роликами. Поперечная стабилизация осуществляется ребрами (буртиками) по краям придерживающих роликов. Около скачкового же зубчатого барабана установлен придерживающий ролик (без буртиков), который функции поперечной стабилизации киноленты не выполняет. Это сделано потому, что кинолента при выходе из фильмового канала на скачковом зубчатом барабане оказывается уже зафиксированной в поперечном направлении. Работа фильмового канала подробно описана в предыдущем номере нашего журнала. Небольшую ленту в дело поперечной фиксации киноленты на скачковом зубчатом барабане вносит сабельный прогиб кромок межперфорационных перемычек под воздействием давления зубьев.

Кроме всего прочего, все придерживающие поперечно-стабилизирующие ролики тянущего, успокаивающего и задерживающего зубчатых барабанов вращаются на оси, укрепленной в каретке одним концом (с края, ближе к корпусу кинопроекционной головки). А ось придерживающего ролика скачкового зубчатого барабана укреплена в каретке в центре (в месте расположения у остальных роликов распорной втулки). Ролик, таким образом, распорной втулки не имеет, а конструкция каретки придерживающего ролика скачкового зубчатого барабана в целом, естественно, отличается от конструкции кареток, установленных около остальных зубчатых барабанов. Устройство тех и других кареток будет описано в будущих номерах нашего журнала.

Знание отмеченных тонкостей конструкции и особенностей в работе поможет вам, уважаемые эксплуатационники, тратить

меньше времени и сил на выявление различных дефектов в работе лентопротяжного тракта нового кинопроектора 23КПК-3. После скачкового зубчатого барабана ки-

нолента вновь образует свободную (точнее, свободно вибрирующую) петлю и поступает на успокаивающий зубчатый барабан 11 (см. рис. 6).

Уважаемые читатели журнала "Кинотехника", специалисты киносети и кинопроектора! Продолжение материалов по кинопроектору 23КПК-3 читайте в номерах журнала первой половины 1996 года.

Информация

Отраслевой стандарт ОСТ 19-156-94

Кинотеатры и киноустановки.

Качество проецируемого изображения

(вводится взамен ОСТ 19-156-84) с 1 января 1996 г.)

1. Область применения

Настоящий отраслевой стандарт распространяется на городские кинотеатры и киноустановки, оборудованные стационарной аппаратурой для демонстрации 35- и 70-мм фильмокопий.

Стандарт не распространяется на кинотеатры, оборудованные для показа стереоскопических фильмов.

Стандарт устанавливает обязательные требования к основным параметрам изображения на киноэкране, определяющим его качество, а также методы контроля этих требований.

Стандарт может применяться для обязательной сертификации услуг кинотеатров по кинообслуживанию зрителей.

2. Нормативные ссылки

В настоящем стандарте использованы ссылки на следующие нормативные документы:

ГОСТ 427-75 "Линейка измерительная металлическая".

ГОСТ 11079-76 "Фильмы изображения кинопроекторные контрольные. Типы. Основные параметры и размеры".

3. Основные параметры.

Технические требования

3.1. Разрешающая способность проекци-

онной системы кинопроектора должна быть не менее

— при широкоэкранный проекции 50 мм^{-1} в центре киноэкрана и 32 мм^{-1} по полю экрана;

— при других видах проекции: 64 мм^{-1} — в центре киноэкрана, 40 м^{-1} — по полю экрана.

3.2. Неустойчивость изображения в вертикальном и горизонтальном направлениях (двойное среднеквадратическое отклонение) должно быть не более $0,025 \text{ мм}$.

Примечание: для передвижных 35-мм кинопроекторов, работающих в стационарном режиме, и облегченных кинопроекторов допускается величина неустойчивости изображения в вертикальном направлении не более $0,030 \text{ мм}$.

4. Аппаратура

4.1. Контрольный фильм изображения аттестационного типа по ГОСТ 11079.

4.2. Оптическая система с кратностью увеличения $8-20\times$ (бинокль или труба).

4.3. Линейка измерительная металлическая по ГОСТ 427.

5. Методы контроля

5.1. Контроль разрешающей способности проводится при нормированных значениях яркости киноэкрана для данного типа киноустановок.

5.2. Перед контролем разрешающей спо-

Продолжение. Начало в №10-11.

собности проверяется отсутствие “тяги” изображения обтюратора.

Наблюдение “тяги” проводится с расстояния тройной ширины изображения при обычной проекции и с расстояния одинарной ширины изображения при широкоэкранный и широкоформатной проекции.

5.3. В момент проведения измерений не допускается проведение дополнительной юстировки осветительно-проекционной системы.

5.4. Разрешающая способность проекционной системы и неустойчивость изображения проверяются с помощью тест-фильма изображения аттестационного типа по ГОСТ 11079.

5.5. Разрешающая способность контролируется в пяти точках киноэкрана (в центре и на краях) визуально с расстояния лучшего видения ($0,3 \pm 0,5$ м) или с помощью оптической системы с произвольного расстояния. Оптическая система должна быть предварительно сфокусирована на поверх-

ность киноэкрана.

Разрешенными считаются поля штриховых мир, на которых различимы направления штрихов.

5.6. Неустойчивость фильма (двойное среднеквадратическое отклонение) определяется по формуле:

$$K=L/3n \text{ (мм}^2\text{)},$$

где K — неустойчивость фильма в кадровом окне кинопроектора (двойное среднеквадратическое отклонение);

L — величина максимальных смещений на экране любой фигуры испытательной таблицы проецируемого контрольного фильма изображения в горизонтальном и вертикальном направлениях (при продолжительности проецирования контрольного фильма не менее 1 мин);

n — увеличение проекционной системы, равное отношению ширины (высоты) киноэкрана к ширине (высоте) кадрового окна.

Продолжение следует

Это любопытно

Изображение в Америке, звук в Европе

Новая электронная система фирмы Долби “Аудиофакс” позволяет с помощью линий спутниковой связи передавать высококачественный звуковой цифровой сигнал, синхронный с любым киноизображением между двумя пунктами земли, сколь угодно далеко расположенными друг от друга.

Недавно такая передача состоялась между Лондоном (Англия) и Бербанком (США, Калифорния). В этих городах были установлены челночные кинопроекторы и магнитофоны, синхронно связанные между собой. Английский актер озвучивал ранее снятые сцены диалога в кинофильме. Один из участников этой передачи говорил потом: “Было странно и удивительно наблюдать, как аппаратура ходила взад и вперед с озвучиваемой сценой по сигналам, подаваемым за 10.000 км от Лондона”. Благодаря этой операции были сэкономлены время и деньги, которые пришлось бы потратить, чтобы отправить актера в Калифорнию.

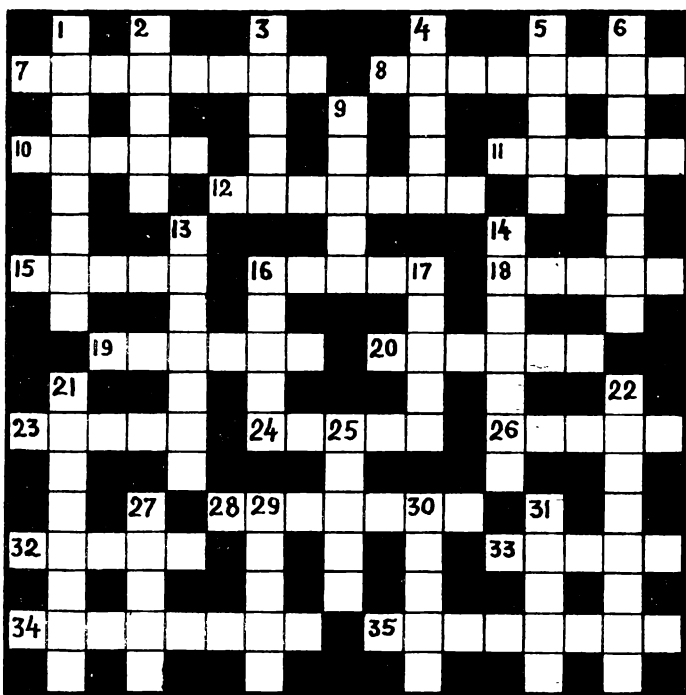
“Система “Аудиофакс” состоит из подсистемы кодирования цифрового звукового сигнала AC-2 с кодером и декодером DP501 и DP502. Оба устройства управляются по специальной программе любым персональным компьютером. В системе также имеется устройство, комбинирующее в один канал линии спутниковой связи.

По материалам ОНТИ НИКФИ

После работы

КРОССВОРД

Кто режиссер фильма?



По горизонтали: 7. "Вокруг света за 80 дней". 8. "Гонка Шейкера". 10. "Необычные приключения Билла и Теда". 11. "Мама и папа, спасите мир". 12. "Экстаз" ("Хитросплетения"). 15. "Баффи - истребительница вампиров". 16. "Преступная зона". 18. "С Новым годом". 19. "Берлинский блюз". 20. "Школьный бал III: последний поцелуй" (один из режиссеров). 23. "Болеро". 24. "Аэропорт". 26. "День сурка". 28. "Справедливость двух отцов". 32. "Возвращение в Эдем". 33. "Десятая жертва". 34. "Красный круг". 35. "День шакала".

По вертикали: 1. "Городские стилиги" ("Городские пижоны"). 2. "Три беглеца". 3. "Убийство Троцкого". 4. "Рецидив" ("Изгнание злого духа"). 5. "Это жгучее чувство" ("Очарование"). 6. "Один дома". 9. "Внезапное пробуждение" (один из режиссеров). 13. "Мой кровавый Валентин". 14. "Кокаиновые войны". 16. "Американские Граффити". 17. "Элис". 21. "На линии огня". 22. "Перед самым рассветом". 25. "Я, сумасшедший" ("Попасть в переплет"). 27. "Безалаберные". 29. "Манон 70". 30. "Рожденный в восточном Лос-Анджелесе". 31. "Маятник"?

Указатель статей и материалов, опубликованных в журнале “Кинемеханик” в 1995 году

(римскими цифрами обозначены номера журналов, арабскими — страницы)

О Федеральном фонде социальной и экономической поддержки отечественной кинематографии. V — 3.

В Комитете Российской Федерации по кинематографии

Информация о выполнении основных киномероприятий, посвященных 50-летию Победы в Великой Отечественной войне 1941-1945 гг. VII — 2.

ОРГАНИЗАЦИЯ и ЭКОНОМИКА

Актуальная тема

Венжер Н. Городские кинотеатры. I — 6, II — 2, III — 8.

Возродить отечественное кино. I — 2.

Гольдберг Е. Монолог прокатчика. VIII — 3.

Как обустроить кинопрокат. V — 4.

Мухина Л. Главный продюсер. X — 2.

Новикова А. Первый в стране... VIII — 2.

Обсуждая проекты... IX — 2.

Полуэхтова И. Американизация кинорепертуара и ее социокультурные последствия. IV — 8, V — 11, VI — 6.

Рябинский В. К 100-летию российского и мирового кинематографа. XI — 2.

Тарасов К. “Интоксикация” экранном насилем? III — 2, IV — 2, V — 8, VI — 2, VII — 6.

Фуриков Л. Наш кинопаровоз — летит... II — 6.

Хафизов Н. Мы любим своих зрителей. IX — 5.

Ваши деловые партнеры

Ершов Н. Как мы живем? Не жалуемся... VII — 11.

Мартос Т. Наследники Ханжонкова. V —

12.

Мухина Л. “Василиса премудрая”. IV — 10.

Шенкман А. Братья Суровы. XI — 5.

Семинар по социологии кино

Жабский М. Социология кино. X — 6.

Жабский М. Этапы советской киносоциологии. XI — 8.

Жабский М. Социология кино на этапе перехода к рынку. XII — 2

50-летие Победы

Голубицкий О. “Был я когда-то красивым и юным...”. III — 16.

Кузнецов С. Дорогой жизни и труда. I — 15, II — 14.

Рымарев Д. Великая Отечественная война и ... цветное кино. VIII — 10.

Шенкман А. О войне и о ... кино. IV — 16.

А что у вас?

Мухина Л. У нас весело... XII — 9.

Открытое письмо

Колганова Т. Кинотеатр “Повторного фильма” продали? VII — 14.

Кино и дети

Балаева А. Воспитывая средствами кино. IX — 7.

Проблемы образования

Мартос Т. Проблемы кинотехникумов — проблемы всего кинематографа. I — 12.

Это интересно

Богданов А. Зрительский спрос на кинофильмы в программах эфирного телевидения. VIII — 6.

Рондели Л. Перспективы зрительского спроса на неигровые фильмы. IX — 8.

Рондели Л. Свое и чужое кино. X — 12.

Рондели Л. Кинопосетитель и литература. XI — 15.

Информация

XXIV Межгосударственный кинорынок. VI — 9.

XXV Межгосударственный... XII — 15.

Знаете ли вы зарубежные кинофестивали и кинорынки? III — 19.

Об учреждении нагрудного знака “Почетный кинематографист России”. X — 18.

Предложение по расширению возможностей кинопрокатных организаций по распространению киноvideопродукции. IX — 12.

Фридман М. Пять лет — это все-таки праздник! II — 9.

Чем вам не кинофестиваль... X — 16.

Школа киноменеджера

Морковина Е. Как продвигать кинофильмы к зрителям. III — 15, IV — 21, V — 21, VI — 14.

Справочный минимум предпринимателя. II — 11, III — 13, IV — 20, V — 20, VI — 12, VII — 16, VIII — 12, IX — 13, XI — 17, XII — 17.

Юридическая служба

Горшкова И. Условия приобретения прав на фильмы, защита прав собственников фильмов и смежных прав их партнеров. VIII — 14.

Горшкова И. Авторские права на кинофильмы. IX — 15.

Горшкова И. Новое в защите авторских и смежных прав. XI — 21.

КИНОТЕХНИКА

В Кинокомитете России

Отраслевой стандарт ОСТ 19-155-94. X — 31, XI — 31, XII — 28.

Повышение квалификации

Полещук Я. Кинопроектор МЕО-5Х. I — 21.

Полещук Я. Кинопроектор 23КПК-3. II — 21, III — 26, IV — 24, V — 24, VI — 27, VII

— 19, VIII — 24, IX — 17, X — 20, XI — 23, XII — 21.

Информация

Развитие и техническое оснащение киносети. I — 17, II — 17, III — 21, IV — 22, V — 22, VI — 18, VII — 24, VIII — 17. IX — 20.

Семинар в Белых столбах. VII — 28.

100 лет кино

Лисогор М. Из истории кинопроекционной техники. I — 26.

Мунькин В. Е.М. Голдовский. Портрет на фоне истории кинотехники. II — 28.

Ренкель А. У истоков кинематографа. IX — 24.

Рымарев Д. Константиновы: Николай и Василий. XI — 27.

Вопросы эксплуатации

Технические осмотры кинопроекционной аппаратуры. X — 28.

Отечественный

стереокинематограф

Мелкумов А. От кинотеатра к киноцирку. VIII — 22.

От сталинской премии — к “Оscarу”. VIII — 19.

Рожков С. Техника стереокинопоказа в России сегодня. VIII — 26.

За рубежом

Болдина В. Французские синемобили. IX — 27.

Есть ли будущее у киноплёнки? VI — 29.

И в автобусах показывают кино. II — 30.

Кино высокой четкости. II — 30.

Кинопроекторы фирмы Веронезе. VI — 30.

Профессиональный цифровой видеопроектор. VI — 31.

Проектирование и строительство

Новикова Т. Современные планировочные и конструктивные решения киноаппаратного комплекса. VI — 23.

На заводах, в КБ и лабораториях

Новинка ЛОМО. III — 25.

Киноинженеру на заметку

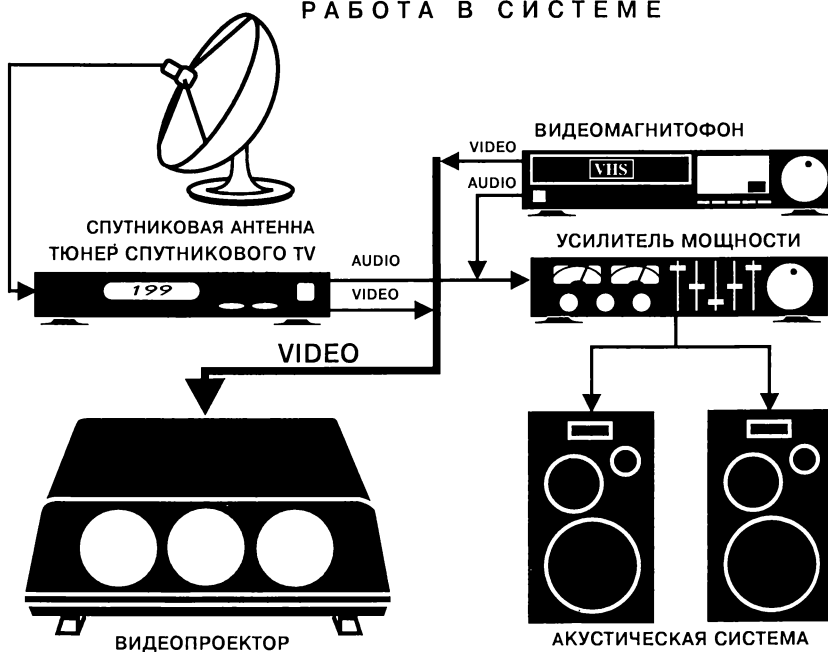
VI — 22, VII — 32.

Уважаемые работники кинотеатров!

Порадуйте Ваших зрителей новыми видеофильмами, демонстрируя их на киноэкране с помощью видеопроектора **"ФЕНИКС"**.

Перерывы между сеансами Вы можете заполнить развлекательными и музыкальными телепередачами с высокачественным изображением и стереофоническим звучанием, которые смотрит вся Европа. Для этого Вам нужно только подсоединить к видеопроектору приемную систему спутникового телевизионного вещания. А мы поможем Вам укомплектовать видеопроектор всем необходимым!

РАБОТА В СИСТЕМЕ



ОСНОВНЫЕ ДАННЫЕ ВИДЕОПРОЕКТОРА "ФЕНИКС"

Размер изображения по диагонали, м.....	1,2-5
Пиковое значение светового потока, лм	700
Потребляемая мощность от сети	
220 В/50 Гц, Вт, не более	280
Масса, кг, не более	50
Габаритные размеры, мм, не более.....	670x280x810

Гарантийное /12 месяцев/ и послегарантийное обслуживание видеопроекторов производится специалистами ассоциации у потребителя.

"МАРИСЭТ" осуществляет также поставку видеопроекторов ведущих зарубежных фирм /"SONY", "PANASONIC", "BARCO" и др./

Наш адрес: 214020, г. Смоленск, ул. Бабушкина, 5, ассоциация "МАРИСЭТ"
Телефон/факс: /0810/ 51-09-93, факс /08100/ 3-64-88