

ФЕВРАЛЬ 2009

КИНОМЕХАНИК

М Е Х А Н И К А К И Н О

 Asia Cinema
www.asiacinema.ru

ТЫ

На правах рекламы



ПОСТАВИЛ ЦИФРОВОЕ ОБОРУДОВАНИЕ В СВОЙ КИНОТЕАТР?

Москва
Инженерный центр
+7 (495) 661-54-66
moscow@asiacinema.ru

Ангарск
Инженерный центр
+7 (3955) 50-80-81
cinema@asiacinema.ru

КИНОТЕАТР: НЕПРИСТУПНЫЙ БАСТИОН? • ТЕХНОБОСС • БОЕВИК: НОКАУТ ЖАНРА
ШИРОКОЭКРАННОЕ УДОВОЛЬСТВИЕ • ЛЕДЯНОЙ КИНЕМАТОГРАФ

КИНОМЕХАНИК

№ 2/2009

ИНДЕКС 70431

ISSN0023-1681

ВЫХОДИТ С АПРЕЛЯ 1937 ГОДА

Учредитель журнала
«Кинемеханик»
Российское агентство
«Информкино»

Главный редактор
Ирина Ререр

Над номером работали:

Виктория Картунова,
Валентина Семичастная, Борис
Сорокоумов, Вадим Лапшин,
Максим Крикливец, Мирослава
Цапко, Екатерина Самылкина,
Михаил Фридман, Лора Кыт,
Виолетта Тацкий, Светлана
Галаган, Андрей Гаврилов, Мария
Колодина, Кирилл Адибеков,
Лиза Сезонова, Анна Гудкова

Бильд-редактор
Анастасия Лунина

Верстка
Любовь Игонина,
ООО Издательский дом
«Партнер»

Корректурa:
Надежда Солова,
Татьяна Уварова

Подписано в печать 22.01.2009 г.
Тираж 2500 экз.
Адрес редакции:
Россия, 119017, Москва,
ул. Б. Ордынка, 43.
Тел.: (495) 951-46-96
Тел./факс: (495) 951-11-33
kinomehanik@ra-informkino.ru

Отдел рекламы
Ольга Семченко
Тел.: (495) 951-11-33, 959-47-58
olga@ra-informkino.ru,
informkino@ra-informkino.ru

Отпечатано в типографии:
ООО Издательский дом
«Партнер», г. Москва, Керами-
ческий проезд, д. 49, стр. 1,
тел. (495) 951-76-90

Оформить подписку
на журнал можно по каталогу
ОАО «Роспечать»
Подписной индекс – 70431.
Подписка оформляется
с любого месяца



Уважаемые коллеги!

Борьба за выживание в современных экономических условиях всех граждан страны и мира, борьба российского правительства за поставки газа европейским потребителям, борьба двух праздников второго зимнего месяца – Дня Святого Валентина и Дня защитника Отечества – привели к тому, что ключевым словом в выборе темы февральского «Кинемеханика» стало слово «борьба». А следом и слово «мужчина», поскольку мир, в котором сражаются, как бы женщины ни старались, все же принадлежит именно мужчинам.

Об исключительно мужских профессиях в системе кинопоказа в феврале 2009-го рассказывают **Виктория Картунова** в рубрике «*Деньги и стулья*» и **Валентина Семичастная** в рубрике «*Vir-место*». Аудиторию мужского жанра – боевика препарирует **Мирослава Цапко** в «*Тест-граунде*».

Авторы «*Концептов и рецептов*» раскрывают особенности работы с фильмами февральского репертуара с героическим мужчиной в главной роли. А весьма неутешительный вердикт для жанра боевиков выносит **Анна Гудкова** в рубрике «*Драйв-тест*».

Экономически выгодными в сложившейся ситуации выглядят методы привлечения зрителей от ГК «Деловая Русь», о которых узнавала **Виктория Картунова** в рубрике «*Зал ожиданий*», и собранный **Максимом Крикливцом** комплект мобильного кинотеатра в рубрике «*Мастер-класс*».

Читайте также на страницах «Кинемеханика» новые репертуарные программы по итогам прошедших фестивалей, мнения специалистов относительно ближайшего будущего в кинопоказе и новости с ведущих технических порталов мира.

*Чтобы довести размышления до афоризма – нам достаточно месяца.
Чтобы ухватить суть текущих дел – вам достаточно «Кинемеханика».*

С уважением,
главный редактор Ирина Ререр

БИЗНЕС-КОД ДЕНЬГИ И СТУЛЯ

3 Ох, рано встает охрана
*Особенности охранной
деятельности
на предприятиях
кинопоказа*

VIP-МЕСТО

8 Леонид Яковлев:
«Процент текучки
киномехаников и
инженеров в нашей сети
минимален»
*Разговор с начальником
Департамента
эксплуатации
кинетехники сети «КАРО
Фильм»*

ТЕХНО-ПАРК ПРЯМАЯ ПЕРСПЕКТИВА

12 Формат во весь экран



18 Прогноз очевидца
*Виктор Комар о
перспективах цифрового
кинематографа в России*

22 Новости D-Cinema



ШОУ-РУМ

24 Системы импульсного
электропитания
кинопроекторов. Часть 3.
Результаты испытаний

МАСТЕР-КЛАСС

26 Мобильный кинотеатр
*Доступный комплект
для кино под открытым
небом*



ОБРАТНАЯ ПЕРСПЕКТИВА

30 Световые газеты

30 Яркий экран

ПАБЛИК- ПЛЕЙСМЕНТ ЗАЛ ОЖИДАНИЙ

32 Рекламный контакт
*Новые инструменты
рекламного
взаимодействия со
зрителем*



ТЕСТ-ГРАУНД

34 В фокусе жанра боевик

КИНО-БРЕНД КЛУБНАЯ КАРТА

36 Сталкер-2008: право
испытывать боль
*Лучшие фильмы конкурса
фильмов о правах человека*

42 Исландия: дальний
север кинематографа



44 Ностальгия по герою



КОНЦЕПТЫ И РЕЦЕПТЫ

49 Февраль. В любви и
на войне

58 Антон Мазуров:
«Мы собираем только
съедобные грибы»

ДРАЙВ-ТЕСТ

62 Победенный боевик
*Будет ли жить и
работать жанр в
России?*



ОХ, РАНО ВСТАЕТ ОХРАНА

ПРОШЛИ ВРЕМЕНА, КОГДА ТЕАТР НАЧИНАЛСЯ С ВЕШАЛКИ. СЕГОДНЯ ЛЮБОЙ ТЕАТР, А ТЕМ БОЛЕЕ КИНОТЕАТР НАЧИНАЕТСЯ С МЕТАЛЛИЧЕСКОЙ РАМКИ НА ВХОДЕ И ДОСМОТРА СОТРУДНИКАМИ СЛУЖБЫ ОХРАНЫ, НА ЧЬИ МУСКУЛИСТЫЕ ПЛЕЧИ ЛОЖИТСЯ СЕРЬЕЗНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ – ПЕРВОЕ ВПЕЧАТЛЕНИЕ О КИНОТЕАТРЕ. КАК ПОДДЕРЖИВАТЬ ПОРЯДОК, НЕ ПЕРЕГИБАЯ ПАЛКУ? КАКОВЫ ОСНОВНЫЕ МЕРЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ БЕЗОПАСНОСТИ? ОТВЕТЫ НА ВОПРОСЫ МЫ ПОЛУЧИЛИ У ЭКСПЕРТА В ЭТОЙ ОБЛАСТИ – ПРЕДСЕДЕТЕЛЯ ПРАВЛЕНИЯ «ЛИГИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ И РУКОВОДИТЕЛЕЙ ПРЕДПРИЯТИЙ БЕЗОПАСНОСТИ» КАНДИДАТА ЮРИДИЧЕСКИХ НАУК ВИКТОРА ИВАНОВА. **[Виктория Картунова]**

Виктор Владимирович, насколько важно сегодня поддерживать безопасность на должном уровне?

Нет сомнения в том, что угроза безопасности постоянно растет. Ежегодно совершается три миллиона преступлений. А сейчас в связи с кризисом в стране уже пять миллионов безработных. Помимо этого, много мигрантов и просто неучтенных граждан. Поэтому вопрос безопасности имеет очень большое значение.

С частными охранниками человек сталкивается каждый день – в офисе,

магазине или кинотеатре. Ведь именно частные охранные предприятия занимаются поддержкой безопасности публичных заведений?

Да, вы правы, в основном это поле деятельности частного охрannого предпринимательства. Непоследнюю роль в этом играет доступность услуг: стоимость государственной охраны в два раза выше, чем частной. На сегодняшний день в России функционирует порядка 30 тысяч субъектов, которые занимаются охранной и сыскной деятельностью. Это частные охранные предприятия, детективные агентства и

службы безопасности. Последние представляют собой структурное подразделение некоего юридического лица. К индустрии безопасности также относится целая масса фирм, производящих охраняемые системы.

Какими документами регулируются отношения заказчика и ЧОПа?

Все, что касается деятельности ЧОПа, прописано в Законе о частной детективной и охранной деятельности от 11 марта 1992 года. Сейчас в него вносятся изменения, чтобы привести его в соответствие с нынешними реалиями. Согласно этому закону существует шесть видов охранной деятельности: защита жизни и здоровья граждан; охрана имущества собственников, в том числе при его транспортировке; проектирование, монтаж и эксплуатационное обслуживание средств охранно-пожарной сигнализации; консультирование и подготовка рекомендаций клиентам по вопросам правомерной защиты от противоправных посягательств; обеспечение порядка в местах проведения массовых мероприятий.

К какому виду деятельности относится охрана кинотеатров и киноцентров? Какова специфика обеспечения безопасности на таком объекте?

Кинотеатры – совсем небольшой сегмент. Что такое пара тысяч кинотеатров в стране по сравнению с полумиллионным объектом, которые охраняют ЧОПы! Кинотеатры не выделяются в отдельную категорию и никаких специальных методик их охраны нет. Это просто место массового посещения.

Специфика работы в кинотеатрах связана с большим потоком народа. И в данном случае это люди разные. Если сравнивать, например, с рынком, то туда приходят те, кто проживает более-менее компактно, в одном регионе. А здесь пришли 200 человек, посмотрели, ушли. Затем пришли другие 200 человек.

Также кинотеатры относятся к категории объектов с пропускным режимом. Система пропуска может быть разной сложности. В офисных зданиях она с магнитными карточками, с ограничением зон доступа. А в кинотеатрах самая элементарная – металлические рамки. Они введены относительно недавно (раньше их вообще не было) по инициативе государственных структур безопасности, которые заинтересованы в обеспечении квалифицированной охраны. Сейчас эти рамки уже стали привычными и не вызывают раздражения.

Но ведь одними рамками не ограничиваются. Это только часть системы охраны, которая на виду.

Разумеется, система безопасности – это целый комплекс. Чем крупнее кинотеатр, тем сложнее система. По нормативам сумма, выделяемая на обеспечение безопасности, должна составлять 20% от оборота. Но в реальности, конечно, это мало кто соблюдает. У нас в стране только 10% кинотеатров (то есть около 200) обеспечиваются охраной на должном уровне. Собственники этих объектов осознают ее ценность и важность: создали толковую концепцию безопасности, сумели подобрать квалифицированного руководителя соответствующей службы.

Концепция определяется в самом начале, но продумать ее должен грамотный специалист. Смысл ее в том, чтобы охрана осуществлялась эффективно, без лишних затрат и наиболее эргономично: скажем, видеокамеры не повсюду, а только в тех местах, которые потенциально опасны; пусть будет меньше камер, но с хорошим разрешением – это лучше, чем когда ими облеплено все вокруг, а на мониторе ничего не разобрать.

У каждого конкретного кинотеатра концепция охраны должна быть индивидуальной. Например, если он находится в рабочем районе, где каждый день поножовщина, то недостаточно ребят, которые будут просто сидеть

По нормативам сумма, выделяемая на обеспечение безопасности, должна составлять 20% от оборота

в помещении и смотреть в мониторы. Нужно, чтобы охранники регулярно патрулировали территорию вокруг кинотеатра и имели мгновенную связь с милицией. С ней можно заключить договор (например, раз в месяц бесплатно показывать кино для семей милиционеров), чтобы сразу приезжал патруль, как только поступит сигнал. Способов обеспечения безопасности довольно много, и здесь нет определенного стандарта. У каждого кинотеатра своя система безопасности, зависящая от массы условий, которые должен оценивать специалист.

Более или менее стандартным является присутствие на входе охранника, который регулирует поток людей, досматривает сумки. Не всегда это получается вежливо. Иногда создается впечатление, что охранники испытывают так называемый «административный восторг» и злоупотребляют своими полномочиями. Каковы права и обязанности сотрудников ЧОПа?

В этом плане сложилась парадоксальная ситуация. Если говорить в общем, то права у частных охранников те же, что и у обычных граждан. Никаких дополнительных прав, помимо тех, которые прописаны в Гражданском кодексе и относятся к любому человеку, у них нет. Другое дело, что на своем посту сотрудник ЧОПа защищает интересы заказчика, который заключил договор с его предприятием. А собственник кинотеатра в соответствии с кодексом не просто может, а обязан обеспечивать безопасность принадлежащего ему объекта. Он отвечает за сохранность и несет полную ответственность за свою собственность. Я имею в виду «непричинение ущерба иным и третьим лицам». То есть, допустим, если ты купил машину, то несешь ответственность за вред, который можешь нанести своими неумелыми действиями в качестве водителя. Гражданский кодекс накладывает

Собственник кинотеатра в соответствии с законом не просто может, а обязан обеспечивать безопасность принадлежащего ему объекта

Поскольку в большинстве ошибок охраны виноват человеческий фактор, совершенствование технической составляющей систем безопасности – приоритетная задача

на собственника такие обязанности, чтобы принадлежащее ему имущество не наносило ущерба экономике России и лицам, которые посещают или связаны с этой собственностью. Кинотеатр – элементарный пример: человек зарабатывает деньги на кинопоказе, это его право. Но у него есть и обязанности: государство запрещает ему показывать тяжелую эротику несовершеннолетним, фильмы, пропагандирующие насилие или призывающие к свержению существующей власти, а также он должен надлежащим образом обеспечить безопасность зрителей. Отсюда его право в целях соблюдения своих гражданских обязанностей ограничивать посетителей в их правах. Это значит, что, если я владею собственностью в виде кинотеатра, я должен следить, чтобы дети не попали на сеанс для взрослых, запретить вход в заведение бомжам, лицам в пачкающей одежде, со взрывчатыми веществами, с оружием, то есть потенциально опасным посетителям.

Собственник сам определяет режим безопасного пользования своим объектом. После того как он выработал правила внутреннего распорядка и нанял ЧОП для их соблюдения, он делегирует ему свои полномочия по охране имущества. Но пользоваться ими охранник может, не нарушая прав третьих лиц. Он сам должен быть опрятно одет, вежливо обращаться с посетителями, не грубить. Это не просто правила поведения в обществе – это гражданский кодекс. Если вас кто-то оскорбил – это административное нарушение. И если посетитель считает, что его права ущемляются не действиями охранника, а внутренним распорядком кинотеатра, который он призван защищать, то это уже претензия к владельцу, а не к чоповцу. Теоретически посетитель может обратиться в суд с тем, что собственник кинотеатра установил правила, которые нарушают права граждан.

В ст. 1 Закона сказано: «На граждан, осуществляющих частную... охранную деятельность, действие законов, закрепляющих правовой статус работников правоохранительных органов, не распространяется». Это значит, что частный охранник не может пользоваться полномочиями милиционера: не имеет права обыскивать посетителей (досмотр сумок к этому не относится), не может никого задержать. Хотя в соответствии со ст. 3 того же Закона он имеет право оказывать содействие органам внутренних дел. А также в ст. 12 говорится: «Лицо, совершившее противоправное посягательство на охраняемые жизнь и здоровье граждан или собственность, может быть задержано охранником на месте правонарушения и должно быть незамедлительно передано в орган внутренних дел (милицию)». Это что касается пресечения хулиганства и преступлений.

В каких случаях чаще всего происходит превышение полномочий?

Частный охранник пользуется своим имиджем и незнанием гражданами своих прав и обязанностей. Наши люди не знают ни Конституции, ни законов. Они действительно ситуативно: милиционер сказал «нелзя» – человек разворачивается и уходит. По статистике треть частных охранников – бывшие сотрудники органов, силовых структур, деятельность которых так или иначе была связана с применением насилия. Поэтому они привыкли пользоваться силовыми методами и какими-то специальными правами. Разумеется, чтобы зафиксировать злоупотребление должностными полномочиями, нужны свидетели.

Чтобы зафиксировать злоупотребление должностными полномочиями, нужны свидетели

Может ли охранник пользоваться оружием?

По закону ношение оружия в местах массового пребывания граждан, к которым относятся и кинотеатры,

запрещено. Даже сотрудники милиции во время массовых мероприятий не имеют права носить оружие – только дубинки и спецсредства. Разрешение на использование оружия есть только у 120 тысяч представителей индустрии охраны из 800 тысяч. Система допуска к оружию очень строгая. Сначала человек становится частным охранником, затем сдает экзамены, его проверяют по учетам, и только тогда он получает разрешение. Если же в ЧОП поступает специальный заказ, допустим, сопроводить деньги банка, то фирма приобретает оружие, но при этом она должна создать условия для его хранения, что очень затратно. А охранник должен получить допуск к оружию, после чего директор ЧОПа закрепляет за ним это оружие. Вооруженная охрана стоит в два раза дороже невооруженной.

Какие изменения ждут индустрию безопасности в будущем? Как это отразится на заказчиках?

Сейчас с каждым годом растет техническая составляющая системы безопасности, потому что в большинстве ошибок охраны виноват человеческий фактор: они связаны либо с недобросовестностью сотрудников, либо с умыслом, когда работники входят в сговор с преступниками. Техника в этом смысле неподкупна. Ее невозможно напоить, отвлечь внимание, она работает круглосуточно, днем и ночью. Так что дальнейшее развитие частной охраны связано именно с техникой. Но пока это только в перспективе. А в данный момент большая часть охраны – физическая. Как я уже сказал, в России порядка 800 тысяч лиц, имеющих официальное разрешение, проверенных государством и получивших право заниматься частной охранной деятельностью. Что касается заказчиков, то здесь, как в любом бизнесе, – чем больше платишь, тем квалифицированнее сотрудник.



ЛЕОНИД ЯКОВЛЕВ: «ПРОЦЕНТ ТЕКУЧКИ КИНОМЕХАНИКОВ И ИНЖЕНЕРОВ В НАШЕЙ СЕТИ МИНИМАЛЕН»

МЫ НАЧИНАЕМ ЦИКЛ ПУБЛИКАЦИЙ, ПОСВЯЩЕННЫХ ГЛАВНЫМ ТЕХНИЧЕСКИМ СПЕЦИАЛИСТАМ КРУПНЕЙШИХ КИНОТЕАТРАЛЬНЫХ СЕТЕЙ РОССИИ. СЕГОДНЯ МЫ ПРЕДЛАГАЕМ ЧИТАТЕЛЯМ ПОЗНАКОМИТЬСЯ С ЛЕОНИДОМ ЯКОВЛЕВЫМ, ВОЗГЛАВЛЯЮЩИМ ДЕПАРТАМЕНТ ЭКСПЛУАТАЦИИ КИНОТЕХНИКИ САМОЙ КРУПНОЙ РОССИЙСКОЙ СЕТИ «КАРО ФИЛЬМ». **[Валентина Семичастная]**

Леонид, как вы пришли в кинофикацию?

Я родился и вырос в Загорске¹. По окончании восьмилетки надо было учиться дальше и получать специальность, поэтому поступил в Загорский кинотехникум. До техникума я к кино никакого отношения не имел, но эта специальность представлялась мне очень перспективной и я был прав.

По окончании техникума попал работать в систему столичной кинофикации. Во время работы закончил Ленинградский институт киноинженеров и из инженера кинотеатра вырос до главного инже-

нера районной дирекции киносети Тимирязевского района Москвы, затем какое-то время был ее директором. Потом стал главным инженером московского производственного объединения «Киноvideопрокат», в которое реорганизовалось бывшее Управление кинофикации. Оставался в этой должности и в те трудные времена, когда кинотеатры начали закрываться, а ПО «Киноvideопрокат» подверглось реструктуризации. Какая-то его часть продолжала функционировать как госпредприятие «Киноvideопрокат», в нем я по-прежнему остался главным инженером.

¹ В 1991 г. к городу вернулось его историческое имя Сергиев Посад.

Затем в числе других специалистов я занимался реконструкцией кинотеатра «Октябрь». Позднее «Октябрь» вошел в сеть кинотеатров «КАРО Фильм», которая была создана в июле 1997 года. Примерно в то же время в «КАРО Фильм» был организован отдел кинотехники, и я стал его начальником.

Чем занимается отдел кинотехники и сколько в нем сотрудников?

В отделе кинотехники работает девять киноинженеров, их функционал весьма обширен. Они подготавливают проектную документацию на новые кинотеатры, готовят контракты на закупку кинооборудования, наблюдают за работой подрядчиков, которые занимаются монтажом кинооборудования, принимают готовое оборудование в эксплуатацию и в дальнейшем обеспечивают его работоспособность.

Какое оборудование установлено в кинотеатрах «КАРО Фильм»?

Мы используем итальянские кинопроекторы VICTORIA 5 фирмы CINEMECCANICA и германской фирмы KINOTON, есть также проекторы американской компании STRONG.

По каким критериям или соображениям выбирается оборудование?

В сети кинотеатров «КАРО Фильм» существуют жесткие требования к качеству оборудования. Поэтому все оборудование должно отвечать нашим требованиям по качеству, а также быть удобным в эксплуатации и ремонте. Кроме того, безусловно, оно должно отвечать нашей ценовой политике.

Как специалисты отдела осуществляют работу в регионах?

Постоянное ежедневное обслуживание оборудования в кинотеатрах «КАРО Фильм» осуществляют старшие киноинженеры. В крупных мультиплексах – девяти- или десятизальных кинотеатрах – установлена система автоматического кинопоказа, поэтому в них работу осуществляют киноинженеры.

Если возникает необходимость, специалисты отдела проводят консультации по телефону или выезжают в командировки. Отдел оснащен всеми необходимыми современными приборами и инструментами для настройки и регулировки оборудования: компьютерами и специальным программным обеспечением, звукоанализаторами, шумомерами, тест-фонограммами, осциллографами и многим другим оборудованием. В основном мы используем фирменное импортное оборудование, которое сертифицировано на международном рынке.

Руководствуются ли специалисты отдела кинотехники ГОСТами или какими-то иными регламентирующими и нормирующими документами?

«ПОСТОЯННОЕ ЕЖЕДНЕВНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ ОБОРУДОВАНИЯ В КИНОТЕАТРАХ «КАРО ФИЛЬМ» ОСУЩЕСТВЛЯЮТ СТАРШИЕ КИНОМЕХАНИКИ. В КРУПНЫХ МУЛЬТИПЛЕКСАХ – ДЕВЯТИ- ИЛИ ДЕСЯТИЗАЛЬНЫХ КИНОТЕАТРАХ – УСТАНОВЛЕНА СИСТЕМА АВТОМАТИЧЕСКОГО КИНОПОКАЗА, ПОЭТОМУ В НИХ РАБОТУ ОСУЩЕСТВЛЯЮТ КИНОИНЖЕНЕРЫ», – ЛЕОНИД ЯКОВЛЕВ

Безусловно, мы руководствуемся всеми надлежащими нормативными требованиями и стандартами, причем не только ГОСТами. Например, при настройке звука мы используем тесты и нормативы, которым должны отвечать параметры оборудования. Так, оборудование, которое обеспечивает звуковоспроизведение по системе DOLBY, должно соответствовать стандартам, установленным этой фирмой, поэтому и компьютерные программы, которые мы используем для этой цели, разработаны фирмой-производителем DOLBY. Аналогичная ситуация и в работе со звуковоспроизводящей аппаратурой и инструментами других производителей.



Все требуемые ремонты выполняют лишь специалисты вашего отдела?

Как правило, все работы выполняются силами специалистов нашего отдела.

Случается ли приглашать кого-то со стороны?

Такое случается в редких случаях, например, когда компании-дистрибьюторы – поставщики кинофильмов – хотят получить независимое экспертное заключение. Иногда перед большими премьерными они обращаются к сторонним компаниям для проведения тестирования оборудования кинотеатров. Мы предоставляем такую возможность, хотя и предупреждаем, что их деньги будут потрачены зря.

Какие требования предъявляются в сети «КАРО Фильм» к персоналу, обслуживающему кинотехнику, то есть к киномеханикам и инженерам?

Требования стандартны для профильного специалиста. Это наличие диплома, подтверждающего квалификацию, и удостоверение киномеханика.

То есть не выходят за привычные рамки?

Понятие «обычные рамки» не совсем отражает суть взаимоотношений сотрудник – компания, существующих у нас. В «КАРО Фильм» – мы не только требуем. Для того чтобы требовать, нужно мно-

Леонид Яковлев,
начальник
Департамента
эксплуатации
кинотехники
сети «КАРО
Фильм»

гое вкладывать, только тогда появится отдача. Компания заинтересована и оказывает поддержку своим сотрудникам, чтобы они стали высококлассными специалистами. Помогаем, объясняем, учим (если приходят ребята после училища, то есть без опыта работы). Поэтому процент текущей персоналу этой категории минимален, притом что с уверенностью можно сказать – все они отличные специалисты.

Как готовятся в «КАРО Фильм» к сдаче экзамена по технике безопасности?

Обучение проходит как внутренними ресурсами – есть сотрудник, отвечающий за охрану труда и технику безопасности в компании, так и у внешних провайдеров в соответствии с требованиями законодательства. До сдачи на группу по технике безопасности киномеханики проходят обучение в специальном учебном центре. Все затраты берет на себя компания. Мы очень внимательно следим за вопросами охраны труда и техники безопасности, так как это одна из важнейших составляющих репутации предпочтительного работодателя.

Каким образом киномеханики могут повысить свою квалификацию?

Официальное присвоение более высокого разряда возможно только через учреждения, имеющие лицензию на обучение и повышение квалификации с выдачей соответствующих документов. Мы же занимаемся немного другим бизнесом, поэтому учим, так сказать, для себя. Как я уже говорил, у молодежи есть наставники, которые помогают и подсказывают, учат всем тонкостям работы. Немаловажны такие факторы, как соблюдение трудовой дисциплины, правил и стандартов работы, внутренних политик. Если мы видим, что сотрудник растет профессионально и при этом ответственно относится к своей работе, обязательно поощряем его. И это не только повышение заработной платы. Для этого существуют различные мотиваци-

онные программы. Скажу только, что обучение в нашей компании всегда приветствуется, ведь это долгосрочные инвестиции.

Как определяют нужное количество кинотехников в кинотеатре?

Решение этого вопроса специфично для каждого отдельного кинотеатра. Универсальная формула для расчета не нужна, так как здесь важную роль играют многие индивидуальные показатели – количество кинопроекторных, этажность и график работы кинотеатра, автоматизация кинопоказа и многое другое. В любом случае при расчете количества необходимых сотрудников мы в первую очередь опираемся на соблюдение норм трудового законодательства и высокого уровня сервиса.

Как обстоят дела с запчастями?

Процесс материального обеспечения требует серьезного и вдумчивого подхода. Необходимо своевременно проанализировать всю номенклатуру имеющихся на складе запчастей и вовремя приобрести недостающее, чтобы в любой момент можно было обеспечить бесперебойную работу оборудования.

Вам нравится работа?

Нравится, поэтому вся моя трудовая биография связана с системой кинофикации. Ни дня из своей трудовой жизни я не работал в других отраслях.

Что именно в вашей работе приносит вам наибольшее удовлетворение?

Успешное решение какой-либо интересной и трудной задачи.

Встречаются ли существенные трудности в работе, неординарные случаи?

Трудности и нестандартные ситуации бывают в любой работе. Неординарным может выглядеть любой случай, но когда находится правильное решение, этот случай становится уже заурядным. Я считаю, что в нашем отделе работают одни из самых лучших специалистов



Леонид Яковлев делится опытом с коллегой

в области кинотехники, поэтому мы с трудностями всегда справляемся. Можем затратить больше или меньше времени на решение какого-то вопроса, но пока не встречалась такая проблема, с которой мы не справились бы.

Бывает ли так, что в отдел кинотехники обращаются за помощью люди не из сети кинотеатров «КАРО Фильм»?

Такие случаи бывают. Поскольку, как мы говорили, круг московских киноинженеров не велик и все между собой общаются, иногда обращаются и за помощью. Если есть возможность – мы стараемся помочь, что-то подсказать по телефону, посоветовать или объяснить. Иногда обращаются, например, в поисках какой-то запчасти, которой сейчас у них нет, и мы делимся. Мы сами обходимся своими силами, но я уверен, если будет нужно, нам тоже не откажут.

Сколько всего кинотеатров обслуживает отдел кинотехники?

На сегодняшний день сеть кинотеатров «КАРО Фильм» включает в себя 34 кинотеатра. Из них 21 кинотеатр в Москве и области, 7 в Санкт-Петербурге, по одному кинотеатру в Калининграде, Казани и Самаре, и три кинотеатра в Нижнем Новгороде. Общее число зрительных залов составляет 164 на 30 177 мест. Ежемесячно наши кинотеатры посещает более 1 550 000 посетителей.

ФОРМАТ ВО ВЕСЬ ЭКРАН

РАССКАЗ О ШИРОКОЭКРАННОМ КИНО, Я РЕШИЛ НАЧАТЬ С ИСТОРИИ СВОЕГО СОБЕСЕДОВАНИЯ В КОМПАНИИ ISRA. НАРЯДУ СО СТАНДАРТНОЙ ПРОЦЕДУРОЙ МНЕ БЫЛО ПРЕДЛОЖЕНО ПРОЙТИ ТЕСТОВОЕ ЗАДАНИЕ. ОДИН ИЗ ВОПРОСОВ ТЕСТА ЗВУЧАЛ ТАК: «КАКОЙ ИЗ ПЕРЕЧИСЛЕННЫХ ФОРМАТОВ ЯВЛЯЕТСЯ ШИРОКОЭКРАННЫМ?». Я, ПОНИМАЯ, ЧТО ЭТО МОЖЕТ МНЕ НАВРЕДИТЬ, ВСЕ ЖЕ РИСКНУЛ ОТМЕТИТЬ НЕ ОДИН ИЗ ПЯТИ ВАРИАНТОВ, А СРАЗУ ТРИ – 2.35:1, 1.66:1, 1.85:1, ВКЛЮЧИВ, ТАКИМ ОБРАЗОМ, ПОМИМО ОБЩЕПРИНЯТОГО ОБОЗНАЧЕНИЯ ШИРОКОГО ЭКРАНА ЕЩЕ И ДВА «КАШЕТИРОВАННЫХ» ФОРМАТА. ОДНАКО СОТРУДНИК, ПРОВОДИВШИЙ СОБЕСЕДОВАНИЕ, ОБЪЯВИЛ МНЕ, ЧТО ИМЕННО В ЭТОМ ВОПРОСЕ У МЕНЯ ОШИБКА. А ВЫ УВЕРЕНЫ, ЧТО ЗНАЕТЕ ВСЕ О ШИРОКОМ ЭКРАНЕ... А МОЖЕТ ФОРМАТЕ? | **Борис Сорокоумов** |

Широкоэкранное кино пришло в кинотеатры США в начале 50-х годов прошлого века. Появление нового кинематографического формата частично было обусловлено ростом популярности телевидения и резким падением доходов от производства и проката кинокартин в кинотеатрах. Конкурентная борьба с черно-белым телевидением привела к почти полному переходу кинопроизводства на цветную пленку, а затем и к увеличению размеров киноизображения. Одной из первых широкоэкранных кинематографических систем была американская «Синемаскоп» (CinemaScope), использующая в процессе съемки и демонстрации анаморфотную оптику (anamorphic lens) и формат кадра 2.35:1. Ширина изображения, получаемого при проекции широкоэкрannого фильма с анаморфированным кадром, по сравнению с изображением в обычном фильме (1.37:1) увеличивается на 71%. Анаморфотная оптика является неотъемлемым атрибутом любого современного кинотеатра, а фильмокопии с таким форматом кадра сегодня чаще всего именуется широкоэкранными (scope – за рубежом).

Способ сжатия изображения по горизонтали с помощью анаморфотной оптики был всем хорош: не требовал особенной доработки кинопроектора и съемочного аппарата, максимально использовал площадь 35-мм кадра. Правда, был и минус – снижение резкости экранного изображения из-за значительного горизонтального увеличения. Но стремительное распространение телевидения, взявшего за основу формат 4:3 (1.33:1), и, возможно, нежелание кинематографистов платить отчисления изобретателю анаморфотного кино Анри Кретьену послужили причиной распростране-

ния иного способа получения увеличенного в горизонтальном направлении изображения. Он получил название «широкоэкранный с кашетированным кадром».

Было время, когда для получения на стандартной 35-мм пленке кашетированного кадра, кадр при демонстрации «обрезался» сверху и снизу специальной рамкой, установленной в кадровом окне кинопроектора, тем самым изменяя соотношение сторон с 1.37:1 до 1.66:1 – в Европе и 1.85:1 (flat и widescreen) – в США. Такой способ пришелся не всем по вкусу, поскольку «отрезал» важные сюжетные участки кадра, например головы и (или) ноги героев. Вскоре появились фильмы с явным кашетированием, при котором кадр обрезался сверху и снизу при съемке и в кинотеатре уже не вызывал нареканий. Но и такой подход оказался нерациональным, что вскоре привело к появлению способа, использующего скрытое кашетирование, при котором во время съемки используется вся высота кадра, однако оператор размещает сюжет с учетом показа такого фильма в кинотеатре и по телевидению.

Если сравнить качественные показатели изображения на экране при кинопроекции обычного и кашетированного кинофильмов, то световой поток, падающий на экран, и резкость изображения будут примерно на 20% ниже при проекции кашетированного фильма. Снижение светового потока происходит за счет уменьшения площади кадрового окна кинопроектора, а снижение резкости изображения – за счет большего увеличения изображения. Тем не менее широкоэкранный фильм, снятый таким образом, без труда демонстрировался по телевидению в съемочном формате 1.37:1.

В СССР кашетирование использовали крайне редко (некоторое время оно даже было запрещено), возможно, потому, что требовало высокого качества киноплёнки, а производимые отечественные цветные фотоматериалы оставляли желать лучшего.

Думать об их улучшении было некогда, поскольку через несколько лет после внедрения кашетированного широкоэкранного кино за рубежом США охватило новое веяние – широкоформатное кино, а мы с этим мириться никак не могли. Новый формат подавал большие надежды.

Однако широкоэкранный кинематограф не был забыт, и сегодня можно сказать, что он оказался куда удачливее 70-мм формата. Современный мультиплекс в провинциальном Армавире или высокотехнологичном Нью-Йорке не обходится без анаморфотной насадки в объективодержателе, и киномеханики по-прежнему ломают голову: «Ш/Э или 1.66- либо 1.85- каше?»

СНИМАЕМ ШИРОКОЭКРАННОЕ КИНО

Современное высокобюджетное кинопроизводство сконцентрировано на выпуске широкоэкранный продукта, снимаемого либо с использованием анаморфотной оптики (среды лидеров бренды Panavision и ARR1) на 35-мм плёнку с оптической звуковой дорожкой, либо с использованием стандартной сферической оптики по системе Super 35 (оригинальное название Superscope 235).

Фильм, снятый с использованием анаморфической оптики, прекрасно демонстрируется в кинотеатре, картинка на экране необыкновенно детализирована благодаря размещению изображения (при съёмке и демонстрации) на площади 21.95x18.6 мм² кадра. «Одним из основных преимуществ съёмки анаморфотной оптикой является то, что вы можете получить релизную копию контактной печатью непосредственно с оригинального негатива. Хотя для крупных работ копирование, как правило, осуществляется из интернегатива по соображениям безопасности, – говорит австралийский киноинженер Кит Волтерс. – Такой путь является наиболее дешёвым, если вы хотите выпустить фильм на широкий экран».

«Я не видел фильм, снятый с анаморфической оптикой линзами, с тех пор как вышли «Аппалуза», «Тёмный рыцарь», «Индиана Джонс и Королевство Хрустального Черепа» и «Руины», – говорит голливудский оператор-постановщик Дэвид Маллен, – совсем недавно мы видели много фильмов, конвертированных из формата Super 35 в анаморфические, – «Дорога перемен», «День, когда земля остановилась», «Австралия», «Квант милосердия», «Мумия: Гробница Императора Драконов», «Солдаты неудачи», «Железный человек», «Невероятный Халк», «Хроники Нарнии 2». «Большинство высокобюджетных релизов в формате 2.35:1 сегодня снимают на Super 35, – повторяет слова коллеги г-н Волтерс, – затем редактируют на компьютере (процесс Digital Intermediate), а



Лампы ксеноновые для цифровых и 35-мм кинопроекторов от 1000 до 7000 Вт



CINEMECCANICA СЕРВИС

кинокомфорт™

первоклассное оборудование для цифровых и 35-мм кинотеатров

Москва ● Мосфильмовская ● 1 ● МОСФИЛЬМ ● главный корпус
Санкт-Петербург ● Бухарестская ● 22 ● здание СПбГУКИ

(495) 507 4000

на правах рекламы

В НАЛИЧИИ на складе в Москве

от 17999 до 49999 руб.*

* Базовая стоимость с НДС на февраль 2009 года без учета скидок по сервисным программам

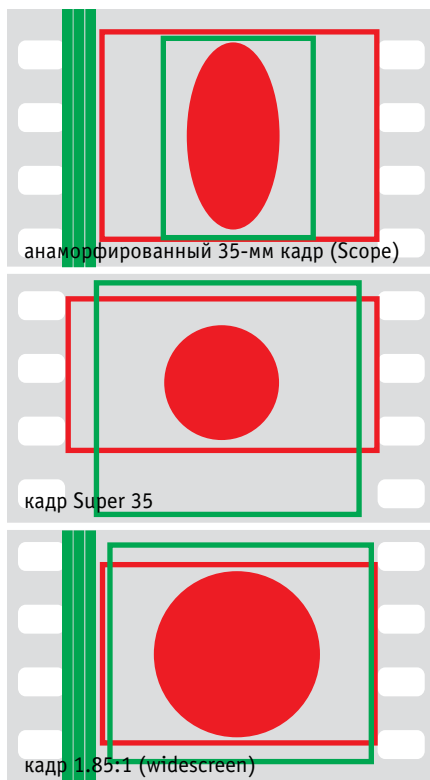


Рис. 1. Красным цветом выделена кинотеатральная область, зеленым цветом выделена телевизионная область

затем анаморфические кадры на прокатные копии печатают из окончательных компьютерных файлов. Некоторые «анаморфические» релизы, такие как два последних фильма «Звездные войны» и «Супермен возвращается», были сняты 1.78:1 HD видеокамерами и содержали только 800 сканированных линий на релизной копии».

Super 35 – довольно удачное воплощение давней мечты кинопроизводителей создать единый съемочный формат, который с минимальными потерями мог бы удовлетворить потребности всех – от телевизионщиков и DVD/VHS/Blu-ray-производителей до представителей кинотеатров и кинопрокатчиков. На закате второго тысячелетия при съемке кинофильмов звук стали записывать отдельно от изображения, тем самым расширив горизонтальные границы кадра в негативе Super 35, а весь снятый материал неизбежно начал проходить процесс DI (Digital Intermediate).

Формат, разработанный компанией «Братья Тушинские» (Tushinsky Brothers) в далеком 1954 году, был вновь востребован оператором Джо Дантоном при съемках фильма «Танец безумия» (1982). Сторонник этого формата Джеймс Камерон впервые использовал его для съемок кинофильма «Бездна». Впоследствии, при съемке сюжетов для фильма «Топ Ган» из кабины самолета, камера со сферической оптикой оказалась как нельзя кстати – анаморфотная насадка туда просто не влезла бы. Четырехперфорационный кадр Super 35 имеет на 32% большую площадь изображения по сравнению с академическим 35-мм фильмом.

Более простой и дешевый съемочный процесс, простота наложения спецэффектов и универсальность послужили причиной наибольшей популярности формата у современных кинематографистов. При съемке кинофильма оператор имеет возможность компоновать сюжет благодаря кадрирующей рамке, нанесенной на видоискатель кинокамеры.

Широкоэкранная фильмокопия (формата 2.35:1), изготовленная с негатива Super 35, поступающая в кинотеатр, внешне идентична снятой с использованием анаморфотной оптики – кадр имеет вытянутое в вертикальном направлении изображение и оптическую дорожку, однако утрачивает былую детальность, поскольку получается путем «вырезания» области кадра Super 35, размером 263 мм².

«Часто режиссеры прибегают к съемкам на Super 16 при планировании релиза в форматах 1.85:1 или 1.66:1, примером тому служат фильмы «Борец», «Вера Дрейк», «Покидая Лас-Вегас», «Необратимость», «Король», «Кровавое воскресенье», «Вавилон», «Пи», «Станционный смотритель», «Город бога», «Преданный садовник», «Дневники мотоциклиста», – говорит американский режиссер Марк Лайон. «Людей ничто не останавливает снимать даже на 16 мм сейчас, но это не лучшее решение, если вы уже выбрали время и нашли деньги на съемку фильма, – объясняет кинематографист Брайан Драйсдэйл. – Некоторые низкобюджетные картины снимают на этот формат, используя камеры Apt 16 BL или Eclair NPR». Иногда кинофильмы в форматах 1.66:1 и 1.85:1 выходят на экраны по велению режис-

сера и обречены называться «фильмами не на весь экран» (например, «Валькирия», снятый Брайаном Сингером в 1.85:1, или «Жмурки», снятый Алексеем Балабановым в 1.66:1).

ПОЧЕМУ НЕ ВСЕ?

Вы никогда не задумывались, почему не все фильмы выпускаются широкоэкранными с анаморфированным кадром (2.35:1)? Смею предположить, что вы не киномеханик. Киномеханику, как никому другому, известно, насколько широкоэкранный анаморфированный фильм зрелищнее. Многие известные мне представители этой профессии просто-напросто пренебрежительно относятся к форматам, отличным от 2.35:1. *«Думаю, все из-за цены. Работа при съемке на широкоэкрannую пленку осветителей, декораторов становится сложнее, и цена возрастает»*, – со знанием дела объясняет киномеханик Сергей Сипатов (г. Сергиев-Посад). *«Часто бывает так, что flat-формат выбирает режиссер по своим художественным соображениям, плюс ко всему съемка в этом формате дает хорошую глубину резкости»*, – говорит киномеханик и инженер из Айдахо (США).

Многообразие телекиновидеоформатов вносит большую путаницу. Самому телевидению сегодня уже недостаточно классического значения 4:3, и оно на манер кинематографа трансформируется в цифровое, да еще и широкоэкрannное, имеющее соотношение сторон 16:9 (1.78:1).

Может быть, снятый анаморфированной оптикой кинофильм непригоден для этих целей? Тогда почему и «Руины», и «Темный рыцарь», упомянутые Дэвидом Малленом, после проката в кинотеатрах вышли в DVD-версии? Мало того, за последний месяц ушедшего года продажи Blu-ray-дисков выросли на 165% по сравнению с октябрём 2008 года. По данным Ассоциации производителей Blu-ray, пятую часть этого революционного роста обеспечил фильм Кристофера Нолана «Темный рыцарь», сообщает ресурс TechRadar. А как же послевоенные шедевры советских кинематографистов?! Конечно, фильмы с анаморфированным кадром пригодны для любых целей. Другое дело, что формат 2.35 (2.40):1 на телевизионном

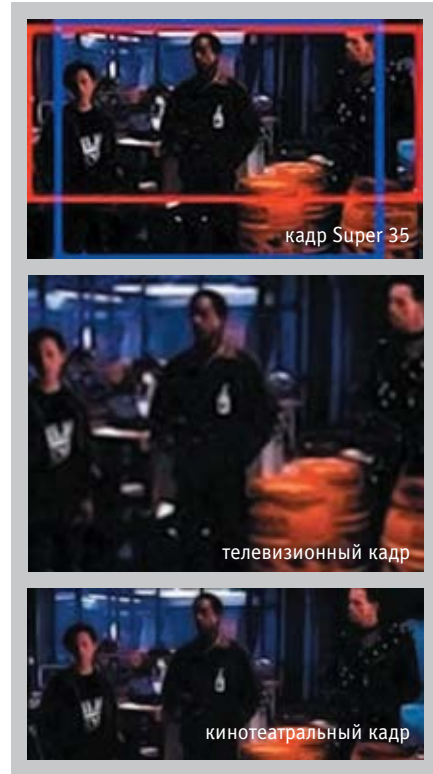


Рис. 2.
Кадр из
фильма
«Терминатор»

экране выйдет совсем не так, как на экране кинотеатра (см. рисунок на стр. 16), и такое зрелище понравится не каждому. Существует практика уменьшения ширины «анаморфического» изображения путем «обрезки» крайних участков изображения. Телевизионная версия «Звездных воинов» была реализована именно таким способом. В январе 2009 года компания Philips представила первый в мире телевизор, с кинематографическим экраном 2.35:1!

«В каком формате снимать и показывать фильм, прежде всего вопрос художественный, но не без контекста, – говорит продюсер Кирилл Ануфриев (кинопрокатная группа «Наше кино»). – Больше изображение – больше нужно его проработывать. Это больший труд, большие затраты. Правда, на моей памяти был один случай – фильм «Папа», когда рассматривался вопрос выпуска его в двух форматах. Иногда фильм может выйти на экраны в двух версиях – режиссерской и продюсерской,



Телевизор (монитор) с соотношением сторон 4:3

анаморфированный фильм
2.35:1 на экране

фильм 16:9 на экране



Телевизор (монитор) с соотношением сторон 16:9

анаморфированный фильм
2.35:1 на экране

фильм 4:3 на экране

и в этом случае также возможна разница в форматах кадра. Вообще, в нашей стране нет четкой культуры кинопоказа – часто снимают одно, а показывают другое. Например, фильм Алексея Балабанова «Жмурки» был снят в формате 1.66:1, а кинемеханики его показывали 1.85:1, и поэтому часть картинки сверху и снизу была отрезана».

Высота рабочего поля экрана для обычных, кашетированных и широкоэкранных фильмов в кинотеатрах должна быть одинаковой. Ширина рабочего поля кашетированного экрана (1.85:1) должна составлять $0,4 \text{ Др}$, где Др – рабочая длина зала (для 1.66:1 – $0,36$). В то время как ширина рабочего поля

широкого киноэкрана (криволинейного по хорде) – $(0,52 - 0,55) \times \text{Др}$. Далек не все кинозалы оборудованы системой кашетирования киноэкрана, которая закрывает «лишнее» экранное пространство при проекции отличных от 2.35:1 форматов и «выравнивает» горизонтальные границы изображения. Кстати, по моим наблюдениям, именно это дает повод зрителям задуматься над многообразием киноформатов. А порой вызывает у него чувство обманутости, как например это высказывание, размещенное на интернет – форуме «Формулы кино»: «Ходили с друзьями на «Золотой век», и что вы думаете – рекламу прокрутили на всю ширину экрана, а как до фильма дело дошло, так срезали половину! Что это такое вообще за неуважение. На таком экране я и дома мог его посмотреть! Как это объяснит мне администрация?! Впечатление о фильме испортили!». Или вот: «А что творится с экранами в «Каро» на «Пионерской»? У них вечно изображение не помещается на весь экран...!». Хотя, если быть честным до конца, зритель сегодня не интересуется форматом кадра фильма, на который он «идет». Более того, и сотрудники кинотеатров, встречающие зрителей, не готовы дать вразумительный ответ на вопрос о соотношении сторон киноизображения демонстрируемых в нем кинофильмов. С термином «широкий экран» люди чаще ассоциируют домашний широкий экран 16:9. Кто-то скажет: «Кому интересно – посмотрит в Интернете», и будет неправ, поскольку ни на сайте прокатчика, ни на сайте самого фильма, ни на других интернет-ресурсах такой информации скорее всего нет. Можно ли в этой ситуации говорить о том, что широкий экран все также остается способом привлечения зрителя в кинотеатр?

Совсем недавно посчастливилось мне посетить один из кинотеатров сети Regal в г. Колони (Нью-Йорк, США), где как раз шел фильм «Валькирия» (1.85:1). Экран суперсовременного, тринадцатизального, полностью цифрового мультплекса был формата 16:9! «Кашетированная» «Валькирия» занимала всю поверхность экрана, что не могло меня не порадовать, зато «широкоэкранный (2.35:1)» рекламный ролик «Игры власти» оставил незадействованные участки сверху и снизу экрана. Причина выбора Regal столь необычного для кинотеатра экранного формата вполне понятна: современный кинотеатр – мультзадачен, а это значит, что на его экране частенько появляются программы цифрового телевидения и многие другие мультимедийные сюжеты, которые уже облюбовали HD соотношение 16:9.

ПРОГНОЗ ОЧЕВИДЦА

РАЗГОВОР С ДОКТОРОМ ТЕХНИЧЕСКИХ НАУК, ПРОФЕССОРОМ ВИКТОРОМ ГРИГОРЬЕВИЧЕМ КОМАРОМ ПРОДОЛЖАЕТ НАЧАТУЮ В ЯНВАРЕ ЭТОГО ГОДА ТЕМУ ФАНТАСТИЧЕСКИХ И РЕАЛЬНЫХ ПЕРСПЕКТИВ КИНЕМАТОГРАФА. **[Валентина Семичастная]**

Виктор Григорьевич, вами была предложена методика объективного сравнения традиционного и нового видов кинематографа. Что можно сказать сегодня об этом противостоянии?

По ряду показателей качество цифрового кинематографического изображения превосходит качество изображения в обычном пленочном кино – более высокая светочувствительность, лучшие равномерность и устойчивость изображения на экране, отсутствие помех в виде зернистости, царапин и т.д.

Цифровой кинематограф не уступает предшественнику по таким важнейшим показателям качества изображения, как разрешение, экспозиционная широта, диапазон яркостей, и другим. Однако современные киноплёнки обладают большими возможностями художественных решений, связанными с недискретным характером формирования изображений. Высокие фотографические показатели современных киноплёнок, особенно негативных (например, более естественная передача цвета), дают основания ожидать сравнительно неторопливого массового перехода в кинематографии от киноплёнки к цифровым носителям изображения. Именно поэтому многие создатели кинофильмов в России да и в мире предпочитают снимать художественные фильмы на киноплёнке.

Хотя, как уже подтвердила практика, замена фотографических процессов на цифровые предоставляет большие преимущества в решении ряда изобразительных и звуковых задач при создании кинокартин, а также существенно упрощает многие ключевые звенья производственных процессов, таких как монтаж кинофильмов, корректировка цвета, создание комбинированных кадров и др.

Безусловно, финансовая сторона – большое препятствие на пути повсеместного внедрения цифрового кинематографа. Если съёмочный и монтажно-тонировочный периоды в цифровой технологии оказались более экономичными, иначе дело обстоит с проекцией. Стоимость цифрового кинотеатрального оборудования хотя и снижается из года в год, но продолжает быть высокой.

Так, в США в 2008 году стоимость цифрового кинотеатрального оборудования в среднем превышала стоимость плёночного примерно в 2 раза, его срок службы – в 3 раза меньше, эксплуатационные расходы в цифровых кинотеатрах пока в 2 раза выше. Тем не менее число цифровых кинотеатральных установок неуклонно возрастает. В 2008 году в США их насчитывалось 5 тыс. Несомненно, по мере все более широкого применения цифрового кино различия в стоимости кинооборудования цифровых и киноплёночных кинотеатров будут сглаживаться.

Каков в результате ваш прогноз развития кинематографа, мирового в целом и отечественного в частности?

Вероятнее всего, полный переход к цифровому кинематографу, несмотря на стремительный прогресс электроники, все-таки произойдет не за одно десятилетие, а медленнее, в течение нескольких десятилетий, особенно если принять во внимание огромные масштабы киносети в мире.

В этом смысле у России возможности развития цифрового кинематографа благоприятнее, чем у многих стран мира, так как нам предстоит лишь оснащать кинооборудованием разрушенную киносеть, а не терять дополнительные денеж-

ные средства, выбрасывая еще работающее оборудование из действующих кинотеатров.

Было бы разумно оснащать наши новые кинотеатры не только импортным, но и отечественным кинооборудованием. Для этого требуется восстановить отечественную промышленность, которая в прошлом смогла оснастить современной для того времени киноаппаратурой 150 тыс. кинотеатров и киноустановок в городах и селах страны и, кроме того, экспортировать киноаппаратуру.

Можно обоснованно утверждать, что вслед за цифровыми процессами следующим крупнейшим этапом развития кинематографа будет переход к трехмерному изображению, которое привнесет в кинематограф новые эффектные выразительные средства.

Сегодня есть все предпосылки для бурного развития трехмерного кинематографа. Однако следует обратить внимание на условия, в которых проходили предыдущие крупнейшие этапы развития кинематографа и внедрения новых технологий.

Во-первых, выразительные возможности кинематографа значительно расширились, а условия восприятия в кинематографе существенно приближались к условиям восприятия в жизни.

Во-вторых, одновременно с новыми продолжали существовать прежние основные выразительные средства. Например, в звуковое кино по-прежнему можно было включать немые сцены, в цветном кино – создавать черно-белые картины.

В-третьих, новые технические средства не вносили неприемлемых искажений изображения и звука, которые могли бы обесценить новые возможности.

Наконец, новые технические средства чрезмерно не усложняли и не удорожали существенно процессы производства и показа кинокартин. Рост кассовых сборов в кинотеатрах при показе кинокартин по новой технологии превышал дополнительные расходы, связанные с использованием новой техники.



**Виктор
Комар, доктор
технических
наук,
профессор**

Следует ожидать, что эти четыре условия сохранятся и при наступлении нового значимого этапа в развитии кинематографа – перехода от двухмерного к трехмерному изображению. Важно проводить разработки в данном направлении, учитывая указанные условия и некоторые особенности.

Согласно современной терминологии кинематографические системы делят на два вида – 2D и 3D. В обычных системах 2D зритель наблюдает изображение на экране двумя глазами в одном ракурсе. Это не мешает многим кинооператорам, как в живописи, получать удивительно красивые кадры с великолепной передачей глубины пространства, используя только монокулярные зрительные признаки.

В применяемых сегодня системах 3D, которые называются стереоскопическими, зрители видят на экране каждым глазом плоские изображения сцены, снятой в разных ракурсах. Трехмерное изображение формирует мозг зрителя под влиянием бинокулярных факторов зрения, позволяющих воспроизвести множество эффектных трехмерных сцен, например вынести действие непосредственно в пространство перед экраном и даже совсем рядом со зрителем.

Однако используемые на протяжении многих лет стереоскопические системы вряд ли смогут в перспективе занять доминирующее положение в кинематографе, потому что обладают серьезным экологическим дефектом – противостественным сочетанием зрительных признаков в воспроизводимом изображении.

Дело в том, что в стереоскопическом кинематографе зрительные признаки воспроизводимых изображений возникают в неестественных сочетаниях, в которых не могут встречаться в жизни. Речь идет о диспаратности, конвергенции и аккомодации.

Этот экологический недостаток является главной причиной, по которой стереоскопический кинематограф, несмотря на многочисленные, предпринимаемые на протяжении столетия попытки, до сих пор не доминирует в кинематографии.

В жизни движения мышц, которые изменяют кривизну хрусталика (аккомодация), и мышц, изменяющих направления оптических осей двух глаз (конвергенция), всегда строго соответствуют друг другу. В стереоскопическом кинематографе это соответствие нарушается, потому что глаза оказываются сфокусированными на плоскость экрана, а их оптические оси – сведенными на мнимое изображение объекта, которое чаще всего находится вне плоскости экрана.

Подобное неестественное сочетание зрительных признаков, когда оно возникает в небольшой степени, нарушает реалистичность изображения. При более значительных нарушениях наблюдается утомление и напряжение зрения, которое способно даже вызывать болевые ощущения.

Может ли такой минус стереографического кинопоказа свести на нет все его неоспоримые плюсы?

Умелая съемка и грамотная проекция в состоянии существенно ослабить указанные нарушения. Однако значительные ограни-

чения на выбор снимаемых сцен все же существуют. Несмотря на экологические недостатки, весьма велика вероятность того, что в ближайшие годы масштаб применения стереоскопического кинематографа будет значительно расширен при условии соблюдения жестких требований к процессам съемки и проекции, ограничивающих экологические нарушения. Это утверждение подтверждает образное высказывание директора Американского общества инженеров кино и телевидения (SMPTЕ): «Цифровое кино открыло дверь стереоскопическому кинематографу».

Наши читатели знают, что в НИКФИ накоплен большой опыт в области стереоскопического кинематографа, каково положение дел сегодня?

Последние работы НИКФИ показали, что применение цифровой техники позволяет принципиально устранить существенные недостатки известных систем стереоскопического кинематографа. Во-первых, появляется возможность отказаться при просмотре кинофильмов от неудобных для многих зрителей специальных очков. Во-вторых, использование многокурсной проекции позволяет зрителю свободно изменять свое положение в кресле во время сеанса. При этом процесс съемки не становится более сложным, поскольку, имея снятые в двух ракурсах изображения с помощью компьютерного метода получения множества проецируемых изображений, можно в итоге располагать десятками ракурсов.

Особо нужно отметить как весьма прогрессивную проводимую в НИКФИ под руководством д.т.н. Юрия Овечкиса работу по созданию проекционной многокурсной системы с просветным линзо-растровым экраном и работу Александра Мелкумова и Сергея Рожкова по цифровому стереоскопическому кинематографу.

Наиболее вероятной перспективой развития стереоскопического кинематографа на ближайшие годы следует считать создание театральной цифровой цветной безочковой системы многостереопарного

Используемые на протяжении многих лет стереоскопические системы вряд ли смогут в перспективе занять доминирующее положение в кинематографе, потому что обладают серьезным экологическим дефектом

кинематографа с компьютерным размножением числа ракурсов.

При этом глобальные экономические трудности, тормозящие сегодня прогресс техники и в кинематографии, можно надеяться, будут скоро преодолены.

Ближайшей перспективой отечественного кинематографа может стать еще более захватывающее зрелище, основанное на принципах, не схожих с принципами стереоскопического кино. В 1975 году я предложил систему голографического театрального кинематографа, лишенную главного экологического недостатка стереоскопических систем и воспроизводящую трехмерные изображения с естественным сочетанием зрительных признаков.

Трехмерное голографическое изображение в отличие от стереоскопического не формируется человеческим мозгом из двух плоских изображений, а возникает в пространстве объективно, независимо от зрителя. Оно представляет собой как бы световую скульптуру снятого предмета, которую рассматривают как реальный предмет, без экологических нарушений, возникающих в стереоскопическом кинематографе.

Академия наук СССР одобрила сделанное предложение, после чего в НИКФИ группой специалистов была создана экспериментальная система театрального голографического кинематографа с цветным объемным изображением.

Основные принципы голографического кинематографа были проверены опытным путем. В НИКФИ были сняты и продемонстрированы короткие голографические фильмы с трехмерным изображением: монохромным – в 1976-м и цветным – в 1986 году. Эти фильмы были показаны на экране размером 1 метр.

Наша разработка получила высокую оценку крупных отечественных и иностранных специалистов на нескольких международных конференциях, в том числе Американского общества инженеров кино и телевидения.

Американское общество инженерной оптики (SPIE) опубликовало в 2001 году мой доклад о голографическом кинематографе в книге «Избранные работы по фундаментальной голографической технике».

В 1976 году нашей работой заинтересовалась Киностудия им. М.Горького. Была организована съемочная группа для создания первого коммерческого голографического кинофильма на оборудовании, изготовленном в НИКФИ. В начале перестройки группа была вынуждена прекратить эту работу ввиду отсутствия финансирования.

Я надеюсь, что в ближайшем будущем вновь станет возможным продолжить работы по созданию техники голографического театрального кинематографа с проекцией на большие экраны.



**Ролик
клеякой ленты
«скотч»
для киноленты**



**CINEMECCANICA
СЕРВИС**

**на правах
рекламы**

**В НАЛИЧИИ
на складе
в Санкт-Петербурге**

199 руб.*

* Базовая стоимость с НДС
на февраль 2009 года без учета скидок
по сервисным программам

кинокомфорт™

первоклассное оборудование
для цифровых и 35-мм кинотеатров

Москва ● Мосфильмовская ● 1 ● МОСФИЛЬМ ● главный корпус
Санкт-Петербург ● Бухарестская ● 22 ● здание СПбГУКИТ
(495) 507 4000

НОВОСТИ D-CINEMA

GDC TECHNOLOGY ПОЛУЧИЛА АЗИАТСКИЙ РЫНОК

В борьбе за скорейший перевод азиатских кинотеатров на цифровую технологию компания GDC добилась заключения неэксклюзивных соглашений с тремя голливудскими студиями для DC-развертывания по всей Азии. В соответствии с этими соглашениями 20-th Century Fox, Paramount Pictures International и Universal Pictures International будут обеспечивать азиатских экспонентов цифровым художественным контентом и оказывать финансовую поддержку в приобретении кинооборудования, поставляемого GDC и отвечающего DCI-требованиям.

Первая фаза программы охватывает 6000 экранов в различных странах по всей Азии. Сегодня GDC разрабатывает вторую фазу, которая охватит еще больше азиатских государств. По словам доктора Ман-Нанг Чонга (Dr. Man-Nang Chong), основателя и генерального директора GDC, в ближайшее время компания ожидает других соглашений с киностудиями и независимыми дистрибьюторами, касающихся развития цифрового показа в Азиатском регионе.



SENSIO 3D ДОБАВИТ 50 СЕВЕРОАМЕРИКАНСКИХ КИНОТЕАТРОВ

SENSIO Technologies Inc. сообщила о продаже 50 новых лицензий на свою технологию декодирования контента цифрового кино SENSIO 3D для использования Cinedigm Digital Cinema Corp. Технология Live 3D, при помощи которой осуществляется трансляция «живых» стереоскопических событий, отныне будет работать в 100 цифровых кинотеатрах на территории США. Предыдущие 50 лицензий были выданы еще в июле 2008 года.

Данная сделка была проведена International Datacasting Corporation (IDC), которая по договоренности с SENSIO продала компании Cinedigm 50 систем CineLive 3D. Театры, оснащаемые Cinedigm, используют серверы вос-

произведения Doremi DCP-2000, дружественные технологии SENSIO 3D. Cinedigm обладает эксклюзивными правами на эту технологию на рынке Соединенных Штатов.

«В нынешних экономических условиях мы очень рады, что распространение нашей технологии в кинотеатрах идет, как запланировано. Наши партнеры признают потенциал технологий Live 3D и дистрибуции альтернативного контента. Cinedigm в сотрудничестве с IDC, Doremi и SENSIO ведет работу по реализации инфраструктуры, которая позволит зрителям смотреть «живые» спортивные матчи или концерты в 3D-формате, предоставляя им незабываемые впечатления», – говорит Никола Русьер (Nicholas Routhier), президент и исполнительный директор SENSIO. В июне прошлого года Cinedigm объявила о своем намерении развернуть CineLive в 150 цифровых кинотеатрах на территории США.

ПРЯМАЯ 3D HD-ТРАНСЛЯЦИЯ NBA ALL-STAR SATURDAY NIGHT ПРОЙДЕТ В 80 КИНОТЕАТРАХ США

Turner Sports, The National Basketball Association (NBA) и Cinedigm Digital Cinema Corp. объединят усилия для организации трансляции репортажа TNT NBA All-Star Saturday Night в формате Live 3D в 80 цифровых кинотеатрах на территории США. Это стало первым соглашением о публичной трансляции игры NBA в формате Live 3D HD.

Прямая трансляция репортажа будет показана в 160 кинозалах сетей Carmike Cinemas, Celebration Cinemas, Cinema West, Emagine, Galaxy Theatres, Marquee Cinemas, MJR, NCG, Rave Motion Pictures, Showcase и UltraStar Cinema в 35 штатах США.

NBA – «пионер» в «живой» передаче 3D HD. Первые прямые трансляции игр в формате 3D HD состоялись в 2007 году, когда более 14 000 поклонников смогли насладиться финальными играми сезона. 24-я ежегодная трансляция NBA All-Star Saturday Night запланирована на 14 февраля 2009 года на канале TNT.

Для организации трансляции будет использована технология Cinedigm CineLive, которая обеспечит прямую 2D- и 3D-трансляцию в 80 кинотеатрах более чем с 160 3D-кинотеатрами. В 2009 году Cinedigm планирует расширить сеть CineLive до 150 кинотеатров.



ПЕРВЫЙ 1200-Й В КИТАЕ

Dadi Cinema Development Ltd. станет первой компанией, которая установит в Китае цифровой кинопроектор Barco DP-1200. Она является подразделением Dadi Culture & Media Group. Бизнес компании сосредоточен на выпуске кинофильмов, открытии цифровых кинотеатров и разработке новых носителей информации. В 2008 году Dadi Digital Cinema Development Ltd. вложила средства более чем в 100 кинотеатров (300 кинозалов и 100 000 мест) в китайских провинциях Гуандун,

Чжэцзян, Шаньдун, Цзянсу и Аньхой, а также в Пекине и Шанхае. Dadi уже имеет четырехлетний опыт работы с продуктами Barco и сегодня заключила контракт на установку не только уже проверенных временем портативных цифровых кинопроекторов DP-1200, но и более мощных DP-2000.

По данным сайтов www.digitalcinema.com и www.dcinematoday.com.



Блок выпуска пленки 35 мм бесперемоточного устройства



**CINEMECCANICA
SERVIS**

кинокомфорт™

первоклассное оборудование для цифровых и 35-мм кинотеатров

Москва ● Мосфильмовская ● 1 ● МОСФИЛЬМ ● главный корпус
Санкт-Петербург ● Бухарестская ● 22 ● здание СПбГУКИТ
(495) 507 4000

на правах рекламы

В НАЛИЧИИ
на складе
в Санкт-Петербурге

31495 р.*

* Базовая стоимость с НДС на февраль 2009 года без учета скидок по сервисным программам

СИСТЕМЫ ИМПУЛЬСНОГО ЭЛЕКТРОПИТАНИЯ КИНОПРОЕКТОРОВ.

ЧАСТЬ 3. РЕЗУЛЬТАТЫ ИСПЫТАНИЙ

|Вадим Лапшин|

В результате проведенных испытаний, методика и аппаратура которых подробно описаны в журнале «Техника кино и телевидения» (2002. №4), установлено следующее:

1. При равенстве эффективного значения тока дуги лампы, работающей от системы импульсного питания, постоянного тока штатного источника питания кинопроектора, световой поток на экран возрастает в два раза.

2. Использование системы импульсного питания лампы позволяет в 4 раза сократить потребление электроэнергии от питающей сети переменного тока при сохранении уровня освещенности экрана.

3. При использовании систем импульсного питания кинопроекционной лампы не отмечено появление «тяги» или других искажений изображения кадра.

4. При использовании систем импульсного питания кинопроекционной лампы не отмечено появление помех звуковому сопровождению фильма.

5. Снижение общего времени горения лампы за сеанс в 2 раза снижает выделение тепловой энергии в осветителе и тепловую нагрузку на оптические и механические узлы кинопроектора,

что повышает надежность их работы. Измерения показали, что температура анода лампы при импульсном питании снижается на 350–400° и становится ниже, чем при постоянном токе. В 2 раза снижается также тепловой поток на зеркало осветителя, уменьшается его температура и, следовательно, повышается его ресурс.

6. Использование импульсного питания лампы позволяет снять обтюратор, что снижает уровень шумов и вибрации во время работы кинопроектора и улучшает условия работы обслуживающего персонала.

7. Не отмечено сокращение ресурса серийной ксеноновой дуговой лампы постоянного тока мощностью 3 кВт, работающей в кинопроекторе в режиме прямоугольных импульсов тока с пиковой мощностью 5 кВт.

8. Работоспособность системы импульсного питания сохраняется при непрерывной работе в течение 6 часов и более.

Выражаю искреннюю благодарность за многолетнее благотворное сотрудничество сотрудникам НИИ ПФП БГУ (г. Минск), ОКБК (г. Одесса), Минского механического завода (г. Минск), СПбГУКиТ (г. Санкт-Петербург), УП «Киноvideопрокат» (г. Минск).

Список использованной литературы:

1. Кинопроекционная техника /Под ред. С. М. Проворнова. М.: Искусство, 1966.

2. Лапшин В.А., Петров К.И., Галиновский С.А. Устройство питания ксеноновой лампы кинопроектора. Авт. свидетельство №1837251. 1992.

3. Лапшин В.А., Лобач Н.Г., Шарманов С.В. Источники питания для безобтюраторной кинопроекции // Техника кино и телевидения. 1999. № 7.

4. Опалов Н. К., Лапшин В.А., Лобач Н.Г., Скугаревский В.А., Чернышов Н.А. Импульсные источники питания для кинопроекционных ламп //Техника кино и телевидения. 2002. №4.

5. Тихомирова Г.В., Лапшин В.А., Кирпишин Ф.И. Пути устранения заметности мельканий изображения в кинематографе //Техника кино и телевидения. 2002. № 4.

6. Белоусов А.А., Гребенников О.Ф., Гусев В.В., Гусев В.П., Куклин С.В., Лапшин В.А. Безобтюраторная кинопроекция //Техника кино и телевидения. 2002. № 2.

7. Киричанский А.В., Усятинский Я.Б. Электропитание ксеноновых ламп. М.: Искусство, 1976.

8. Векслер Г.С. Электропитание спецаппаратуры. Киев: Вища школа, 1979.



МОБИЛЬНЫЙ КИНОТЕАТР

МНОГИЕ, НАВЕРНОЕ, ЕЩЕ ПОМНЯТ 1980-Е ГОДЫ, КОГДА В КАЖДОМ СЕЛЬСКОМ КЛУБЕ СТОЯЛА КИНОУСТАНОВКА, А ВЕСНОЙ НАЧИНАЛИ РАБОТУ ТЫСЯЧИ СЕЗОННЫХ КИНОТЕАТРОВ, ГДЕ С НАСТУПЛЕНИЕМ ВЕЧЕРНИХ СУМЕРЕК МОЖНО БЫЛО ПОСМОТРЕТЬ КИНО ПОД ОТКРЫТЫМ НЕБОМ. С ТЕХ ПОР ПОЧТИ ВСЕ ПЕРЕМЕНИЛОСЬ, ИСЧЕЗЛА И ЭТА КУЛЬТУРНАЯ ПЛОЩАДКА РОССИЙСКОЙ ГЛУБИНКИ. |Максим Крикливец|

Несколько лет назад ко мне обратился глава Видновской дирекции киносети Владимир Степанович Меньшов с просьбой подобрать оборудование для кинопоказа в сельской местности. «Мне не дает покоя, что масса сельских клубов осталась без кино, – сказал он. – Давайте что-нибудь придумаем, ведь была же раньше кинопередвижка (киноустановка на шасси автомобиля), которая приезжала даже в самые маленькие и отдаленные населенные пункты, радовала людей. А сегодня техника так шагнула вперед, не может быть, чтобы не было ничего

подобного!» Идея мне понравилась, и вскоре у Владимира Степановича появилась первая мобильная киноустановка.

Задача была поставлена четко: комплект оборудования должен быть недорогим, максимально простым в эксплуатации, обслуживаться и устанавливаться минимальным количеством людей, перевозиться на «жигулях» или «уазике» и быть как можно более автономным.

У нас в стране одна из компаний уже выпускает современную кинопередвижку. Производство, конечно, мелкосерийное. На базе шасси автомобиля оборуду-

дован передвижной комплект, в состав которого входит видеопроектор, экран и колонки с усилительной аппаратурой. Есть даже микшерный пульт, с помощью которого можно проводить небольшие концерты. Вещь хорошая, но имеет один серьезный недостаток – крайне высокую стоимость, что может загубить любую, даже самую благородную идею.

Используемая когда-то для этих целей 35-мм киноплёнка очень неудобна по ряду известных причин. К тому же комплект, включающий в себя кинопроектор, назвать мобильным можно весьма условно, так как его перевозка и подготовка к работе связаны с большими трудозатратами и занимают слишком много времени. Такой способ решения проблемы был признан мною неперспективным и отброшен.

Цифровые источники сигнала и проекции оказались единственно правильным решением, поэтому предстояло сделать выбор среди таких устройств. Профессиональное видеопроекторное оборудование для цифровых кинотеатров всерьёз не рассматривалось – эта роскошь стоимостью несколько миллионов рублей недоступна даже для большинства стационарных кинотеатров. В конечном счёте остался один приемлемый вариант – DVD как источник сигнала и видеопроектор в качестве устройства, формирующего изображение на экране. Конечно, у такого удобного носителя информации, как DVD (имеются в виду диски с записями кинофильмов), есть и свои недостатки. Прежде всего то, что фильмы на DVD поступают в продажу через нескольких месяцев после выхода в кинопрокат. Ещё один недостаток – ограниченность пространства для записи определённым количеством гигабайт, в которые должны втиснуться и изображение, и саундтрек картины. К тому же на большом экране с близкого расстояния могут быть различимы пиксели при показе даже очень качественных записей. Что уж говорить про DVD,



на которые записано порой по два, три и более фильмов – информация сжимается до предела, и если для просмотра на небольшом телевизоре такая запись ещё пригодна, то о большом экране и речи быть не может.

Теперь попробуем оценить, насколько приемлем наш вариант для решения поставленной задачи, рассмотрим все «за» и «против» с практической точки зрения и уже потом сделаем выводы о его жизнеспособности и востребованности.

Для наглядности подберем комплект оборудования для условного сельского клуба на 50–60 мест. Такой зал скорее всего будет размером 10 на 15 метров и иметь экран шириной около 3 метров. Нам потребуется видеопроектор с форматом изображения 16:9. Он предпочтительнее для демонстрации фильмов потому, что имеет наиболее близкое к плёночным форматам (1,85:1 и 2,35:1) соотношение сторон и обладает необходимой для показа контрастностью. В некоторых случаях можно успешно использовать видеопроекторы другого, не менее распространённого, формата – 3:4, правда, чаще они применяются для решения мультимедийных задач, поэтому устройств с высокой контрастностью меньше. Чтобы получить достаточно яркое изображение для нашего экрана, потребуется проектор со световым потоком не менее 3000 ANSI lm. Стоимость такого видеопроектора может состав-



лять около 200 тысяч рублей. Скорее всего его придется разместить прямо в зрительном зале. Для установки на более удаленном (или близком) расстоянии будет нужен уже длиннофокусный (или короткофокусный) объектив. Их можно приобрести дополнительно, но стоят они довольно дорого – около 50 тысяч рублей и даже больше. К тому же при перемещении из зала в зал, возможно, потребуются замена одного объектива на другой, однако не на каждом проекторе это можно сделать достаточно быстро. Все это существенно ограничивает использование сменной оптики – проще смириться с тем, что проектор стоит в зале, чем тратить деньги на объективы и уйму времени на их смену.

КОМПЛЕКТ, ВКЛЮЧАЮЩИЙ В СЕБЯ КИНОПРОЕКТОР, НАЗВАТЬ МОБИЛЬНЫМ МОЖНО ВЕСЬМА УСЛОВНО, ТАК КАК ЕГО ПЕРЕВОЗКА И ПОДГОТОВКА К РАБОТЕ СВЯЗАНЫ С БОЛЬШИМИ ТРУДОЗАТРАТАМИ И ЗАНИМАЮТ СЛИШКОМ МНОГО ВРЕМЕНИ

После того как основа для нашего мобильного кинотеатра выбрана, можно переходить к подбору звукоусилительного оборудования. Здесь нужно рассмотреть два варианта: активные колонки (акустические системы со встроенными усилителями) или пассивная акустика, для работы которой требуется внешний усилитель мощности. Пассивные системы имеют небольшую массу, а значит, их легче переносить, для их подключения

необходимо подвести всего один провод, и они готовы к работе. Но для них тоже нужны усилители, а следовательно, место для река (достаточно тяжелого ящика, обычно на колесах, в котором установлены усилители). Активные системы весят больше за счет вмонтированного внутрь усилителя мощности – около 16–18 кг. Для включения такой акустики требуется уже два провода – низковольтный сигнальный и шнур питания 220 Вт. Мой выбор пал на активные колонки – лучше запастись большим количеством удлинителей, чем иметь дело с тяжелым реком. Итак, звукоусилительное оборудование моего комплекта состоит из пяти активных акустических систем мощностью 250 Вт каждая и такого же активного сабвуфера для воспроизведения низкочастотного канала эффектов. Стоимость всех устройств – около 100 тысяч рублей. Прибавим еще 50 тысяч за набор кабелей, DVD и штативы для колонок.

Общая стоимость комплекта оборудования – около 350 тысяч рублей, причем оно не дешевое китайское, а лучших японских, европейских и американских производителей.

Теперь у нашего мобильного кинотеатра есть все необходимое, кроме экрана. Это самый сложный вопрос. Ввиду больших размеров экран трудно транспортировать, устанавливать и поддерживать в чистоте при постоянных переездах. В наш комплект я специально не включил экран, потому что лучше, если он будет стационарным в каждом зале, где планируется устанавливать оборудование. В других случаях можно использовать разные варианты конструкций, но у каждого найдутся существенные недостатки. Так, например, подпружиненные экраны в тубусе, разматывающиеся из длинного металлического корпуса, имеют большой вес, из-за которого их достаточно сложно переносить, и ограниченную ширину полотна (обычно до 2,5–3 метров). Можно попробовать использовать

натяжные экраны на разборной раме, но и здесь есть свои проблемы. Прежде всего – сама рама, которая в принципе не предназначена для многократной сборки/разборки. Постепенно конструкция разбалтывается, фиксаторы ослабевают. Укрепленная рама имеет более значительный вес и габариты и требует больше времени на сборку. Кроме того, натяжной экран при перевозке необходимо складывать, а значит, неизбежно появление невыпрямляющихся складок. Решение вопроса, какой экран выбрать, мы оставляем за пользователем – пусть каждый найдет наиболее приемлемый для себя вариант. Кому-то удобнее перевозить экран в тубусе или самостоятельно сделать несложную разборную раму, а кому-то целесообразнее установить экран необходимого размера в каждом зале или просто окрасить оштукатуренную стену белой матовой краской и проецировать изображение на нее.

Вот и собран наш комплект для передвижного кинотеатра, попробуем теперь погрузить и перевезти его. В автомобиле «ВАЗ-2104» со сложенными задними сиденьями все оборудование смогло разместиться за несколько минут один человек. Как и предполагалось, за 30–40 минут смог разгрузить и установить весь комплект в зале тоже один человек. Сельчане, к вам приехал кинотеатр! Сеанс начинается, заходите в зрительный зал и занимайте места!



Первый опыт практического использования комплекта оправдал наши расчеты. Более того, у него оказалось куда больше возможностей, чем первоначально требовалось заказчику. С помощью дополнительного микшерного пульта (стоимостью около 10 тысяч рублей) можно существенно расширить применение комплекта – озвучивать различные массовые мероприятия, праздники, спортивные соревнования. Кроме пульта и микрофонов (если потребуются), не нужно никакого другого оборудования или кабелей – все уже есть в нашем видеокомплекте. Его вполне можно рекомендовать для «поднятия боевого духа» и с успехом использовать и во время сезонных полевых работ сельских жителей, и на военных сборах. Да мало ли случаев, когда использование небольших мобильных комплектов будет очень уместно!



Контроллер скорости бесперемоточного устройства



**CINEMECCANICA
СЕРВИС**

кинокомфорт™

первоклассное оборудование для цифровых и 35-мм кинотеатров

Москва ● Мосфильмовская ● 1 ● МОСФИЛЬМ ● главный корпус
Санкт-Петербург ● Бухарестская ● 22 ● здание СПБГУИТ
(495) 507 4000

на правах рекламы

В НАЛИЧИИ на складе в Санкт-Петербурге

7249 руб.*

* Базовая стоимость с НДС на февраль 2009 года без учета скидок по сервисным программам

СВЕТОВЫЕ ГАЗЕТЫ¹

МЫ ПРОДОЛЖАЕМ ВСПОМИНАТЬ О ПЕРЕДОВОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ТЕХНИКЕ КИНОПОКАЗА ВРЕМЕН СССР, ВАЖНЫХ СОБЫТИЯХ В ЖИЗНИ РАБОТНИКОВ СОВЕТСКИХ КИНОТЕАТРОВ, ИХ ТРУДОВЫХ БУДНЯХ. | **Борис Сорокоумов** |

На многих сельских киноустановках демонстрируются световые газеты, завоевавшие большую популярность среди населения. Они рассказывают о передовых людях района, колхоза, бригады, дают агрономические советы, критикуют нарушителей трудовой дисциплины.

Материалы для световых газет поступают из самых различных источников.

Сельские киномеханики работают в разных условиях, и трудно поэтому рекомендовать всем какие-то общие методы организации и выпуска световых газет. Каждый киномеханик в состоянии выпустить световые газеты, сообразуясь с условиями своей работы.

Киномеханик Шиловского района Рязанской области А. Французов еще до Великой Отечественной войны по заданиям райкома партии и райисполкома Совета депутатов трудящихся показывал на экране колхозным зрителям объявления и всевозможные сообщения, написанные на пленке. Это был прототип современной световой

газеты. После войны А. Французов наладил регулярный выпуск световых газет и демонстрирует их во всех колхозах. За 1950 год он показал свыше 100 газет.

Киномеханик Ракитянского района Киевской области Б. Чернецкий также показывает колхозникам световые газеты.

Обычно Б. Чернецкий показывает световые газеты с музыкальным сопровождением: киномеханик, используя микрофон и усилитель, читает текст газеты, а сельский гармонист сопровождает чтение музыкой, близкой к содержанию текста (марши, популярные песенки и т.п.).

Почти во всех световых газетах имеется уголок юмора. Здесь можно увидеть карикатуру с остроумным текстом, забавное четверостишие, частушку, шуточное объявление, высмеивающее нарушителей труддисциплины и нерадивых работников.

Пленку для газеты работник получает в районном управлении кинофикации. Киномеханик Константиновского района

ЯРКИЙ ЭКРАН²

Посетители рижского кинотеатра повторного фильма «Блазма» недавно были приятно удивлены необычайной яркостью экрана и высоким качеством изображения. Оказывается, в киноаппаратной были установлены ксеноновые лампы – источники света большой яркости. Старший киномеханик «Блазмы» Готгард Цалле рассказал: «Новый осветитель с ксеноновой лампой создан сотрудниками светотехнической лаборатории НИКФИ и передан в наш кинотеатр для опытных испытаний. Ксеноновая лампа ДКСШ-1000 – сверхвысокого давления. Номинальная мощность ее – 1000 Вт. Она рассчитана на 400–500 часов работы, хотя горит значительно дольше. Применение новых ламп в нашем кинотеатре подтвердило их преимущество перед повсеместно используемыми углями электрической дуги. Кинозрители высоко оценивают качество проецирования фильмов с новым источником света. Резко улучшилась цветопередача и контрастность цветных и черно-белых фильмов. Следует отметить и экономичность ксеноновых ламп. Они намного дешевле углей электрической дуги. Кроме того, значительно сокращается потребление электроэнергии. Использование ксеноновой лампы облегчает труд киномеханика, так как отпадают операции смены углей, их регулировки и ухода за угольной дугой. У ксеноновых ламп, несомненно, большое будущее».

¹ Киномеханик. 1951. № 3.

² Киномеханик. 1961. № 2.

Сталинской области Арефьев использует для световой газеты кинопленку, бывшую в употреблении, подготавливая ее следующим образом: на 10–15 минут пленка опускается в горячую воду (после чего с нее легко смывается эмульсия), затем прополаскивается 2–3 раза в холодной воде и просушивается. После этого пленку необходимо натянуть на столе и равномерно протереть мелкой наждачной бумагой сначала в одну, а затем в другую сторону. Пленка, имеющая хорошую и равномерную потертость, может быть использована для световой газеты.

Световая газета, как правило, выпускается длиной полтора-два метра.

Написание текста – работа кропотливая, так как на кинокадре размером 19х23 мм трудно писать четко, разборчиво и аккуратно. Важно, чтобы все строчки были ровными, так как при увеличении на экране заметна каждая погрешность.

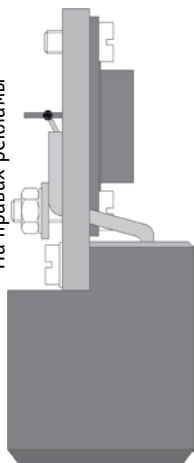
В световой газете «Луч» всегда имеются рисунки, диаграммы, карикатуры. Рисунки и диаграммы выполняются цветными чернилами.

Если рисунок очень сложный, то художник сначала рисует его на бумаге, а затем подкладывает под пленку и копирует. Тексты на пленке пишутся тушью разных цветов.

В колхозе имени Хрущева фоторепродукции для световой газеты готовятся на листе картона 19х23 см, то есть в сто раз больше, чем кинокадр. Крупными буквами пишется текст и рисуется карикатура, затем этот лист снимается фотоаппаратом ФЭД или другим аппаратом, рассчитанным на 35-мм пленку, причем следят за тем, чтобы размер полученного изображения точно соответствовал формату нормального кинокадра. Получается негатив, который, конечно, проецировать на экран нельзя. Его нужно перепечатать на позитивную пленку, а затем уже смонтировать кадр в световую газету.

Световые газеты, получившие широкое признание у населения, являются серьезным и нужным делом. Поэтому каждый районный отдел кинофикации и каждый кино-механик должны уделить особое внимание организации выпуска и демонстрации световых газет.

На правах рекламы



ИСТОЧНИКИ КРАСНОГО СВЕТА для чтения БЕССЕРЕБРЯНЫХ ФОНОГРАММ для КИНОПРОЕКТОРОВ МЕО, 2ЗПК, КПЗО

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

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

Технические консультации: тел. (495) 618-60-77, моб. 8-916-5403900

ICQ 243-989-287, e-mail: ASLmoscow@mail.ru

Оформление заказов: тел.: (495) 660-15-54, 971-69-72, факс (495) 677-17-73

ЗАО НИКФИ, КБ модернизации кинопроекторов



РЕКЛАМНЫЙ КОНТАКТ

ЖУРНАЛ «КИНОМЕХАНИК» НАЧИНАЕТ СЕРИЮ ПУБЛИКАЦИЙ О ЛОКАЛЬНЫХ СПОСОБАХ И ИНСТРУМЕНТАХ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ НА ПЛОЩАДКИ. ПРИНИМАЯ ЭСТАФЕТНУЮ ПАЛОЧКУ ОТ ПРОИЗВОДИТЕЛЯ И ДИСТРИБЬЮТОРА, КИНОТЕАТР МОЖЕТ И ДОЛЖЕН СМЕЛО ПРИМЕНЯТЬ ВСЕ ВОЗМОЖНЫЕ РЕКЛАМНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ В БОРЬБЕ ЗА ЗРИТЕЛЯ. В ФЕВРАЛЬСКОМ НОМЕРЕ МЫ РАССКАЖЕМ О ВОЗМОЖНОСТЯХ, КОТОРЫЕ МОЖЕТ ПРЕДЛОЖИТЬ ГК «ДЕЛОВАЯ РУСЬ» **[Виктория Картунова]**

Стены – это не только поверхность для декоративных элементов, но и дополнительная возможность проконтактировать с посетителем, проинформировать о будущих премьерах, показать тизеры, проинформировать о месторасположении кафе и кинобара. Время до начала сеансов необходимо использовать максимально рационально, провоцируя посетителей на дальнейший «материальный» контакт.

Для продвижения фильма Анастасия Розанова, генеральный директор ООО

«Моушн Вью», ГК «Деловая Русь» и Юлия Пышненко, руководитель концессионного отдела ООО «Трест ресторанный оборудования», ГК «Деловая Русь» предлагают несколько решений.

■ Конструкции для натяжных баннеров на фасаде кинотеатра. Баннеры эффективно привлекают прохожих, информируют о премьерах, делают фасад более привлекательным. Преимущества этого решения в том, что оно не очень затратное (в стоимость входит конструктив из трубоквadraта, баннер с люверсами по периметру и

монтажные работы). Однако конструкция требует постоянных обновлений.

■ Лайтбоксы под постеры. Они сообщают посетителю о текущих сеансах и о будущих премьерах. Лайтбокс может быть снабжен наборными сеансами, иметь индивидуальный дизайн, подчеркивающий стиль заведения. Поскольку он снабжен подсветкой, это привлекает дополнительное внимание.

■ Планшеты под постеры. Изделие, похожее на предыдущее, но без подсветки, что значительно снижает стоимость.

■ Расписание сеансов. Эта конструкция просто необходима, она помогает разобраться, какие фильмы на данный момент можно посмотреть, в каком зале и какова стоимость билетов. Исполнение может быть различным, так как в разных кинотеатрах – разное количество сеансов и залов. Современное решение данной задачи – расписание сеансов на LCD-мониторах. С помощью программного решения Motion board от компании «Моушн Вью» использование мониторов значительно упрощается.

■ Промо-стаканы. Стаканы для попкорна являются отличным рекламоносителем. Для продвижения фильма это незаменимое средство. Причем заказывать их могут как кинопрокатчики, так и студии, главное – обговорить тираж и размеры. Стаканы в кинотеатры поступают за месяц до премьеры. Для кинотеатра это удобный и, наверное, самый выгодный по затратам рекламоноситель, так как стаканы приобретаются в любом случае. Да и кто откажется взять попкорн в качественной, красочной упаковке с изображением любимого персонажа или героя? Также на стаканах можно разместить информацию о своей сети или о предстоящей акции – возможностей много.

■ Сувенирная продукция (игрушки). Всем известно, что дети зачастую делают фильму основную кассу. Поэтому стимулировать их интерес очень важно, ведь они приводят с собой родителей, друзей, таким образом увеличивая количество зрителей

вдвое-втрое. Сувенирная продукция производится не к каждой премьере, обычно к мультфильмам. И ее наличие необходимо уточнять у поставщика.

■ Печатная продукция. Довольно удачный ход – делать акцент на какую-то определенную услугу или продукт (открытие кинобара, нового зала, стимулирование плохо продаваемой позиции или появление нового продукта). В этом помогут листовки, флаеры или другие виды печатной продукции. Их можно раздавать как на территории кинотеатра, так и за его пределами.

Если говорить о сроках поставок, то рекламные конструкции, разумеется, нужно заказывать заранее, лучше за месяц до открытия. Стаканы, как говорилось выше, поступают в кинотеатр за месяц до премьеры.

Естественно, что кинотеатру невозможно, да и не нужно использовать все возможные решения. Главное – грамотно сочетать нужные для конкретной площадки решения.

По мнению Анастасии Розановой, генерального директора ООО «Моушн Вью», ГК «Деловая Русь» и Юлии Пышненко, руководителя консессионного отдела ООО «Трест ресторанный оборудования», ГК «Деловая русь», кинотеатр обязательно должен иметь:

- вывеску;
- информацию о премьерах на фасаде;
- расписание сеансов;
- афиши к премьерам;
- меню-борд в кинобаре.

И еще хотелось бы обратить внимание на то, что многие кинотеатры делают упор только на кинопрокат, упуская из виду кинобары. Это не совсем правильно. При умелой организации работы прибыль от данного направления сравнима с выручкой от кинопроката, а в некоторых случаях даже превышает ее. Желаем сетям успеха в нелегком деле повышения кассовых сборов!



В ФОКУСЕ ЖАНРА БОЕВИК

ПРОДОЛЖАЯ АНАЛИЗИРОВАТЬ АУДИТОРИИ РАЗЛИЧНЫХ КИНОМАТОГРАФИЧЕСКИХ ЖАНРОВ, В ЭТОМ НОМЕРЕ МЫ РЕШИЛИ ОСТАНОВИТЬСЯ НА СТОЛЬ ПОПУЛЯРНЫХ БОЕВИКАХ. ЗАХВАТЫВАЮЩИЙ СЮЖЕТ, ЕГО ДИНАМИЧНОЕ РАЗВИТИЕ, МНОЖЕСТВО ТРЮКОВ И СПЕЦЭФФЕКТОВ – ВОТ НАИБОЛЕЕ ТИПИЧНЫЕ, ХАРАКТЕРНЫЕ ЧЕРТЫ ЭТОГО ЖАНРА. |Мирoslава Цапко|

Есть мнение, что фильмы, снятые в жанре боевика, априори могут рассчитывать на зрительский успех. Однако насколько это справедливо и существуют ли выраженные социально-демографические особенности ядра целевой аудитории, можно узнать, лишь проанализировав большой массив исследовательской информации. Имеется в виду не количество посмотревших кон-

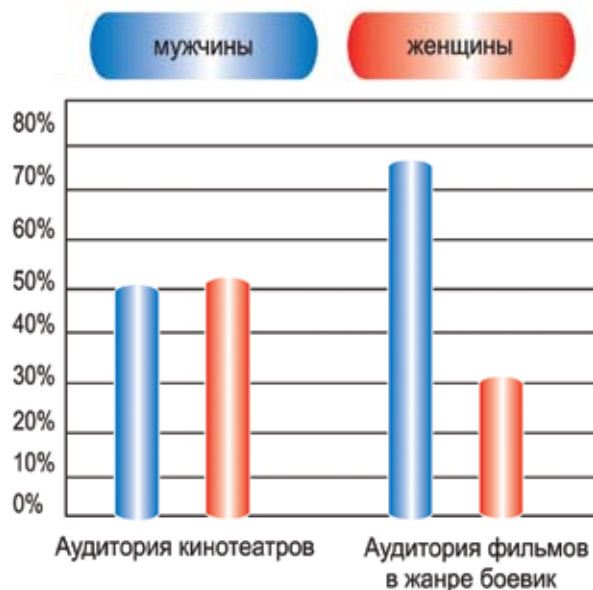
кретный боевик и не степень удовлетворенности этим просмотром, а отношение непосредственно к жанру.

Важность жанровых предпочтений кинотеатральных зрителей актуализируется прежде всего при продвижении нового фильма. Для заметной части посетителей кинотеатров выбор картины для просмотра является спонтанным. И одним из важных критериев этого выбора становится именно жанр. Учитывая, что реклама и PR во второй уикенд уступают место «сарфанному радио», соответствие фильма заявленному жанру оказывается весьма значимым. Жанр закладывает определенные правила игры и формирует вполне конкретные ожидания зрителей. Несоблюдение этих правил зачастую приводит к разочарованию и отрицательным отзывам о фильме.

Итак, на основании данных, собранных исследовательской компанией USPR-Research, сравним сложившуюся кинотеатральную аудиторию с той ее частью, представители которой предпочитают боевики другим жанрам.

Как видно из гистограммы 1, процент мужчин значительно превышает процент женщин, для которых боевики – наиболее предпочтительный жанр. Что, безусловно, вполне объяснимо

ГИСТОГРАММА 1. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПО ПОЛУ



гендерными пристрастиями к оружию, дракам и разного рода технике, которых так много в фильмах этого жанра. Кровопролитие и жестокость – другая сторона подобных картин, отпугивающая женскую аудиторию.

Что касается возрастного состава киноаудитории, то она выглядит следующим образом.

В предыдущем номере журнала уже говорилось о том, что основная часть аудитории кинотеатров представлена лицами в возрасте до 35 лет, причем 33% от общего числа составляют зрители, не достигшие совершеннолетия.

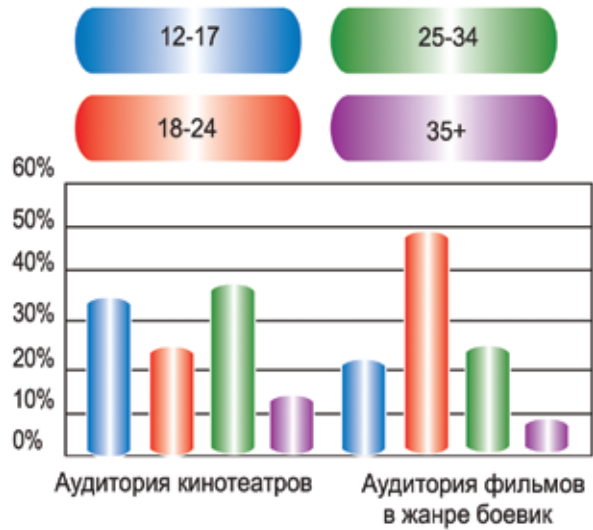
Однако основная аудитория боевиков состоит из представителей возрастной группы от 18 до 24 лет (48%). На втором месте находится следующая возрастная категория – от 25 до 34 лет (24%), которая незначительно опережает подростковую аудиторию (21%). Представители же более старших возрастных групп предпочитают фильмы других жанров и в аудитории боевиков составляют лишь 7% (гистограмма 2).

Необходимо отметить, что выраженных особенностей по части образования или социального статуса зрителей этого жанра не выявлено.

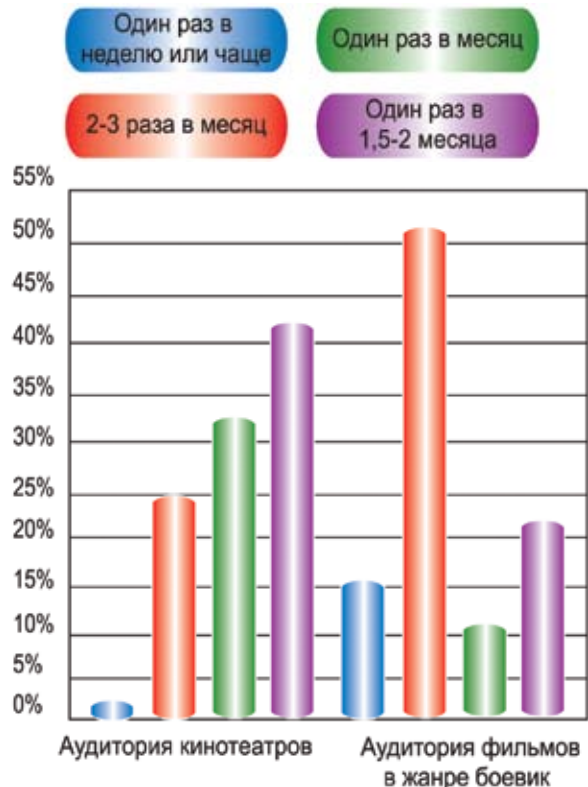
Анализируя частоту посещения кинотеатра любителями боевиков, можно констатировать их наибольшую активность. Более половины кинозрителей, заявивших о таких жанровых предпочтениях, посещает кинотеатры чаще одного раза в месяц. Во многом это объясняется широким выбором фильмов этого жанра в релизах отечественных кинотеатров и свойственным им масштабам рекламных кампаний, стремящихся оправдать большие производственные бюджеты.

Таким образом, собирательный портрет представителя ядра целевой аудитории боевиков выглядит следующим образом: это мужчина 18–24 лет, посещающий кинотеатры 2–3 раза в месяц независимо от уровня образования и социального статуса.

ГИСТОГРАММА 2. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПО ВОЗРАСТУ



ГИСТОГРАММА 3. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПО ЧАСТОТЕ ПОСЕЩЕНИЯ КИНОТЕАТРОВ





СТАЛКЕР-2008: ПРАВО ИСПЫТЫВАТЬ БОЛЬ

С 10 ПО 15 ДЕКАБРЯ ПРОШЛОГО ГОДА В МОСКВЕ ПРОШЕЛ XIV МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФЕСТИВАЛЬ ФИЛЬМОВ О ПРАВАХ ЧЕЛОВЕКА «СТАЛКЕР». В 2008 ГОДУ ИСПОЛНИЛОСЬ 60 ЛЕТ ДЕКЛАРАЦИИ ПРАВ ЧЕЛОВЕКА. КАКИЕ КИНОДОКУМЕНТЫ МИНУВШЕГО ФЕСТИВАЛЯ ИМЕЮТ ШАНСЫ ОБРЕСТИ СВОЕГО ЗРИТЕЛЯ? | **Екатерина Самылкина**

Неизвестно, какой фильм снять легче, но картины о человеческих страданиях создавать особенно сложно. Как везде в искусстве, тут нужна мера – субъективно человеческая мера вещей. Ее отсутствие в таких фильмах вызывает жгучее чувство стыда за неосторожное прикосновение к болевым точкам.

Даже известные кинематографисты, завоевавшие зрительскую любовь на дру-

гом поле, в этом случае не всегда справляются с поставленной задачей. Так, в первый день фестиваля «Сталкер» был показан документальный альманах «Невидимые», снятый при содействии гуманитарной организации «Врачи без границ». Фильм не рассказывает о ее деятельности, но показывает, в каких условиях приходится работать медикам. Продюсировал картину знаменитый актер Хавьер Бардем,

две новеллы сняли известная российским зрителям Изабель Койшет («Тайная жизнь слов», «Моя жизнь без меня», «Элегия») и прославленный Вим Вендерс («Париж, Техас», «Небо над Берлином», «Конец насилия»). Всего в ленте пять частей, и каждая представляет историю забытой проблемы: нежелание фармацевтических компаний выпускать неприбыльные, но нужные жителям бедных стран лекарства, насилие против женщин во время войны в Конго, ночные приюты для детей в Уганде...

НЕИЗВЕСТНО, КАКОЙ ФИЛЬМ СНЯТЬ ЛЕГЧЕ, НО КАРТИНЫ О ЧЕЛОВЕЧЕСКИХ СТРАДАНИЯХ СОЗДАВАТЬ ОСОБЕННО СЛОЖНО. КАК ВЕЗДЕ В ИСКУССТВЕ, ТУТ НУЖНА МЕРА – СУБЪЕКТИВНО ЧЕЛОВЕЧЕСКАЯ МЕРА ВЕЩЕЙ

Первая новелла – «Письма к Норе» – самая гармоничная. По мотивам реальных событий Койшет сняла, как всегда, лиричное повествование в письмах с далекой родины, где от болезни Шагаса умирают родные главной героини. А она может лишь каждый день исправно ходить на несколько работ, отсылать домой деньги и плакать у телефона. Вим Вендерс сделал часть под названием «Невидимые преступления». На экране десяток конголезских женщин одна за другой рассказывают, как их насильовали солдаты. В какой-то момент они исчезают, остаются только их голоса. В конце новеллы по

проселочной дороге идут жители деревни и среди них – полупрозрачные фигуры женщин: вроде бы они живут дальше, а вроде бы их больше нет.

Уже вторая глава фильма пересекает болевой порог. Проблем, страданий и горя на зрителя выливается больше, чем их осмысления. Оттого хуже воспринимается особенно тяжелая третья часть – о детях, которых заставляют воевать наравне с взрослыми, – и последующие, менее искушенные. Там, где Койшет хватало секунды, чтоб показать, понять и оценить, другим требуется несколько минут, чтобы только разъяснить, что они хотят сказать.

На этом примере видно, как трудно не перейти грань зрительского восприятия. С одной стороны, нужно показать беды, не умаляя их ужаса и сложности, с другой – не испугать, а вызвать сочувствие и желание эти проблемы решать.

МАРИЯ ЯЦКОВА УВИДЕЛА РОССИЮ СРЕДНЮЮ, НЕ ПРИУКРАШЕННУЮ И НЕ СКАНДАЛЬНУЮ

Это вполне удалось американке русского происхождения Марии Яцковой. Она увидела Россию среднюю, не приукрашенную и не скандальную. Исполненным сочувствия, но трезвым американским взглядом режиссер посмотрела на российские проблемы в документальном фильме «Мисс ГУЛАГ». Повод для съемок почти новостной –

НЕВИДИМЫЕ

Испания, 2007, цв.,
105 мин.,

документальный

режиссеры ИЗАБЕЛЬ КОЙШЕТ,
ВИМ ВЕНДЕРС, ФЕРНАНДО ЛЕОН
ДЕ АДАНО, МАРИАНО БАРРОСО,
ХАВЬЕР КОРКУЕРА

продюсер ХАВЬЕР БАРДЕМ

производство

«ВРАЧИ БЕЗ ГРАНИЦ» / MSF





МИСС ГУЛАГ

США, 2007, цв., 65 мин.,
документальный

авторы сценария МАРИЯ ЯЦКОВА,
ИРИНА ВОДАР

режиссер МАРИЯ ЯЦКОВА

оператор ГРИГОРИЙ РУДАКОВ

продюсеры ИРИНА ВОДАР,
РАФАЭЛА НЕЙХАУЗЕН

производство

NEIHAUSEN-YATSKOVA
AND VODAR FILMS

конкурс красоты в женской колонии. В нем участвуют три героини фильма. Юля, получившая срок за сбыт наркотиков, — отличница швейного производства, мягкая, правильная. Таня, попавшая в колонию за разбой, — моло-

дая, дерзкая, ни о чем не жалеющая. Уже освобожденная Наталья приехала поддержать подруг.

О Наталье хочется рассказать подробнее. К ней, как к застрывшему в российской глубинке типу американ-

МАРИЯ ЯЦКОВА: «Я НЕ СМОГЛА БЫ ПЕРЕЖИТЬ ТО, ЧТО ВЫСТРАДАЛИ МОИ ГЕРОИНИ»

Мария, почему вы решили снимать кино в России?

Мы с мамой и бабушкой эмигрировали, когда мне было пять лет, но я всегда следила за тем, что происходит в России, с огромным интересом и даже болью. Став постарше, я стала задумываться о том, какой бы я выросла, если бы мы не уехали, если бы мне довелось в юности пережить развал Советского Союза. Однажды я нашла статью в Интернете про колонию, в которой проводят конкурс красоты. Мне даже не потребовалось дочитывать весь текст до конца, чтобы понять: это оно! Вот мой будущий фильм!

Почему вас так заинтересовала российская тюрьма?

Мои дедушка и прадедушка были в лагерях в период сталинских репрессий. Когда я прочитала статью про женщин, которые среди тюремных тягот устраивают такое красочное представле-



ние, меня глубоко поразила их душевная сила и стремление преобразиться хотя бы на час.

Как вы выбирали героинь фильма?

Это было сложно. Хотелось найти трех девушек и сделать своего рода душевный триптих.

ОКЕАН

Россия / Куба, 2008, цв., 103 мин., игровой

автор сценария, режиссер и продюсер
МИХАИЛ КОСЫРЕВ-НЕСТЕРОВ

оператор ОЛЕГ ЛУКИЧЕВ

художники МАРИНА АНАНЬЕВА, ИРИНА ЛУНИНА

в ролях: ДЖОРДЖ ЛУИС КАСТРО, МОНСЕ ДУАНЕ
ГОНСАЛЕС, АЛИНА РОДРИГЕС РУИС, ЯНАСИ
ОРДОНЕС ДАНА, НАРДО МЕСТРЕ ФЛОРЕС

производство М-ФИЛЬМ, ISAIC ПРИ ПОДДЕРЖКЕ
ФЕДЕРАЛЬНОГО АГЕНТСТВА ПО КУЛЬТУРЕ И
КИНЕМАТОГРАФИИ РФ



ской пробивной личности, все время возвращается и автор. Когда любимый Наташи умер от передозировки наркотиков, она нашла того, кто продал ему последнюю дозу, собрала команду бойцов и отправилась к нему на квартиру. В

яростном желании отомстить за смерть любимого она избивала обидчика, когда вдруг увидела перед собой маленького мальчика. Он спросил: «Мама, кто это?» Наталья пришла в себя и сказала ему: «Не бойся, мы из мультика, мы ниндзя»,

Я поняла, что тюремная линия их жизни состоит из множества частей и сублиний. Есть первый момент – совершение преступления, понимание, что за него придется платить. Есть момент, когда впервые попадаешь в колонию. Есть жизнь в колонии с ее микромиром, с ее законами, в которых ты должен суметь выжить. И, наконец, есть освобождение, предвкушение выхода на свободу, когда не знаешь, отпустят тебя или нет, и ждешь. Если повезет, тебя освобождают и ты возвращаешься в настоящий мир и сталкиваешься с его реалиями. Выразить все это через одного человека невозможно, все женщины на момент съемок находились на разных стадиях. Я хотела показать тюремный путь через истории трех девушек: вышедшей на волю Наташи, досрочно освобождавшейся Тани и оставшейся там Юли.

Девушки легко согласились сниматься?

Люди в тюрьме подневольны, так что их, как я вскоре поняла, особо не спрашивали. Но я никого не собиралась заставлять сниматься. Когда я чувствовала, что кто-то не хочет, я останавливала камеру, подходила к девушке и говорила, что она может просто кивнуть и мы

прекратим съемку, или же быстро заканчивала интервью. Некоторые случайно могли попасть в кадр в общих сценах – когда мы снимали, например, в столовой. В этом случае я говорила оператору: если ты видишь, что кто-то прячется, отворачивается, делает недовольное лицо – поворачивай камеру в другую сторону.

Как реагировало на съемки руководство колонии?

Трудности иногда возникали из-за моего американского гражданства и менталитета. Мне многое нужно было объяснять, и говорили примерно так: «Знаете, Мария, вы у нас тут в гостях и будете делать то, что мы скажем». Многое снимать было нельзя, мы подписали целый протокол. Разрешение на съемку было достаточно рискованным шагом для руководства колонии, некоторые россияне мне потом говорили, что мне просто повезло. Если бы я делала фильм в тюрьме сейчас, это не получилось бы ни при каких условиях.

Однажды во время конкурса я вышла в коридор, чтобы немного отдышаться. Меня увидел один из высших чинов этой колонии и устроил настоящий допрос: что я снимаю, почему я это делаю. Сразу



– и своей «команде»: «Все, сворачиваемся». Она отсидела в российской тюрьме, но гражданства, как и права на работу в России, у нее нет. Зато есть способность ни в какой ситуации не ломаться, не терять надежду и зарабатывать при любой возможности – зани-

Кадр из
фильма
«Невидимые»

маясь пением с детьми, продавая за гроши собственные песни, не имея даже шанса выступить самой.

Музыка занимает важное место в фильме. Кто-то мог бы счесть песни в кадре и вне его пошловатыми, попсовыми, но они идеально подходят к содержанию, создают ритм, настроение, порой зазорное, порой печальное. Тут и группы «Фабрика», «Любэ», и шансон...

Наряду с проблемными фильмами были на фестивале и те, о которых сразу и не поймешь, почему они оказались здесь и каким образом затрагивают права человека. Такова, например, игровая конкурсная лента «Океан» Михаила Косырева-Нестерова. Грустные латиноамериканские мелодии, выжженные солнцем, но яркие цвета, живая камера, не дрожжащая, как у документалистов, а скорее танцующая, рожают желание рвануть на неунывающую

вспомнились мамы рассказы, как она ходила в КГБ перед эмиграцией. Последний вопрос меня особенно поразил, он спросил: «Мария, а вы любите Россию?» Я на него посмотрела и сказала: «Вы думаете, я делала бы такой фильм, если бы не любила Россию?» Но я очень задумалась на этот счет и потом каждую из героинь спрашивала: «А ты любишь Россию?»

Вы снимали «Мисс ГУЛАГ» преимущественно для американской аудитории?

Да. У людей здесь неполное представление о России. В Америке знают Москву и Петербург, слышали про каких-то олигархов и понятия не имеют, что Россия отчасти выглядит как деревня Воскресенка, что там есть очень тяжелые судьбы и развал Советского Союза прошел не просто так. Для меня было очень важно показать, что переход к капитализму дался огромной ценой.

Для вас было важно, что героини одного с вами возраста?

Да, конечно. Я намеренно хотела, чтобы они были моими ровесницами. Там есть женщины с

более драматичными и острыми историями, но я хотела сделать картину о своем поколении.

Изменились ли вы после этого фильма?

Не знаю, смогла бы я пережить то, что выстрадали мои героини. Но я очень им сопереживала. После съемок я еще два года работала над материалом, каждый день ходила в монтажную и вместе с ними проживала эти моменты в тюрьме. Для меня это был своеобразный срок, и я многое поняла и про кино, и про жизнь.

Ваше отношение к родине после съемок осталось прежним?

Знаете, приехав в Москву после долгого отсутствия, я ничего не почувствовала. Может, это смешно прозвучит, но впервые я осознала, что вернулась на родину, в деревню Воскресенку с ее развалинами, запустением... Надо сказать, я абсолютно городской человек и никогда в жизни не была в деревне. Я потом это акцентировала в монтаже. Эпизод с Воскресенкой должен был занять не более 30 секунд: приехали, быстро сняли, уехали. Но потом я поняла, что для деревни нужно больше времени, чтобы люди понимали, что представляет собой настоящая Россия. Из

Кубу, где проститутки кричат о нравственности, а молодые парни мечтают завоевать Гавану, как некоторые – Москву. Рыбак Джоэль влюблен в односельчанку Марисэль, но семья выдает ее замуж за более выгодного жениха. Тогда Джоэль решает забыть любимую, уехать в Гавану и поступить в университет. Студентом он так и не стал, зато проявил недюжинные способности в боксе и получил чемпионский титул. Все бы и дальше шло хорошо, но Джоэль снова встречает Марисэль, теряет голову и топит ее мужа. Выход один – уплыть в открытый океан. Когда Джоэль будет невозвратно далеко, его старая мать узнает, что соперник сына остался жив...

Почему при просмотре этих фильмов сопереживаешь и Джоэлю, и Наталье, не пытаясь обвинить их? Только ли потому, что режиссер могущественной рукой сделал такого человека героем картины? Существует



Кадр из фильма «Океан» право, не упомянутое ни в каких декларациях, но безотчетно бережно хранимое нами, – право испытывать боль, которое мы щедро отмеряем себе и окружающим. Без него не было бы кинематографа, зрителя, кинозала и полутора часов безмолвного сопереживания с происходящим на экране.

всех съемок на воле эта территория человеческой безысходности произвела на меня самое глубокое впечатление, и, мне кажется, я смогла это выразить на экране.

А вам не обидно, что родина у вас ассоциируется с бедностью и запустением?

Не стыдно быть бедным – стыдно быть инертным. Когда я была маленькой, я очень гордилась своим российским происхождением. Некоторые дети стеснялись говорить по-русски, хотели, чтобы их принимали за американцев, а мне дай только волю сказать, что я русская. И спустя годы то, что я увидела, вызвало во мне не обиду, а сердоболие. Я именно болела за них, особенно за Наташу, потому что она хваткий, пробивной, креативный человек, у нее есть амбиции. Она сможет сделать все, за что бы ни взялась, дай только возможность, а на ней до сих пор клеймо тюрьмы. Ведь если кто-то совершил ужасный поступок, это не обязательно означает, что он плохой человек. Наоборот, если его простить, он может найти в себе силы стать лучше, превзойти обстоятельства и дать обществу очень многое. Фраза «То, что нас не убивает, делает нас сильнее» – про этих женщин.

Но в России на такие темы принято писать с интонацией желтой прессы – громко, грубо, как будто заключенные – звери в клетке. Да, они за решеткой, но они не звери. Это молодые девушки, пережившие трагедию. У них нет никаких шансов на полноценную жизнь, и они возвращаются в колонию и там пропадают. Это ужасно угнетало американскую часть меня, так как я выросла с понятием Second Chance – второй шанс. В тюрьмах США тоже масса проблем, но там есть различные программы обучения и работа, чтобы бывшие заключенные смогли потом выйти в мир и зарабатывать себе на хлеб в разных областях, а не только на швейной фабрике. Когда я спросила Таню: «Как ты готовишься к выходу на волю, участвуешь ли в какой-то программе?», – она странно на меня посмотрела и сказала: «Маша, какие программы? Тут только одна программа – моя, и я ее выполняю». У них почти нет никакой поддержки. Главное – выжить, не потерять себя. Многим помогают родственники. А что делать тем, у кого нет родных или они от них отвернулись? Это еще трагичнее. И на то, чтобы показать такое, меня бы уже не хватило, а таких историй куда больше.

ИСЛАНДИЯ: ДАЛЬНИЙ СЕВЕР КИНЕМАТОГРАФА

НАЧИНАЯ С ЭТОГО НОМЕРА МЫ БУДЕМ РАССКАЗЫВАТЬ, КАК МОЖНО РАЗНООБРАЗИТЬ РЕПЕРТУАР КИНОТЕАТРА ПРИ ПОМОЩИ РЕДКИХ НОВИНОК ИЗ ДАЛЬНИХ СТРАН. В ЭТОМ МЕСЯЦЕ, КОГДА КАЖЕТСЯ, ЧТО СНЕГ БУДЕТ ЛЕЖАТЬ ВЕЧНО, ПРЕДЛАГАЕМ ОБРАТИТЬ ВНИМАНИЕ НА СТРАНУ, КОТОРАЯ ВЕСЬ ГОД МЕЧЕТСЯ МЕЖДУ ЗИМОЙ И ВЕСНОЙ, – ИСЛАНДИЮ. КАКОЙ ОН, КИНЕМАТОГРАФ СУБАРКТИКИ? **[Екатерина Самылкина]**

У исландского кинематографа есть две главные особенности. Во-первых, его молодость. Несмотря на то что снимать фильмы в Исландии начали почти одновременно с остальным миром – в начале двадцатого века, регулярное кинопроизводство было налажено лишь в 1980 году. Во-вторых, небольшое количество людей, вовлеченных в киноиндустрию. Учитывая, что все население страны составляет немногим более трехсот тысяч человек, становится понятно, почему в исландском кино из фильма в фильм переходят одни и те же лица.

Ключевой фигурой кинематографа Исландии можно смело назвать режиссера и продюсера Фридрика Тора Фридрикссона, известного российским зрителям по роли покупателя компании в фильме Ларса фон Триера «Самый главный босс». Интересен он прежде всего своей самобытностью. В отличие от большинства исландских кинематографистов, получивших образование за рубежом, он

самоучка. Вообще Фридрикссон многое сделал в Исландии сам и впервые. В конце 1980-х он фактически создал в стране кинематограф, основав компанию The Icelandic Film Corporation, которая по сей день продюсирует большинство исландских игровых картин. Он же в первый раз провел кинофестиваль в Рейкьявике. И, конечно, Фридрикссон снимает хорошие фильмы. В 1992 году его картина «Дети природы» была номинирована на «Оскар», что можно считать прорывом на международную арену всей исландской кинематографии, поскольку с этого момента интерес к ней стал неуклонно расти во всем мире.

Фильм Фридрикссона «Ангелы Вселенной», показанный в рамках Дней исландского кино в Москве в 2007 году, снискал множество наград международных фестивалей, в том числе в Карловых Варах. Это картина о талантливом художнике, который лишился рассудка после того, как его бросила девушка. Однако часто поступки психически нездоровых людей здесь более обдуманно и рационально, чем действия нормальных. «Я все делаю по-своему», – объясняет главный герой. А его врач видит в шизофрении даже нечто большее, чем просто болезнь: «Мне кажется, шизофрения глубоко укоренилась в исландском характере. Смотри, все верят в духов, эльфов, привидения и троллей. Это свидетельствует о раздвоении сознания».

Сегодняшние фильмы островного государства редко закливаются на нацио-

Кадр из
фильма
«Ангелы
Вселенной»



нальной самобытности, стараясь вписать современную исландскую жизнь в мировой контекст. И в психбольнице один из пациентов пишет песни и пытается телепатически отослать их давно прекратившей свое существование группе «Битлз». Его играет Балтазар Кормакур, режиссер фильма «101 Рейкьявик», с успехом показанного во многих странах, но так и не вышедшего в прокат в России. Главному герою этой картины Хлинуру 30 лет, он живет с матерью, получает пособие по безработице, напивается на вечеринках и не проявляет особого интереса к жизни. «Рейкьявик похож на задворки Восточной Сибири, – говорит скучающий молодой человек. – Снежные метели, ни единой птицы, бесконечная зима, которая лишает силы, путает цели, швыряет снег прямо в глаза... Даже привидениям здесь неуютно». Все меняется, когда в гости к его матери приезжает испанка Лола в исполнении актрисы Виктории Абриль, известной по фильмам Педро Альмодовара. Хлинур влюбляется в знойную красавицу, которая, однако, предпочла ему... его мать. «101 Рейкьявик» отличает замечательная ирония и тонкое чувство ритма, что роднит картину с «Ангелами Вселенной» Фридрикссона, да и вообще свойственно многим исландским фильмам.

Кинематограф Исландии благодарно впитывает зарубежные культурные влияния, будь то нетрадиционные семейные отношения, как в «101 Рейкьявик»,



Кадр из
фильма
«Самый
главный
босс»

или движение хиппи в фильме «На семи ветрах» Гудни Халльдоурсдоттир, вошедшем в конкурсную программу последнего Московского кинофестиваля. В этой картине коммуна хиппи решила взять на воспитание неблагополучных детей. Но взрослые оказались настолько беспечны, что благородная затея окончилась смертью ребенка. Наблюдая за их разговорами, танцами и раскуриванием травки, понимаешь, как западная культура отражается в исландском зеркале. Приходя на отдаленный остров с запозданием, веяния с большой земли не становятся слабым подражанием, а накладываются на местные условия. Ведь главный интерес в обращении к искусству далекой страны в конечном счете выражается в том, чтобы увидеть, как общие чувства, события, эмоции находят специфическое выражение в этой стране.

КУДА ОБРАТИТЬСЯ

Посольство Исландии в России

121069, Москва, Хлебный пер., 28
Тел. + 7 (495) 956 76 04
icemb.moscow@utn.stjr.is

Исландский киноцентр Icelandic Film Centre

Tungata 14, 101 Reykjavík
Тел. +354 562 3580
Факс +354 562 7171
info@icelandicfilmcentre.is

The Icelandic Film Corporation

Тел. +354 551 2260
Факс +354 552 5154
www.icecorp.is



НОСТАЛЬГИЯ ПО ГЕРОЮ

КАК КОГДА-ТО В АМЕРИКЕ РОДИЛСЯ КЛАССИЧЕСКИЙ ВЕСТЕРН, В ОСНОВУ КОТОРОГО ЛЕГЛИ ДРАМАТИЧЕСКИЕ СОБЫТИЯ ВРЕМЕН ОСВОЕНИЯ ДИКОГО ЗАПАДА, ТАК В ССРС ВОЗНИК НОВЫЙ, ЕДИНСТВЕННЫЙ В СВОЕМ РОДЕ ИСТОРИКО-РЕВОЛЮЦИОННЫЙ ФИЛЬМ, ГЛАВНЫМ СОДЕРЖАНИЕМ КОТОРОГО СТАЛИ СОБЫТИЯ ОКТЯБРЯ 1917 ГОДА И ГРАЖДАНСКОЙ ВОЙНЫ. ГЕРОЕМ ВЕСТЕРНА БЫЛ ГЕРОЙ-ОДИНОЧКА, ГЕРОЕМ ИСТОРИКО-РЕВОЛЮЦИОННОГО ФИЛЬМА – ЛИДЕР, СПОСОБНЫЙ ПОВЕСТИ ЗА СОБОЙ ДРУГИХ, – РАБОЧИЙ ПАРЕНЬ С ВЫБОРГСКОЙ СТОРОНЫ МАКСИМ, КОММУНИСТ ВАСИЛИЙ ГУБАНОВ, ГЕРОИ ВОЙНЫ ЧАПАЕВ И ЩОРС, ПЕРВЫЙ ПРЕДСЕДАТЕЛЬ ВЛАДИВОСТОКСКОГО СОВДЕПА КОНСТАНТИН СУХАНОВ. **[Михаил Фридман]**

ВЛАДИВОСТОК, ГОД 1918

Так назывался фильм о талантливом и мужественном человеке, который прожил всего 24 года. Когда Советская власть пришла на Дальний Восток, Константин Суханов был избран председателем Совета рабочих, солдатских и крестьянских депутатов. На здании Совдепа развевался Красный флаг, а на рейде стояли корабли Антанты, якобы призванные охранять находящихся в городе иностранных подданных, но на самом деле готовые в любую минуту

начать интервенцию. Нужен был только повод. Для этого в ход шли шантаж, подкупы, убийства, провоцирующие столкновения среди местных жителей. Долгие семь месяцев Суханов со своими соратниками удерживали власть, отбивая атаки интервентов и налеты банд атамана Калмыкова. Однако интервентам все же удалось совершить переворот, арестовать председателя Совдепа и его помощников, а затем убить якобы при попытке к бегству...

Фильм режиссера Эдуарда Гаврилова был интересен с исторической точки зрения. Хотя бы потому, что уже много произведений было посвящено утверждению Советской власти на Дальнем Востоке (роман «Разгром», фильм «Волочаевские дни»). Но почти никто не рассказал о первых послереволюционных днях. Картина соответствует исторической правде, в ней тщательно соблюдена хронология событий. Авторам посчастливилось найти дальневосточную кинохронику того времени, связанную с именем Константина Суханова. Правда, за кадром осталось многое, быть может, не менее интересное: годы его учебы, первая любовь, аресты и тюрьмы, драматический разрыв с отцом, вице-губернатором Владивостока, получившим дворянский титул за верное служение Отечеству. Рассказ в фильме сосредоточен на событиях последних семи месяцев короткой жизни героя.

Откровенно говоря, эта картина мало чем отличалась от подобных ей произведений историко-революционного жанра периода застоя. Раскрывая образ вожака масс, авторы подчеркивали его деликатность по отношению к людям, бескорыстие и романтизм.

На премьере фильма исполнитель главной роли актер Малого театра Василий Бочкарев горевал по поводу «пассивного отношения сегодняшних школьников к незабываемым страницам революционной истории». Однако необходимо учесть, что фильм снимался в самом начале 80-х годов, когда подходило к концу правление Брежнева и все происходящее в стране стало темой анекдотов, когда надвигалась эпоха «торжественных похорон» и не только у школьников, но и у взрослых чувствовалась апатия и усталость от надоевшей пропаганды. А власть настойчиво требовала картин и песен о героическом советском прошлом, которые, как ей казалось, способны вдохновить молодое поколение. Главный недоста-

ток таких фильмов, как «Владивосток, год 1918», заключался в делении на «хороших» красных и «плохих» белых. Это шло не только от цензурных норм, но часто от искренних убеждений, сложившихся в результате воспитания в пионеротрядах и комсомоле. Тем не менее были авторы, которые уже тогда понимали, что правда была по обе стороны баррикад, и пытались, обойдя цензуру, об этом сказать.

ВОТ ПУЛЯ ПРОЛЕТЕЛА – И АГА...

«Служили два товарища» – один из лучших фильмов на тему Гражданской войны. Недаром его экранная жизнь оказалась гораздо продолжительнее, чем у многих других. И сегодня, спустя ровно сорок лет после премьеры, его не без удовольствия смотрят и юные зрители (достаточно посмотреть отзывы молодежи о фильме в Интернете).

БЕЛЫЙ ОФИЦЕР, СЫГРАННЫЙ ВЛАДИМИРОМ ВЫСОЦКИМ, ВЫЗЫВАЛ СИМПАТИЮ И СОЧУВСТВИЕ ЗРИТЕЛЕЙ, ХОТЯ ЭТО ОЧЕНЬ НЕ НРАВИЛОСЬ ПРИНИМАВШИМ КАРТИНУ НАЧАЛЬНИКАМ

Сценарий строился на материале ожесточенных боев за Перекоп и посвящался 50-летнему юбилею Красной Армии. Но драматурги Валерий Фрид и Юлий Дунский не написали сценарий, милый уму и сердцу начальства. Они просто не умели писать по-другому. Если авторы «Владивостока...» трепетно и строго относились к событиям 1918 года, создавая героическую летопись, то в этом фильме исторической правды было немного. Сочинители веселых, увлекательных рассказов, оригинальные выдумщики, эти замечательные драматурги избрали для своего сценария пусть и героический, но все же комедийный жанр. И хотя оба, несправедливо обвиненные в замышляемом убийстве Сталина, смолоду познали грязь и жуть лагерной жизни и на себе испытали кровожадность

Советской власти, они не утратили присущего им с ранней юности революционного романтизма, приправленного духом веселого авантюризма и иронии. Правда, и большой любви к большевикам не испытывали. В их сценарии бились насмерть красные и белые, желая завладеть Перекопом, но опять-таки у обеих сторон была своя правда и своя ложь. Ни сценаристы, ни режиссер Евгений Карелов, сумевший тонко передать ироничную драматургическую интонацию, не были диссидентами. Они пытались быть максимально честными в пределах разрешаемого, но им удалось выйти за рамки дозволенного. Белый офицер, сыгранный Владимиром Высоцким, вызывал симпатию и сочувствие зрителей, хотя это очень не нравилось принимавшим картину начальникам.

Разумеется, самый главный герой был красным. Самый – потому что героев в фильме все-таки двое, как в песне, которую они напевали: «Служили два товарища в одном и том полку...» Этот герой – молчаливый, сдержанный, какой-то неуклюжий Андрей Некрасов, сын священника, неизвестно как попавший к красным. Однажды в разгар съемок фильма к сценаристам подбежал режиссер, размахивая листочком из школьной тетрадки, на котором

помещался весь текст главного героя, и попросил добавить ему слов. «Не надо, – сказали сценаристы, – пусть молчит. Пусть Быков разговаривает, а у Янковского и так все ясно без текста. Молчит он так выразительно, так много говорит его молчание».

РОЛЬЮ ШИЛОВА ЯРКО ЗАЯВИЛ О СЕБЕ В КИНО УДИВИТЕЛЬНЫЙ АКТЕР ЮРИЙ БОГАТЫРЕВ. ЭТОМУ МУЖЕСТВЕННОМУ ГИГАНТУ СО СЛОВНО ОТЛИТЫМ ИЗ СТАЛИ ТЕЛОМ И ПО-ДЕТСКИ НАИВНЫМИ ГЛАЗАМИ, КАК НИКАКОМУ ДРУГОМУ ИСПОЛНИТЕЛЮ, ВЫПАЛА ЧЕСТЬ ПРЕВРАТИТЬ РАССКАЗАННУЮ НА ЭКРАНЕ СКАЗКУ В БЫЛЬ. ИМЕННО БЛАГОДАРЯ СОЗДАННОМУ ИМ ЖИВОМУ ЧЕЛОВЕЧЕСКОМУ ХАРАКТЕРУ НЕ ПРИХОДИТСЯ ЗАДУМЫВАТЬСЯ, НАСКОЛЬКО ПРАВДИВА ИСТОРИЯ

Но, не доверяя Андрею до конца, красный командир Иван Карякин в трудные моменты, когда грозит смертельная опасность, с надеждой смотрит на него. Спокойный, уравновешенный, умный попovich всегда находит выход. К тому же подозрительность манер Некрасова, его замкнутость и молчаливость вносят дополнительную интригу в увлекательный сюжет фильма.

ВЕСТЕРН ПО-СОВЕТСКИ

Если в фильме «Владивосток, год 1918» рассказано о начале Гражданской войны, а «Служили два товарища» повествует о ее последних боях, то



ВЛАДИВОСТОК, ГОД 1918

автор сценария ПАВЕЛ ДЕМИДОВ

режиссер ЭДУАРД ГАВРИЛОВ

оператор ИННА ЗАРАФЬЯН

художники ЕВГЕНИЙ ШТАПЕНКО,

СЕРГЕЙ СЕРЕБРЕНИКОВ

композитор ВЕНИАМИН БАСНЕР

в ролях: ВАСИЛИЙ БОЧКАРЕВ, МАРИНА

ЛЕВТОВА, МИХАИЛ ЖИГАЛОВ, АНДРЕЙ

РОСТОЦКИЙ, ОЛЬГА НАУМЕНКО,

АЛЕКСАНДР ВОКАЧ, ИГОРЬ ДМИТРИЕВ

Киностудия им. М. Горького, 1982, 8 ч., цв.

За год проката фильм посмотрело

9,6 млн зрителей

в картине «Свой среди чужих, чужой среди своих» речь идет о первых годах после окончания войны. Но это время для ее героев оказалось далеко не мирным.

Меньше всего этот фильм нужно рассматривать с позиций исторической правды. Даже еще меньше, чем «Служили два товарища». Там хотя бы точно определена география происходящего – Крымский полуостров, Перекоп, а не просто южный город без названия и координат. Это ярчайший образец приключенческого кино, к которому и относился жанр советского историко-революционного фильма. А точнее – вестерн по-советски, но с психологическими поворотами. И такая нагрузка легла в основном на главного среди пятерки героев – Егора Шилова. Он-то и стал чужим среди своих и своим среди чужих. Заподозренный в предательстве, он пробирается в банду Брылова, где находится один из офицеров, которому известно имя настоящего предателя. Ролью Шилова ярко заявил о себе в кино удивительный актер Юрий Богатырев. Этому мужественному гиганту со словно отлитым из стали телом и по-детски наивными глазами, как никакому другому исполнителю, выпала честь превратить рассказанную на экране сказку в быль. Именно бла-

годаря созданному им живому человеческому характеру не приходится задумываться, насколько правдива история. Верить, что это не просто могло быть, но и было. Впрочем, в этом немалая заслуга и актеров, сыгравших фронтовых друзей Егора, и исполнитель ролей белаяков и предателей.

ПОЛНОМЕТРАЖНЫЙ РЕЖИССЕРСКИЙ ДЕБЮТ НИКИТЫ МИХАЛКОВА ВЫСОКОЕ НАЧАЛЬСТВО БЛАГОСЛОВИЛО НЕ ТОЛЬКО ИЗ-ЗА ДОСТОЙНОГО ХУДОЖЕСТВЕННОГО УРОВНЯ, УДИВИТЕЛЬНОГО ДЛЯ НАЧИНАЮЩЕГО ПОСТАНОВЩИКА, НО И ИЗ-ЗА ЧЕТКОЙ ИДЕЙНОЙ ПОЗИЦИИ. УЖ БОЛЬНО ПРИТЯГАТЕЛЬНЫМИ ОКАЗАЛИСЬ ДЛЯ ЗРИТЕЛЕЙ ОБРАЗЫ ПОЛОЖИТЕЛЬНЫХ ГЕРОЕВ, ИХ ПРЕДАННОСТЬ РЕВОЛЮЦИИ, ИХ РОМАНТИЧЕСКАЯ ГОТОВНОСТЬ ОТДАТЬ СВОИ ЖИЗНИ РАДИ СПАСЕНИЯ ЛЮДЕЙ ОТ ГОЛОДА. ЭТО БЫЛИ, КАК ПИСАЛИ В РЕЦЕНЗИЯХ ТЕХ ВРЕМЕН, НАСТОЯЩИЕ РЫЦАРИ БЕЗ СТРАХА И УПРЕКА

Кстати, полнометражный режиссерский дебют Никиты Михалкова высокое начальство благословило не только из-за достойного художественного уровня, удивительного для начинающего постановщика, но и из-за четкой идейной позиции. Уж больно притягательными оказались для зрителей образы положительных героев, их преданность революции, их романтическая готовность отдать свои жизни ради спасения людей от голода. Это были, как писали в рецензиях тех времен, настоящие рыцари без страха и упрека.

СЛУЖИЛИ ДВА ТОВАРИЩА

авторы сценария ВАЛЕРИЙ ФРИД,
ЮЛИЙ ДУНСКИЙ

режиссер ЕВГЕНИЙ КАРЕЛОВ

операторы МИХАИЛ АРДАБЬЕВСКИЙ, ВИКТОР
БЕЛОКОПЫТОВ

художники ЛЕВ СЕМЕНОВ, БОРИС ЦАРЕВ

композитор ЕВГЕНИЙ ПТИЧКИН

в ролях: ОЛЕГ ЯНКОВСКИЙ, РОЛАН БЫКОВ,
АНАТОЛИЙ ПАПАНОВ, ВЛАДИМИР ВЫСОЦКИЙ,
ИЯ САВВИНА, АЛЛА ДЕМИДОВА, НИКОЛАЙ
КРЮЧКОВ, НИКОЛАЙ БУРЛЯЕВ, РОМАН ТКАЧУК

«Мосфильм», 1968, 10 ч., ч/б

За год проката фильм посмотрело
22,5 млн зрителей



К моменту дебюта в режиссуре Михалков был уже хорошо известен как актер («Я шагаю по Москве», «Перекличка», «Дворянское гнездо», «Станционный смотритель»). Его фамилия была на слуху у всех: активно писал отец, детский поэт и драматург Сергей Владимирович, громко заявил о себе как режиссер старший брат Андрей. Возможно, поэтому от младшего Михалкова ожидали успешного начала. Он и впрямь буквально обрушил на зрителей свои режиссерские находки, не скупясь и не сдерживаясь, словно наслаждаясь новой профессией: монтаж был неожиданным и острым, герои – яркими и необычными, а уж детективную интригу он закрутил до предела. И уже в первом фильме показал, что умеет подбирать актерский ансамбль и работать с ним без сбоев.

«СВОЙ СРЕДИ ЧУЖИХ...» КИНОВЕДЫ НАЗЫВАЮТ МУЖСКИМ ФИЛЬМОМ – ТАМ И В САМОМ ДЕЛЕ НЕТ НИ ОДНОЙ ЖЕНЩИНЫ

«Свой среди чужих...» киноведы называют мужским фильмом – там и

в самом деле нет ни одной женщины. Хочется также назвать его молодым за его азарт, легкость и свободу. И сделан он действительно молодыми людьми, многие из которых тогда еще не перешагнули 30-летний возраст, а некоторые его только отметили. Прежде всего это сам режиссер, сыгравший роль предводителя банды Брылова, Никита Михалков, автор сценария, а ныне мэтр кинодраматургии Эдуард Володарский, тонкий музыкант Эдуард Артемьев, неизменный композитор всех последующих картин Михалкова, и блестящий оператор Павел Лебешев. Может быть, поэтому первая картина всемирно известного сегодня российского режиссера удивительно популярна и любима нынешней молодежью. Загляните на сайт, посвященный фильму, и вы прочтете восторженные отзывы молодых людей, родившихся 10 – 15 лет спустя после его выхода на экран. Сравнивая фильм с хитами последних лет, такими как «Бумер» и «9 рота», они безоговорочно отдают пальму первенства старому советскому кино.

СВОЙ СРЕДИ ЧУЖИХ, ЧУЖОЙ СРЕДИ СВОИХ

авторы сценария ЭДУАРД ВОЛОДАРСКИЙ,
НИКИТА МИХАЛКОВ

режиссер НИКИТА МИХАЛКОВ

оператор ПАВЕЛ ЛЕБЕШЕВ

художники ИРИНА ШРЕТЕР, АЛЕКСАНДР
АДАБАШЬЯН

композитор ЭДУАРД АРТЕМЬЕВ

в ролях: ЮРИЙ БОГАТЫРЕВ, АНАТОЛИЙ
СОЛОНИЦЫН, СЕРГЕЙ ШАКУРОВ,
АЛЕКСАНДР ПОРОХОВЩИКОВ, НИКОЛАЙ
ПАСТУХОВ, АЛЕКСАНДР КАЙДАНОВСКИЙ,
НИКИТА МИХАЛКОВ, АЛЕКСАНДР
КАЛЯГИН, КОНСТАНТИН РАЙКИН,
НИКОЛАЙ ЗАСУХИН

«Мосфильм», 1974, 10 ч., цв.

*За год проката фильм посмотрело
23,7 млн зрителей*



ФЕВРАЛЬ. В ЛЮБВИ И НА ВОЙНЕ [Андрей Гаврилов]

Февраль в России с недавних пор ассоциируется не только с советским праздником 23 февраля, но и с позаимствованным с Запада Днем Святого Валентина. Если в США День всех влюбленных – это главный прокатный аргумент месяца, к которому выходит масса романтических комедий и мелодрам, то на территории России дистрибьюторы делают также ставку и на День защитника Отечества. Поэтому в российских февральских релизах обязательно присутствуют боевики и драмы. Расчет идет на то, что мужская половина человечества уговорит свою прекрасную половину посмотреть в свой праздник не слезливую мелодраму, а суровое, брутальное кино. Но ряд дистрибьюторских компаний выпускают и ленты чисто «женских жанров» – исторические мелодрамы, романтические комедии, сказки про любовь.

В этом номере мы поговорим о фильмах с «мужским характером». Из картин отечественного производства – «Возвращение мушкетеров» – продолжение эпохального проекта Георгия Юнгвальд-Хилькевича, и «Тайна Чингис Хаана», а вот иностранный продукт с яркими мужскими персонажами состоит из «Интернэшнл» (новый корпоративный триллер Тома Тиквера), «Гран Торино» (экшн-драма ветерана Голливуда Клинта Иствуда, сорвавшая бокс-офис в США в январе), «Битва у Красной Скалы» (экшн-боевик от мастера жанра Джона Ву), «Гордость и слава» (полицейская драма-триллер с Колином Фарреллом и Эдвардом Нортоном в главных ролях) и «Ларго Винч: начало» (приключения супергероя – миллионера).

Об этих фильмах и рассуждают наши авторы, пытаясь определить, оправдает ли ожидания эта национальная особенность российского проката в феврале с мужским героем и брутальными жанрами. Или, продолжая путь «западничества», и российский пакет фильмов этого сезона в последние годы будет более ориентирован на «слезы и любовь». Судя по тому, что некоторые из обсуждаемых ниже картин уже изменили даты стартов, уступив место проектам «Австралия», «Война невест», «Шопоголик», «Герцогиня», «Замерзшая из Майами» (названия говорят сами за себя – 80% их зрительского сегмента – женщины (как и главные героини), перспектива склоняется определенно в сторону любви, а не войны на экране.





БИТВА У КРАСНОЙ СКАЛЫ

БОЕВИК, ДРАМА, ПРИКЛЮЧЕНИЯ |Лора Кыт|

Что происходит

В результате знаменитой битвы 207 года возле Красных Утесов 50-тысячная армия под командованием Лю Бэя и Сан Цюаня победила 800-тысячное войско военачальника Цао Цао.

Что интересного

Это первый фильм гонконгского режиссера на родной азиатской земле после долгого отсутствия с 1992 года. За этот период Ву сумел завоевать Голливуд и приобрести мировую известность («Без лица», «Миссия невыполнима-2»). Ему доверили самый большой бюджет в истории азиатского кино – \$70 млн. Проект уже стал настоящим хитом в Азии и заработал \$117 649 093.

Несмотря на эпический размах съемок, сюжет фильма строится вокруг трех главных героев – военачальников, которые демонстрируют свои навыки в лучших традициях восточных боевых искусств. В главных ролях – ведущие звезды азиатского кино. Тони Люн Чу Вай известен по фильмам Вонга Карвая «Чункингский экспресс» (1994), «Любовное настроение» (2000), «2046» (2004), а также по боевику Чжана Имоу «Герой» (2002). Такеши Канеширо продемонстрировал потрясающее мастерство в восточных единоборствах в картине Имоу «Дом летающих кинжалов» (2004). Чен Чанг также снялся в «2046» и запомнился зрителям по фильму Энга Ли «Крадущийся тигр, затаившийся дракон» (2000), четырехкратному обладателю «Оскара», ставшему прорывом на европейский кинорынок.

Умение драться, а точнее, в совершенстве владеть восточными единоборствами – пожалуй, основной признак азиатского супергероя. Внешние данные, интеллект, мужская харизма в западном понимании этого термина не играют здесь важной роли. На первый план выходят красота жеста, ловкость тела и неуклонное следование поставленной цели. Фильмам данной категории свойственны суровость и изящество, отчаянность и красота. Зритель с охотой принимает специфику жанра, но, что характерно, в подобных картинах не выделяет конкретных героев или антигероев.

Что с этим делать

Подобные жанровые фильмы в основном любимы и ожидаемы, как, прочее, любая восточная экзотика. Чтобы подчеркнуть специфику и остроту момента, можно пригласить на премьеру мастера китайской чайной церемонии и угостить зрителей элитным напитком из Поднебесной.

авторы сценария

ДЖОН ВУ,
КХАН ЧАН,
ЧЭН КУО

режиссер

ДЖОН ВУ

операторы

ЛУ ЛЕ,

ЛИ ЧЖАН

композитор

ТАРО ИВАШИРО

продюсеры

ТЕРЕНС ЧАНГ,

ЗИЛОНГ ГУО,

САНПИНГ ХАНЬ

в ролях:

ТОНИ ЛЮН ЧУ ВАЙ,

ТАКЕШИ КАНЕШИРО,

ЧИ-ЛИНГ ЛИН,

ТОНГ ЦЗЯНЬ

Китай, 2008,

цв., 35 мм, Dolby Digital,

2 часа 26 минут

мировая премьера

30 июня 2008 г.

узнать о фильме:

Официальный сайт фильма (кит.):

www.foxmovies.com.tw/redcliff

Официальный сайт фильма (яп.):

www.redcliff.jp/index.html

Страница фильма в IMDb:

www.imdb.com/title/tt0425637



ВОЗВРАЩЕНИЕ МУШКЕТЕРОВ, ИЛИ СОКРОВИЩА КАРДИНАЛА МАЗАРИНИ

ПРИКЛЮЧЕНИЯ, ИСТОРИЧЕСКИЙ ФИЛЬМ | Виолетта Тацй, Светлана Галаган

авторы сценария

АНТОН МАРКОВ,
ГЕОРГИЙ ЮНГВАЛЬД-ХИЛЬКЕВИЧ

режиссер

ГЕОРГИЙ ЮНГВАЛЬД-ХИЛЬКЕВИЧ

оператор

СЕРГЕЙ ТАРТЫШНИКОВ

композитор

МАКСИМ ДУНАЕВСКИЙ

продюсер

ОЛЕГ ЧАМИН

в ролях:

МИХАИЛ БОЯРСКИЙ,
ВЕНИАМИН СМЕХОВ,
ВАЛЕНТИН СМРННТСКИЙ,
ИГОРЬ СТАРЫГИН,
АЛЕКСАНДР ШИРВИНДТ,
АНТОН МАКАРСКИЙ,
ДМИТРИЙ НАГИЕВ,
ДМИТРИЙ ХАРАТЬЯН,
АЛИСА ФРЕЙНДЛИХ

Россия, 2008,
цв., 35 мм, Dolby,
1 час 50 мин.

российская премьера

5 февраля 2009 года

дистрибьютор

«Централ Партнершип»

узнать о фильме

Официальный сайт (рус.):
www.musketeers.ru

Что происходит

Д'Артаньян и три мушкетера, героически погибшие на поле боя, уваривают Бога вернуть их на час на Землю, чтобы помочь потомкам спасти честь Франции и сокровища кардинала Мазарини. Но за сокровищами также охотятся гвардейские офицеры и загадочные иезуиты, с которыми они вступают в смертельную схватку.

Что интересного

Тридцать лет спустя после выхода первой картины легендарные герои 1970-х в отличной форме и готовы вновь порадовать зрителя чередой захватывающих приключений и невероятных событий. Современные технологии сделали мушкетеров настоящими супергероями – теперь они обладают нечеловеческой силой и даром ясновидения.

В главных ролях все те же Вениамин Смехов (Атос), Валентин Смирнитский (Портос), Игорь Старыгин (Арамис) и, конечно, Михаил Боярский (Д'Артаньян), который, собственно, и выступил инициатором продолжения приключений мушкетеров. Достойную компанию настоящим мужчинам 1970-х составили секс-символы российского кино разных лет. Так, в роли главного злодея выступил Александр Ширвиндт. Короля Людовика XIV сыграл «гардемарин» Дмитрий Харатьян, представитель не менее легендарных «русских мушкетеров 1980-х». Роль Леона, сына Портоса, исполнил популярный актер и шоумен Дмитрий Нагиев, в кино и на телевидении не устающий эксплуатировать образ мачо. А прославившийся главной ролью в мюзикле Notre Dame de Paris Антон Макарский предстанет в новом для себя амплуа смелого и отважного Анри, сына Арамиса.

Что с этим делать

За многие годы история отважных мушкетеров не потеряла свою популярность. Ее продолжение заинтересует и поклонниц Михаила Боярского, и любителей блокбастеров из-за обилия супергероев, приключений, драк и спецэффектов. Саундтрек из фильма 1979 года, запущенный в фойе перед началом сеанса, поможет создать соответствующее настроение у зрителей.



ГОРДОСТЬ И СЛАВА

[Мария Колодина]

ДЕТЕКТИВ, ТРИЛЛЕР, ДРАМА

Что происходит

Нью-йоркский полицейский Рэй был воспитан в лучших традициях своей семьи, несколько поколений которой служит в полиции. Под Рождество в ходе оперативных действий в Нью-Йорке убиты четверо полицейских. Отец Рэя, шеф полиции, поручает своему сыну расследовать это громкое дело. Герой выясняет, что в преступлении замешаны его старший брат Фрэнсис, тоже полицейский, и муж сестры Джимми. Рэй оказывается перед непростым выбором: следовать своим принципам или бросить тень на репутацию семьи и всех коллег по цеху...

Что интересного

«Гордость и слава» живописует нью-йоркские подворотни и жестокие нравы их постоянных обитателей – наркодилеров, рассказывает о коррупции в полицейской системе и ставит вечные вопросы: пойти на сделку с совестью или исполнить свой профессиональный долг? Самые острые моменты фильма сняты «с плеча», что придает ему известную тревожность; кадры изобилуют сценами насилия и многочисленными трупами. Любопытная линия обходит стороной главных героев – страдать приходится в первую очередь Меган, сестре Рэя, которая узнает о грязных делах своего мужа. Любопытно, что такая лента снята режиссером, основными работами которого до сих пор были комедия о любви «Перекасти-поле» (1999) и «Чудо» (2004), история о победе американской хоккейной сборной. По всей видимости, «жесткий» жанр пришелся Гэвину О'Коннору по вкусу – сейчас он работает над военной драмой, которую планирует снять к 2010 году.

Что с этим делать

На Западе, где «Гордость и слава» вышла в прокат еще минувшей осенью, картина получила весьма сдержанные отзывы. Зрители в один голос говорили о стереотипности сюжета. «Коп-стори» – достаточно узкий жанр, в котором соперничество «хороших» и «плохих» полицейских – типичная интрига. Среди достоинств отмечалась в первую очередь отличная актерская игра. Эдвард Нортон («Бойцовский клуб», «Иллюзионист») и Колин Фаррелл («Телефонная будка», «Залечь на дно в Брюгге»), безусловно, заставят и нашего зрителя простить двухчасовому фильму некоторую вторичность. Любителей «полицейского кино» не разочарует и мрачная атмосфера, колорит нью-йоркских улиц, а также мощный психологический аспект, за который «отвечают» именитые исполнители главных ролей.

«Гордость и слава» – и драма, и триллер, и детектив. Картина вряд ли станет популярнее «братьев по жанру» – «Отступников» Мартина Скорсезе, но ее «первые лица», изображенные вместе на афише, помогут собрать кассу.

авторы сценария

ДЖО КАРНАХАН,
ГЭВИН О'КОННОР

режиссер

ГЭВИН О'КОННОР

оператор

ДЕКЛАН КУИНН

композитор

МАРК АЙШЕМ

продюсер

ГРЕГ О'КОННОР

в ролях:

ЭДВАРД НОРТОН,
КОЛИН ФАРРЕЛЛ,
ДЖОН ВОЙТ,
НОА ЭММЕРИХ,
ДЖЕННИФЕР ЭЛ

США–Германия, 2008,
цв., 35 мм, Dolby Digital,
2 часа 10 мин.

мировая премьера

9 сентября 2008 г.

узнать о фильме:

Официальный сайт фильма (англ.):

www.prideandglorymovie.com

Страница фильма в IMDb:

www.imdb.com/title/tt0482572



ГРАН ТОРИНО

[Лора Кыт]

БОЕВИК, ТРИЛЛЕР, ДРАМА

авторы сценария

НИК ШЕНК,
ДЕЙВ ДЖОНСОН

режиссер

КЛИНТ ИСТВУД

оператор

ТОМ ШТЕРН

композиторы

КАЙЛ ИСТВУД,
МАЙКЛ СТИВЕНС

продюсеры

КЛИНТ ИСТВУД,
БИЛЛ ГЕРБЕР,
ДЖЕНЕТ КАН

в ролях:

КЛИНТ ИСТВУД,
КОРИ ХАРДРИКТ,
ДЖЕРАЛЬДИН ХЬЮЗ,
БРАЙАН ХЕЙЛИ

США, 2008,
цв., 35 мм, Dolby Digital/DTS/SDDS
1 час 56 мин.

мировая премьера

12 декабря 2008 г.

российская премьера

19 февраля 2009 г.

дистрибьютор

«Каро Премьер»

узнать о фильме:

Официальный сайт фильма (англ.):
www.thegrantorino.com
Страница фильма в IMDb:
www.imdb.com/title/tt1205489

Что происходит

Грубоватый старикан Уолт Ковальски, ветеран Корейской войны, пытается наставить на путь истинный эмигранта из Южной Азии, который дерзнул угнать у него обожаемый коллекционный автомобиль «Форд Гран Торино» 1972 года.

Что интересно

«Гран Торино» – второй в 2008 году фильм Иствуда после «Подмены» с Анджелиной Джоли. Видимо, Иствуду-режиссеру нелегко было оставить без работы Иствуда-актера (он не играл только в двух своих фильмах), поэтому в рекордные сроки (за 32 дня) появилась еще одна «хорошо рассказанная история» с Клинтом Иствудом в главной роли.

Сертификат супергероя он получил еще в 1960-х, когда вышла череда знаменитых вестернов с его участием. Затем Иствуд переквалифицировался в «Грязного Гарри» (1971), мрачного полицейского, грозу преступного мира. Очевидно, что сегодняшний герой 78-летнего Иствуда возродил в себе некоторые черты героя 30-летней давности, в частности суровость и безапелляционность Гарри и многочисленные «ковбойские» диалоги. По утверждению самого Иствуда, грубость Уолта Ковальски – важная часть его портрета, иначе он не стал бы таким интересным персонажем.

Невзирая на возраст, актер Иствуд находится в прекрасной физической и профессиональной форме. Он уже получил за роль Ковальски премию Национального совета кинокритиков США, и ему прочат «Оскара». Однако после «Гран Торино» Иствуд намерен окончательно пересечь в режиссерское кресло. Так что мы не увидим его в роли немощного благородного старца. Герой Иствуда останется в нашей памяти отчаянным, мудрым и одиноким ковбоем. Ведь и по сей день прозвище Ковбой неотделимо от этого глубокого и вдумчивого актера и высококлассного режиссера.

Что с этим делать

Руководитель отдела дистрибуции студии Universal Никки Рокко считает, что «работы Клинта отличаются отменной выносливостью на экранах». «Подмена» собрала достойные \$57 932 321 общих сборов (при бюджете \$55 млн) и была высоко оценена зрителями и критикой. Для привлечения дополнительного внимания к «Гран Торино» есть отличный повод – последняя роль в кино признанного мастера. Можно устроить инсталляцию фотографий и афиш с участием Иствуда, а также придумать викторину с простыми вопросами о биографии и творческой жизни актера.



ИНТЕРНЭШНЛ

[Кирилл Адибеков]

ДРАМАТИЧЕСКИЙ ТРИЛЛЕР

Что происходит

Агент Интерпола Луис Сэлинджер и муниципальная служащая из Нью-Йорка Элеанор Уитмен начинают расследование деятельности одного из крупнейших в мире банков. Они узнают о финансировании войн, отмывании денег... о том, что это знание автоматически делает их обоих мишенями.

Что интересного

Новая картина Тома Тыквера – не антиутопия. Это фильм о реальности, находящейся чуть глубже новостных заголовков, но считаваемой теми, кто обладает информацией. И его главный герой – вовсе не супергерой. Это человек, решивший всего-навсего проследить путь денег со счета на счет и умеющий держать в руках пистолет.

В фильме Тыквера впервые задействованы голливудские звезды первой величины – Наоми Уоттс и Клайв Оуэн, ответственно подходящие к выбору проектов. Оуэн работал с ветераном-мизантропом Голливуда Майком Николсом и мегаломаном Альфонсо Куароном, Уоттс – одна из любимых актрис Дэвида Линча. Тыквер же, проделавший путь от подающего надежды немецкого режиссера до европейского мэтра, свободного в выборе мест для съемок и языка, вступает в новые для себя отношения с темой денег и человеческой жертвенности. Как и в самой знаменитой его картине «Беги, Лола, беги», в «Интернэшнл» тоже крадут деньги. Но если десять лет назад это было во имя спасения и в качестве формального обоснования последующего режиссерского приема, то теперь Тыквер пытается рассказать историю всеобщего заговора. Одни отмывают деньги через других, за этими махинациями стоят третьи, а вершина пирамиды – государство в лице спецслужб и лично героя картины.

Название фильма можно перевести и как «Интернационал» – гимн пролетариев, и как «Интернациональный» – безграничный, всеобщий.

Фильм откроет Берлинский фестиваль этого года.

Что с этим делать

Потенциальный успех картины кроется в именах режиссера и исполнителей главных ролей. К тому же снятый прошлой осенью «Интернэшнл» выходит на экраны в феврале, в самый пик финансового кризиса. Это может стать интересным обрамлением истории, рассказанной Тыквером. В принципе у фильма есть все шансы оказаться одним из хитов проката, учитывая и аудиторию мультиплексов, и киноманов, следящих за творчеством немецкого режиссера.

автор сценария

ЭРИК УОРРЕН СИНГЕР

режиссер

ТОМ ТЫКВЕР

оператор

ФРАНК ГРИБЕ

композиторы

РАЙНХОЛЬД ХАЙЛЬ,

ДЖОННИ КЛАЙМЕК,

ТОМ ТЫКВЕР

продюсеры

ЧАРЛЬЗ РОВЕН,

РИЧАРД САКЛ,

ЛЛОЙД ФИЛЛИПС

в ролях:

КЛАЙВ ОУЭН,

НАОМИ УОТТС,

АРМИН МЮЛЛЕР-ШТАЛЬ,

УЛЬРИХ ТОМСЕН,

ДЖЕК МАКГИ,

БРАЙАН Ф. О'БИРН

США – Германия –

Великобритания, 2009,

цв., 35 мм, SDDS/Dolby Digital/DTS,

1 час 58 мин.

мировая премьера

5 февраля 2009 г.

российская премьера

26 февраля 2009 г.

дистрибьютор

Buena Vista Sony Pictures Releasing

узнать о фильме:

Официальный сайт (англ.):

www.everybodypays.com

Страница фильма в IMDb:

www.imdb.com/title/tt0963178



ЛАРГО ВИНЧ: НАЧАЛО

[Лиза Сезонова]

БОЕВИК, ПРИКЛЮЧЕНЧЕСКИЙ ФИЛЬМ

авторы сценария

ЖАН ВАН ХАММ,
ЖЮЛЬЕН РАППНО,
ЖЕРОМ САЛЛЬ

режиссер

ЖЕРОМ САЛЛЬ

оператор

ДЕНИ РУДАН

композитор

АЛЕКСАНДР ДЕСПЛА

продюсеры

НАТАЛИ ГАСТАЛЬДО,
ФИЛИПП ГОДО

в ролях:

ТОМЕР СИСЛЕЙ,
МИКИ МАНОЙЛОВИЧ,
КРИСТИН СКОТТ ТОМАС,
МЕЛАНИ ТЬЕРРИ,
ЖИЛЬБЕР МЕЛКИ,
КАРЕЛ РОДЕН

Франция, 2008,
цв., 35 мм, Dolby Digital,
1 час 48 мин.

мировая премьера

17 декабря 2008 г.

российская премьера

19 марта 2009 г.

дистрибьютор

«Люксор»

узнать о фильме:

Официальный сайт фильма (фр.):

www.largowinch-lefilm.com

Официальный сайт фильма (рус.):

www.largowinch.luxorfilm.ru

Страница фильма в IMDb:

www.imdb.com/title/tt0808339

Что происходит

После загадочной смерти приемного отца Ларго Винч становится единственным владельцем крупнейшей корпорации. Вместе с большими деньгами герой наследует и большие проблемы: на него начинается настоящая охота. Движимый желанием отомстить за смерть отца, Ларго включается в опасную игру.

Что интересного

Фильм о приключениях сироты основан на французском комиксе, который уже около 18 лет пользуется огромной популярностью во всей Европе. Успех истории Ларго Винча оказался так велик, что одноименные сериал и видеоигра не заставили себя долго ждать. Полнометражный фильм – логическое продолжение эпопеи о герое. За экранизацию взялся Жером Салль. «Ларго Винч: Начало» – один из крупнейших в 2008 году релизов компании Pan Europeenne Production с бюджетом порядка \$50 млн, что довольно много не только для французского, но и вообще для европейского кино. Съемки проходили на Мальте, Сицилии и в Гонконге, в роскошных интерьерах, со сложнопостановочными трюками, погонями и драками. Как-никак Ларго Винч – один из богатейших людей мира и вынужден в одиночку нести бремя богатства и сопутствующих ему интриг. Для Франции эта идея, видимо, очень актуальна – достаточно вспомнить знаменитого графа Монте-Кристо, который использовал сокровища, чтобы отомстить врагам.

В главной роли – обаятельный Томер Сислей. Он идеально подошел под типаж богача-интеллектуала, с легкостью передав интернациональную натуру героя: по сюжету приемный отец Нерио усыновляет хорватского мальчика. Самого Нерио исполняет Мики Манойлович, любимый актер Кустиурица, похоже, обреченный играть славян в европейских фильмах (его предыдущая работа – роль Достоевского в картине «Бесы Санкт-Петербурга»). Среди актеров и англичанка Кристин Скотт Томас («Английский пациент», «Четыре свадьбы и одни похороны»), прочно обосновавшаяся во Франции и сыгравшая на этот раз бизнес-вумен. Одним из самых неоднозначных получился образ возлюбленной Ларго, которая к тому же еще и его враг. Мелани Тьерри играет девушку с двумя именами, ведущую двойную жизнь.

Что с этим делать

Поклонники этой саги уже давно знают о предстоящей премьере, а тем, для кого имя Ларго Винч еще в новинку, следует представить его как нового Бельмондо. Масштабная рекламная кампания, обещанная «Люксором», должна привлечь в кинотеатры и просто любопытствующих.



ТАЙНА ЧИНГИС ХААНА [Мария Колодина]

ИСТОРИЧЕСКИЙ ФИЛЬМ

Что происходит

Фильм о рождении империи Чингисхана и о трудностях, которые выпали на долю Тимучина на его пути к титулу Потрясателя Вселенной.

Что интересного

Автор «Тайны Чингис Хаана» – дебютант в сфере кино. Видный театральный режиссер, художественный руководитель Саха-театра, министр культуры Якутии Андрей Борисов снял картину по книге своего земляка Николая Лугинова «По велению Чингисхана». Якутское правительство выделило на фильм пять миллионов долларов. Съемкам содействовали и другие регионы России, а также Монголия, США и Китай.

Сами создатели называют картину ни много ни мало международным этнокультурным проектом. В нем принимали участие как актеры различных азиатских национальностей, так и местное население – настоящие кочевники, коневоды, табунщики. Масштабная киноопея привлекла и многих зарубежных актеров – голливудского японца Хироюки Тагаву, китайца Ту Мэна, монгола Оргила Макхаана, немца Гернота Гримма. В батальных сценах помимо каскадеров снялись несколько сотен солдат регулярной монгольской армии, одетых в точные копии доспехов времен Чингисхана.

Историческую личность, вокруг которой не утихают споры ученых, в картине будут изображать сразу трое. Девятилетний тувинский школьник Аян Успун – Тимучина в детстве, якутский артист Сергей Егоров – его же в юности, а заслуженный артист Республики Тыва, театральный актер Эдуард Ондар – вершителя судеб Чингисхана. Последний уже сегодня воспринимается едва ли не как национальный герой всех тюркско-монгольских народов России (на сибирских просторах фильм ждут с особым нетерпением).

Для съемок выбирались не просто красивейшие, но сакральные для тюркских народностей места. Над саундтреком работал известный этнорок-музыкант, мастер искусства горлового пения Альберт Кувезин.

Что с этим делать

Главная задача, которую поставили перед собой авторы фильма, – дать свою версию ответа, кем на самом деле был хан Чингис – кровавым тираном или объединителем народов? Картин о нем снято великое множество. Нашему зрителю наиболее памятен «Монгол», фильм 2007 года режиссера Сергея Бодрова. В эту картину было вложено почти вдвое больше, чем в якутскую, однако в свете вышеизложенного стоит предупредить зрителя, что творение Андрея Борисова вовсе не грозит оказаться менее зрелищным.

автор сценария

ВЛАДИМИР КАРПОВ

режиссер

АНДРЕЙ БОРИСОВ

оператор

ЮРИЙ БРЕЖНЕВ

композитор

АЛЬБЕРТ КУВЕЗИН

продюсер

ВЛАДИМИР ИВАНОВ

в ролях:

ЭДУАРД ОНДАР,

СЕРГЕЙ ЕГОРОВ,

АЯН УСПУН,

СТЕПАНИДА БОРИСОВА,

ГЕРНОТ ГРИММ,

ТУ МЭН,

ОРГИЛ МАКХААН,

ОЛЕГ ТАКТАРОВ,

ХИРОЮКИ ТАГАВА

Россия, 2008,

цв., 35 мм, Dolby Digital,

2 часа

российская премьера

19 февраля 2009 г.

дистрибьютор

«Каропрокат»

узнать о фильме:

Официальный сайт фильма (рус.):

www.chingiskhanfilm.ru

Страница фильма в IMDb:

www.imdb.com/title/tt1124364

АНТОН МАЗУРОВ: «МЫ СОБИРАЕМ ТОЛЬКО СЪЕДОБНЫЕ ГРИБЫ»

КИНОМАНАМ ДАВНО ЗНАКОМА КОМПАНИЯ «КИНО БЕЗ ГРАНИЦ» – ИМЕННО ОНА ЯВЛЯЕТСЯ ГЛАВНЫМ ПОСТАВЩИКОМ В РОССИИ АРТХАУСНЫХ ФИЛЬМОВ. НЕЗАВИСИМОЕ АМЕРИКАНСКОЕ КИНО, КАРТИНЫ КУЛЬТОВЫХ РЕЖИССЕРОВ, НОВЫЕ МОЛОДЫЕ ИМЕНА – ПАКЕТ КОМПАНИИ СПОСОБЕН УДОВЛЕТВОРИТЬ ВКУСЫ САМЫХ ТРЕБОВАТЕЛЬНЫХ ЭСТЕТОВ. ТЕПЕРЬ «КИНО БЕЗ ГРАНИЦ» РАСШИРЯЕТ СВОЮ АУДИТОРИЮ: НА ДЕКАБРЬСКОМ КИНОРЫНКЕ КОМПАНИЯ ПРЕДСТАВИЛА БРЕНД «НАСТРОЕНИЕ», КОТОРЫЙ ДОЛЖЕН СТАТЬ ПЕРЕХОДНОЙ СТУПЕНЬЮ ОТ АРТХАУСНОГО КИНЕМАТОГРАФА К МАССОВОМУ. О СПОСОБАХ ПРОДВИЖЕНИЯ КАРТИН НОВОГО БРЕНДА, РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ И ТОНКОСТЯХ РАБОТЫ МЫ ПОГОВОРИЛИ С КРЕАТИВНЫМ ДИРЕКТОРОМ И ВИЦЕ-ПРЕЗИДЕНТОМ «КИНО БЕЗ ГРАНИЦ» АНТОНОМ МАЗУРОВЫМ. **[Лиза Сезонова]**

Антон, расскажите о первых фильмах бренда «Настроение». Какими методами продвижения вы собираетесь воспользоваться?

Картины, которые представляет наша компания, в том числе и бренда «Настроение», удивительным образом не ориентированы на такие простые вещи, как жанр, возрастная аудитория, на то, что понятно зрителю. Даже если есть харизматичный герой или героиня, мы раскручиваем картину, опираясь на что-то другое, более скрытое и неопределенное.

В феврале в прокат выходит «Очень мрачное кино» («Фильм Нуар»), сербско-французская анимационная лента. Это стилизация под классический нуар 1950-х годов, черно-белое кино с вкраплением красного и желтого. Чисто мужской жанр – криминально-эротическая история. Продвигать эту картину мы будем, ориентируясь на мужскую аудиторию. Но главное для нас – чтобы в кинотеатр пришел не просто зритель-мужчина, а человек, который знает, что такое фильм-нуар. Два названия ленты позволяют нам расширить аудиторию: «Очень мрачное кино» ориентировано на массовую аудиторию, а «Фильм Нуар», написанное тем же шрифтом, – для тех, кто понимает, о чем речь. Этот жанр предполагает устойчивый круг поклонников и вряд ли молодого возраста. Скорее это аудитория от 25 и выше, киноманы и просто любители

кино. На фоне комедий «Очень страшное кино» и «Очень смешное кино» наше «Очень мрачное кино» – вовсе не комедия и даже не предполагает никакой иронии. Мы предлагаем зрителю визуальное погружение в эстетику фильма-нуар, выполненную в технике анимации.

Среди пакета картин 2009 года есть еще одна, условно говоря мужского жанра «военный фильм», – «Чудо святой Анны»...

Да, это переходный фильм для компании «Кино без границ» и один из первых бренда «Настроение», призванный прокатывать большое кино. «Чудо святой Анны» – картина предельно интеллектуального, главного на сегодняшний день чернокожего режиссера Америки Спайка Ли. Тематика ленты совершенно некоммерческая, даже название предполагает что-то возвышенное, какое-то божественное вмешательство. Неудивительно, что этот фильм провалился в США. Он очень громоздкий – около 160 минут. Если такое количество времени зрителю показывают приключения Гарри Поттера среди бесконечных спецэффектов, то сил досидеть до конца еще может хватить. Но от этой картины ничего подобного ждать не приходится: несмотря на то что у нее большой бюджет, порядка 40 млн евро, это никакой не блокбастер. «Чудо свя-



Антон Мазуров, креативный директор, вице-президент «Кино без границ»

той Анны» – камерная история, снятая без заискивания со зрителем. Главные герои – четыре темнокожих парня. Собственно, это уже проблема для продвижения. Россия довольно расистская страна, и фильмы о темнокожих здесь идут не очень хорошо. В Америке, где снимается такое кино и огромное количество чернокожих зрителей, есть шанс собрать хотя бы свою аудиторию. В России так не получится, кроме того, с сожалением приходится признать, что бытует еще и такое мнение: «А, это про черных, не хочу на них смотреть». Поэтому нам будет очень сложно прокатывать это кино.

Военный фильм в российском прокате – это вообще большая редкость. Жанр абсолютно экзотический: таких картин снимается не так много, как хотелось бы. Подобный фильм выходит в прокат приблизительно раз в пять лет. Это сложно, дорого и не каждый режиссер может его осилить. Спайк Ли сделал такую ленту впервые, и я не сказал бы, что все ему удалось на сто процентов. Истосковавшие любители жанра формируются, естественно, из мужской аудитории, и мы тоже ориентируемся на них. «Чудо святой Анны» – демократичный фильм, и если режиссер хотел заложить туда какой-то избыток серьезного содержания, то сам жанр военных приключений всегда подразумевает зрелищность. Эта картина не исключение: есть батальные сцены, взрывы и пожары, нацистские офицеры, передвижения колонны войск, перестрелки. Все очень красиво и зрелищно, хотя это серьезное кино.

Чем будет отличаться продвижение фильмов брендов «Настроение» и «Кино без границ»?

Это два параллельных направления, которые не пересекутся даже в перспективе. «Кино без границ» – артхаусный проект, который никогда не вкладывался в традиционную рекламную кам-



Кадр из фильма «Чудо Святой Анны»

панию. Деньги тратились на нестандартные рекламные способы донесения каких-то сложных вещей до специфической аудитории. Наша задача в продвижении арт-кино – не привлечь в кинотеатр любого, это бессмысленно. Скорее всего неподготовленный зритель будет плевать, ему будет неудобно читать титры и он останется крайне недоволен. Наша задача – каждый раз держать в интересном напряжении именно нашу аудиторию и доводить востребованность наших фильмов с ее стороны до максимального уровня. Естественно, пропуск на входе никто не спрашивает – на нашу картину может прийти любой желающий. Но задача промоушна четко направлена на то, чтобы работать с конкретной аудиторией, а не пускать пыль в глаза зрителю, который просто не готов к такому кино. Например, не каждый может смотреть китайский фильм, где все происходит медленно, практически без слов, где говорят на непонятном языке и еще нужно титры читать.

Бренд «Настроение» призван прокатывать более традиционное, более зрительское кино. Пакет этого года – переходная форма между артхаусным кинематографом и простодушным массовым. В основном это мейнстрим. Есть картины с гигантским бюджетом, но при этом их сложно назвать блокбастерами и нельзя сказать, что они – стопроцентное попадание в точку. Например, документальный



Кадр из
фильма «Очень
мрачное кино»

фильм Жака Перрена «Океаны» с бюджетом 40 млн евро. Он не о приключениях рыбок в подводном царстве – это тот случай, когда деньги потрачены на технику и способ съемки. Такие дорогие ленты, конечно, надо окупать, и здесь нам придется вкладываться в традиционную рекламу. Но она будет отличаться от прошедших за последние годы «ковровых бомбометаний» рекламных бюджетов тем, что будет более адресной. Мы не рассчитываем, что каждый увидевший рекламу фильма гарантированно захочет прийти на него. Повторюсь, мы хотим привлечь свою аудиторию.

Что вы подразумеваете под «ковровыми бомбометаниями»?

Достаточно вспомнить рекламную кампанию «Ночного дозора», чтобы понять, о чем я говорю. Именно тогда стала использоваться пропагандистская машина Первого канала, у которого 110-миллионная аудитория. При наличии таких силовых возможностей, когда фильм просто вбивается зрителю в мозг, вариантов выжить, то есть не пойти на него, просто не остается. Вся остальная реклама действует такими же агрессивными методами: после непрерывающегося телевизионного промоушна на улице на человека обрушивается новая порция пропаганды в виде наружной рекламы этого же фильма – просто некуда спрятаться! Мы этими методами

действовать не можем. Во-первых, не обладаем таким бюджетом, во-вторых, наши фильмы ориентированы на другую прокатную историю. Мы рассчитываем на адресную рекламу, для целевой аудитории. Условно говоря, «Чудо святой Анны» – это мужской жанровый фильм из области военных приключений. Есть телеканал РЕН ТВ, который позиционирует себя как мужской. Значит, мы точно будем с ним работать. Вряд ли эту картину можно рекламировать аудитории, которая смотрит Comedy Club, а вот какой-нибудь футбольный матч, возможно, располагает к тому, чтобы пускать рекламу картины в перерывах. Мужская аудитория, которая увлекается игрой, скорее всего заинтересуется и военными приключениями.

Ну и, конечно же, Интернет-промоушн?

Да, но не всякая аудитория, в том числе фильма «Чудо святой Анны», – это Интернет-аудитория. Несмотря на то что Интернет расширяется, возрастная аудитория, более серьезная и утонченная, в регионах не так продвинута в Сеть, как в Москве или Санкт-Петербурге. В столице пользователей Интернета около 50%, а в регионах – не выше 15%. Если мы хотим привлечь взрослую аудиторию, а не ту, которая после окончания занятий куда-то весело направляется, то не можем рассчитывать только на Интернет. «Чудо святой Анны» – не развлекательное кино, это скорее интеллектуальное приключение с переживаниями, что близко далеко не каждому.

Тогда в чем особенности продвижения картин компании, если вы отказываетесь от традиционной рекламы?

Бренд «Настроение» только начинает свою деятельность и будет пользоваться несколько иными рекламными методами, чем «Кино без границ». Наша компания на сегодняшний день больше всех в мире выпускает в кинопрокат архаусных фильмов в год – это извест-

ный факт. До нас больших показателей достигла только британская компания «Тартан», которая разорилась четыре месяца назад, и мы остались в лидерах. Однако «Кино без границ» берет не только количеством, но еще и качеством. Неразрывно с кинокомпанией работают сайт Arthouse.Ru и информационное агентство, которые работают по принципу: «Мы знаем о кино все, звоните, если что». Вряд ли кто-то в Москве, Екатеринбурге, Калининграде, Ростове-на-Дону, Новосибирске, Красноярске, Петербурге может сказать, что им не приходит информация от «Кино без границ» и у них не было возможности узнать о нас.

Мы публикуем всю нашу «кредитную историю», то есть планы, по которым четко видно, что ждет зрителя в ближайшее время, – победители Берлинского и Каннского фестивалей, фильмы, о которых он еще ничего не знает, но как только пройдет очередной фестиваль, узнает обязательно. Появится формальный повод посмотреть картину, так как она точно будет отмечена какой-нибудь наградой. Вот уже третий год подряд так происходит с фильмом – победителем Каннского фестиваля, который мы покупаем задолго до его победы. Чем это хорошо чисто прагматически – даже если фильм непростой, приз автоматически обеспечивает мощную рекламу, информационную поддержку. Интерес даже к очень сложной картине поддерживается на массовом уровне. И чтобы он не угас, нужно все время «подбрасывать дровишки в огонь». Фестиваль прошел – интерес к фильму пошел на спад, и тут включается в работу наша информационная рассылка, которая продолжает отслеживать судьбу картины и поддерживать интерес к ней. Собственно, это основной метод, которым мы пользуемся. Мы создаем свою аудиторию за счет того, что подсаживаем ее на информационную иглу этих киноисторий. Зритель включается

в непрерывный кинопроцесс: прошел фестиваль, выявились такие-то тенденции, появился такой-то режиссер. Все это мы отслеживаем, получается такое информационное дерево.

Мы ведем политику коацерватных капель. Из тысячи адресатов появляются, например, пять человек. Они сами начинают искать какую-то информацию, к ним присоединяются друзья, единомышленники, потребительское поле растет. «Коацерватные капли культуры» создаются в различных субкультурных тусовках. Это может быть тусовка эмо, интересующаяся фильмами определенной тематики, или любители «клубнички», которым подавай кино на эротическую тему, или это фанаты каких-то режиссерских имен. Происходит постоянный рост интересующейся аудитории, ее информационное развитие.

Антон, все ли фильмы вы смотрите сами? Может какая-нибудь картина пройти мимо вас?

Нет, в компании «Кино без границ» это невозможно. Мимо меня ничего не пройдет, потому что все фильмы мы покупаем штучно. Есть картины, которые я купил, посмотрев, а есть те, которые купил, заранее понимая, что это будет интересно, а посмотрел позже. Но это все равно происходит задолго до проката. Сам метод отбора предполагает, что мы собираем не все, что есть в лесу, а только съедобные грибы. Червивые не берем.

Кадр из
фильма «Чудо
Святой Анны»





ПОБЕЖДЕННЫЙ БОЕВИК

КАЗАЛОСЬ БЫ, ВСЕ ЛОГИЧНО: БОЕВИК – ЖАНР КОММЕРЧЕСКИЙ. ВРОДЕ БЫ В РОССИИ НАУЧИЛИСЬ СНИМАТЬ КОММЕРЧЕСКОЕ КИНО. И ЕСЛИ ЕСТЬ РЕЖИССЕР, КОТОРЫЙ УМЕЕТ СНИМАТЬ ТРЮКИ И ДРАКИ, И СЦЕНАРИЙ, В КОТОРОМ ЭТИ ДРАКИ И ТРЮКИ СОЕДИНЕНЫ БОЛЕЕ-МЕНЕЕ ВНЯТНЫМ СЮЖЕТОМ – ПОЧЕМУ БЫ НЕ СНЯТЬ РОССИЙСКИЙ БОЕВИК И НЕ ЗАРАБОТАТЬ НА ЭТОМ ВОПЛНЕ ПРИЛИЧНЫЕ ДЕНЬГИ? НО НА ПРАКТИКЕ ПОСЛЕДНИЕ ЛЕТ ПЯТЬ ВСЕ ВЫГЛЯДИТ СОВЕРШЕННО ИНАЧЕ. | **Анна Гудкова** |

В 2008 году на экранах страны достаточно широко шли два фильма, подпадающие под жанровое определение «боевик», – «Непобедимый» (реж. Олег Погодин) и «День Д» (реж. Михаил Пореченков). Оба фильма прокатывала компания «Централ Партнершип», которая отличается безусловным чутьем на успешные и яркие зрительские проекты. У обоих фильмов были на первый взгляд безусловные шансы на удачный прокат. Судите сами.

■ «Непобедимый» – эффектно и дорого снятая история. Сюжет, который должен

был привлечь массового зрителя агрессивным противостоянием «хорошего» и «плохого» героев.

■ «День Д» – народный любимец «агент национальной безопасности» выступает аж в трех ипостасях – режиссер, продюсер, актер. Ремейк классического голливудского хита, который двадцать лет назад засматривали на видеокассетах. Появление нового героя-мужчины, которого вроде бы ждут массы.

И вместе с тем на все эти достоинства публика отреагировала с полным равноду-

шем. Есть целый ряд гипотез, которыми с нами поделились люди, принимавшие участие в работе над упомянутыми фильмами (читайте интервью на стр. 64–72).

ЖАНР, КОТОРЫЙ В 1980-Х ГОДАХ КОРМИЛ НЕСМЕТНОЕ КОЛИЧЕСТВО ВИДЕОСАЛОНОВ ТОГДА ЕЩЕ СОВЕТСКОГО СОЮЗА, ПЕРЕЖИВАЕТ НЕЛЕГКИЕ ВРЕМЕНА

Основная проблема, с точки зрения создателей картин, была в неверном информировании зрителя: в случае с «Днем Д» – знаменитый перенос даты, дезориентировавший аудиторию, в случае с «Непобедимым» – неточное представление о жанре (не просто боевик, а боевик комедийный). Но, судя по всему, проблема гораздо глубже.

Жанр, который в 1980-х годах кормил несметное количество видеосалонов тогда еще Советского Союза, переживает нелегкие времена. Двадцать лет назад в каждой второй квартире (да и в «казенных домах») стены комнат были заклеены плакатами со Сталлоне, Шварцнеггером, Ван Даммом или даже с Дмитрием Певцовым, по прозвищу «Зверь». Но тогда популярность боевика объяснялась целым рядом причин. Полное отсутствие аналогичного продукта в российском кино (жанровые образцы высокого уровня появлялись в Союзе не чаще, чем раз в десять лет, а в Голливуде боевики были и остаются продуктом, поставленным на поток, с высококачественной конвейерной сборкой). Высокая потребность зрителя (особенно мужского пола) в «сбросе агрессии», которые желали быть похожими на абсолютно свободных от давления начальства, семьи и порой даже закона, чего большинство советских граждан никак не могли себе позволить, персонажей. О яркой картинке, невероятном для советского кино ритме монтажа и богатстве фактуры даже не стоит лишний раз говорить.

Теперь ситуация радикально изменилась: пережитая (да и то не до конца) в России эпоха беспредела и вседозволен-

ности, когда грубая сила стала на десятилетие едва ли единственной правдой, чувство полной незащищенности от произвола и насилия, недостатка в котором не испытывал последнее время никто, сделали боевик не «жанром для расслабухи», а скорее суровой правдой жизни. А, как известно, массовый зритель правду на экране не слишком жалуется. Гораздо приятнее сейчас смотреть уютные комедии и мелодрамы, даже драмы, только «прокинутые» в безопасное ретро, а уж если экшн – то лучше с мистическим оттенком, отстраняющим и отдаляющим происходящее от реальной жизни (как в случае с «Дозорами»). Очевидно, создатели фильмов чувствуют эту тенденцию, именно поэтому столь важным им представляется дополнительное позиционирование нынешних боевиков. И низкие сборы картин заместитель генерального директора по кинодистрибуции «Централ Партнершип Sales House» Андрей Радько объясняет именно невозможностью донести до аудитории ценнейшие поправки о субжанрах.

Но ведь недостаточно высоки сборы и у западных боевиков. Причем стоит заметить, что любой качественный боевик, сделанный в Голливуде (взять хотя бы «Крепкий орешек»), всегда отчасти пародийен: в нем обязательно присутствуют запоминающиеся шутки, да и вселенная боевика, как правило, достаточно условна.

МАССОВЫЙ ЗРИТЕЛЬ ПРАВДУ НА ЭКРАНЕ НЕ СЛИШКОМ ЖАЛУЕТ. ГОРАЗДО ПРИЯТНЕЕ СЕЙЧАС СМОТРЕТЬ УЮТНЫЕ КОМЕДИИ И МЕЛОДРАМЫ

Так что приходится признать, что рекламной стратегии отдельно взятых фильмов приходится решать слишком серьезные проблемы, которые в принципе не входят в компетенцию advertising industry. И пока не изменится самоощущение страны, как справедливо заметил Андрей Радько, боевиков и впрямь «снимать не надо». От себя добавим: видимо, и брать в ваш кинотеатр.

ДМИТРИЙ ДОБУЖИНСКИЙ: «КИНОТЕАТРЫ НАЧАЛИ СНИМАТЬ ФИЛЬМ, КОГДА ПОНЯЛИ, ЧТО ЗРИТЕЛЬ НЕ ИДЕТ И НА РЕКЛАМУ НИКАКОЙ НАДЕЖДЫ НЕТ»

Как проходила работа над продвижением фильма «Непобедимый»?

Мы делали картину в качестве «подрядчиков» – производителей по заказу ЦПШ. А продвижением целиком и полностью занималось ЦПШ. У нас были собственные предложения и по рекламе, так как опыт у меня и режиссера Олега Погодина вполне значительный, но понимания не встретили. Когда мы увидели, что в рекламе есть явные ошибки, принялись звонить, писать письма и т.д., но изъять ролики, трейлеры из кинотеатров было уже невозможно – это

«Я ДУМАЮ, ЧТО СУДЬБА ЭТОГО ФИЛЬМА ЦЕЛИКОМ ЗАВИСЕЛА ОТ ПРОДВИЖЕНИЯ», – ДМИТРИЙ ДОБУЖИНСКИЙ

же огромные деньги. Олег Погодин сделал-таки свои варианты трейлеров и ки-арта, но уже не было времени и возможности производить какие-то замены.



Дмитрий Добужинский, генеральный директор компании «Парк-синема»

Я думаю, что судьба этого фильма целиком зависела от продвижения. Картина могла и должна была собрать гораздо больше. Сборы первого уикенда целиком и полностью зависят от рекламной кампании, осведомленности, информированности публики о том, что выходит на рынок и на экраны страны. Любой кинопродукт – это лонч (так в рекламе называется продукт, первый раз выводимый на рынок). И реклама фильма ничем не отличается от рекламы любого другого товара. Поэтому насколько умно и точно будет сделан ки-арт и ролики – столько первый уикенд и соберет. На второй неделе людей в кинотеатр, наверное, уже приводит «сарфан», а реклама продолжает работать всего процентов на 20. И если фильм «слетает», проваливается на первом уикенде, то виновата реклама, а вот если на втором, как «Самый лучший фильм», – то уже качество картины.

Кадр из фильма «Непобедимый»

Главную роль в картине играет Владимир Епифанцев – актер, который до этого фильма был «широко известен в узких кругах». Как вам кажется, повлияло ли «незвездное» лицо героя в рекламе на зрительский интерес?

Практика показывает, что в России нет актеров, которые заманили бы зрителя в кинотеатр и обеспечили кассу. Фильмы по телевизору, вероятнее, больше будут смотреть со знаменитыми артистами (тем же Хабенским или Пореченковым), чем без них, а



на посещаемость кинотеатров это не влияет. В этом смысле все равно – что Пореченков, что Епифанцев. Если за артистами не стоит убойная мощь Первого канала, на кассе эти лица скажутся, вернее не скажутся, одинаково. Разве что с точки зрения рекламы показать лицо Пореченкова интереснее.

Для меня важнее то, что в момент работы над фильмом у него было другое название – «Человек Востока» (и оно обыгрывалось в тексте сценария). Название поменяли перед самым прокатом. И эта замена, с моей точки зрения, – большая ошибка ЦПШ. Потому что слово «Непобедимый» отбрасывает зрителя сразу к нескольким фильмам 1970-х с похожим названием.

Что касается рекламных носителей и ресурсов, то ки-арт был стильный, хороший, только неправильный – он не имел никакого отношения к нашему фильму. Я снимал свой новый фильм около кинотеатра «Октябрь», на котором в этот момент висели два билборда – «Непобедимый» и новый Бонд – «Квант милосердия». Каждый плакат – метров по двадцать. И сравнение было чрезвычайно наглядным: насколько удачно и правильно сделан ки-арт Бонда, настолько блекло у нашей картины. На бондовском плакате бросались в глаза лицо Крейга и надпись «007». И все. Конечно, это роскошь, которую может себе позволить только раскрученный бренд, но все-таки... Рядом висел стильный серо-черный плакат «Непобедимого», из которого вообще ничего понять было невозможно. Плохо читалось название «Непобедимый», видны были какие-то маленькие фигурки... Билборд рассчитан на то, что его проезжают, иногда на большой скорости, и нужно сразу все разглядеть – за несколько секунд. Это элементарные азы рекламы. Читать информацию с нашего

НЕПОБЕДИМЫЙ

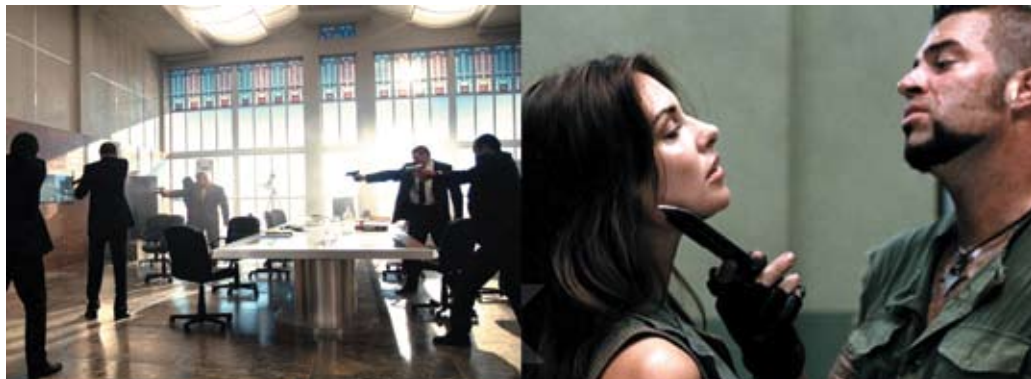


ДОСЬЕ

*Бюджет – \$6 млн
 премьера – 23 октября 2008 г.
 количество копий на первой неделе проката – 501
 касса первого уикенда – 20 585 553 руб. (\$762 428)
 наработка на копию – 83 167 руб. (\$3 168)
 количество недель в прокате – 4
 общие сборы – 41 666 000 руб. (\$1 587 000)
 выход на DVD – 20 ноября 2008 г., CP Digital
 официальный сайт фильма – www.nepobedimiy.ru*

*производство – Park Production
 дистрибьютор «Централ Партнершип»
 режиссер Олег Погодиин
 продюсеры Сергей Даниелян, Арам Мовсесян, Юрий Мороз, Рубен Дишдишян*

При подготовке досье использованы данные Бюллетеня кинопрокатчика и Альянса независимых кинопрокатных организаций



билборда было невозможно даже за полчаса и при очень большой заинтересованности. И совершенно неясно, про что кино.

Кроме того, по-моему, и трейлер был сделан абсолютно неверно. Наше кино отличается хорошими драками, хорошими диалогами – вот это и надо было продавать. А у меня сложилось ощущение, что трейлер делал человек, который кино не видел. Все боевики созданы по определенной схеме, более-менее одинаковой, – везде есть насилие, иначе он не назывался бы боевиком. Вот это и надо педалировать, акцентировать. В трейлере, как в любой рекламе, надо было продавать сильные стороны – хорошо постав-

Кадры из фильма «Непобедимый»

ленные и отлично снятые перестрелки, смешные шутки.

А как кинотеатры реагировали на фильм, что вы знаете о работе с показчиками по «Непобедимому»?

С кинотеатрами ЦПШ работают едва ли не лучше всех. Они заранее заявляют свой продукт на Кинорынке. И все, что касается работы с кинотеатрами, по-моему, было очень грамотно и профессионально. Насколько я знаю, и копии печатались уже под заявленное количество росписи в кинотеатрах, под заказ. А потом, на второй неделе, кинотеатры начали снимать фильм с премьерных залов – когда поняли, что зритель на фильм не идет и на рекламу никакой надежды нет.

ГОВОРЯТ

«Непобедимый» – бойкий пародийный боевик... где авторы рискованно шутят. Взяв энергичный старт, оставшиеся полтора часа фильм течет, как некая длинная и извилистая река, в целом не унылая, благо меняющаяся в зависимости от характера местности».

Сергей Синяков, «Газета ру»

«Официально «Непобедимый» — это скоростной и действительно лихо поставленный боевик в духе Борна или Бонда (строго говоря,

фабула списана с «Успеть до полуночи» Мартина Бреста). Режиссер Погодин очень старался снять по-американски, и, знаете, выходит действительно похоже».

Кирилл Алехин, Timeout

«Фильм вызывает несколько обескураживающее по нынешним временам ощущение более чем качественного продукта. В «Непобедимом» имеются по-настоящему впечатляющие трюки, отменные рукопашные поединки и зачетная стрельба».

*Станислав Ф. Росточкий
«Время новостей»*

АНАСТАСИЯ ПЕРОВА: «НА ВТОРУЮ ВОЛНУ ТОГО ЖЕ МАСШТАБА УЖЕ НЕ БЫЛО НИ СИЛ, НИ СРЕДСТВ, НИ ВРЕМЕНИ»

Расскажите, как строилась рекламная стратегия «Дня Д»?

Работа над рекламной стратегией фильма «День Д» стала дебютом нашей компании, созданной специально для продвижения кинопроектов. Мы пошли путем, широко распространенным на Западе, но пока еще не принятым в России: разработка не столько рекламной кампании, сколько именно стратегии продвижения началась в момент, когда еще только заканчивалось написание сценария картины. И когда в сценарии была поставлена точка, рекламная стратегия была подписана и утверждена. Все наши разработки создавались при активном участии продюсера и режиссера фильма Михаила Пореченкова.

Мы пересмотрели огромное количество материалов по зарубежным аналогам – с подобного типа героями, фильмами и пр. Поскольку картина позиционировалась не как ремейк, но все же как снятая по мотивам «Коммандо», мы решили идти прямым путем и создать своего русского коммандо – русского Ваню. Ставка была сделана не на Михаила Пореченкова, а на его персонаж. Пореченков во всех интервью и на всех встречах акцентировал, что в стране давно не было настоящего, своего, родного, любимого сильного героя, народного любимца. В Пореченкове-актере и его персонаже, на мой взгляд, соединились все черты – и внешние, и внутренние, чтобы стать таким народным любимцем.

Еще на уровне сценария многие вещи мы проверяли на фокус-группах. Мы понимали, что боевик, даже комический, пародийный боевик, как в нашем слу-

чае, имеет узко ограниченный сегмент аудитории. Конечно, мы рассчитывали, что придет мужская аудитория лет до 45 (в основном поклонники оригинального «Коммандо» 1980-х). Но этот «ностальгирующий зритель» – вовсе не та аудитория, которая сейчас делает кассу.

И наша задача была разработать стратегию таким образом, чтобы привлечь внимание и девочек, и женщин, и подростков и пр. Поскольку в главной женской роли у нас была не звезда (прекрасная артистка Александра Урсуляк, известная скорее в Москве, чем в масштабах страны), задача была сделать ее узнаваемой – и как актрису, и как персонаж. Статистика последних фокус-групп показала, что Саша стала узнаваемым лицом, что ее стюардесса – близкая зрительницам героиня, с которой приятно себя идентифицировать.

Разработка ки-арта началась в январе. Кроме плаката, который в результате был утвержден, мы рассматривали и альтернативные варианты, например с главной героиней и дочерью героя



Анастасия Перова, генеральный продюсер компании «Movie-pro»

Кадр из фильма «День Д»





ДОСЬЕ

бюджет – \$5 млн
 премьера – 4 сентября 2008 г.
 количество копий на первой неделе проката – 353
 касса первого уикенда –
 12 887 008 руб. (\$515 480)
 наработка на копию – 60 517 руб. (\$2 355)
 количество недель в прокате – 4
 общие сборы – 26 385 000 руб. (\$ 1 027 000)
 выход на DVD – 2 октября 2008 г.,
 CP Digital
 официальный сайт фильма –
www.d-day.ru

производство – кинокомпания «ВВП Альянс»
 дистрибьютор – «Централ Партнершип»
 режиссеры Михаил Пореченков, Екатерина
 Побединская
 продюсер Михаил Пореченков

При подготовке досье использованы данные
 Бюллетеня кинопрокатчика и Альянса незави-
 симых кинопрокатных организаций

(чтобы взять количеством персонажей и создать настроение не только боевика, но и фильма «для всей семьи»). Была идея плаката откровенно военного. Любовная история была – на плакате пара (герой и героиня).

В основном мы использовали ки-арт, ролики в кинотеатрах. Очень мощный пиар шел в печатных изданиях. Пореченков обещал кинотеатрам, что не будет центрального издания, где не написали бы про «День Д». И это обещание было выполнено. Саундтрек крутился по радио. Активно был задействован Интернет – сайт картины начал работать в момент, когда заканчивались съемки, посещаемость его была очень высока.

Как строилась ваша работа с кинотеатрами?

Поскольку обе компании – и «Moviepro», и «ВВП-альянс», работавшие над картиной, – весьма молоды, декабрьский Кинорынок в 2007-м стал первым Кинорынком в нашей жизни, и вся работа с кинотеатрами для нас началась именно с него. Мы устроили масштабную презентацию и компании-производителя, и картины. Наша презентация на том Кинорынке была признана лучшей. Мы решили сделать широкий жест в сторону кинотеатров – именно им первым была предоставлена возможность увидеть первые кадры картины. В пресс-конференции принимали участие не только журналисты, но и директора кинотеатров, которые могли задать вопросы и высказать пожелания и соображения по картине. Но тогда у нас еще не было прокатчика, мы просто намеревались представиться Кинорынку. Не хочу показаться самоуверенной, но первая презентация для кинотеатров прошла настолько на «ура», что ни одной претензии от директоров мы не услышали. И после этой презентации к нам в ряд выстроились все крупные прокатные

конторы России. Первая дата нашего релиза (июль) была выбрана вместе с компанией «Каро-прокат», которая в тот момент стала нашим партнером. Мы проанализировали рынок на июль и сочли, что это вполне удачная для нас ситуация и дата. Учитывался и голливудский опыт, согласно которому лето считается традиционным «сезоном блокбастеров».

Поскольку мы проходили все в первый раз, то отличились некоторой наивностью. Конечно, это нас никак не оправдывает, но тем не менее. Когда мы отработывали второй (мартовский) Кинорынок и показывали фрагменты уже финального монтажа картины, мы не знали (хотя это был уже общедоступный факт), что за неделю до нас встает «Особо опасен», а одновременно с нами – диснеевский «Валли». Все обнаружилось в мае, когда появились уже первые биллборды. «Особо опасен» несколько раз двигался, и некоторое время дата его старта была непонятна. А потом, когда она определилась, было уже поздно что-то менять.

Многие ваши коллеги говорят, что если бы не двигалась дата, то сборы могли быть выше.

Сменить прокатчика, а следовательно, и дату решили акционеры ком-



Кадр из фильма «День Д»

пани. Мы не могли позволить себя обманывать при первом же выходе компании на рынок. Наш поступок можно расценивать как знак протеста против поведения прокатчика, ведь до последней секунды мы не знали расписанного количества копий, так как эту информацию нам не предоставляли.

На сочинском Кинорынке я была свидетелем, как выстраивались очереди из кинотеатров на стенд «Каро» за нашим фильмом. Но после Кинорынка нам сообщили, что расписано меньше 300 копий, притом что изначально с прокатчиком обговаривалась цифра 500. Более того, мы рассчитывали, что летний Кинорынок – это подкрепление полученного результата, а не получение его только здесь и сейчас.

ГОВОРЯТ

«Волшебным образом Пореченкову удалось дебютировать в кинопроизводстве типичнейшим В-товіе вроде тех, которыми обычно заканчивались карьеры американских актеров-здоровяков 80–90-х».

Дарья Серебряная, Timeout

«Аутентичные трюки двадцатилетней давности, драматургия уровня «Колобка» и самоуверенность создателей, находящаяся на уровне как минимум Феллини и Бергмана, не

оставляет шансов: мы получили очередной «наш ответ». Нашу версию. Наш вариант. Наш привет. А может, пора уже снимать просто наше кино?»

Олег Денежка, Kinokadr.py

«Либо создатели фильма – сам Пореченков и его сорежиссер Екатерина Побединская – не отдадут себе отчет в том, что они натворили (но если так, то это странно). Либо, как теперь принято выражаться, они нас разводят».

Юрий Гладильщиков, «Русский Newsweek»



Кадр из
фильма
«День Д»

Я не хочу никого обвинять и думаю, что наша ситуация стала результатом стечения целого ряда обстоятельств. Возможно, прокатчик просто сам не смог справиться и не предупредил нас о надвигающейся «особой опасности».

При переносе даты основной задачей стало оповещение как можно большего количества людей об этом изменении. Мы столкнулись с огромной проблемой, потому что к тому времени основная часть изданий с рекламой уже вышла. Мы подключили тех, кого не успели отработать. Конечно, изданий уже было задействовано в пять-шесть раз меньше. Информацию о новой дате клеивали на биллборды, в ролики. Но это были скорее антикризисные меры, на вторую волну того же масштаба уже не было ни сил, ни средств, ни времени. И главным источником и спасением в этой ситуации стал Интернет, в основном сайт самой картины.

Кадр из
фильма
«День Д»

Какова была реакция кинотеатров на перемену даты?

Сначала кинотеатры были в большом недоумении – это был первый и пока единственный прецедент в отечественной киноиндустрии. А потом было много писем от директоров кинотеатров – в ответ на благодарность и просьбу о поддержке из уст Михаила

Пореченкова (он сделал весьма проникновенное обращение к кинотеатрам). Например, стенды в кинотеатрах стояли все три месяца – с первой даты до последней. И если мы и потеряли кинотеатры, то незначительное количество, а кого-то мы с переменной датой, наоборот, приобрели.

Нам казалось, что фильм должен лучше собраться в регионах, особенно после того, как мы с Мишей Пореченковым провели семь предпремьерных показов в разных регионах страны, увидели реакцию людей, которые радостно на аплодисментах принимали картину, считывали все заложенные шутки. Пореченков – настоящий народный любимец, которому безоговорочно верят. Но неожиданно фильм лучше сработал в Москве.

Что вы рекомендовали бы учесть при работе над рекламой подобной картины?

Наверное, больше использовать вирусную рекламу. Мне, например, очень запомнился вирусный интернет-ролик, где были склеены фрагменты из «Дня Д» с соответствующими кусками из «Коммандо». Сразу видно, что это и пародийно, и очень эффектно, и по-нашему. Для кинотеатров это не годится, а для Интернета – просто идеальный вариант.



АНДРЕЙ РАДЬКО: «ОСТОРОЖНЕЕ С БОЕВИКАМИ»

Почему вы решили заняться прокатом «Дня Д»?

Эта картина пришла к нам всего за полтора месяца до старта, и мы взялись широко «расписать» ее по кинотеатрам, так как находимся в хороших отношениях с продюсерами. Мы выполнили поставленную перед нами нелегкую задачу, выпустив фильм на 400+ экранах.

Занимались ли вы продвижением фильма «День Д»?

В продвижении мы не участвовали, этим занимались продюсеры и привлеченное креативное агентство. Это было их задачей, которая осложнилась изменением даты релиза.

А когда началась работа над «Непобедимым»?

Разработка стратегии продвижения «Непобедимого» началась весной 2008 года. Прежде всего до зрителя хотелось донести, что «Непобедимый» – не просто боевик, а комедийный боевик. К сожалению, рекламные материалы недостаточно точно смогли отразить эту особенность картины.

Вы считаете это «уточнение жанра» настолько важным?

Российские боевики как таковые уже долгое время не работают в кинопрокате, не собирают тех денег, которые хотелось бы собрать на нашем проекте. «Непобедимый» задумывался, снимался и получился у Олега Погодина как боевик комедийный, и нужно было сработать на этой его особенности.

А почему, с вашей точки зрения, российские боевики не интересны зрителю?

Зрителю неинтересны не только российские, но и западные боевики в чистом виде. Компания взялась за производство «Непобедимого» именно потому, что смешанный жанр «комедийного боевика» давал



Андрей Радько, заместитель генерального директора по кинодистрибуции «Централ Партнершип Sales House»

больше шансов на коммерческий успех. Когда съемки были закончены, по рабочей сборке стало ясно – фильм получился. И мы, конечно, многого от него ждали. В рекламе фильма были задействованы все ресурсы – и телевизионные ролики, и Интернет, и наружная реклама. Важна была и реклама в кинотеатрах. За счет рекламной кампании в целом мы надеялись не только привлечь стандартную киноаудиторию, но и расширить ее – в основном за счет зрителей-мужчин старше 25 лет. Хотя для женщин, которые часто принимают решение о просмотре конкретного фильма у касс кинотеатра, у нас также были подготовлены специальные ролики.

Свое название «Непобедимый» получил непосредственно перед прокатом. До того фильм был известен как «Человек Востока». Кто и когда принял решение о замене?

Мы провели ряд тестов, которые показали, что зрителям больше нравится название «Непобедимый».

При разработке рекламной стратегии учитывался опыт продвижения предыдущих фильмов?

Мы использовали опыт самых разных картин компании.

Что вы можете посоветовать людям, компаниям, прокатчикам, которые будут работать с боевиками в ближайшем будущем?

Осторожнее работать с этим жанром. Повторюсь, в чистом виде этот жанр сейчас работает не блестяще. Необходимо, чтобы фильм содержал субжанр – был комедийным, как, например, «Крепкий орешек» или «Перевозчик», эпическим, как «300 спартанцев», или изобилывал компьютерными спецэффектами, как «Особо опасен». В любом случае каждый фильм – это уникальный проект.