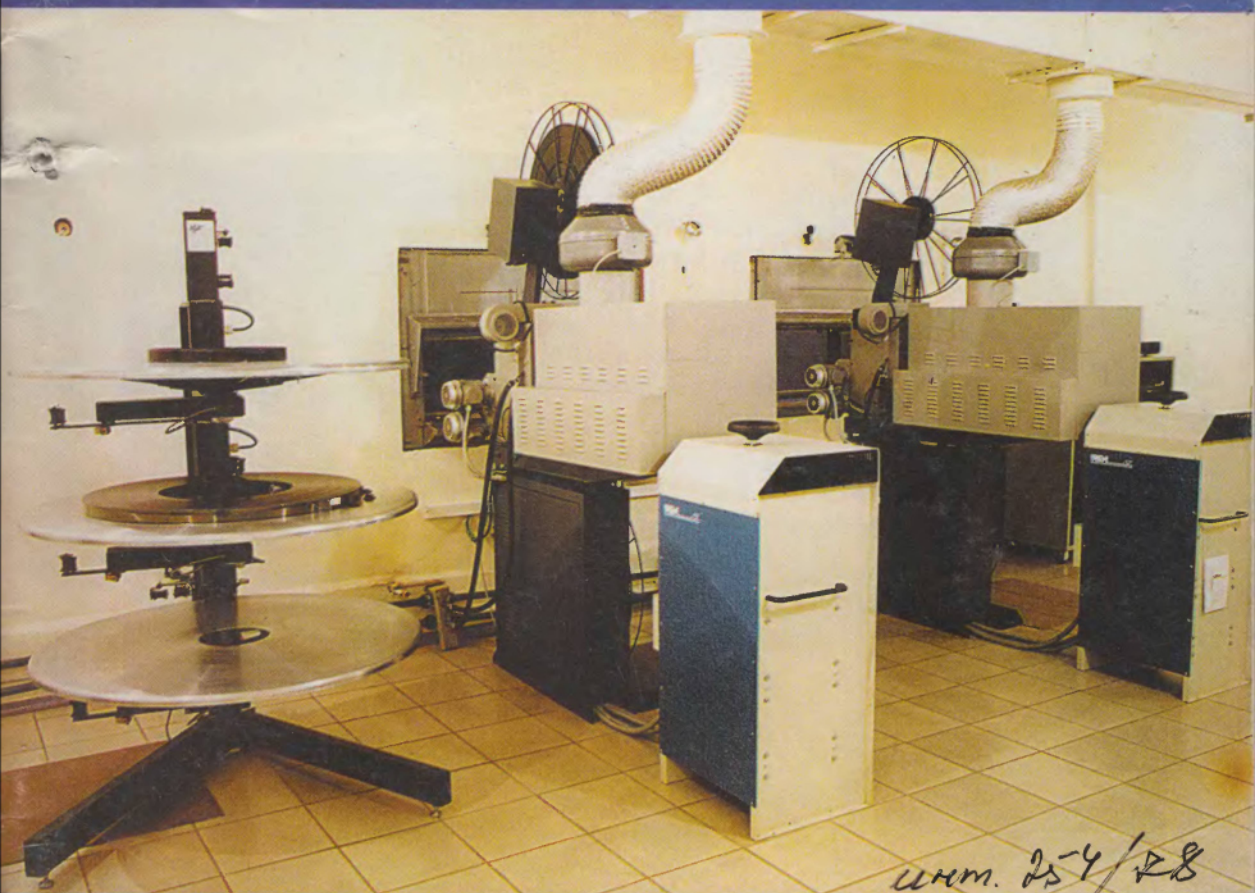


КИНОМЕХАНИК

ЕЖЕМЕСЯЧНЫЙ МАССОВО-ТЕХНИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

03'2000



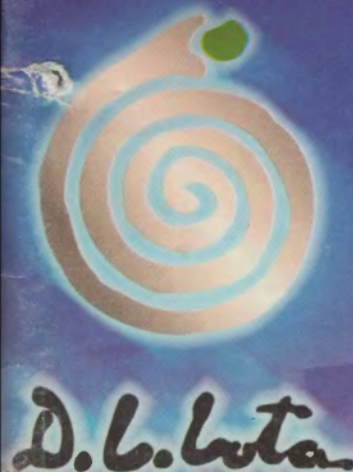
инт. 25-4/28

КОМПЛЕКСНОЕ ПЕРЕОБОРУДОВАНИЕ КИНОТЕАТРОВ

109028, г. Москва, ул. Солянка, 9, стр. 1

тел. (095) 923 2507, 923 2911

факс (095) 923 2937



КИНОМЕХАНИК

ИНДЕКС 70431 ISSN 0023-1681
ВЫХОДИТ С АПРЕЛЯ 1937 ГОДА

Учредители

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ КОМИТЕТ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ПО КИНЕМАТОГРАФИИ,
РОССИЙСКОЕ АГЕНТСТВО
«ИНФОРМКИНО»

Редколлегия

Веракса Л.С.
Голубь С.П.
Дорожкин Ю.М.
Жабский М.И.
Марков В.В.
Машкин Ю.Л.
Мухина Л.Н.
(отв. за выпуск)
Переходов В.А.
Преображенский И.А.
Федотов А.П.
Черкасов Ю.П.

Номер подготовили

Мухина Л.Н.
Семичастная В.И.
Крючкова И.К.

Компьютерная верстка

Досаев А.В.

Адрес редакции

Россия,
109017, Москва,
ул. Большая Ордынка, 43
тел.: (095) 951 4696
(095) 951 3822



© «Киномеханик» 2000

Ордена Трудового Красного Знамени
ЧЕХОВСКИЙ ПОЛИГРАФИЧЕСКИЙ КОМБИНАТ

142300, г. Чехов, Московской области
тел.: (272)71 336, факс: (272)62 536

СОДЕРЖАНИЕ

ОРГАНИЗАЦИЯ И ЭКОНОМИКА

НАШИ ВЕТЕРАНЫ

Бузмаков И.

Есть женщины в русских селениях 2

Богданович Ю.

Золотое правило Тамары Степановны 3

ВЕСТИ ИЗ РЕГИОНОВ

Василенко В.

Не выживать, а жить! 5

ВАШИ ДЕЛОВЫЕ ПАРТНЕРЫ

Мухина Л.

Их знают не только в лицо 7

КИНО И ОБЩЕСТВО

Тарасов К.

Насилие в фильмах
как социокультурная проблема 11

СЕМИНАР ПО СОЦИОЛОГИИ КИНО

Жабский М.

Связующие звенья производства
и потребления 14

КИНОТЕХНИКА

НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Современные кинотеатры 16

КИНООБОРУДОВАНИЕ

Ефименков Р.

Шаг за шагом, или последовательная
модернизация кинозала 27

ПРОИЗВОДИТЕЛИ – КИНОТЕАТРАМ

Кинопроекторы СКМ 30

НАШИ ВЕТЕРАНЫ

Есть женщины в русских селениях

И. БУЗМАКОВ,
киномеханик,
Кировская область

На высоком берегу Томызы, что в Афанасьевском районе Кировской области, стоит сельский клуб. Три года, пока не было культработника, заведовала клубом киномеханик **Нина Дмитриевна Пуртова**. Уже не руководит им, но состоянием здания обеспокоена: «Трубы надо сваривать, потрескались. Система отопления разморозилась, лето прошло — не сделали, впереди — зима. Как работать в таких условиях? Как смотреть кино зрителям, не закрывать же клуб?» — сокрушается Нина Дмитриевна. Тридцать лет трудится она сельским киномехаником. Закончила Батайскую школу киномехаников в Ростовской области, работала помощником киномеханика в Илюшовском клубе, а потом всю жизнь в родном селе. Сейчас многое изменилось. И вкусы, и привязанности людей. И кино стало другим, и служение ему.

— Как чуда жду каждого зрителя. Один и рад бы прийти, но денег нет — идет по записи (иногда на слово верю), некоторых специально приглашаю на хорошую картину — не идут. Только пенсионеры активно собираются, правда, для них часто нет подходящей карти-

ны. Но людям важно общение.

В словах этих — не только взгляд профессионала, но боль человека, остро реагирующего на состояние отечественного кино. Переживает Нина Дмитриевна за российских киноматографистов, что-то у них не ладится в творчестве. Не могут придумать душевные исто-



тории да и воплотить их на экране. Нина Дмитриевна считает себя причастной к киноискусству, потому что доносит его до зрителей. Именно в этом видит свою роль киномеханик Пуртова. Безусловно, ее волнуют и кассовые сборы, и выполнение плана. Сегодня чаще, чем раньше, присутствует в разговоре тема коммерческих фильмов. Но нельзя же в угоду «валу» преподносить зрителю низкопробные, пошлые ленты, ничего не дающие ни уму ни сердцу.

— Теперь уже поздно жалеть, что всю жизнь проработала в одном клубе, — продолжает Н. Пуртова. — Сначала мечтала трудиться в большом коллективе, в престижном кинотеатре, хотелось, чтобы рядом были коллеги. Непривычно работать одной — и билеты продавать, и кино показывать, и агитировать, и рекламировать. Со временем привыкла и даже полюбила работать одна, хотя иногда дочка помогала.

Слушать ее приятно. Чувствуется: то, о чем говорит, прошло через ее сердце. Легкая улыбка на устах, а в глазах — грусть. Обидно

сознавать сегодня, что профессия сельского кинемеханика стала не престижной, а где-то уже и не нужной. Что изменилось в работе сельского кинемеханика за прошедшие три десятка лет?

— Раньше возили фильмы на лошадях, а теперь — на себе. Хотя и есть автотранспорт, но нет горючего. Нужны деньги.

Нина Дмитриевна берет банки с пленкой в руки — и в автобус. Хорошо, если шофер поможет. Условия работы почти не изменились. Несколько часов подряд надо находиться у аппарата безотлучно. И опять вместо автоматики — женские руки. Но не угасает желание простой труженицы сотворить для односельчан маленькое чудо.

Золотое правило Тамары Степановны

Ю. БОГДАНОВИЧ,
гл. специалист ГУК «Областной
киновидеоцентр»
Департамента культуры Администрации
Кемеровской области

Сколько у юности грез и надежд? Возможно, они приходят с белого полотна экрана? Многие в детстве мечтают стать артистами, но не у всех получается. Когда пришло время выбирать профессию, Тамара решила стать швеей. Уехала из родного села Троицкое Ижморского района в рабочий поселок Яя и поступила на швейную фабрику. Но вскоре судьба привела ее в Кемерово, где она встретила Зою Масяеву, работавшую фильмопроверщицей. И детская мечта впервые приблизилась к реальности. «Буду работать в кино», — решила Тамара, открывая дверь областной Конторы по прокату кинофильмов. Еще один шаг — и таинственный, загадочный мир кино стал вырисовываться длинными стеллажами с железными бан-



ками, в которых находились любимые картины. Протяни руку вправо — «Свинарка и пастух» с Мариной Ладыниной, влево — «Весна» с Любовью Орловой. «Решено. Я остаюсь здесь», — подумала Тамара и вот уже 38 лет открывает дверь в свою заветную мечту.

С первых дней ей доверили отправку и приемку кинофильмов по почте. Сначала было трудно. Ответственный участок. Добрые слова и помощь наставников А. Ивановой, С. Спиридонова и подруг поддерживали.

Новая работа пришлась девушке по душе. С годами появился опыт и сноровка. Она уже могла по памяти сказать, где какой фильм находится и когда вернется на базу. А кинофонд тогда насчитывал более 10

тыс. фильмокопий художественных, хроникально-документальных, научно-популярных, мультипликационных, не считая киножурналов и рекламно-пропагандистских лент. Появились ученики, теперь и ее называют по имени отчеству. Скромная труженица, Тамара

Степановна Кремнева умеет ладить с людьми. Трудолюбие, аккуратность, чувство ответственности послужили основанием для назначения ее заведующей фильмобазой. Строгость и четкость в работе, лаконичность и точность в общении, добросовестность и аккуратность во всем — золотое правило всей жизни Тамары Степановны.

28 лет работает Кремнева заведующей областной фильмобазой, которая по санитарному состоянию, систематизации учета и хранения фильмокопий является образцовым предприятием. Несмотря на большую нагрузку, здесь не бывает случаев некомплектной выдачи кинопрограмм, несвоевременной доставки фильмов или срыва киносезансов.

За многолетний и безупречный труд Т. Кремнева неоднократно награждалась Почетными грамотами различных учреждений СССР и РСФСР, является Почетным кинематографистом России.

Тамара Степановна — человек сложной судьбы, много испытавшая в жизни, сумевшая все преодолеть и выстоять. Вырастила двоих сыновей, скоро внуки начнут самостоятельную жизнь. Уважения и признательности заслуживают ее душевные качества. В день юбилея коллеги поздравляли Тамару Степановну и желали ей здоровья, счастья, крепости духа, покоя и радости. На таких женщинах, как Тамара Степановна Кремнева, земля русская держится!

Поздравляем!

**За заслуги в развитии кинематографии и многолетний труд
почетного звания**

**«Заслуженный работник культуры Российской
Федерации»**

удостоена

БОКИЙ ЛЮДИЛА НИКОЛАЕВНА директор видеосалона «Спектр», г. Кемерово

**За высокие достижения в развитии науки и техники
кинематографии и в подготовке научных кадров
орденом Почета**

награждены

АРТЮШИН ЛЕВ ФЕДОРОВИЧ

доктор технических наук, профессор,
зав. лабораторией НИКФИ

КОМАР ВИКТОР ГРИГОРЬЕВИЧ

доктор технических наук, профессор,
зав. сектором НИКФИ

ВЕСТИ ИЗ РЕГИОНОВ

Не выживать, а жить!

В. ВАСИЛЕНКО,
г. Белгород

Сегодня многие российские кинотеатры борются за свое существование, выживание. Явный лидер в этой борьбе на Белгородчине — кинотеатр «Победа». По итогам прошлых лет он имеет более высокий валовой сбор, чем у всех остальных крупных кинотеатров области, вместе взятых. За счет чего достигнуты такие результаты? Может быть, потому, что ГУК «Белгородкино», отвечающее за продвижение фильмов в области, отдает предпочтение показу новых фильмов именно в «Победе»? Нет. Традиционно здесь всегда на сеансах больше зрителей, чем в других кинотеатрах. Не раз было и так, что картины, которые демонстрировались в «Победе» вторым экраном, давали более высокие сборы, чем в иных кинозалах на премьерном показе.

Как же удалось кинотеатру добиться этого? Одна из причин — стремление к разнообразию репертуара, удовлетворяющего разные вкусы: есть комедии, приключенческие ленты, мелодрамы. Как правило, в кинотеатре демонстрируются лучшие отечественные фильмы.

Кинотеатр «Победа» и ГУК «Белгородкино» периодически проводят премьерные просмотры наиболее интересных российских и зарубежных картин. Собственный видеопроектор позволяет устраивать тематические сеансы, посвященные мастерам кино с показом большого количества фрагментов из фильмов с их участием. Оживление у зрителей,

особенно молодых, вызвал «Вечер с Ди Каприо».

Руководители кинотеатра изыскивают возможность демонстрировать фильмы-бестселлеры мирового уровня. Во многом этому способствует то, что «Белгородкино» последние два года приобретает для проката зарубежные картины класса «А». Однако после августа 1998 года цены на кинопродукцию (и без того немалые) резко возросли. В этих условиях кинотеатр обратился к некоторым московским кинокомпаниям с предложением показывать в «Победе» принадлежащие им картины на определенных условиях. И такие фильмы стали регулярно появляться в репертуаре.

Коллектив «Победы» старается сделать приятным для зрителей не только просмотр фильма, но и само посещение кинотеатра, который становится все комфортабельнее. В прошлом году за собственные средства капитально отремонтировали второй этаж. Теперь там работает уютный бар.

За последние три года при кинотеатре «Победа» создан своего рода центр досуга: работает видеотека, в которой — около тысячи различных фильмов. Причем кассеты не обязательно брать домой, их можно посмотреть тут же, в видеокабине. Для юных посетителей создан зал компьютерных игр, а для людей постарше — бильярдный зал.

Что скрывать, бывают дни, недели, когда именно этот центр помогает кинотеатру не оказаться в финансовой пропасти. Но главное — кинотеатр стремится нести культуру в общество. В последние годы он постоянно

сотрудничает со школами. Программа довольно разнообразна и все время обновляется. Стали традиционными показы художественных фильмов по учебным программам литературы и истории, образовательных лент. Совместно с врачами и специалистами наркологического диспансера проводятся тематические занятия об опасности СПИДа и наркомании; с органами внутренних дел — о проблеме правонарушений среди несовершеннолетних; с представителями Вооруженных Сил страны — о военно-патриотическом воспитании школьников.

Для ребят в кинотеатре проводились кинофестивали, посвященные 200-летию со дня рождения А.С. Пушкина, 70-летию со дня рождения В. Шукшина, по его творчеству был организован конкурс сочинений учеников старших классов.

Дети больше всего любят Дни кино, на которых не только показываются новые развлекательные картины, но и проводятся всевозможные викторины, забавные конкурсы. Все эти мероприятия снимаются на видеопленку и демонстрируются зрителям перед сеансом.

Безусловно, о коммерческой выгоде от такого сотрудничества говорить не приходится. Во время коллективных посещений существует скидка — цена билета снижается в полтора-два раза, а на фильм по учебной программе — в три-четыре раза. Бывало и так, ради детского просмотра, приносящего всего 60 — 70 руб. дохода, снимался зрелищный фильм типа «Титаника» или «Армагеддона», могущий обеспечить высокую прибыль.

Несравнима духовная «прибыль» от таких показов. Ведь чаще всего экранизируются

выдающиеся литературные произведения. И эти киноуроки открывают очень большие возможности для духовного роста и развития молодого поколения.

Сформировался постоянный круг школ, активно сотрудничающих с кинотеатром. Среди них — не только те школы, которые находятся поблизости, но и из отдаленных районов города. Иногда приезжают учащиеся из других районов области.

Летом большой популярностью у детей, отдыхающих в школьных оздоровительных лагерях, пользуется традиционный фестиваль фильмов. Основу его программы составляют ленты, уже полюбившиеся ребятам, но всегда «Победа» и «Белгородкино» готовят к нему и несколько новых картин.

С большим вниманием относятся сотрудники кинотеатра к пожилым любителям кино. К сожалению, за эту дополнительную работу кинотеатр не получает никакой финансовой поддержки. Эта благородная акция не привлекает внимания и спонсоров. Тем не менее еженедельно для пожилых людей проводятся бесплатные сеансы. Как правило, показывается небольшой видеоконцерт. Фильмы, идущие на таких сеансах, тематически объединены, из них формируется программа кинофестиваля, ретроспективного показа и т.д. Для ветеранов труда организуются и премьерные показы новых отечественных картин.

Кинотеатр «Победа» живет полноценной жизнью. Он признан лучшим в области. И, несмотря на сложности, сдавать завоеванных позиций не намерен.

Внимание
всех руководителей киноорганизаций!
Вы можете присылать свои предложения в рубрику
«КУПЛЮ-ПРОДАМ».
Все услуги — бесплатно!

ВАШИ ДЕЛОВЫЕ ПАРТНЕРЫ

Их знают не только в лицо

Наш корреспондент Л. Мухина беседует с генеральным директором кинокомпании «Панорама» А. Ивановым.

Корр.: Андрей Альбертович, расскажите, пожалуйста, как все начиналось. Вы были директором «Викинг-фильма» и вдруг «Панорама»? Основное направление в деятельности этой компании?

А.А.: Неважно, как называется компания, главное — нас знают в лицо на Кинорынке. Нам доверяют.

В мае 1997 года была образована фирма «Викинг-фильм», занимавшаяся прокатом



ПАНОРАМА

**ВСЕ САМОЕ ЛУЧШЕЕ
И САМОЕ НОВОЕ
В ОТЕЧЕСТВЕННОМ КИНО**

**МЫ ВЫБИРАЕМ ФИЛЬМЫ ДЛЯ ВАС,
КАК ДЛЯ САМИХ СЕБЯ**

ПАНОРАМА



зарубежных картин класса «Б». Это стало невыгодно, к тому же появился интерес к отечественному кино. Мы открыли новую кинокомпанию — «Панорама» — и стали ее учредителями. Я десять лет работаю в кинобизнесе, начинал коммерческим директором в «Кредо-Аспект», затем — в кинокомпании «Кармен», и вот теперь «Панорама».

Занимаемся прокатом отечественных фильмов. Наши последние предложения: «Любить по-русски 3. Губернатор», «8 1/2 долларов», «Женская собственность», «Тесты для настоящих мужчин» и другие.

Сегодня в «Панораме» работают 8 человек, трое из них — профессиональные кинопрокатчики, на которых все держится. Мы иногда шутим: «Ретро втроем».

Корр.: Где Вы достаете картины? Как их отбираете? Сегодня это сложно сделать.

А.А.: Мы начинаем работать с произво-

дителями фильмов — режиссерами, продюсерами — еще на подготовительном этапе. Сегодня картин снимается мало, еще меньше выходит в срок. У нас хорошо налаженные связи с киноконцерном «Мосфильм», киностудией «Ленфильм» и некоторыми другими независимыми студиями. За почти трехлетнее существование, «Панорама» занималась прокатом 18-ти картин, из них зарубежных — только 3.

В процессе отбора фильма очень важно личное знакомство с режиссерами, продюсерами. В настоящее

время ведутся переговоры с Валерием Лонским о его новой ленте «Артист и мастер изображения». Несколько лет работали с Анатолием Эйрамджаном, прокатывали его фильмы «Ночной визит» и «Примадонна Мэри». Плодотворно сотрудничаем с Борисом Грачевским, в течение последнего года удачно предлагая киножурнал «Ералаш». В свое время пытались получить картины «Барак» В. Огородникова и «Небо в алмазах» В. Пичула. Не вышло, они сами занимаются прокатом.

Корр.: Разъясните, пожалуйста, почему детский киножурнал «Ералаш» снимается при государственной поддержке, а продается дорого?

А.А.: Да, мы слышали об этом. Многие представители киноорганизаций жаловались на завышенные цены. Полтора года назад

фильмокопия стоила около 3 тысяч рублей, мы тогда предлагали «Ералаш» за 5 тысяч и обязательно каждому региону, купившему киножурнал, дополнительно и бесплатно высылали подарочный набор из 4-х видеокассет, 15-ти сувенирных маек с надписями, 50-ти иллюстрированных книжек-комиксов из «Ералаша». Это стало возможно, потому что Госкино России поддержал нас в прокате и Б. Грачевский не требовал больших денег. Кстати, любой территории могли бы помочь спонсоры. Известен факт, когда за копию «Ералаша» нам оплачивал ликероводочный завод одной области. Такие структуры есть, они готовы платить, только их надо искать. К слову, многие игровые полнометражные ленты, снятые за государственный счет, тоже продаются дорого. Например, Эльдар Рязанов закончил съемки новой картины «Старые клячи». По нашим сведениям, права проката стоят недешево.

Корр.: В чем заключается Ваше сотрудничество с регионами? Каков путь кинофильма к зрителю?

А.А.: В основном, мы передаем им права проката на 2 года. Цена зависит от региона. Существуют три пути продвижения фильмокопии: продажа региональным государственным структурам, прямой прокат в кинотеатрах и передача фильмокопии в кинотеатр за фиксированную сумму. Самый цивилизованный путь (как во всем мире) — 50х50 или 60х40. Передаешь копию в кинотеатр, договариваешься о цене билетов, количестве сеансов и 50-процентной выручке, которая перечисляется дистрибьютору.

Когда копия отрабатывает положенный срок, ее списывают или пролонгируют дого-



вор на кинопоказ. Я считаю это нормальным явлением, потому что фильм остается в фонде, его реставрируют и демонстрируют еще несколько лет.

В декабре 1999 года во время Кинорынка мы передали права показа на пакет из трех фильмов 51-му региону. Это хороший результат. Правда, деньги получаем не сразу, позже. Все это происходит также благодаря поддержке Госкино России, которую он повсеместно оказывает Центрам российской кинематографии и кинопрокатным организациям страны, что очень важно. Неплохие результаты получились в начале этого года: только за три январские недели нами было разослано 38 копий фильма Е. Матвеева «Любить по-русски 3. Губернатор».

Корр.: Я знаю, с вашей кинокомпанией охотно сотрудничают регионы. Как Вы думаете, почему?

А.А.: Мы заключаем договор на понравившуюся картину и в случае поддержки

Госкино России и на собственные средства печатаем фильмокопии и немедленно отправляем их заказчикам в долг. Оплата потом. Это тоже существенно. Также стараемся отодвинуть показ по телевидению. Несмотря на то, что оговорен срок демонстрирования, для продюсеров и режиссеров соблазн велик. Телевидение платит больше и...

Корр.: На Кинорынке многие российские кинокомпании не желают торговать с областными киноvideообъединениями бывших союзных республик. Стремятся продавать фильмы только на всю республику. Так ли это и почему?

А.А.: Дело в доверии. Многие дистрибьюторы уверены, если одна копия попала в любую область союзной республики, есть большая вероятность, что ее будут демонстрировать и в других областях, а это уже пиратство. В России можно это проверить, в соседней стране — нет. За последние три года Украина, например, не приобрела у нас ни одной картины. Правда, представитель Киева купил «Примадонну Мэри» и «Ералаш» для всей республики (ему мы продали пакет фильмов по цене как для одного российского региона). «Панорама» готова сотрудничать с любыми территориями, в том числе и бывшими союзными республиками, представители которых часто приезжают на Кинорынок, но почти ничего не приобретают. Для примера, могу сказать, что среднеазиатские страны обычно покупают только индийские ленты. Из Литвы, Эстонии и Латвии приезжают в основном за зарубежными картинами. Российские фильмы им нужны только для проведения мини-фестивалей и желательно получать их напрокат, не оплачивая. Знаете, в таком случае очень трудно заниматься благотворительностью.

Корр.: А Вам нравится ею заниматься?

А.А.: Конечно. И мы с удовольствием помогаем тем, кто нуждается. Например, когда фильм требуется Дому ветеранов труда или

Дому инвалидов, детскому интернату, или Дому ученых Академии Наук, не просим денег у такой аудитории. Охотно помогаем киноклубам.

Корр.: Как Ваша компания удержалась на плаву после финансового кризиса 17 августа 1998 года?

А.А.: Мне кажется, обвал в кинематографии произошел значительно раньше. А мы стали зарабатывать меньше во столько раз, во сколько уменьшился рубль. Но уже в октябре 1998 года, когда появилось небольшое бюджетное финансирование в регионах, нам стали возвращать долги по заключенным ранее договорам. Поэтому и выжили. Мы регулярно предоставляем в Госкино России отчеты, из которых видно, как работаем. В сравнении с другими кинокомпаниями у нас результаты лучше. Мы печатаем 40 — 50 копий, а другая фирма, тоже имеющая государственную поддержку, — всего 15. Разница заметна. «Панорама» оставляет фильмы в регионе на 2 года, и их могут посмотреть не только в центральных кинотеатрах крупных городов, но и на сельских киноустановках. Это важнее!

Корр.: А Вы рекламируете фильмы, которые предлагаете?

А.А.: Мы заранее рассылает информационные письма всем государственным структурам и кинотеатрам с анонсом новых картин. На Кинорынке дарим киноплакаты и постеры. Очень многим субъектам Федерации рассылает видеоролики для рекламы на местном телевидении. Предварительно беседуем с руководителями киноорганизаций, редакторами, журналистами. Люди разные, мнения разные, стараемся донести свою точку зрения на фильм.

Сейчас сложилась неплохая ситуация на рынке. Заметно оживился кинопрокат во многих областях: охотно приобретаются картины, особенно в тех регионах, где раньше никогда не покупали новинки. Думается, это связано со сменой руководителей на местах.

Я считаю, нам невыгодно заниматься прямым прокатом, регионы делают это лучше. Они хорошо знают свой контингент. Научились умело рекламировать фильмы.

Корр.: Есть ли перспектива у российского кино?

А.А.: Очень большая. Нужны хорошие сценарии, и все изменится. Не секрет, что многие постановщики считают себя гениями и снимают с одного дубля и одной камерой, объясняя это нехваткой средств. Это неправда! Да, средств не хватает, потому что мы не можем пока на продаже отечественных фильмов заработать тех денег, которых хватило бы на качественную съемку по новым технологиям, не можем обеспечить возвратность средств.

Но не сомневаюсь, пройдет год-другой — и многое изменится. Зрители ходят в кинозалы, смотрят зарубежные фильмы, будут смотреть и российские, причем качественные и на хорошей пленке!

Корр.: Андрей Альбертович, как Вы, ки-

нокомпания «Панорама», оцениваете себя в мире кинобизнеса?

А.А.: Мы — самые лучшие! Мы выбираем фильмы для клиентов, как для самих себя! Я говорю без бахвальства. Действительно, мы заработали себе имя, авторитет. Нас знают не только в лицо. Я держу слово. Если пообещал полностью выплатить оговоренную сумму, значит, точно выплачу. Я — честный бизнесмен. Да, мы рискуем. Иногда — проигрываем. В любом бизнесе есть риск.

Корр.: Что Вы подготовили к следующему Кинорынку, который состоится в марте в «Измайлово»?

А.А.: Постараемся предложить шесть новых выпусков «Ералаша» и полнометражный художественный фильм Аркадия Кордона «Послушай, не идет ли дождь». В главных ролях — А. Петренко, И. Купченко, А. Филозов. Но не будем загадывать.

Корр.: Спасибо за беседу. Удачи Вам в работе!

КИНО И ОБЩЕСТВО

Насилие в фильмах как социокультурная проблема*

К. ТАРАСОВ

Насыщенность фильмов сценами насилия связана и со зрительским интересом. В серьезных произведениях кинематографа феномен насилия в жизни человека и общества подвергается исследованию средствами экранного искусства. А в коммерческом кино экранная репрезентация этого феномена эксплуатируется с целью извлечения прибыли. Почему же зритель

попадает в ловушку экранного насилия?

Социальные нормы либо накладывают табу на применение насилия в реальной жизни, либо допускают его в исключительных случаях. Если насилие все же применяется, то это означает нарушение социальных норм или некое чрезвычайное происшествие, выход человека в пограничную сферу между социальным и биологическим. В жизни это не может не привлекать произвольное внимание. В условиях эффекта участия зрителя в драматическом действии и его идентификации с киногероем аналогичное влияние оказывают и сцены насилия в филь-

* *Статья написана при поддержке Российского фонда фундаментальных исследований.*

Продолжение. Начало в № 12, 1999 г., № 1, 2000 г.

мах. Основной конфликт в соответствующего рода картинах зачастую разворачивается вокруг угрозы и сохранения человеческой жизни, являющейся главной ценностью любого индивида. Драматизация столь фундаментальной темы представляет собой аттракцион, способный привлечь непроизвольное зрительское внимание. Что касается сцен физического принуждения, интерес к ним связан с тем, что, будучи биологическим существом, человек крайне чувствителен к насилию. Уже поэтому такого рода сцены в фильмах задевают за живое многих зрителей, вызывают у них почти инстинктивный интерес. Вполне понятно, что при царящем в мировом кинематографическом пространстве примате коммерческих установок над всеми общественными постулатами тема физического принуждения, угрозы и сохранения человеческой жизни нещадно эксплуатируется в расчете на повышенное внимание со стороны зрителя, слабо развитого в духовном и социальном плане.

Интерес аудитории к образам насилия на экране в значительной степени объясняется и тем, что зрителям в реальной жизни приходится иметь отношение к насилию в качестве его жертвы, особенно потенциальной, или носителя. Поэтому интерес к образам насилия уходит своими корнями также в психологию и социальное окружение зрителя.

Надо отметить, что способность и склонность индивида к насилию и — шире — к агрессии, стимулируют рассматриваемый зрительский интерес, положительные эмоции при восприятии сцен насилия, позитивную их оценку. К этому выводу приводит анализ материалов опроса старшеклассников общеобразовательных школ г. Москвы. Не вдаваясь в подробное рассмотрение проблемы, приведем некоторые факты, характеризующие корреляционную связь между отдельными индикаторами установки мальчиков на агрессивность и объемом восприятия образов насилия в фильмах, эмоциональным откликом на них, оценкой соответствующих фильмов. Возьмем индикатор *«Я не думаю, что вообще*

могут быть веские причины для применения физического насилия к другому человеку». Среди тех, кто не согласен с этим утверждением (проявление установки на агрессивность), высокоактивные потребители фильмов, обильно приправленных сценами насилия, составляют 73 процента. Среди придерживающихся противоположного мнения — 59 процентов. Изображение жестокости вызывает негативные чувства соответственно у 37 и 48% респондентов. Потреблявшаяся «агрессивная кинодиета» очень понравилась соответственно 14 и 7% мальчиков, очень не понравилась — 4 и 2 процентам. Обозначенные типы зрительских реакций по индикатору *«Если для защиты своих прав надо прибегнуть к насилию, я это сделаю»* были присущи соответственно 74 и 53, 31 и 60, 15 и 14, 1 и 11% опрошенных. Расклад реакций по индикатору *«Иногда я не могу сдерживать возникающее желание ударить человека»* таков: высокоактивное потребление образов насилия свойственно 81% мальчиков с положительной установкой на агрессивность и 62% мальчиков с отрицательной установкой. Неприятные чувства при восприятии сцен жестокости возникают соответственно у 25 и 47% ребят, не понравились увиденные фильмы с насилием соответственно 8 и 16% респондентов. Что касается других индикаторов агрессивности поведения, по ним также имеется, хотя и не сильная, но постоянно обнаруживаемая положительная связь со зрительским отношением к репрезентации насилия в фильмах. Наличие этой связи в дальнейшем послужит основанием для вопроса о причинах агрессивности в жизнедеятельности человека — известной предпосылке зрительского интереса к ее репрезентации на экране.

Агрессивность человека — явление настолько сложное, что, как утверждает один из наиболее известных в мире исследователей агрессивного поведения Э. Мегарджи, его невозможно объяснить с помощью какой-либо одной теории. Агрессия — результат взаимодействия многих индивидуальных и социальных факто-

ров, и они, по выражению Э. Мегарджи, образуют «алгебру агрессии». Поскольку потребление «агрессивной кинодиеты», предлагаемой современным экраном, так или иначе связано с различными элементами «алгебры агрессии», вкратце остановимся на них.

Исторически первое представление о природе агрессивного поведения человека, его источник заключается в мощном перманентном инстинкте. В науке имеются две разновидности подобного объяснения: психоаналитическая и эволюционная. З. Фрейд, как известно, полагал, что в бессознательном человеке содержится сильное влечение к смерти — танатос. Ему противостоит не менее мощное влечение к продолжению собственного рода — эрос. Борьба двух инстинктов приводит к замещению объекта деструктивного начала, к смещению агрессивности с самого человека, направлению ее на других людей.

Эволюционный взгляд на природу агрессивного поведения человека представлен тремя подходами. Автор этологического подхода К. Лоренц утверждал, что люди унаследовали от животных инстинкт драчливости, действие которого во многом обеспечивает последним сохранение собственного вида. У хищников этот инстинкт направлен в первую очередь на представителей других видов. Стычки между представителями одного вида крайне редко имеют летальный исход. У животных со слабо развитым хищническим началом инстинкт драчливости направлен преимущественно на себе подобных. Например, новейшие данные антропологии говорят, что человекообразные обезьяны, прежде всего шимпанзе, иногда убивают особей своего вида. Это происходит и в тех случаях, когда потенциальные жертвы не представляют опасности для нападающих. Этологи предполагают, что люди унаследовали подобную разновидность инстинкта драчливости. Если это так, то насилие на экране относится к категории того узнаваемого, которое способствует в процессе киновосприятия зрительской вовлечен-

ности в драматическое действие, эффекту присутствия и идентификации с персонажем.

Второе эволюционное объяснение основ агрессивного поведения связано с именем Р. Ардри. С момента своего появления человеческий род, отмечает исследователь, вынужден был добывать средства к существованию посредством умерщвления животных. Этот факт послужил основанием для выдвижения гипотезы об инстинкте охоты у человека. Преимущественно коллективный характер охоты, по мнению Р. Ардри, способствовал развитию особой системы коммуникации, ключевым элементом которой явилось символическое оформление и закрепление существующего разделения на «мы» и «они», «друг» и «враг» и т.п. Изобретение таких видов оружия, как копье, лук и т.д., позволило поражать жертву на расстоянии и с меньшим риском для самого охотника в случае ответной атаки. Повышение эффективности охоты посредством коммуникации и оружия дальнего действия, полагает Р. Ардри, способствовало появлению и развитию у людей тенденции нападать не только на животных, но и на себе подобных. В жизнь широко вошла охота на людей, естественно, оставив свой след в менталитете человечества. В Древнем Риме наблюдение за такого рода охотой во время схваток гладиаторов стало составляющей развлекательного зрелища, которое было востребовано едва ли не так же, как хлеб. Сегодня зрелища охоты на человека в массовом масштабе производят и распространяют средства аудиовизуальной коммуникации. Американский кинорежиссер Д. Финчер, знакомый российский телезрителям по фильму «Семь» (1995 г.), в картине «Бойцовский клуб» (1999 г.) воссоздает историю, герои которой организуют клуб с единственной целью избивать друг друга. И он объясняет это в духе концепции инстинкта охоты Р. Ардри. «Природа, — утверждает режиссер, — создала нас охотниками, а мы живем в обществе универмагов. Убивать больше некого, бороться не с кем, преодолевать нечего, неизведанных территорий не осталось».

Третья концепция (социобиологическая) агрессивного поведения человека является скорее некой конкретизацией положений, выдвинутых К. Лоренцом и Р. Ардри, нежели чем-то принципиально новым. Социобиологи полагают, что агрессия животных и человека — это прежде всего инстинктивное поведение, задаваемое необходимостью воспроизводства собственного рода. Однако, согласно этой концепции, живые организмы

воспроизводят не просто собственную плоть, а первую очередь гены. Этим, считают социобиологи, в значительной степени объясняется то, что животные и люди имеют тенденцию вступать в отношения кооперации с теми особями, которые имеют схожее с ними генетическое строение, и вести себя враждебно по отношению к тем, чей генетический набор отличается от их собственного.

Продолжение следует

СЕМИНАР ПО СОЦИОЛОГИИ КИНО

Связующие звенья производства и потребления*

М. ЖАБСКИЙ,
доктор социологических наук,
НИИ киноискусства

Прочтение фильма как познавательная деятельность со стороны критиков отличается аналитичностью, дискурсивностью. Зрительское прочтение, напротив, преимущественно спонтанное. Оно совершается как бы в состоянии рассеянности, суждения о фильме большей частью интуитивны. Приемы расшифровки текста в одном случае заданы профессиональным сообществом, в другом — они усвоены в процессе стихийного погружения в образный мир кино — примерно так, как усваиваются коды естественного языка. В одном случае привлекается теория, в другом — опора преимущественно на обыденное сознание, склонное к регрессирующей субъективизации, лично окрашенной мифологизации в процессе восприятия киноистории.

Сравнивая прочтение и оценку фильма как социальной деятельности критиков, с одной сто-

роны, и зрителей — с другой, мы обнаруживаем ряд различий, которые тоже не могут не дать о себе знать. В системе жизнедеятельности критика прочтение, анализ и оценка фильма выступают как часть трудовой деятельности. У зрителя все это включено в структуру противоположной направленности — в досуг. В своих рецензиях критик отстаивает определенные общественные интересы, с их помощью он зарабатывает средства к существованию, обретает определенный профессиональный авторитет и, по возможности, укрепляет свой социальный статус. Зритель же, если и анализирует, оценивает фильмы, как правило, руководствуясь большей частью принципом личного удовольствия и в стихии межличностного общения. Давая собственную оценку, зритель практически независим от расклада мнений в той киноаудитории, частью которой является. Критик, напротив, прочитывает, анализирует и оценивает фильм как член профессионального сообщества. Он не свободен от влияния цеховых пристрастий. Определенным свидетельством тому являются служебные просмотры с последующим обменом мнениями, ознакомление с имеющимися рецензиями при написании собственной, известная

* *Статья написана при поддержке Российского фонда фундаментальных исследований.*

Окончание. Начало в № 5 — 12, 1998 г.; № 1 — 12, 1999 г., № 1 — 2, 2000 г.

конкуренция за право размещать свои рецензии в информационных потоках масс-медиа и т.д.

Возвращаясь к оценкам «Сибирского цирюльника», мы можем констатировать, что они исходят от различных социальных субъектов. Расхождение между ними поэтому вполне естественно. Но так ли естественна чуть ли не абсолютная противоположность оценок, если учесть, что их выносило одно и то же общество — российское? Получается так, что одна рука общества не только не знает, что делает другая, но и совершает противоположные по смыслу действия. Данный факт плохо характеризует не только критику, но и само общество, свидетельствуя об отсутствии должного контакта между рассматриваемыми социальными субъектами, серьезнейшего элемента дезорганизации в их взаимоотношениях, дефиците органической целостности в общественной системе, равно как и в системе кинопроцесса в целом. Противоречие может и должно постепенно смягчаться путем встречного движения двух сторон — критики прежде всего. Но пока большинство критиков стоят на модернистских позициях, пока ими преувеличивается значение формально-художественных моментов в фильме и, напротив, недооценивается значение этических, пока они руководствуются представлением об эстетической непонятливости зрительской аудитории и не признают, что последняя ими во многом не понята, ожидать серьезных положительных сдвигов трудно, хотя по мере развития рыночного механизма в кино ситуация должна измениться к лучшему.

Подводя итог сказанному выше о социальной жизни «Сибирского цирюльника», уместно подчеркнуть, что фильм, будучи эффективным средством связи сфер кинопроизводства и потребления, является весьма информативным художественным свидетельством состояния зрительского спроса в современной России. Чрезвычайно поучительны и реакции зрительских континентов, выявленные с помощью социологических замеров. На фоне многочисленных негативных оценок кинокритики они особенно убедительно

показали, что одной из причин ошеломляющего успеха «Сибирского цирюльника» являлся канал обратной связи с потенциальной публикой, эффективно действовавший непосредственно в творческой лаборатории Н. Михалкова. С другой стороны, доказательством от противного подкреплена мысль о том, что отсутствие внимания, высокомерное отношение и т.д. со стороны многих наших кинематографистов к этому моменту кинотворчества — не последняя причина того печального факта, что Голливуд вытеснил новые отечественные фильмы на обочину кинематографической жизни России. И как здесь не вспомнить, что в том же Голливуде рассматриваемая обратная связь не только постоянно практикуется с помощью образа целевой аудитории в головах создателей фильма, но еще и проверяется с помощью специальных тестов, предваряющих выход картины на экраны. Чтобы не быть голословными, сошлемся на опыт работы С. Бодрова в качестве голливудского режиссера, о котором он рассказал на страницах газеты «Коммерсант» (16 июля 1999 г.). «После окончания режиссерского монтажа, — констатирует С. Бодров, — я показываю картину студии, а она тестирует ее на специально отобранной публике. Америка совершенно помешана на этих тестах. Чем выше ставки, тем больше мандраж. После просмотра подсчитывают очки. Считается хорошо, если ты набрал 80 процентов. Зрителей опрашивают, раздают карточки, беседуют с ними. Затем студия может сделать мне свои замечания по монтажу, и я имею право с ними согласиться или нет. Потом еще один просмотр, после которого уже будет решаться, продолжаю я работу со студией или она начинает поиски другого решения уже без меня». Как видим, судьба не только картины, но и самого режиссера зависит от того, как удалась ему обратная связь со сферой потребления в процессе непосредственной работы над фильмом. И не является ли это обстоятельство одной из причин того, что Голливуд побеждает в конкурентной борьбе с отечественными киностудиями на нашем внутреннем рынке?

НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Современные кинотеатры

Процесс демонстрации кинофильмов тесно связан с общими процессами и тенденциями развития общества. В истории мирового кинематографа известны три ярко выраженных кризиса кинопоказа. Первый и второй пришлись на 1949 – 1952 и 1961 – 1962 годы и были вызваны соответственно началом массового развития телевидения и появлением цветного телевидения. Оба кризиса были преодолены за один – два года. Первый – после возникновения широкоэкранный и широкоформатного кино. Зрители опять стали посещать кинотеатры, потому что маленькие экраны и невысокое качество изображения, перестав быть помехой, не сумели отвлечь публику от кинотеатра, как газеты и журналы не заменяют книги любителям литературы. Второй кризис в нашей стране как бы не состоялся, так как цветных телевизоров было немного.

Третий кризис кинопоказа в Европе и США начался в конце 70-х годов, а в России – с 1988 года в связи с широким распространением домашнего видео. В развитых капиталистических странах основные явления последнего кризиса были ликвидированы в течение двух лет в результате специально разработанных и грамотно использованных разнообразных мер – от новых технических достижений до новых принципов обслуживания кино-

зрителей.

При тщательном обследовании зрительской аудитории были выявлены следующие факторы

– публика ходит в кино группами (семьями, парами, с друзьями и т.д.);

– люди чувствуют себя комфортно в небольшой группе (не более 50 – 80 человек);

– зрители во время своего пребывания в кинотеатре хотят развлекаться (игры, экспресс-кафе, бистро) и чувствовать себя раскованно, поэтому рекомендуется иметь в кинотеатре гардероб, детские комнаты.

При выборе между домашним видео и походом в кинотеатр часто отдается предпочтение кинотеатру из-за стремления большинства людей бывать в общественных местах.

Очередной этап развития кинопоказа обусловлен факторами, выявленными при социологических исследованиях. Кинотеатры первого поколения были однозальными. В 60-х годах сокращение числа кинозрителей заставило искать всевозможные пути их привлечения. Возникли и распространились многозальные кинотеатры второго поколения – первые мультиплексы, в которых имелось от 3 до 9 залов, и обычные кинотеатры, в которых бывший зал «разрезан» на несколько небольших. К третьему поколению принадлежат мультиплексы с 9 – 14 экранами. В четвертом поколении появились мультиплексы на 15 и более экранов и мегакомплексы, первый из которых – «Киногород» в Брюсселе – построен в 1988 году.

Через десять лет появились представители 5-го поколения кинотеатров – мультиплексы, являющиеся громадными цент-

* При подготовке статьи были использованы следующие материалы:

ОНТИ ЦИКФИ. Экспресс-информация. Зарубежный опыт. Выпуски 1 – 6, 1999 г.

Березин О.С., ст. «Концепция современного кинотеатра и бизнес-планирование кинопоказа в России», «Кинокомпания «Нева-1», Санкт-Петербург, 1999 г.

рами досуга. Они имеют большое количество кинозалов (на 60 – 150 мест), в фойе – все виды развлечений: игровые автоматы, электронные казино, продажа разнообразных сувениров, фокусы, оркестр, еда и напитки. Есть детские комнаты (в том числе для грудных детей), помещения для проведения конференций и выставок, способные превращаться в кинозалы с примыкающими к ним площадями, рестораны, кондиционированный воздух. В кинозалах – удобные кресла и эффекты, недостижимые в домашних условиях: широкий экран, высококачественное цветное изображение, стереопроекция и цифровой стереозвук. Предусмотрена возможность установки электронных видеопроекторов для замены механических кинопроекторов по мере перехода проекции на цифровой кинопоказ. Если вспомнить, что с ноября 1997 г. по октябрь 1998 г. проходила европейская программа Edpfit, практически продемонстрировавшая реальность электронного распределения фильмов по кинотеатрам через космические спутники, то подобная предусмотрительность вполне естественна.

Попыткой обеспечения максимума комфорта любому посетителю кинотеатра явилась система «Non-stop»: разные фильмы идут в разных залах без перерыва; предлагается выбор не менее чем из 3-х фильмов; ожидание начала ближайшего сеанса длится не более 30 минут.

Более 3/4 всех кинозрителей составляют подростки и молодежь в возрасте до 25 лет, чьи основные кинопристрастия (боевики, комедии и эротика) изменили репертуарную политику кинотеатров. В настоящее время из снимаемых в мире кинофильмов около 50% составляют боевики и эротические фильмы.

В начале 80-х появились новые замечательные аттракционы – имитационные кинозрелища, в которых кинопоказ соче-

тается с движением самих зрителей. Они приобрели громадную популярность, собирая миллионы зрителей в мире. Подобные развлечения, позволяющие «покататься на кино», появились как предсказанные приложения к мультиплексам и мегакомплексам и как самостоятельные доходные предприятия.

Основа у всех имитационных кинозрелищ одна и та же: большой экран, высококачественная система стереофонического звуковоспроизведения, один или несколько кино- или видеопроекторов, от одной до четырех подвижных платформ с местами для зрителей, система спецэффектов и компьютеризированная система управления элементами комплекса.

Применение современных цифровых видеопроекторов существенно снизило стоимость этих аттракционов, широко используемых как традиционные сценарии типа автомобильных гонок и воздушного боя, так и сюжеты, заимствованные из компьютерных игр: виртуальные путешествия во времени, космические и подводные приключения и пр. Для большинства подобных одиссеей вполне достаточно обеспечить поворот зрительских кресел вокруг трех осей вращения, тем не менее созданы и применяются системы с более сложным движением. Употребление лазерных компакт-дисков как носителей информации заметно улучшило качество видеоизображения и позволило добиться весьма впечатляющих эффектов. Предусмотрен ряд профилактических мер во избежание неприятных явлений вроде укачивания и тошноты. Программа управления киноаттракционом поставляется с комплексом.

Забота о привлечении зрителей в кинотеатры принимает самые разнообразные формы, создаются, например, специальные условия для курильщиков (оборудованные вытяжками места, на которых позволяет курить в зрительном зале). В некото-

рых кинотеатрах имеются «ложи для поцелуев», в которые можно зайти вдвоем или группой, в них можно заказывать напитки и разговаривать, не мешая остальным зрителям. Ради соблюдения пристойности эти относительно изолированные помещения снабжены видеосистемой наблюдения за посетителями.

Зрителям предлагается самый разнообразный сервис. В Великобритании разработана новая концепция электронных информационных табло (Saturn Signage), позволяющая зрителю быстро выбрать кинофильм для просмотра. Система, элементом которой является персональный компьютер, обычно имеющийся в бухгалтерии, способна воспроизводить на нескольких мониторах (кинескопного и плазменного типов), размещенных в разных местах кинотеатра, информацию о номерах зрительных залов, о текущем репертуаре, стоимости билетов и наличии свободных мест, которая обновляется каждые 10 секунд.

В недавно открывшемся кинотеатре для демонстрации суперширокоформатных фильмов системы Аймекс организованы специальные места для инвалидовных колясок. Во многих кинотеатрах для людей с пониженным слухом предусмотрено обслуживание с помощью специальной индукционной звуковой петли, которая наводит повышенный уровень громкости на их слуховые аппараты, и для слабовидящих зрителей: им выдают в прокат слуховые аппараты, на которые подается звуковое описание событий, происходящих на экране, с помощью специально изготовленной фонограммы на компакт-диске. Престиж таких кинотеатров повышается даже у кинозрителей, не пужающихся в специальном обслуживании.

Для кинотеатров системы Аймекс создан полнометражный анимационный фильм «Фантазия 2000» – светомузыкаль-

ная интерпретация музыки Бетховена, Шостаковича, Респиги, Сен-Санса, Эльгара и Стравинского, исполненной Чикагским симфоническим оркестром под управлением дирижера Дж. Левина. Фильм использует все современные технологические средства и представляет захватывающее зрелище.

Австралийская фирма Dynamic Digital Depth (прежнее название Xenoteth) запатентовала новую безочковую систему стереокино, позволяющую осуществлять стереопоказ на больших экранах, в парковых аттракционах, в видеоиграх и в видеотренажерах. Уникальная особенность новой системы и входящего в нее специального экрана – нечувствительность к окружающему освещению, что позволяет обходиться без затемнения помещения.

За последние годы резко возросло число построенных новых кинозалов как в кинотеатрах, так и в различных центрах досуга, что компенсировало начавшееся в 80-х годах снижение прибыли киноотрасли. Этот ренессанс заставил обратить внимание на серьезную акустическую проблему: потребовалось обеспечить совместимость между собой залов разного назначения, расположенных в одном здании и имеющих общие пол, стены и крышу, по которым звук может распространяться из одного помещения в другое. На стадии проектирования часто невозможно предусмотреть нужную степень звукоизоляции залов, что может привести к серьезному увеличению затрат на ее осуществление.

Используя разработанные в НАСА принципы для авиационных и космических аппаратов, британская фирма NES Acoustics предложила метод оценки путей распространения и уровня шума на каждом из них, позволяющий оптимизировать затраты на звукоизоляцию. Построение компьютерной модели ведется на основе информации о физических, архитектурных

и прочих характеристиках и параметрах помещений, обычно имеющихся в строительных чертежах (наличие колонн, звукопоглотителя, резонансной частоты конструкции пола, и пр.). Метод подтвержден на практике.

Одним словом, посетитель современного зарубежного кинотеатра имеет возможность выбрать себе фильм (необходимая информация легко доступна), провести время до начала сеанса в разнообразных развлечениях по своему вкусу и не беспокоясь о своих маленьких детях, сесть в просторное комфортабельное кресло (с держателями для напитков в подлокотниках), с которого беспрепятственно виден весь максимально соответствующий зрительному залу экран с хорошим освещением и качественным изображением, с замечательным цифровым стереозвуком и другими впечатляющими эффектами, и насладиться зрелищем. Причем цена билета меняется в зависимости от часа, дня недели, времени года и местных традиций. А как у нас?

На конец 1999 года в России имелось более 50-ти современных кинотеатров в разных регионах страны (из них 16 – в Москве, 4 – в Санкт-Петербурге), посещаемость которых, несмотря ни на что, растет.

Кинопоказ в России развивать можно и полезно, учитывая, что

- современный кинотеатр становится многогранным местом встреч и разнообразного общения (кинозал, кафе, игровые залы и т.п.), особенно для 20 – 35-летних, которые «староваты» для дискотек;

- поддержка развития современных кинотеатров со стороны местных властей хорошо согласуется с реальной (или декларируемой) заботой местной власти о благе народа. Это развитие может стать, с одной стороны, реальным вкладом в осуществление социально значимых региональных программ поддержки малого и

среднего бизнеса и, с другой стороны, одной из косвенных мер, направленных на решение проблем подростковой преступности, наркомании и т.п.;

- борьба с видеопиратством направляет стопы любителей новинок кино именно в современные кинотеатры (практически все значимые зарубежные фильмы выходят в отечественный прокат одновременно с выходом в США или в Европе);

- основной парк оборудования во многих кинотеатрах был установлен в 80-х – начале 90-х годов и в настоящее время требует своего обновления из-за морального и физического старения;

- современный кинотеатр в регионе является хорошим бизнесом именно для местных бизнесменов, так как не требует миллионов нереальных долларов и стимулирует развитие разнообразного сопутствующего бизнеса – торговли, ресторанного и быстрого питания, электронных игр;

- имеются налоговые льготы – кинопоказ относится к сфере культуры (в ряде регионов кинотеатры освобождены от уплаты налога на землю) и, в соответствии с Законом РФ от 06.01.99 г. «О внесении изменений в Закон о налоге с прибыли», освобождается от налогообложения на прибыль, направляемую на капитальные вложения в кинотеатр.

Все эти факторы, учтенные при создании современного кинотеатра, позволяют даже в период экономической стагнации сделать бизнес кинопоказа прибыльным.

При решении конкретных вопросов модернизации кинотеатра следует обратить внимание на ряд существенных моментов.

1. Современные кинотеатры оборудуются многоканальными звуковыми системами воспроизведения фонограммы кинофильма. Более или менее распространенные в мире системы различаются, в основном, по трем позициям:

– типу посетителя фонограммы (кинопленка, диск);

– методу записи фонограммы (аналоговый или цифровой);

– количеству каналов звука и расположению громкоговорителей в зале.

Dolby Stereo Digital 5.1 – одна из систем многоканального воспроизведения фонограмм, разработанная в 1992 году. Считывание производится специальным цифровым ридером (считывателем) с киноплёнки, на которой звуковая информация расположена между перфорациями. В системе применяется цифровое кодирование фонограммы АС-3, позволяющее устранить влияние потертости плёнки и обеспечить точное декодирование сигнала, а также качественное преобразование цифрового сигнала в аналоговый, поступающий на усилители и далее – на громкоговорители зала.

Система Dolby Stereo Digital 5.1 поддерживает пять широкополосных каналов плюс канал ограниченной частоты (для низкочастотных эффектов) воспроизведения фонограммы кинофильма. Три громкоговорителя расположены за экраном (центральный, левый и правый каналы). Каждый из двух каналов окружения звучит по своей цепочке из нескольких громкоговорителей, помещённых вдоль боковых стен, и через половину громкоговорителей задней стены. Один или несколько громкоговорителей располагаются за экраном для воспроизведения сверхнизких частот, отчетливо ощущаемых зрителем во время звуковых эффектов. Подобное расположение источников звука оказывает существенное влияние на создание объёма и направленных стереоэффектов, особенно на фоне Dolby Stereo с одним каналом, звучащим по всем стенам.

Dolby Stereo Digital Surround EX 6.1 – самая новая система, модернизированная на базе Dolby Stereo Digital 5.1 к премьере

фильма Джорджа Лукаса «Звездные войны. Эпизод 1: Скрытая угроза». Основное отличие от Dolby Stereo Digital 5.1 состоит в присутствии дополнительного канала окружения непосредственно на задней стенке зала (зритель находится в полном окружении 6-ти каналов звука: впереди – центральный, левый, правый; по бокам и сзади – левый, правый и центральный окружения). Эта система не требует демонтажа уже имеющейся Dolby Stereo Digital, а только дополнительной установки одного блока-декодера SA-10, ещё двух усилителей и перекоммутации громкоговорителей окружения.

✓ Dolby Stereo – предшественница Dolby Stereo Digital, разработанная компанией Dolby Laboratories в начале 70-х годов. Применяется и в настоящее время. Полностью аналоговая система. Считывание фонограммы осуществляется аналоговым ридером, устанавливаемым вместо обычной моносчитывающей системы кинопроектора. Фонограмма Dolby Stereo расположена на месте обычной фонограммы кинофильма. Аналоговые фонограммы фильмов формата Dolby Stereo ограничены совместимости с российским устаревшим оборудованием из-за применения оригинального шумоподавления, требующего специального декодирования, без которого возникают звуковые искажения, хотя и не очень заметные на фоне общего плохого качества имеющегося звукового оборудования. Система Dolby Stereo является составной частью Dolby Stereo Digital. В настоящее время Dolby Laboratories предлагает широкий выбор устройств для модернизации систем от Dolby Stereo до Dolby Stereo Digital.

✓ SDDS – Sony Dynamic Digital Sound – разработка компании Sony в противовес системам Dolby. Основные принципы работы аналогичны Dolby Stereo Digital. Считывание фонограммы осуществляется

специальным цифровым ридером с края киноплёнки, где расположена фонограмма SDDS. Кроме того, система SDDS отличается от Dolby Stereo Digital расположением каналов громкоговорителей в зале. Всего каналов восемь: пять за экраном (левый, полулевый, центральный, полуправый, правый), два канала окружения – левый и правый, а также канал сверхнизких частот.

✓ DTS – Digital Theatrical System – система американской фирмы DTS. Принципиально отличается от вышеописанных разработок тем, что фонограмма кинофильма считывается с CD-диска, а не с киноплёнки специальным CD-проигрывателем (не бытовым!), который синхронизируется с киноплёнкой с помощью временного кода DTS – специальной дорожки синхронизации, напечатанной на кинокопии.

Несмотря на существование других систем, в России получили распространение в основном Dolby Digital и Sony Dynamic Digital Sound не только в связи с теми или иными пристрастиями кинотеатров, а как следствие политики дистрибьюторов и особенностей производства фильмокопий.

Выбор той или иной системы должен определяться наличием и количеством кинофильмов, записанных в той или иной системе. На март 1999 г. в мире выпущено кинофильмов с фонограммами:

Dolby Stereo	9520 с 1972 г.
Dolby Stereo Digital	1883 с 1992 г.
SDDS (8-канальной)	60 с 1993 г.
SDDS (6-канальной)	363 с 1993 г.

Оборудование, предназначенное для многоканальных систем воспроизведения фонограммы кинофильмов, совместимо с монофонограммами и обеспечивает более высокое качество их воспроизведения по сравнению с монооборудованием кинотеатров.

Для того чтобы добиться в зале высококачественного звука, недостаточно купить оборудование. Большая роль в достижении качества звука и нормальной эксплуатации оборудования отводится правильным монтажу, установке и настройке оборудования, осуществляемой с помощью специальных тестов и измерительных приборов, не доступных кинотеатру. Во избежание установки нестандартного оборудования, неправильной инсталляции и настройки необходимо привлечение для этих работ сертифицированных специалистов. Несколько компаний в России (в том числе Кинокомпания «Нева-1»), специализирующихся на поставке звукового оборудования, имеют сертификаты технической компетенции от компании Dolby. Установка систем SDDS и DTS требует привлечения зарубежных специалистов фирм-разработчиков этого оборудования.

2. Системы многоканального звука предъявляют серьезные требования к качеству акустического оформления кинозалов. Кроме покупки оборудования, необходимо провести целый комплекс работ по монтажу, установке и настройке звукового и кинопроекторного оборудования, акустическому оформлению залов, правильной установке кресел и т.п.

Основные акустические требования для кинозалов

- обеспечение оптимального времени реверберации;
- обеспечение необходимой геометрии зала на основании таблиц оптимальных соотношений геометрических размеров зала;
- акустическая обработка заэкранного пространства для подавления нежелательных отражений от стены кинозала за экраном;
- обработка задней стены кинозала для подавления обратных отражений от задней стены кинозала;

– обработка боковых стен и качественная звукоизоляция окон (рекомендуется заделка окон кирпичной кладкой);

– акустическая обработка потолка с учетом размещения вентиляционных каналов и систем освещения;

– обязательное ковровое (жестко прикрепленное к полу) покрытие пола в проходах и между рядами;

– качественное выполнение проекционных окон между кинозалом и кинопроекционной, обеспечивающее звукоизоляцию и не создающее дополнительных отражений и бликов;

– конструкция дверей, осуществляющая хорошую звукоизоляцию между фойе, улицей и кинозалом;

– обеспечение звукоизоляции между залами в многозальных кинотеатрах.

При проектировании зала необходимо уделить серьезное внимание кашетам экрана и боковым предэкранам занавесам. Дело в том, что при воспроизведении фильмов в обычном формате (1 : 1,66) боковой занавес прикрывается до размеров изображения, перекрывая правый и левый каналы заэкранных громкоговорителей. Для снижения нежелательных эффектов от такого прикрытия необходимо изготавливать занавес из сертифицированных тканей.

Наивысшим достижением в области акустического оформления кинозала является его сертификация компанией THX (США) – всемирно признанным разработчиком акустических стандартов для кинозалов. В тесном контакте с THX работают все компании-разработчики звукового, проекционного и прочего оборудования для кинозалов. Компания THX обеспечивает также сертификацию оборудования (в особенности звукового) для современных кинотеатров.

3. Качество кинопоказа безусловно определяется качеством кинопроекционного

оборудования.

В настоящее время существует очень широкий выбор кинопроекционного оборудования. Учитывая, что стоимость кинопроекторов может достигать 100 тыс. долларов, необходимо тщательно подойти к вопросу замены оборудования.

Во многих российских кинотеатрах установлены чешские проекторы МЕО-5Х, для которых некоторые компании выпускают специальные ридеры фонограмм (как аналоговых, так и цифровых), поэтому до истечения срока службы не рекомендуется замена этих аппаратов, тем более что в России налажено сервисное обслуживание этих проекторов по линии Госкино России.

Замена 23КПК желательна, так как зубчатые барабаны этих проекторов не отшлифованы и приводят к значительному износу межперфорационного пространства киноплёнки, на котором расположена цифровая фонограмма Dolby. Однако некоторые кинотеатры продолжают эксплуатацию этих проекторов, установив на них аналоговые (требуется доработка блока) и цифровые ридеры.

Ряд кинотеатров модернизировал и кинопроекторы КПЗ для воспроизведения как аналоговых, так и цифровых фонограмм.

При выборе кинопроекционного оборудования следует находить компромисс между современными кинопроекционными системами и «реанимацией», доработкой и эксплуатацией старых кинопроекторов (в которых необходима замена ламп на более современные и соответствующая замена питающих устройств).

В настоящее время широко применяются находят системы с одним постом и устройством типа «бесконечная петля» – плэттером (Platter). Применение бесперемоточных устройств позволяет полностью автоматизировать кинопоказ, не требуя

участия обслуживающего персонала во время демонстрации фильма, что особенно привлекательно в многозальных кино-театрах с обслуживанием нескольких залов из одной киноаппаратной.

Важно уделить внимание вопросам электропитания ламп, систем поджига и электропитанию киноаппаратной как к потенциальным источникам звуковых помех во время демонстрации кинофильма.

4. Комфортабельность восприятия кинофильма в большой степени определяется киноэкраном, который находится между закрайным громкоговорителем и зрителем и может существенно влиять на качество звуковоспроизведения, поэтому существуют серьезные требования к типам экранов и их расположению относительно громкоговорителей. Современные киноэкраны обеспечивают высокое качество изображения за счет увеличения отражательных свойств экрана (различные перламутровые и другие покрытия). Экран должен позволять без каких-либо ограничений проецировать все существующие форматы изображений (с отношением сторон от 1:1,66 до 1:2,35) и обеспечивать при этом оптимальный угол зрения. Обычно рекомендуется обеспечить угол зрения для формата 1:2,35 в 45° для зрителя, находящегося по центру зала в $2/3$ длины зала от экрана и не менее 30° – для зрителя последнего центрального кресла. Тем самым обеспечивается комфортабельное восприятие изображения максимально возможным количеством зрителей в кинозале.

5. Конструкция кресел может оказать значительное влияние на качество акустики, особенно в маленьких залах. Во-первых, необходимо выбирать кресла так, чтобы они не давали отражений на экран. Идеальное кресло не должно существенно менять своих акустических свойств при наличии в нем зрителя, то есть зависи-

мость поглощения от частоты сигнала должна оставаться постоянной. Существенное значение для выбора той или иной модели кресел имеет совокупность факторов, влияющих на восприятие зрителем изображения на экране. Это и геометрия зала, и конструкция пола, и расположение и размеры экрана. К примеру, ступенчатая конструкция пола позволяет установить кресла с более высокой спинкой.

Существует огромное количество вариантов обивочной ткани, различающихся по фактуре, дизайну, цветовой гамме, позволяющее создать неповторимый интерьер кинозала. В многозальных кинотеатрах устанавливают кресла разного цвета в разных залах, соответственно давая названия залам по цвету кресел.

В центре зала (в $2/3$ длины зала от экрана симметрично относительно продольной оси) располагаются так называемые VIP-места – это зона наиболее оптимального восприятия фонограммы фильма и удобного восприятия изображения на экране. Ширина этой зоны зависит от акустических и архитектурных особенностей зала. Как правило, в современных кинотеатрах цена билета на VIP-места в 1,5 – 2 раза выше цены обычных билетов. Используя кресла различной цветовой гаммы, можно выделить VIP-зону другим цветом.

Современные кресла могут быть оснащены подстаканниками, встроенными системами трансляции перевода и другими аксессуарами, повышающими комфортабельность кинозала.

Значительным фактором, влияющим на комфортабельность кинозала и соответственно на посещаемость кинотеатра, является расстояние между рядами. Необходим компромисс между количеством зрительских мест и удобствами для зрителя. Важно помнить, что в современных кинотеатрах, оборудованных многоканальными

системами воспроизведения фонограмм, как правило, отсутствуют центральные проходы по залу, так как центральная ось зала наиболее оптимальна для восприятия звукового и изобразительного ряда кинофильма.

Безусловно, важным аспектом выбора кресел является их соответствие нормам пожарной безопасности. Все кресла, устанавливаемые в зале, должны иметь российский сертификат безопасности.

6. Знаменитая фраза о том, что о цивилизованности общества можно судить по состоянию общественных туалетов, применима и для кинотеатра. Наличие достаточного количества современных туалетов и курительных комнат – немаловажный фактор повышения комфортабельности кинотеатра. При расчете пропускной способности туалетов и курилок необходимо учитывать, что часть зрителей – это потенциальные посетители кафе, баров и ресторанов кинотеатра и что посетителей в кинотеатре может быть больше, чем вмещает кинозал, особенно в перерывах между фильмами.

7. Внимание к вопросу вентиляции кинозалов и кинотеатра в целом важно именно в период проектирования кинотеатра, так как исправление ошибок после завершения отделки и запуска кинотеатра практически невозможно без больших дополнительных затрат.

Необходимо учитывать климатические условия региона, обогрев зала теплым воздухом, вентиляцию киноаппаратной, курительных комнат и туалетов, кухню, а также фойе кинотеатра (тепловые завесы в зимний период). Чистый теплый воздух в кинотеатре позволит зрителю чувствовать себя уютно и комфортно. Это важно, если предполагается, что перед сеансом

зритель должен оставлять свою верхнюю одежду в гардеробе.

8. Наличие современных точек традиционного и быстрого питания – один из атрибутов модернизированного кинотеатра. Важно достичь такого уровня комфорта, чтобы кинотеатр стал для зрителя не только местом просмотра фильмов, но и общения.

При расчете точек питания следует помнить, что большая часть зрителей имеет не более 30-ти минут, чтобы выпить и закусить до сеанса, в этот период система питания работает в экстремальном режиме.

9. От удобства расположения и привлекательности оформления фойе зависит первое впечатление зрителя. Решение проблем разработки дизайна лучше всего доверить профессионалам – дизайнерам и архитекторам.

В фойе при наличии места можно расположить, кроме точек питания, игровые автоматы, разнообразные выставки, электронные казино, киоски по продаже видеокассет, плакатов, книг, маек и кепок (хорошо, если будет сохранена киношная тематика или тематика демонстрируемого фильма, продажа игрушек для детей на детских сеансах), телефоны-автоматы, телевизоры-мониторы с рекламой фильмов или музыкальными клипами, разместить маленький оркестр.

При наличии свободного места в кинотеатре целесообразно организовать игральные залы (например, бильярд), а в кинотеатрах, специализирующихся на семейных просмотрах, – детские комнаты, где можно оставить маленького ребенка под присмотром на время пребывания родителей в кинотеатре.

10. Существенным фактором в организации комфорта для зрителя является наличие гардероба. Это психологически превращает поход в кинотеатр в событие. Гардероб необходим, если в кинотеатре планируется проведение каких-либо встреч, презентаций и фуршетов.

11. Кинотеатру необходим учет. Оперативная информация о проданных билетах за день, за месяц, по сеансам, по фильмам, по местам в зале (балкон, партер, VIP-места) – основа для финансового анализа и планирования деятельности кинотеатра. Если к этому прибавить продажу льготных билетов для различных категорий зрителей, предварительную продажу и систему предварительных заказов, необходимо или завести хороший штат «счетоводов», или установить расчетно-кассовый центр в кинотеатре. Учитывая, что налоговая инспекция справедливо требует отчетности по выручке (все-таки наличные деньги), отдельного учета налога с продаж (в тех регионах, где он применяется) и в то же время менеджер борется с поддельными билетами, а зритель не хочет выстаивать очередь и ждать, пока кассир вручную оформит билеты, выход один – кассовый центр. Его можно совместить с автоматическим контролем, как это происходит в метро (особенно это актуально для мультиплексов с большой пропускной способностью залов).

Но до этого необходимо решить еще один принципиальный, но психологически трудный вопрос – контроль билетов непосредственно перед залом. Потенциальный зритель должен иметь свободный доступ ко всем развлечениям в кинотеатре (он оплачивает все отдельно), но если после одной-двух кружек пива захотелось в кино – пожалуйста. Такая система орга-

низации контроля билетов весьма привлекательна для зрителя, так как представляет ему свободу выбора, что повышает комфортабельность кинотеатра.

12. Вопросы безопасности кинотеатра можно разделить на две группы

- общественная безопасность посетителей кинотеатра и персонала;
- пожарная и охранная сигнализации.

Решение вопроса общественной безопасности посетителей кинотеатра связано с обеспечением правопорядка в кинотеатре (зал, рестораны, кафе, гардеробы и т.д.) и на прилегающей территории, в том числе на автостоянке, обеспечением вопросов охраны денежных наличных средств касс и инкассации выручки. Одной из причин снижения посещаемости кинотеатров в 1992 – 1996 годах было отсутствие у зрителя ощущения безопасности.

Для решения вопросов общественной безопасности можно привлечь студентов, которые будут следить за порядком в залах и других местах кинотеатра, а также небольшую группу сотрудников муниципальной или вневедомственной охраны/милиции для решения серьезных вопросов.

Говорить о наличии пожарной и охранной сигнализации подробно нет необходимости, так как эти вопросы поднимаются соответствующими местными службами, однако, целесообразно обратить внимание на пожарную и охранную сигнализации на этапе проектирования.

От редакции. Безусловно, практика богаче теории и изложенные в статье основные принципы модернизации кинотеатров и повышения качества кинопоказа не охватывают весь комплекс проблем, поэтому редакция ждет от читателей конструктивных предложений, советов и замечаний по этому вопросу.

КИНООБОРУДОВАНИЕ

Шаг за шагом, или последовательная модернизация кинозала

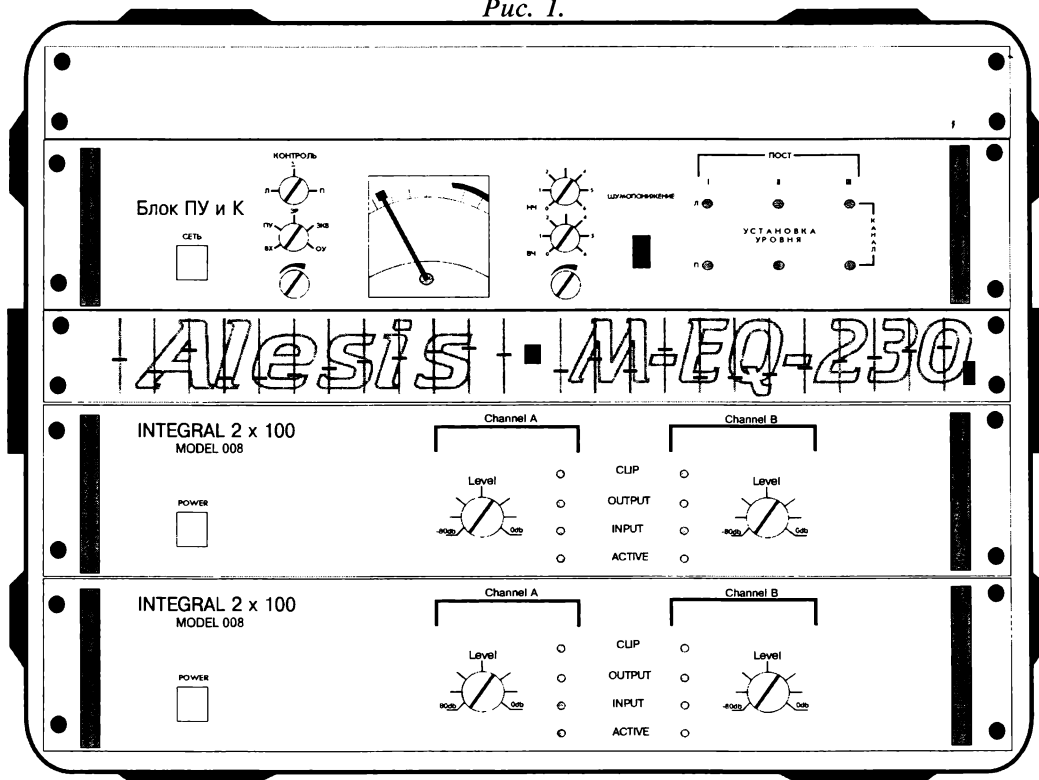
Р. ЕФИМЕНКОВ,
ст. научный сотрудник НИКФИ

Переоборудование кинозалов в современные и рентабельные шоу-залы происходит после их переоснащения современными узлами и элементами, позволяющими расширить функции кинозалов, то есть проводить дискотеки, конференции и лекции, концерты, театрализованные вечера и вилепоказы.

Для этого предлагается гибкая система оборудования залов, которая позволяет наращивать функции адаптации зала к современным требованиям.

Одним из основных элементов модернизации является БЛОК РАЗДАЧИ И КОНТРОЛЯ, обеспечивающий необходимыми напряжениями питания и защиты всю номенклатуру блоков обработки сигналов звука, света, сигнализации, дистан-

Рис. 1.



ционного управления, объединения и разъединения сигналов и контролирующей весь аппаратный комплекс. Цена такого блока 8000 рублей.

Вторым важным элементом системы является БЛОК КОММУТАЦИИ И КОНТРОЛЯ (Устройство распределительное). Задачей этого блока является стыковка силовых основной и резервной трехфазных линий питания с многочисленными трех- и однофазными потребителями, с защитой и коммутацией каждой линии независимо от других. Мощность блока – от 1 кВт до 114 кВт. Цена блока в 114 кВт на 8 трехфазных линий и 5 однофазных, с контролем фаз, с быстрым переходом с основной линии на резерв – 12600 рублей. Более простой вариант будет стоить дешевле.

Следующий элемент – стойка с заглушками (рис. 1). Величина стойки, количество заглушек и ее стоимость определяются пределом развития данного зала. В зависимости от заложенной перспективы приобретается стойка нужного размера.

Можно предложить следующую процедуру составления блок-схемы оборудования конкретного зала и определения состава аппаратуры и элементов для последовательного развития качества кинопоказа во времени.

Начнем с определения предельного развития конкретного зала

- определяется уровень собственных шумов помещения либо при помощи шумометра, либо по акустическим справочникам;

- задается уровень звукового давления, исходя из требований заказчика (предельное значение – 120 дБ);

- выбирается акустика;

- выбираются усилители мощности, корректоры частотного диапазона, эква-

лайзеры, пульта для обработки входных сигналов и датчики входных сигналов – видеоплеер, CD-проигрыватель, магнитофон, микрофоны и прочее.

В зависимости от наличия средств можно сформировать комплектацию, поэтапно позволяющую получить желаемый вариант.

Одним из важнейших элементов подобного проектирования является усилитель мощности. Наиболее пригоден для построения сложных систем усилитель на типовых модулях, допускающий в пределах одного корпуса получения многоканальных трактов с мощностями от 100 Вт до 300 Вт в канале. Такие величины мощностей можно дешевле всего получать при применении толстопленочных мощных ГИС (гибридных интегральных схем).

Усилитель имеет два независимых канала с отдельными

- источниками питания;
- разъемами входа и выхода;
- предохранителями сети переменного тока.

Основные технические характеристики усилителя

Номинальная выходная мощность каждого канала при нагрузке 4 или 8 Ом	Вт	150 (75)
Чувствительность	В	0,775
Полное входное сопротивление каждого канала	Ом	10000
Эффективный диапазон частот	Гц	20–60000
Коэффициент гармоник	%	0,3
Отношение сигнал-шум	дБ	100
Напряжение сети	В	220
Частота питающей сети	Гц	50
Макс. потребляемая мощность	Вт	400

Субъективный звук, воспроизводимый усилителем на ГИС, воспринимается как «особо чистый», «прозрачный», ясный без

призвук, присущих усилителям всех других типов, что позволяет предельно четко реализовать систему передачи разборчивой речи. Использование мощных ГИС повышает надежность работы усилителя более чем в десять раз.

Конструктивно усилитель выполнен в прямоугольном корпусе для использования в стоечном варианте – 2 U (89 мм), размером 440x350x89 мм, масса усилителя 9,5 кг.

Краткое описание усилителя

Усилитель представляет собой первую отечественную модель гибридного двухканального усилителя мощности, в котором используются две мощных гибридных толстопленочных микросхемы (ГИС).

Усилитель соответствует требованиям ТУ 19-792-93.

На передней панели усилителя (рис. 2) имеются

- тумблер включения питающей сети;

- независимые регуляторы уровня установки выходного напряжения сигнала каждого канала;

- отдельные индикаторы включения каждого канала усилителя, входного уровня сигнала каждого канала, выходного уровня сигнала каждого канала, уровня перегрузки для каждого из каналов.

На задней панели усилителя (рис. 3) расположены

- независимые держатели предохранителей сети каждого из каналов;
- независимые входные разъемы типа CANNON и JACK, соединенные параллельно, каждого канала;
- независимые клеммы выходов каждого канала;
- разъем для подключения усилителя к сети переменного тока 220 В 50 Гц;
- клемма заземления корпуса усилителя.

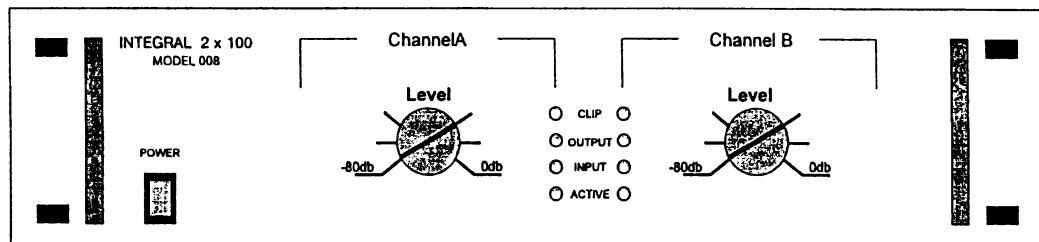
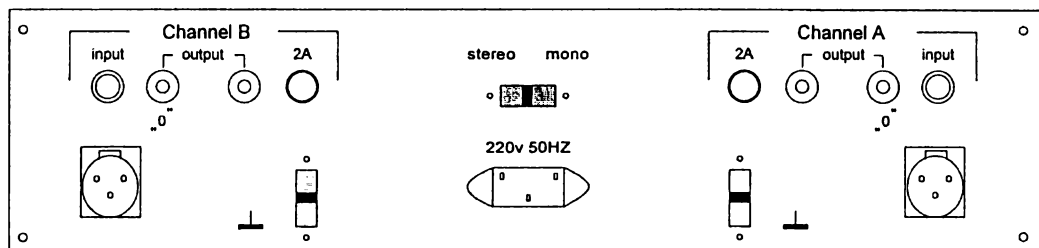


Рис. 2. Передняя панель усилителя

Рис. 3. Задняя панель усилителя



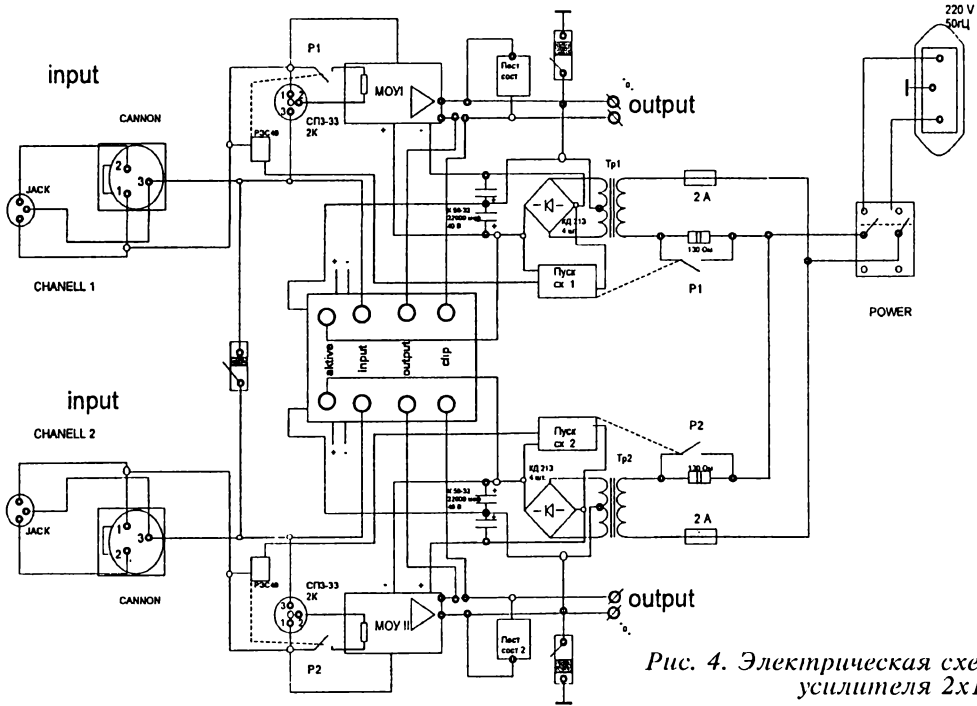


Рис. 4. Электрическая схема усилителя 2x100

Электрическая схема усилителя 2x100 представлена на рис. 4.

В звукотехническую стойку входят также предварительный усилитель, эквалайзер,

кроссовер, процессоры и коммутационное поле для залов с развитыми акустическими системами. Все эти элементы будут рассмотрены в следующих номерах журнала.

КУПЛЮ – ПРОДАМ

Государственное унитарное предприятие «Кинопроизводственная мастерская» продает

Киноустановки 35-мм, 35 КСА-12, новые в комплекте:
 кинопроекторы 35 КСА-12 (2 шт.);
 электрораспределительное устройство;
 усилитель тип 50У64;
 пульты дистанционного управления тип 55ПДУ;
 перематыватель портативный, тип А3445;
 колонки звуковые (2 шт.).
 Недорого.

Телефон 461-00-31, пейджер 913-34-34 для абонента 8046.

ПРОИЗВОДИТЕЛИ – КИНОТЕАТРАМ**Кинопроекторы СКМ**

Стационарные 35-мм кинопроекторы СКМ предназначены для демонстрации обычных, кашетированных и широкоэкранных кинофильмов с моно- или стереофонической фонограммой. К серийному производству готовятся следующие

модификации кинопроекторов:

K1СКМ	для залов до 200 мест
K2СКМ	для залов на 200 – 400 мест
K3СКМ	для залов на 400 – 600 мест
K4СКМ	для залов более 600 мест

KxСКМ-AM – с импортными комплектующими: проекционная оптика, ксеноновая лампа, аналого-цифровой звукоблок и др. Непосредственно в кинопроектор встроены двухканальный звукоблок обратного чтения, устройство автоматизации кинопоказа в пределах сеанса, блок питания ксеноновой лампы (со стабилизацией мощности), система встроенного контроля работы. Предусмотрена возможность комплектования кинопроектора импортными узлами и блоками, в том числе ксеноновыми лампами, цифровым или аналого-цифровым звукочитающим устройством, датчиком тайм-кода системы DTS.

Кинопроекторы СКМ совместимы

– с двухканальными и звуковоспроизводящими комплексами типа T2 и M2;

– с многоканальными комплексами системы СУПЕРФОН;

– с многоканальными комплексами на базе аналоговых процессоров типа DOLBY-SR и совместимых с ними (SMART и др.).

Кинопроекторы СКМ-AM совместимы с многоканальными комплексами на базе цифровых процессоров типа DOLBY-Digital, совместимых с ним.

Начало выпуска – 2000 г.

Головной исполнитель и изготовитель – завод «Москинап», г. Москва.

Научный руководитель работ – НИКФИ.



Основные технические характеристики

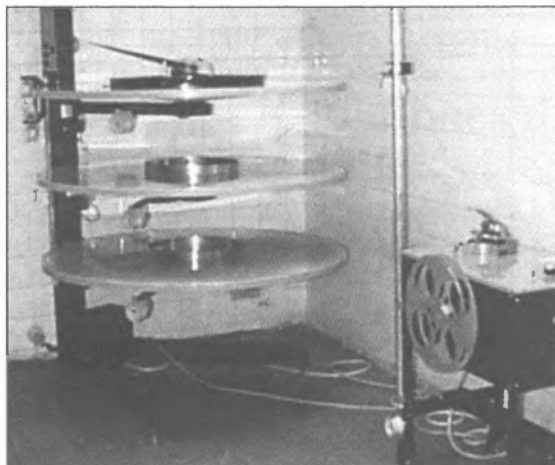
Основные показатели	Величины параметров
Тип и мощность лампы	горизонтальная газоразрядная ксеноновая, безозоновая, воздушного охлаждения 1 кВт – 4 кВт
Полезный световой поток (при использовании объектива с относительным отверстием 1:1,8) лм	1 кВт – 35000 2 кВт – 7000 3 кВт – 10000 4 кВт – 14000
Удельная светоотдача, лм/Вт	3,25 – 3,50
Равномерность освещения экрана: для обычных фильмов	0,65
для широкоэкранных и кашетированных фильмов	0,50
Соотношение сторон проецируемого изображения	1:1,37; 1:1,66; 1:2,35
Объективодержатель	двухпозиционный
Изменение размеров кадрового окна	оперативное ручное
Разрешающая способность, лин/мм: для обычных фильмов	в центре 80, на краю 64
для широкоэкранных и кашетированных фильмов	в центре 70, на краю 50
Неустойчивость фильма в кадровом окне в вертикальном и горизонтальном направлениях, мм	0,02
Частота проекции, кадр/с	24 – 25
Емкость бобин, м	300 – 600 – 1800 – 2000
Коэффициент детонации, %	0,10
Звукочитающая система	двухканальная, обратного чтения. Фотоусилитель встроен в звукоблок

Бесперемоточное устройство

Устройство бесперемоточное предназначено для работы с кинопроекторами как российского, так и зарубежного производства: 23КПК, 35КСК, КПЗОК, КПСК, МЕО5, Ernemann, Kinoton, Cinemecanica, Prevost, Christie и др. Устройство позволяет осуществить непрерывное демонстрирование кинопрограммы продолжительностью до 4,5 часов с одного кинопроектора.

Обратная перемотка фильма не требуется.

Устройство имеет 3 независимо управляемых диска для рулонов 35-мм фильмокопий длиной до 7400 м. Устройство включается автоматически одновременно с кинопроектором; изменение назначения дисков происходит также автоматически при перестановке управляющей головки, по-



дающей кинофильм. Остановка дисков – автоматическая при окончании демонстрации киносеанса, а также при нарушении работы лентопротяжного механизма кинопроектора или обрыве пленки.

Для обеспечения удобства зарядки фильмокопии нижние диски имеют подсветку. Безотказность работы устройства обеспечена бесконтактной электронной системой управления и применением надежных электродвигателей.

В комплект устройства входит стол для сборки и разборки рулона фильмокопии. Наматыватель-смазыватель стола работает согласованно с дисками основного устройства и обеспечивает быструю и удобную сборку-разборку фильмокопии.

Электропитание устройства – сеть 220 В, 50 Гц.

Потребляемая мощность (при одновременной работе трех дисков и стола) – не более 400 Вт.

Изготовители:

Опытное производство НИКФИ,
Кинопроизводственная мастерская

КУПЛЮ – ПРОДАМ

Государственное учреждение «Курскоблкиновидефонд» реализует

Наименование	Цена	Количество
1. Бобины БР-35-600	250 руб.	20 шт.
2. Автоинформаторы АКП-5	500 руб.	5 шт.
3. К/экраны 5,8х2,45	710 руб.	4 шт.
4. К/экраны 6,4х2,7	864 руб.	20 шт.
5. К/экраны 7,0х2,95	1032 руб.	8 шт.
6. «Украина-7»	4000 руб.	1 комплект
7. Перематыватель «К»	425 руб.	5 шт.
8. Перематыватель «Украина»	325 руб.	10 шт.
9. Устройство зашторивания УЗП-1 (УЗП-2К)	5000 руб.	1 комплект

Цены указаны с учетом НДС.

Возможен бартер на

1. Диффузоры 4А-32
2. Лампы КГИ 24х150

Наш адрес:

305003, г. Курск, ул. Зеленая, 32
Тел.: (0712) 56-25-19; (07122) 2-23-43

ВИДЕОПРОЕКТОРЫ **SANYO**



НОВЫЙ ВЗГЛЯД
НА ЛЮБИМЫЕ
ФИЛЬМЫ

ЯРКОСТЬ
2400 ANSI lm



ЭКРАНЫ
ШТОРЫ
ЗАТЕМНЕНИЯ



Фирма **СТС CAPITAL** - эксклюзивный дистрибьютор фирмы Sanyo Electric Trading Co., Ltd
111024, Москва, ул. Авиамоторная, д. 12а, оф. 3. Тел.: (095) 918-0791, 918-0401.
Факс: (095) 918-0800. E-mail: ctccapital@glasnet.ru, <http://www.ctccapital.ru>