

КИНОМЕХАНИК

№ 3/2008

ИНДЕКС 70431
ISSN0023-1681

ВЫХОДИТ С АПРЕЛЯ 1937 ГОДА

Учредитель журнала
«Киномеханик»
Российское агентство
«Информкино»Главный редактор
Регер Ирина РавильевнаЗаместитель главного
редактора
Бахтина Валерия ГеннадьевнаНад номером работали:
Сергей Болотин, Елена
Писарева, Борис Сорокоумов,
Николай Гусев, Максим
Крикливец, Фаина
Новоселова, Елизавета,
Сезонова, Михаил Фридман,
Мария Колодина, Евгения
Маврина, Сергей СычевВерстка
Александр СвистаковПодписано в печать
12.02.2008 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.ruОтдел рекламы
Семченко Ольга Валерьевна
Тел.: (495) 951-11-33,
959-47-58
olga@ra-informkino.ru,
informkino@ra-informkino.ruОтпечатано в типографии:
ООО Издательский дом
«Партнер», г. Москва,
Керамический проезд,
д. 49, стр. 1
тел. (495) 951-76-90Оформить подписку на
журнал можно по каталогу
ОАО «Роспечать».
Подписной индекс – 70431.
Подписка оформляется с
любого месяца

Уважаемые коллеги!

Ровно год назад мы изменили формат «Киномеханика». С марта 2007-го наш журнал предлагает вам в каждом номере взгляд на кинотеатр с четырех позиций: кинотеатр как бизнес-единица (раздел «Бизнес-код»), аппаратная как техническая основа кинотеатра («Техно-парк»), портрет зрителя, ради которого кинотеатр существует («Паблик-плейсмент»), исследование релизов месяца и особенностей отечественного проката («Кино-бренд»). За год вы привыкли к странным названиям рубрик и легко находите интересующие вас статьи на самые актуальные темы. Нам приятно было узнавать это из ваших писем и непосредственного общения на кинорынках. Нам также очень важно, что вы делитесь с нами и своими сомнениями, критикуете статьи и наши подходы – это означает, что мы делаем важное дело, результат которого ценен и для вас. И значит, первый год жизни нового «Киномеханика» – это и ваш праздник! С которым мы вас и хотим поздравить!

В мартовском номере «Киномеханика» мы начинаем несколько новых циклов публикаций. В рубрике «1000 и 1 зал» мы будем создавать портреты кинотеатральных сетей и начнем с крупнейшей – сети кинотеатров «Каро-фильм». В рубрике «Зал ожиданий» мы станем представлять вам методы оценки зрительских предпочтений, в первый весенний месяц это будет самый распространенный метод – опрос.

В новом номере вы найдете итоговый материал о рынке рекламы в кинотеатрах. Об этом рассказывает **Сергей Болотин** в статье «Урожайный год» и делится с вами приятной корпоративной новостью.

Борис Сорокоумов проштудировал Трудовой кодекс РФ и теперь по пунктам объясняет, как защитить свои права, – в материале «Киномеханик в законе».

Авторский коллектив «Кино-бренда» поднимает одну из самых актуальных тем отечественного проката – контрпрограммирование: этому посвящены и «Клубная карта», и «Концепты и рецепты», и даже «Драйв-тест». Выводы парадоксальны и не всегда приятны. Будем рады, если вы с нами поспорите – с примерами, конечно.

Читайте также мартовские «Кинофабрикаты» отечественного производства, экскурс в мир техники кино и свежие архивные программы для работы вашего кино клуба.

Чтобы довести размышления до афоризма – нам достаточно месяца.

Чтобы ухватить суть текущих дел – вам достаточно «Киномеханика».

С уважением, главный редактор Ирина Регер

БИЗНЕС-КОД ДЕНЬГИ И СТУЛЯ

3 Урожайный год
*Итоговые цифры рынка
рекламы 2007*

1000 И 1 ЗАЛ
5 «Каро-фильм»: премьеры и будни



ТЕХНО-ПАРК ПРЯМАЯ ПЕРСПЕКТИВА

12 Театральные лампы XBO. Технологии и применение.



14 Киномеханик в законе
*Права и обязанности
современного
киномеханика*

22 Новости D-Cinema

МАСТЕР-КЛАСС

24 Азбука кинопоказа.
Звук. Часть вторая

ПАБЛИК-ПЛЕЙСМЕНТ ЗАЛ ОЖИДАНИЙ

28 Метод опроса в изучении зрительских предпочтений
*Инструментарий
практика*

КИНО-БРЕНД КИНОФАБРИКАТЫ

38 Горячие титры



41 Кинопутешествие в экстремальных условиях
*Станислав Говорухин
снимает «Пассажирку»*



45 Кинодесант «Амедиа»: «В гостях у \$kazki»
*Продвижение
иронической комедии
начинается*



48 Алексей Учитель: «Я верю, что эта картина нужна зрителю»
*«Пленный» закончен,
требуется прокатчики*



КЛУБНАЯ КАРТА

51 В поисках зеркал: репертуарная политика в советском кинопрокате



КОНЦЕПТЫ И РЕЦЕПТЫ

56 Март. Против течения
*Контрхиты первого
весеннего месяца*

64 Роман Дорофеев: «Для нас работа – нести культуру в массы»
*«Русский репортаж» о
контрпрограммировании
и прокате артхауса*

ДРАЙВ-ТЕСТ

68 Без столкновений
*Контрпрограммирование
в российском прокате*

УРОЖАЙНЫЙ ГОД

ИТОГОВЫЕ ДАННЫЕ, РАСПРОСТРАНЕННЫЕ КОМПАНИЕЙ «ЭКРАН АНАЛИТИКА» («ЭА»), НЕДВУСМЫСЛЕННО СВИДЕТЕЛЬСТВУЮТ О ЗНАЧИТЕЛЬНОМ РОСТЕ РЫНКА РЕКЛАМЫ В КИНОТЕАТРАХ. [Сергей Болотин]

В прошлом году весь рынок рекламы в кинотеатрах был оценен «ЭА» в \$36 млн. В этом году только в московские кинотеатры было привлечено \$59,2 млн. При этом нужно учесть, что на московские кинотеатры приходится до 80% всех бюджетов, выделенных рекламодателями на рекламу в кинотеатрах.

Нужно помнить, что «ЭА» оценивает рынок, исходя из базовых тарифов на размещение рекламы – без скидок, наценок и НДС, одинаково как для коммерческой, так и для бартерной рекламы. Кроме того, «ЭА» не учитывает объемы другой рекламы в кинотеатрах, не связанной непосредственно с показом роликов перед фильмами. При этом в классической комплексной рекламной кампании, где наряду с показом рекламных роликов проходит раздача рекламных материалов через кассы и промоакции в фойе, бюджет VTL-рекламы составляет 10–25% от общего объема рекламных инвестиций рекламодателя.

Эти обстоятельства снимают с представленных цифр статус носителей абсолютно-го смысла, оставляя нам возможность вполне полагаться на их производные, поскольку компания «ЭА» не меняла свою методику оценки объемов рынка в этом году. По ее сообщениям, хотя количество проверяемых кинотеатров несколько снизилось, количество проверяемых залов возросло, а в целом алгоритм проверок не изменился.

Итак, положительное сравнение 2007-го с 2006-м намечилось уже в начале года. Рекламные бюджеты в январе и феврале увеличились на 50% по сравнению с предыдущим годом. А в мае разница достигла 100%.

Торжество киномая 2007 года уже скрыто от нас грандиозными результатами «Иронии судьбы. Продолжение» и «Самого лучшего фильма», но тогда все понима-

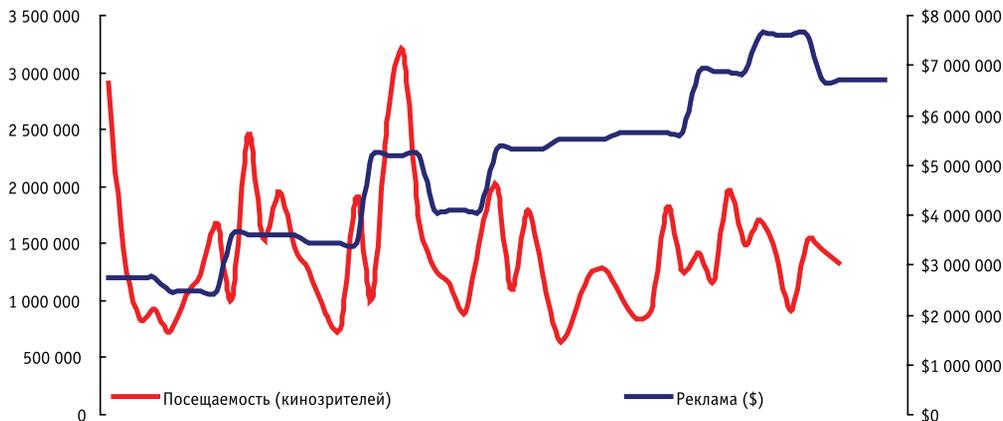
ли, что май будет пиком посещаемости и больше в этом году такого не повторится. Рекламодатели и агентства мобилизовали свои силы. Появилось большое количество запросов, ориентированных на фильмы «Пираты Карибского моря: Сундук мертвеца» и «Шрек 3». В итоге по сравнению с предыдущими месяцами количество рекламных кампаний в кинотеатрах увеличилось на 36%.

Можно было ожидать, что достигнутый объем станет экстремумом кривой размещений. Оказалось, что это был только пик посещаемости кинотеатров. У рекламы в кинотеатрах все было еще впереди.

Несмотря на очевидную невозможность привлечения в кинотеатры майского количества зрителей, объем рекламы в кинотеатрах продолжал расти. В августе был зафиксирован самый большой отрыв от прошлого года – 242%, а в ноябре объем рынка превышал аналогичные показатели 2006 года на 105%, а мая 2007-го – на 47%.

У продемонстрированного рынком роста есть несколько причин, одна часть которых ответственна за его формальный рост, а другая – за реальный. К первой нужно отнести увеличение скидок и изменение соотношения количества выкупленных показов к количеству бонусных показов. Например, сети «Каро» удалось привлечь большое количество рекламных бюджетов за счет гигантских скидок и расширенной бонусной программы. Все это прямо влияет на оценку «ЭА» объема рынка. Рекламодатель за одну и ту же сумму в 2007 году за счет роста скидок, количества бонусных залов и бонусных показов в большинстве случаев получил больше показов, чем в 2006-м. Прямая оценка по подорожавшему прайс-листу этого количества показов обязательно даст весьма существенный рост.

К реальным причинам роста рынка рекламы в кинотеатрах нужно отнести увели-



чение количества рекламодателей. Со 113 в 2006 году до 146 в 2007-м для Москвы, по данным «ЭА» рост составил 29%. Это самый высокий показатель за последние четыре года.

В кинотеатры были привлечены совершенно новые рекламодатели, которые по итогам года сразу попали в TOP20 (для Москвы). Это заявочный комитет «SOCHI 2014», «Сибирский алюминий», Pegas Touristic и «Объединенные кондитеры». Увеличили свое присутствие в кинотеатрах и старожилы нашего рынка – Samsung, Sony, Toyota, Nokia.

Основными движущими силами рынка рекламы в кинотеатрах стали агентства «Кармен Медиа», «Синема Интернешнл» и вышедшее на рынок в начале 2007 года сетевое агентство Group M. Агентство Group M стало активно размещать своих клиентов, в основном напрямую, опираясь на сеть кинотеатров «Каро», которая в свою очередь ввела ограничения для работы независимых агентств в своих кинотеатрах. В результате «Кармен Медиа» и «Синема Интернешнл» пришлось превзойти самих себя. Оба агентства увеличили обороты и расширили спектр реализуемых рекламных возможностей в кинотеатрах даже в отсутствие клиентов, отошедших Group M, и в ситуации прямого противодействия сети кинотеатров «Каро Фильм».

Посещаемость на уикендах и реклама в 2007 году
(источники: Метрополитен E.R.A., «Экран Аналитика»)

Впервые в 2007 году ими было организовано целых три исследования эффективности рекламы в кинотеатрах – для рекламных компаний Pegas Touristic, Swatch и «Объединенных кондитеров». Результаты всех трех исследований, проведенных исследовательской компанией Russian Research, в очередной раз подтвердили высокую коммуникационную эффективность рекламного сообщения в кинотеатрах. А рекламный ролик шоколада «Вдохновение» установил рекорд спонтанного вспоминания на следующий день после просмотра.

В итоге желание экстенсивного развития рынка рекламных коммуникаций в кино, с одной стороны, и уменьшения внутренних издержек, связанных с междусобойной борьбой на фоне возрастания внешних угроз, – с другой, привели «Кармен Медиа» и «Синема Интернешнл» к идее создания объединенной компании. Новая компания «СИНЕМА 360» объединила разносторонний опыт двух агентств, всех сотрудников и все рекламные бюджеты, а также в нее вошло агентство ASAP, реализующее рекламные проекты в области продакт-плейсмент и кросс-промоушн.

Таким образом, создание «СИНЕМА 360» можно считать еще одним позитивным итогом 2007 года, обещающим рынку новые достижения в 2008 году.

«КАРО ФИЛЬМ»: ПРЕМЬЕРЫ И БУДНИ

МЫ НАЧИНАЕМ СЕРИЮ ПУБЛИКАЦИЙ О КИНОСЕТЯХ РОССИИ С РАССКАЗА О СЕТИ «КАРО ФИЛЬМ» – КРУПНЕЙШЕЙ В СТРАНЕ. НА СЕГОДНЯШНИЙ ДЕНЬ «КАРО ФИЛЬМ» ВЛАДЕЕТ НЕ ТОЛЬКО САМЫМ БОЛЬШИМ КОЛИЧЕСТВОМ КИНОТЕАТРОВ, НО И НАИБОЛЕЕ «СТРАТЕГИЧЕСКИ» ВАЖНЫМИ ПЛОЩАДКАМИ – КИНОТЕАТРАМИ «ПУШКИНСКИЙ» И «ОКТЯБРЬ». | Елена Писарева |

Сеть кинотеатров «КАРО Фильм» была создана в июле 1997 года. Родоначальником сети стал «Пушкинский» – главный кинотеатр страны, пользовавшийся славой лучшего кинотеатра во всей Восточной Европе конца 90-х годов. Таким образом, с самого начала, получив премьерный кинотеатр, «КАРО Фильм» не просто обслуживала зрителей, но и имела определенное значе-

ние в жизни профессионального киносообщества (с открытием реконструированного «Октября» эта тенденция усилилась).

Через некоторое время открылись многозальные кинотеатры в гипермаркетах «Рамстор», с которыми «КАРО Фильм» продолжит сотрудничать и в дальнейшем. Стремительный рост в начале 2000-х годов числа современных

Крупнейшие операторы сетей кинотеатров России (на 31 декабря 2007 года)*

Место 2007	Место 2006	Оператор сети	К/т	Залы	Доля рынка по кол-ву залов	Центральный офис
1	1	Каро Фильм	30	149	9,9%	Москва
2	2	Киномакс	19	63	4,2%	Москва
3	3	Формула Кино	13	60	4,0%	Москва
4	4	Синема Парк	7	57	3,8%	Москва
5	5	Кронверк Синема	10	54	3,6%	С.-Петербург
6	9	Rising Star Media	3	37	2,5%	Москва
7	7	Арт Сайнс Синема	13	34	2,3%	Новосибирск
8	6	Роскино	12	33	2,2%	Москва
9	-	Премьер Зал	22	31	2,1%	Екатеринбург
10	8	Люксор	8	31	2,1%	Москва
Итого у этих операторов			137	549	36,5%	
Всего в России			647	1 506	100,0%	

* В таблице представлен рейтинг крупнейших операторов киносетей России на конец 2007 года, включая все кинотеатры, работающие с сетями по договорам франшизы, а также находящиеся на репертуарном планировании того или иного оператора. Таким образом, в число кинозалов лидера рынка компании «Каро Фильм» входит четырехзальный кинотеатр в Красноярске, работающий по договору использования торговой марки (франшизы); в то же время в составе сети еще не считается московский кинотеатр «Матрица», официально начавший работу под маркой «Каро Фильм» с 1 января 2008 года. Данные предоставлены компанией Nevaфильм Research.

СТРУКТУРА ГРУППЫ КОМПАНИЙ «КАРО ФИЛЬМ»

В группу компаний входит сеть кинотеатров «КАРО Фильм», прокатные компании «КАРО Премьер» (официальный представитель «Уорнер Бразерс» и «Нью Лайн Синема» в РФ и СНГ) и «КАРО Прокат» (прокат российского кино), продюсерская компания «КАРО Продакшн», рекламное агентство «Кино Медиа». Председателем совета директоров ГК «КАРО Фильм» является Леонид Владимирович Огородников.

Первыми лицами сети кинотеатров «КАРО Фильм» являются Игорь Викторович Ильчук, генеральный директор Управляющей компании «КАРО Фильм», и Ирина Сергеевна Прокофьева, директор Департамента репертуарного планирования (букинг).

Директора кинотеатров сети «КАРО Фильм»

1.	«АЛМАЗ»	Татьяна Логунова
2.	«КАРО Фильм в АТРИУМЕ»	Юлия Первушина
3.	«БАРРИКАДЫ»	Владимир Смирнов
4.	«КАРО Фильм на ВЕРНАДСКОГО»	Елена Офицерова
5.	«ЗВЕЗДНЫЙ»	Светлана Князькова
6.	«КИРГИЗИЯ»	Татьяна Копченова
7.	«КАРО Фильм на Шереметьевской»	Алла Парамонова
8.	«КАРО Фильм на Каширке»	Елена Перевай
9.	«ОКТЯБРЬ»	Наталья Сухорукова
10.	«ПЕРВОМАЙСКИЙ»	Алла Чеканова
11.	«ПУШКИНСКИЙ»	Виталий Лобанов
12.	«УДАРНИК»	Ирина Милорадова
13.	«ЭЛЕКТРОН»	Виталий Лобанов
14.	«КАРО Фильм ЩУКИНСКАЯ»	Дмитрий Семичев
15.	«КАРО Фильм на БАЙКОНУРСКОЙ (СПб)»	Андрей Грауле
16.	«КАРО Фильм на Дыбенко (СПб)»	Ольга Арзамасова
17.	«КАРО Фильм ПОДОЛЬСК»	Юлия Бойцова
18.	«КАРО Фильм МЫТИЩИ»	Оксана Потапова
19.	«КАРО Фильм САМАРА»	Екатерина Авдеева
20.	«КАРО Фильм в ТЦ ШОКОЛАД (Н.Новгород)»	Олег Гаджиев
21.	«КАРО Фильм РОССИЯ (Н.Новгород)»	Олег Гаджиев
22.	«КАРО Фильм КАЛИНИНГРАД»	Татьяна Антропова
23.	«КАРО Фильм КАЗАНЬ»	Альбина Мингазова
24.	«КОЛИЗЕЙ (СПб)»	Елена Варшавская
25.	«КАРО Фильм НА ПИОНЕРСКОЙ (СПб)»	Елена Михайлова
26.	«КАРО Фильм в РТК ВАРШАВСКИЙ ЭКСПРЕСС (СПб)»	Наталья Коробер
27.	«КАРО Фильм в ТРК КОНТИНЕНТ (СПб)»	Юлия Соловьева
28.	«КАРО Фильм на СЕВАСТОПОЛЬСКОМ»	Ирина Ходакова
29.	«МАТРИЦА»	Екатерина Бежанишвили
30.	«КАРО Фильм ОРЕХОВО-ЗУЕВО»	Павел Пятовский

кинотеатров, расположенных в центре Москвы, привел к насыщению города дорогами кинотеатрами. Стоимость билета \$10 и выше резко ограничила потенциал посещаемости кинотеатров: для многих людей такое удовольствие было недоступно. «КАРО Фильм» учла это и предприняла попытку сделать кино более массовым способом проведения досуга и привлечь в кинотеатры широкую аудиторию – зрителей с более низким уровнем дохода. С этой целью начинается освоение «спальных» районов Москвы. Реконструируются однозальные кинотеатры: «Первомайский» – в Восточном округе столицы и «Электрон» – в городе-спутнике Зеленограде.

В 2001 году сеть идет в регионы. Реконструируются и заново открываются двухзальный кинотеатр «Коллизей» в Санкт-Петербурге и трехзальный «Россия» в Нижнем Новгороде.

Положительный опыт работы многозальных кинотеатров определил стратегию дальнейшего развития сети: в 2002 году в комплексе «Атриум» в Москве был открыт первый современный девятизальный мультиплекс; в 2003 году возрождается кинотеатр «Баррикады» в Центральном округе столицы; тогда же в Новогиреево после перепланировки из однозального в пятизальный открыт кинотеатр «Киргизия», а через несколько месяцев в «Рамсторе» в городе Подольск появился первый в Подмоскovie многозальный кинотеатр.

В сентябре 2005 года состоялось торжественное открытие второго премьерного кинотеатра страны – девятизального киноцентра «Октябрь» на Новом Арбате, который уже второе лето подряд принимает гостей Московского международного кинофестиваля. В то же время шло активное освоение регионов: был открыт четырехзальный ки-



Премьерный кинотеатр сети «Октябрь»

нотеатр в ТЦ «Шоколад» в Нижнем Новгороде, шестизальный кинотеатр в мегацентре «Московский» в Самаре и два многозальных кинотеатра в городе Санкт-Петербурге – в «Рамсторе» и ТЦ «Континент». В 2006 году компания «КАРО Фильм» первой из федеральных кинотеатральных сетей России перешагнула рубеж 100 залов.

С развитием рынка кинопроката в стране изменилась и тактика управления сетью. С рождением «Управляющей компании «КАРО Фильм» сеть перешла от интуитивных решений и стихийности к стратегическому планированию и глубокой проработке каждого проекта. Управляющая компания позволила централизованно управлять всеми процессами функционирования кинотеатров и их развития – вопросами рекламы и маркетинга, организацией работы баров и буфетов, наймом и обучением персонала и многими другими проблемами, связанными с обеспечением полноценной работы кинотеатров. Компания также занимается инвестиционной деятельностью и формированием региональной политики.

СПРАВКА*

Кинотеатров – 30 (19 – Москва и Подмоскovie, 6 – Санкт-Петербург, 1 – Казань, 1 – Калининград, 2 – Нижний Новгород, 1 – Самара).
Общее число зрительных залов – 149.

* Данные предоставлены компанией «КАРО Фильм» на 10.02.2008 г.

ИГОРЬ ИЛЬЧУК: «КАРО ФИЛЬМ» БУДЕТ СОСТОЯТЬ ИЗ 300–400 ЗАЛОВ ПО ВСЕЙ ТЕРРИТОРИИ СТРАНЫ»



Игорь Ильчук, генеральный директор Управляющей компании «КАРО Фильм»

О перспективах развития сети и новых сервисах, предложенных зрителям, нам рассказал генеральный директор Управляющей компании «КАРО Фильм» Игорь Ильчук:

Как «КАРО Фильм» оценивает потенциал российских регионов и в какие города планирует направиться в ближайшее время?

Сеть кинотеатров «КАРО Фильм» планирует значительное увеличение своего присутствия в регионах. По нашим прогнозам, активная экспансия развернется в ближайшие три-четыре года и коснется не только городов-миллионников, но и городов с гораздо меньшим населением.

Мы считаем, что рынки кинопоказа в Екатеринбурге и Челябинске уже достаточно развиты, а в Новосибирске и Самаре и вовсе близки к насыщению. Но мы уверены, что при удачном выборе местоположения будущего кинотеатра сеть может успешно выйти даже в насыщенные города.

Для сети кинотеатров «КАРО Фильм» в настоящее время наиболее привлекательными рынками являются Новосибирск, Нижний Новгород и Ростов-на-Дону. По нашим прогнозам, каждый из них в состоянии принять от 3 до 7 кинотеатров.

Согласно нашим планам в ближайшие несколько лет сеть кинотеатров «КАРО Фильм»

ИЗ ЦЕНТРА, С НЮАНСАМИ АУДИТОРИИ, ЗАЛОВ И ЖАНРОВ

Как осуществляется букинг в такой большой сети, нам рассказала директор Департамента репертуарного планирования сети кинотеатров «КАРО Фильм» Ирина Прокофьева.

В кинотеатрах сети букинг осуществляется централизованно из московского офиса. Для этого в нашем Департаменте созданы два подразделения. Первое занимается расписанием и сеансами, второе – договорами проката и отчетностью перед компаниями-фильмовладельцами. Договор-

ные отношения с этими компаниями оформляются отдельным договором кинопоказа на каждый кинотеатр. Отчетность подготавливается каждый день по 150 площадкам, то есть по числу кинозалов сети кинотеатров «КАРО Фильм».

Основную сетку расписываю я как директор Департамента репертуарного планирования. При этом обязательно учитываю аудиторию, так как фильмы бывают разные и в возрастном, и в социальном плане, и, соответственно, во вкусовых предпочтениях и ожиданиях кинозрителей. Далее

будет состоять из 300–400 залов по всей территории страны – от Калининграда до Владивостока, а также кинотеатров в Казахстане и Украине. Российский кинорынок будет стабильно расти, ведь сейчас степень его насыщения всего около 20–25%. Сегодня в России около 1400 кинозалов, то есть на 100 тыс. человек приходится всего 0,96 зала. Это очень маленькая цифра. Для сравнения, в Италии на 100 тыс. человек приходится около 5 залов, в Германии и Великобритании – приблизительно 6 залов. Потенциал нашей страны в ближайшие годы – 4–5 тыс. экранов, и мы будем активно участвовать в их создании.

На конференции «Ведомостей» представители «КАРО Фильм» рассказывали о небольших кинотеатрах, которые планируется размещать в сельской местности...

В последние несколько лет российский кинобизнес продолжает стремительно развиваться. Однако, несмотря на активную региональную экспансию крупнейших отечественных киносетей, жители средних и малых городов России все еще остаются невовлеченными в этот процесс. Поэтому мы считаем целесообразным открытие кинотеатров в сельских регионах России. Речь идет о создании при поддержке государства кинотеатров в сельских районах с населением менее 100 тыс. человек

Это позволит всем гражданам России, вне зависимости от места проживания,



смотреть современное, лучшее отечественное и зарубежное кино в современных кинотеатрах, что будет способствовать подъему общего культурного уровня населения небольших городов и населенных пунктов.

Новые сельские кинотеатры станут популярным и любимым местом проведения досуга для всей семьи, сыграют важную роль в формировании культурного уровня молодежи. Кроме того, само здание кинотеатра может быть использовано для разнообразных нужд сельчан: для проведения собраний трудовых коллективов, концертов, просмотров трансляции спортивных соревнований. Там могут проводиться различные школьные мероприятия – утренники, последний звонок, выпускной вечер, встречи с ветеранами. Могут устраиваться выставки народного творчества и

планируется, какой фильм будет идти в каждом из тридцати кинотеатров сети «КАРО Фильм» и каким количеством киносеансов. Я знаю историю каждого кинотеатра нашей сети, ту публику, которая туда ходит, какое кино она будет смотреть и т.д.

Унифицированного подхода к программированию кинотеатров нет, происходит постоянное отслеживание того, как работают отдельные фильмы на определенных площадках, вплоть до конкретных сеансов. У нас есть специальные компьютерные программы, которые позволяют это отследить. Если фильм пошел хорошо, есть возможность расширить его показ. Например, можно из зала в 200 мест переключить его в зал, в котором 400 мест.

При планировании необходимо учитывать жанр фильма. Например, в кинотеатре идет комедия, но не все зрители хотят видеть комедию, так как это считается более молодежным жанром. Тогда мы планируем более серьезное возрастное кино, в котором нет легковесных шуток. Это контрпрограммирование, в котором нам помогают наши прокатчики.

Еще нужно отметить большие отличия в планировании для однозальных кинотеатров и мультиплексов. Однозальные кинотеатры продемонстрировали свою несостоятельность на современном рынке кинопоказа во всем мире, они бесперспективны и с точки зрения рентабельности, поэтому



рисунка, лекции и семинары, заседания киноклуба, встречи с важными гостями.

Открытие подобных кинотеатров приведет к увеличению рабочих мест в регионе, тем самым помогая решить проблему трудоустройства сельских жителей.

Как работает киноклуб «КАРО Фильм»? Какие возможности он дает своим членам?

Наиболее эффективным средством борьбы за зрителя являются клиентские программы лояльности, формирующие устойчивую приверженность к нашим кинотеатрам, их постоянную аудиторию. Такие программы у нас постоянно разрабатываются и успешно реализуются.

Накопительная бонусная программа «КАРО Фильм» позволяет членам киноклуба

накапливать баллы и расплачиваться ими для приобретения билетов в наших кинотеатрах. Данная клиентская программа предполагает постоянное расширение спектра льгот и услуг для членов киноклуба, являющихся владельцами бонусной карты.

Стать членом киноклуба очень просто. Кинозритель, достигший 14-летнего возраста, приходит в кинотеатр «КАРО Фильм», заполняет специальную регистрационную форму и передает ее сотруднику кинотеатра или менеджеру программы, после чего карта активизируется в системе. Персональная информация, сообщенная владельцем карты при заполнении регистрационной формы, обрабатывается и хранится с соблюдением режима конфиденциальности и может быть передана третьим лицам только с согласия владельца карты.

На карту «КАРО Фильм» начисляются баллы – 5% от общей стоимости билета. Владелец по своему усмотрению может продолжать начислять баллы для перехода на следующий уровень накопления (10%, 20%) или воспользоваться уже накопленными баллами для оплаты билета.

Как работают новые интернет- и SMS-сервисы бронирования билетов?

В условиях возрастающей конкуренции на рынке кинопроката компания считает одной из основных задач эксклюзивные отношения с каждым своим зрителем. Для этого мы по-

их остается все меньше и меньше. Многозальные кинотеатры имеют огромные преимущества. Например, вы пришли посмотреть фильм, но опоздали на запланированный сеанс. Копии в мультиплексах обычно разведены примерно на один час. Поэтому вы можете купить билет на следующий сеанс, выпить чашечку кофе в нашем кинобаре, чтобы ожидание стало более приятным, и пойти на следующий сеанс того же фильма. Если же вы передумали смотреть тот фильм, на который пришли, можно выбрать другой. С точки зрения качества обслуживания многозальные кинотеатры работают значительно лучше. Поэтому их лучше посещают кинозрители, они являются местом «тусовки»

молодежи, туда охотно приходят родители с детьми или просто отдохнуть в компании друзей.

С целью формирования наиболее оптимального репертуара кинотеатров «КАРО Фильм» работает со всеми компаниями-прокатчиками, представленными на российском рынке. Хотелось бы еще отметить, что, планируя репертуарную политику сети кинотеатров «КАРО Фильм», мы проводим тщательный содержательный отбор репертуара, учитывающий не только рейтинговость киноленты, но и нравственные аспекты и возрастные ограничения зрителей. Мы считаем, что кинотеатры несут на себе культурную и воспитательную миссию.

стоянно расширяем спектр дополнительных услуг. Это касается получения зрителями актуальной информации о репертуаре кинотеатров, заказа и бронирования билетов и т.д. С этой целью был создан корпоративный сайт www.karofilm.ru. У нас работает единая телефонная справочная служба, реализована услуга по бронированию билетов в режиме online через сайт, а также посредством sms-сообщений для абонентов мобильной связи.

Недавно нами была предложена новая услуга «Мобильный платеж. Кино». Где бы ни находился кинозритель, с помощью услуги «Мобильный платеж. Кино» он может круглосуточно получать подробную и точную информацию о репертуаре и времени сеансов, наличии мест и стоимости билетов, а также заранее приобрести билеты в любой из кинотеатров сети «КАРО Фильм» Москвы и Московской области, оплатив их со счета своего мобильного телефона. Это позволяет нашим зрителям получать современный сервис и при этом избегать простаивания в очередях.

Какое место сеть отводит проведению фестивальных и премьерных мероприятий?

Премьерные показы и кинофестивали являются весьма значимыми событиями в мире кино. Поэтому мы придаем им большое значение. Например, в кинотеатре «Пушкинский» постоянно проводятся Московский международный кинофестиваль (ММКФ) и большие премьерные показы. Также премьерные показы проходят в кинотеатре «Октябрь». Эти кинотеатры были премьерными еще в советские времена, и мы продолжаем поддерживать эту добрую традицию.

Сегодня все кинотеатры сети «КАРО Фильм» представляют собой центры проведения досуга, предоставляющие посетителям широкий спектр дополнительных услуг: во всех кинотеатрах организованы игровые зоны, места общественного питания – кинобары, кафе, рестораны. Единая концепция создания на базе кинотеатров полноценных многофункциональных развлекательных центров начинает реализовываться с первого дня строительства или реконструкции



Премьерный зал к/т «Октябрь»

нового кинотеатра. При создании новых площадок приоритет отдается крупным торгово-развлекательным центрам.

Осуществлять централизованное управление помогает современная телекоммуникационная и информационная инфраструктура. Все кинотеатры и офисы компании работают в единой корпоративной сети передачи данных. На ее основе построена корпоративная компьютерная и телефонная сеть на базе IP-телефонии. Автоматизация основного бизнеса – кинопоказа – осуществлена информационной системой по продаже билетов «Премьера». Работа консешн-зон автоматизирована системой R-Keeper. Обе информационные системы являются пространственно распределенными системами с BackOffice, что обеспечивает высокую их надежность. Информация из этих систем поступает в систему управленческого учета, которая создана на базе ИС Ахарты.

Кроме того, одним из подразделений «Управляющей компании «КАРО Фильм» является «Рекламное агентство Кино Медиа», специализирующееся в двух направлениях: покупка рекламного пространства для продвижения кинотеатров и фильмов и продажа рекламного пространства кинотеатров (фойе, кассовые залы, экран, фасады и т.д.). Агентство связано долгосрочными договорами со всеми медийными партнерами и за счет больших объемов размещаемой в СМИ рекламы имеет максимально выгодные условия. Таким образом, «КАРО Фильм» является не только рекламодателем, но и размещает значительные объемы рекламы сама.

ТЕАТРАЛЬНЫЕ ЛАМПЫ ХВО. ТЕХНОЛОГИЯ И ПРИМЕНЕНИЕ.*

КСЕНОНОВЫЕ ЛАМПЫ ХВО КОМПАНИИ OSRAM ЯВЛЯЮТСЯ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ, НАВЕРНОЕ, САМЫМИ РАСПРОСТРАНЕННЫМИ ЛАМПАМИ ДЛЯ ПРОЕКЦИИ. ЦЕЛЬ ЭТОЙ ПУБЛИКАЦИИ – ДАТЬ КАК МОЖНО БОЛЕЕ ПОЛНЫЙ ОБЗОР ВСЕХ ВОПРОСОВ, КАСАЮЩИХСЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ И ЭКСПЛУАТАЦИИ ЛАМП ХВО. МЫ НАДЕЕМСЯ, ЧТО НАША РАБОТА БУДЕТ ПОЛЕЗНОЙ ТЕХНИЧЕСКОМУ ПЕРСОНАЛУ ЗРЕЛИЩНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ, А ТАКЖЕ КОНСТРУКТОРАМ, НЕЗАВИСИМО ОТ ТОГО, КАКОГО РОДА ОБОРУДОВАНИЕ ОНИ РАЗРАБАТЫВАЮТ – ВЫПРЯМИТЕЛИ, ЗАЖИГАЮЩИЕ УСТРОЙСТВА, ОСВЕТИТЕЛИ ИЛИ ОПТИЧЕСКИЕ СИСТЕМЫ. И ХОТЯ СПЕКТР РАССМОТРЕННЫХ НАМИ ВОПРОСОВ ОТНОСИТСЯ В ОСНОВНОМ К ИСПОЛЬЗОВАНИЮ ЛАМП ХВО ДЛЯ КИНОПРОЕКЦИИ, БОЛЬШАЯ ЧАСТЬ СКАЗАННОГО СПРАВЕДЛИВА И ДЛЯ ЛАМП ИСКУССТВЕННОГО СОЛНЕЧНОГО СВЕТА ИЛИ ПРОЖЕКТОРОВ. **[Николай Гусев]**

ПОЧЕРНЕНИЕ

Важный фактор, влияющий на продолжительность работы лампы, – почернение колбы. Причина этого явления – вольфрам, который испаряется с электродов и оседает на более холодной колбе. Испаряющийся вольфрам осаждается в том месте, к которому его относит внутренний газовый поток. Обычно в вертикально работающих лампах почернению подвергается область позади анода и, следовательно, не имеет фактически никакого влияния на световой поток, излучаемый лампой. В горизонтально работающих лампах дело обстоит по-другому. Испаряющийся вольфрам струей газа от катода к аноду и конвекционным потоком переносится прямо на выпуклую часть колбы. Почернение приво-

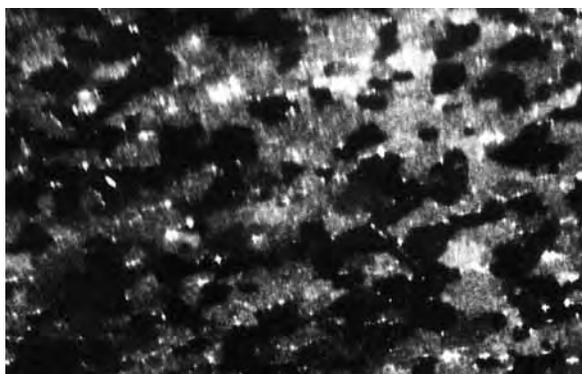
дит к снижению света и дополнительному нагреву стекла.

Почернение имеет влияние и на спектр излучения. Тонкий слой вольфрама поглощает преимущественно ультрафиолетовую и синюю часть спектра, поэтому излучение с увеличением потемнения приобретает желтоватый оттенок. Поскольку источником почернения являются электроды, их характеристики и состояние крайне важны. В последние годы компания OSRAM значительно повысила ресурс электродов, особенно анода, благодаря новым знаниям в металлургии. Ключевым фактором помимо состава и плотности материала является формирование структуры металла. Размер, форма и ориентация микроскопических кристаллических блоков определяют поведение анода в течение его эксплуатации. Устойчивая геометрия также способствует уменьшению почернения.

Скорость почернения лампы неравномерна. Вначале оно происходит медленно, ближе к концу установленного срока службы быстро увеличивается. Такое поведение лампы считается нормальным.

Внезапное полное почернение баллона по причине попадания внутрь него воздуха иногда сопровождается густым синим или светло-желтым налетом. Дру-

Структура
вольфрамового
материала
вблизи поверх-
ности анода



* Окончание. Начало см.: Киномеханик. 2007. № 11, 12; 2008. № 1, 2.

гой причиной немедленного почернения может быть неправильная полярность. В этом случае узкий катод испытывает тепловую нагрузку, предназначенную для анода, в течение нескольких секунд расплавляется и его конец принимает круглую форму. Продукты испарения осаждаются на стенках колбы, и лампа приходит в полную негодность. Скорость естественного почернения зависит от множества факторов. Рассмотрим их влияние подробнее.

Повышенный ток увеличивает температуру электродов, заставляя их испаряться быстрее. В неблагоприятных случаях поверхность электрода может подвергаться эрозии с образованием участков локального перегрева. Таким образом, процесс почернения ускоряется.

Недостаточный ток заставляет дугу сжиматься возле катодного наконечника, что приводит к локальному перегреву поверхности катода и, следовательно, к повышенному испарению металла.

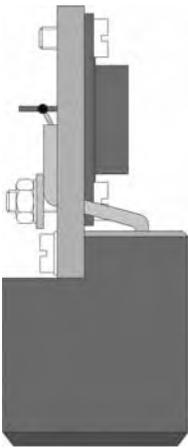
Пульсации тока: чем они выше, тем быстрее разрушается катод и де-



Растрескивание катодного наконечника в результате чрезмерных пульсаций

формируется торец анода. Чрезмерные пульсации являются основной причиной образования трещин в электроде.

Пиковый скачок тока: в момент включения лампы, когда для нее требуется повышенный ток, катод еще не разогрелся и, следовательно, имеет низкую способность к эмиссии. Если к тому же этот ток превышает допустимые пределы, процессы испарения металла и локального перегрева электродов усугубляются.



ИСТОЧНИКИ КРАСНОГО СВЕТА для чтения БЕССЕРЕБРЯНЫХ ФОНОГРАММ для КИНОПРОЕКТОРОВ МЕО, 2ЗКПК, КП30

- 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.*

ВНИМАНИЕ, ИЗМЕНИЛИСЬ ТЕЛЕФОНЫ!

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

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

Оформление заказов: тел.: (495) 660-15-54, 743-69-72, факс (495) 677-17-73

ЗАО НИКФИ, КБ модернизации кинопроекторов

КИНОМЕХАНИК В ЗАКОНЕ

НЕ СЕКРЕТ, ЧТО РОССИЙСКИЕ РАБОТОДАТЕЛИ ЧАСТО ПРЕНЕБРЕГАЮТ СУЩЕСТВУЮЩИМ ТРУДОВЫМ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВОМ. КОНКУРЕНЦИЯ НА РЫНКЕ ТРУДА, ОСОБЕННО НЕКВАЛИФИЦИРОВАННОГО ТРУДА, НАСТОЛЬКО ВЫСОКА, ЧТО ПРЕТЕНДЕНТЫ НА РАБОЧЕЕ МЕСТО ПРЕДПОЧИТАЮТ О СВОИХ ПРАВАХ УМАЛЧИВАТЬ И ВСПОМИНАЮТ О НИХ В МОМЕНТЫ, КОГДА ДЕЛАТЬ ЧТО-ТО УЖЕ ПОЗДНО – ДОГОВОР, ЗАКЛЮЧЕННЫЙ В УСТНОЙ ФОРМЕ, В СУД НЕ ПРЕДСТАВИШЬ. К СЧАСТЬЮ, КИНОМЕХАНИК – ПРОФЕССИЯ ДАЛЕКО НЕ САМАЯ ПОПУЛЯРНАЯ (НЕДОСТАТОК ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ, ОБУЧАЮЩИХ ПРОФЕССИИ, НЕВЫСОКАЯ ЗАРПЛАТА, ОБЩИЙ УПАДОК ОТРАСЛИ В КОНЦЕ 80-Х – НАЧАЛЕ 90-Х И Т.Д.) И НА СЕГОДНЯШНИЙ ДЕНЬ ВОСТРЕБОВАНА. А ЭТО ЗНАЧИТ, ЧТО МЫ, КИНОМЕХАНИКИ, МОЖЕМ И ДОЛЖНЫ ТРЕБОВАТЬ СОБЛЮДЕНИЯ СВОИХ ТРУДОВЫХ И КОНСТИТУЦИОННЫХ ПРАВ ОТ РАБОТОДАТЕЛЕЙ. **[Борис Сорокоумов]**

Трудовой кодекс – основной нормативно-правовой документ, регулирующий отношения работника и работодателя. Его цель – установление гарантий трудовых прав и свобод граждан со стороны государства, создание благоприятных условий труда, защита прав и интересов работников и работодателей.

Начнем с того, что каждый человек имеет равные возможности для реализации своих трудовых прав. В зависимости от того, где вы живете, какой вы имеете пол, цвет кожи, национальность, происхождение, имущественное и социальное положение, никто не может быть ограничен в трудовых правах или получать какие-либо преимущества. Не относятся к этому только ваши деловые качества – здесь работодатель вправе делать выбор.

Лица, считающие, что они подверглись дискриминации в сфере труда, могут обратиться в суд с заявлением о восстановлении нарушенных прав, возмещении материального вреда и компенсации морального вреда (ст. 3 ТК РФ).

Никто не вправе заставить вас исполнять работу вопреки вашему желанию, поскольку принудительный труд запрещен (ст. 4 ТК РФ).

Вы имеете право отказаться от выполнения работы в связи с:

нарушением установленных сроков выплаты заработной платы или выплатой ее не в полном размере;

угрозой для жизни и здоровья вследствие нарушения требований охраны труда, в частности необеспечения вас средствами коллективной или индивидуальной защиты в соответствии с установленными нормами.

ПРИЕМ НА РАБОТУ И УВОЛЬНЕНИЕ

Согласно ст. 16 ТК РФ между работником и работодателем трудовые отношения возникают на основании трудового договора. Трудовые отношения также могут возникнуть на основании фактического допущения работника к работе с ведома или по поручению работодателя или его представителя в том случае, когда трудовой договор не был надлежащим образом оформлен.

При заключении трудового договора кинемеханик должен представить в кинотеатр: паспорт, трудовую книжку (за исключением случаев, когда трудовой договор заключается впервые или работник поступает на работу на условиях совместительства), страховое свидетельство пенсионного страхования, документы воинского учета (для военнообязанных и лиц, подлежащих призыву на военную службу), документ об образовании – удостоверение кинемеханика. Запрещается требовать от поступающего на работу документы помимо предусмотренных ТК (ст. 65 ТК РФ). В том случае, если трудовой договор заключается впервые, трудовая книжка и страховое свидетельство государственного пенсионного страхования оформляются

кинотеатром. В случае отсутствия у поступающего на работу трудовой книжки работодатель обязан оформить новую трудовую книжку.

Многим вспомнятся уютительные собеседования при приеме на работу с управляющим или специалистом отдела кадров кинотеатра, в которых они обязательно поинтересуются вашим семейным положением, наличием собственной жилплощади, любимой командой, вредными привычками и т.д. Ну конечно, мы все понимаем – работодателю нужно знать, кого он принимает в свой коллектив. Ему необходима дружная и объединенная общим интересом команда. А между тем, кому приятно раскрывать подробности своей личной жизни совершенно постороннему человеку?

Полезно знать, что работодатель не имеет права получать и обрабатывать персональные данные работника о его политических, религиозных и иных убеждениях

РАБОТОДАТЕЛЬ НЕ ИМЕЕТ ПРАВА ПОЛУЧАТЬ И ОБРАБАТЫВАТЬ ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ РАБОТНИКА О ЕГО ПОЛИТИЧЕСКИХ, РЕЛИГИОЗНЫХ И ИНЫХ УБЕЖДЕНИЯХ И ЧАСТНОЙ ЖИЗНИ

я и частной жизни. В случаях, непосредственно связанных с вопросами трудовых отношений, в соответствии со ст. 24 Конституции Российской Федерации работодатель вправе получать и обрабатывать данные о частной жизни работника только с его письменного согласия.

При приеме на работу в целях проверки соответствия киномеханика требованиям работодателя может быть установлен испытательный срок (ст. 70 ТК РФ). При неудовлетворительном результате испытания освобождение от работы может произойти до окончания испытательного срока (ст. 71 ТК РФ).

Испытательный срок может составлять не более 6 месяцев. Факт наличия испытательного срока оговаривается в приказе о приеме на работу, а срок – в письменном трудовом договоре (контракте).

Испытательный срок не устанавливается для лиц, не достигших 18 лет, молодых рабочих по окончании профессионально-технических учебных заведений и молодых специалистов и еще некоторых категорий граждан.

Работник имеет право на расторжение трудового договора (ст. 80 ТК РФ), предупредив об этом работодателя в письменной форме не позднее чем за две недели. По соглашению между работником и работодателем трудовой договор может быть расторгнут и до истечения срока предупреждения об увольнении. Работник имеет право до истечения срока предупреждения об увольнении в любое время отказаться от своего заявления и отозвать его, сохранив за собой право продолжать работу.

По истечении срока предупреждения об увольнении работник имеет право прекратить работу. В последний день работы работодатель обязан выдать ему трудовую книжку, другие документы, связанные с работой, по письменному заявлению работника и произвести с ним окончательный расчет.

Если по истечении срока предупреждения об увольнении трудовой договор не был расторгнут и работник не настаивает на увольнении, то действие трудового договора продолжается.

В ст. 81 ТК РФ сказано, что трудовой договор может быть расторгнут работодателем только в случаях:

1. Ликвидации организации либо прекращения деятельности индивидуальным предпринимателем.
2. Сокращения численности или штата работников организации, индивидуального предпринимателя.
3. Несоответствия работника занимаемой должности или выполняемой работе вследствие недостаточной квалификации, подтвержденной результатами аттестации.
4. Неоднократного неисполнения работником без уважительных причин трудовых обязанностей, если он имеет дисциплинарное взыскание.

5. Однократного грубого нарушения работником трудовых обязанностей: прогула (полного или частичного отсутствия в течение рабочего дня), появления работника на работе в состоянии алкогольного, наркотического или иного токсического опьянения, разглашения охраняемой законом тайны, совершения по месту работы хищения, установленного комиссией по охране труда или уполномоченным по охране труда, нарушения работником требований охраны труда, если это нарушение повлекло за собой тяжкие последствия.

6. Представления работником работодателю подложных документов при заключении трудового договора.

7. В других случаях, установленных ТК РФ и иными федеральными законами.

Не допускается увольнение работника по инициативе работодателя (за исключением случая ликвидации организации либо прекращения деятельности индивидуальным предпринимателем) в период его временной нетрудоспособности и в период пребывания в отпуске.

Проблема алкоголизма среди кинемехаников стоит очень остро и служит, по некоторым данным, основным поводом для увольнений. Хотя для таких действий предусмотрен пункт 5 вышеописанной статьи, увольнение, как правило, происходит негласно, то есть без соответствующей записи в трудовой книжке. Новые столичные кинотеатры испытывают настоящий наплыв недобросовестных кинемехаников, но такие работники в учреждении долго не задерживаются. Хотелось бы предостеречь только начинающих свою профессиональную деятельность кинемехаников от подобных действий, поскольку они в конечном итоге негативно скажутся именно на них. Помимо испорченного и весьма дорогостоящего оборудования и фильмокопий можно получить очень нехорошую запись в трудовой книжке, с которой впоследствии приличную работу найти будет очень сложно.

ДЕЛУ ВРЕМЯ...

Рабочее время – время, в течение которого работник в соответствии с правилами внутреннего трудового распорядка и условиями трудового договора должен исполнять трудовые обязанности, а также иные периоды времени, которые в соответствии с настоящим Кодексом, другими федеральными законами и иными нормативными правовыми актами Российской Федерации относятся к рабочему времени. Нормальная продолжительность рабочего времени не может превышать 40 часов в неделю. Работодатель обязан вести учет времени, фактически отработанного каждым работником. Продолжительность рабочего дня или смены, согласно ст. 95 ТК РФ, непосредственно предшествующих нерабочему праздничному дню, уменьшается на один час.

В непрерывно действующих кинотеатрах, где невозможно уменьшение продолжительности работы (смены) в предпраздничный день, переработка компенсируется предоставлением работнику дополнительного времени отдыха или, с согласия работника, оплатой по нормам, установленным для сверхурочной работы.

Сверхурочная работа (ст. 99 ТК РФ) – работа, выполняемая работником по инициативе работодателя за пределами установленной для работника продол-

РАБОТОДАТЕЛЬ ОБЯЗАН ВЕСТИ УЧЕТ ВРЕМЕНИ, ФАКТИЧЕСКИ ОТРАБОТАННОГО КАЖДЫМ РАБОТНИКОМ. В ТОМ ЧИСЛЕ ОБЕСПЕЧИТЬ ТОЧНУЮ ФИКСАЦИЮ ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТИ СВЕРХУРОЧНОЙ РАБОТЫ КАЖДОГО СОТРУДНИКА

жительности рабочего времени: ежедневной работы (смены), а при суммированном учете рабочего времени – сверх нормального числа рабочих часов за учетный период.

Привлечение работодателем работника к сверхурочной работе допускается с его письменного согласия в следующих нескольких случаях:

1. При необходимости выполнить (закончить) начатую работу, которая вслед-

ствие непредвиденной задержки по техническим условиям производства не могла быть выполнена (закончена) в течение установленной для работника продолжительности рабочего времени, если невыполнение (незавершение) этой работы может повлечь за собой порчу или гибель имущества работодателя (в том числе имущества третьих лиц, находящегося у работодателя, если работодатель несет ответственность за сохранность этого имущества), государственного или муниципального имущества либо создать угрозу жизни и здоровью людей.

2. При производстве временных работ по ремонту и восстановлению механизмов или сооружений в тех случаях, когда их неисправность может стать причиной прекращения работы для значительного числа работников.

3. Для продолжения работы при неявке сменяющего работника, если работа не допускает перерыва. В этих случаях работодатель обязан немедленно принять меры по замене сменщика другим работником.

Без согласия работника его привлечение работодателем к сверхурочной работе допускается только в чрезвычайных случаях, возникновение которых в кинотеатре мало вероятно.

Не допускается привлечение к сверхурочной работе беременных женщин, работников в возрасте до восемнадцати лет, других категорий работников.

Продолжительность сверхурочной работы не должна превышать для каждого работника четырех часов в течение двух дней подряд и 120 часов в год. Работодатель обязан обеспечить точный учет продолжительности сверхурочной работы каждого работника.

...ПОТЕХЕ ЧАС!

В течение рабочего дня (смены) работнику должен быть предоставлен перерыв для отдыха и питания продолжительностью не более двух часов и не менее 30 минут, который в рабочее время не включается (ст. 108 ТК РФ). Время предоставления перерыва и

его конкретная продолжительность устанавливаются правилами внутреннего трудового распорядка или по соглашению между работником и работодателем.

Если по условиям производства (работы) предоставление перерыва для отдыха и питания невозможно, работодатель обязан обеспечить работнику возможность отдыха и приема пищи в рабочее время. Перечень таких работ, а также места для отдыха и приема пищи устанавливаются правилами внутреннего трудового распорядка.

Продолжительность еженедельного непрерывного отдыха не может быть менее 42 часов (ст. 110 ТК РФ).

Работникам предоставляются ежегодные отпуска с сохранением места работы (должности) и среднего заработка (ст. 114 ТК РФ). Согласно ст. 115 и 122 ТК РФ, основной оплачиваемый отпуск предоставляется работникам продолжительностью 28 календарных дней ежегодно. Право на использование отпуска за первый год работы возникает у работника по истечении шести месяцев его непрерывной работы у данного работодателя. До истечения шести месяцев непрерывной работы оплачиваемый отпуск по заявлению работника должен быть предоставлен:

1. Женщинам – перед отпуском по беременности и родам или непосредственно после него.

2. Работникам в возрасте до восемнадцати лет.

3. Работникам, усыновившим ребенка (детей) в возрасте до трех месяцев.

4. В других случаях, предусмотренных федеральными законами.

Отпуск за второй и последующие годы работы может предоставляться в любое время рабочего года в соответствии с очередностью предоставления ежегодных оплачиваемых отпусков, установленной у данного работодателя.

О времени начала отпуска (в соответствии с графиком отпусков) работник должен быть извещен под роспись не позднее чем за две недели до его начала (ст. 123 ТК РФ).

Интересно, что по желанию мужа ежегодный отпуск ему предоставляется в период нахождения его жены в отпуске по беременности и родам независимо от времени его непрерывной работы у данного работодателя.

Если работнику своевременно не была произведена оплата за время ежегодного оплачиваемого отпуска либо работник был предупрежден о времени начала этого отпуска позднее чем за две недели до его начала, то работодатель по письменному заявлению работника обязан перенести ежегодный оплачиваемый отпуск на другой срок, согласованный с работником.

СОГЛАСНО СТ. 125 ТК РФ, ОТЗЫВ РАБОТНИКА ИЗ ОТПУСКА ДОПУСКАЕТСЯ ТОЛЬКО С ЕГО СОГЛАСИЯ. НЕИСПОЛЬЗОВАННАЯ В СВЯЗИ С ЭТИМ ЧАСТЬ ОТПУСКА ДОЛЖНА БЫТЬ ПРЕДОСТАВЛЕНА ПО ВЫБОРУ РАБОТНИКА В УДОБНОЕ ДЛЯ НЕГО ВРЕМЯ В ТЕЧЕНИЕ ТЕКУЩЕГО РАБОЧЕГО ГОДА ИЛИ ПРИСОЕДИНЕНА К ОТПУСКУ ЗА СЛЕДУЮЩИЙ РАБОЧИЙ ГОД.

В исключительных случаях, когда предоставление отпуска работнику в текущем рабочем году может неблагоприятно отразиться на нормальном ходе работы организации, индивидуального предпринимателя, допускается с согласия работника перенесение отпуска на следующий рабочий год. При этом отпуск должен быть использован не позднее 12 месяцев после окончания того рабочего года, за который он предоставляется. Непредоставление ежегодного оплачиваемого отпуска в течение двух лет подряд, а также непредоставление отпуска работникам в возрасте до восемнадцати лет запрещается.

Согласно ст. 125 ТК РФ, отзыв работника из отпуска допускается только с его согласия. Неиспользованная в связи с этим часть отпуска должна быть предоставлена по выбору работника в удобное для него время в течение текущего рабочего года или присоединена к отпуску за следующий рабочий год.

Не допускается отзыв из отпуска работников в возрасте до восемнадцати лет, беременных женщин и работников, занятых

на работах с вредными и (или) опасными условиями труда.

При суммировании ежегодных оплачиваемых отпусков или перенесении ежегодного оплачиваемого отпуска на следующий рабочий год денежной компенсацией может быть заменена часть каждого ежегодного оплачиваемого отпуска, превышающая 28 календарных дней, или любое количество дней из этой части.

Не допускается замена денежной компенсацией ежегодного основного оплачиваемого отпуска и ежегодных дополнительных оплачиваемых отпусков беременным женщинам и еще некоторым категориям граждан.

При увольнении (ст. 127 ТК РФ) работодатель обязан выплатить компенсацию за все неиспользованные отпуска.

По письменному заявлению работника неиспользованные отпуска могут быть предоставлены ему с последующим увольнением (за исключением случаев увольнения за виновные действия). При этом днем увольнения считается последний день отпуска.

При увольнении в связи с истечением срока трудового договора отпуск с последующим увольнением может предоставляться и тогда, когда время отпуска полностью или частично выходит за пределы срока этого договора. В этом случае днем увольнения также считается последний день отпуска.

При предоставлении отпуска с последующим увольнением по расторжению трудового договора по инициативе работника этот работник имеет право отозвать свое заявление об увольнении до дня начала отпуска, если на его место не приглашен в порядке перевода другой работник.

При наличии уважительной причины работнику может быть предоставлен отпуск без сохранения заработной платы, а пенсионерам, участникам Великой Отечественной войны, инвалидам и еще некоторым категориям граждан работодатель его предоставить просто обязан.

Оплата отпуска производится не позднее чем за три дня до его начала.

Продолжение следует

НОВОСТИ D-CINEMA



TEATRO MASSIMO НА ЭКРАНАХ ЕВРОПЫ

27 января 2008 г. DDCinema представил первую спутниковую трансляцию открытия сезона «Театро Массимо» (Палермо, Италия). Жители семи европейских стран (Бельгия, Германия, Италия, Испания, Швейцария, Нидерланды и Великобритания) смогли одновременно в реальном времени на 19 экранах в семи цифровых кинотеатрах посмотреть оперу «Мефистофель».

«Театро Массимо» в Палермо – одно из самых больших оперных зданий в мире. Оно вмещает 3500 зрителей. В представлении «Театро Массимо» были задействованы арти-

сты самого высокого уровня. Режиссура оперы поручена Джанкарло дель Монако, сыну известного тенора, который активно работал в театре более сорока лет.

Елена Разори, менеджер проектов DDCinema, сказала: «Представление было действительно прекрасным, певцы – превосходными, а качество изображения – четким и красочным».

В рамках DDCinema – совместного проекта Qubo, Dynamic и XDC – на этот год запланировано еще несколько прямых трансляций из оперных театров Рима, Венеции, Барселоны, Мадрида и других городов Европы, а также показ записей телевизионных программ, спортивных соревнований, сценических постановок, концертов, документальных и анимационных фильмов.

ПРОИЗВЕДЕНИЕ ИСКУССТВА

«U2 3D» – это технический ориентир, – заявляет The New York Times о прошедшем в рамках кинофестиваля независимого кино Sundance показе фильма-концерта группы U2, – но также и эстетический ориентир, который является первым фильмом IMAX, заслуживающим того, чтобы быть названным произведением искусства».

Снятый во время недавнего тура Vertigo («Головокружение») группы U2 в Южной Америки, фильм срежиссирован Кэтрин Оуэнс и Марком Пеллингтоном. The New York Times пишет: «Это не вводящая в заблуждение путаница изображений, а музыкальная экспериментальная работа, которая визуально моделирует состояние размышления».

Показ проходил в системе Dolby 3D. «Трехмерная система Dolby – идеальное решение для кинофестиваля Sundance, поскольку это позволяет нам легко переключаться между трехмерными и двухмерными фильмами. Фестиваль имеет обширную кинопрограмму, и мы не можем позволить себе посвящать один кинотеатр полностью трехмерному кино, – сказала Сара Пирс, технический директор кинофестиваля Sundance. – При использовании уже установленных белых экранов мы можем переключаться между форматами в течение считанных минут».

Ожидается, что более 100 экранов, использующих трехмерную систему Dolby, будут доступны для показа «U2 3D» по всему миру.





ИМАХ ПОДПИСЫВАЕТ КОНТРАКТ СО 100 ТЕАТРАМИ АМС ENTERTAINMENT

Корпорация IMAX и AMC Entertainment Inc (AMC), одна из самых больших и современных театральных компаний в мире, объявили о совместном соглашении установить 100 цифровых проекционных систем IMAX (R) в кинотеатрах AMC. Соглашение предположительно удвоит текущее коммерческое театральное влияние IMAX в Северной Америке и ускорит момент перехода IMAX и AMC к цифровой проекционной технологии.

«Мы с энтузиазмом относимся к распространению первоклассного опыта развлечений, предлага-

емая широчайшие возможности в своих кинотеатрах, – сказал Питер С. Браун, председатель и генеральный исполнительный директор AMC Entertainment Inc. – Наши новые отношения с IMAX и установка их современных цифровых проекционных систем следующего поколения – ключевая часть нашей стратегии».

Установка первых 50 цифровых проекционных систем IMAX начнется в июле 2008 г. в основных кинотеатрах AMC: AMC South Barrington 30 в Чикаго, AMC Mesquite 30 в Далласе, AMC Gulf Pointe 30 в Хьюстоне, AMC Century City 15 в Лос-Анджелесе, AMC Empire 25 в Нью-Йорке, AMC Neshaminy 24 в Филадельфии, AMC Eastridge 15 в Сан-Франциско, AMC Hoffman Center 22 в Вашингтоне (округ Колумбия).

«Соглашение закрепляет сотрудничество между двумя большими брендами. Партнерство с AMC в театральном деле подобного размера и возможностей – переломный момент для нашей компании и с финансовой, и со стратегической точек зрения, – считают сопредседатели IMAX и главные администраторы Ричард Гелфорд и Брайли Дж. Вечслер. – AMC уникален по количеству успешных мегаллексов в местах, которые можно приспособить для новых IMAX (R) театров».

ОДОБРЕНИЕ ГОЛЛИВУДА

Новая 0,98-дюймовая платформа для цифровых проекторов Varco DP-1500 и DP-2000 одобрена крупнейшими голливудскими киностудиями.

Новинка имеет то же самое пиксельное разрешение (2048x1080), что и 1,2-дюймовый чип, однако меньший размер устройства дает существенные преимущества без снижения качества изображения, модульности и гибкости системы. Это и более низкий расход энергии, и более низкие эксплуатационные расходы, и больший срок службы ксенонных ламп. Два цифровых кинопроектора компании Varco оборудованы 0,98-дюймовым DLP киночипом производства Texas Instrument.

DP-1500 – новый компактный проектор Varco среди средних и малых, разработан для экранов шириной до 15 м.

DP-2000 – новый цифровой кинопроектор Varco для крупных и средних кинозалов, разработан для экранов шириной до 20 м и является самым эффективным, с точки зрения затрат, трехмерным проектором на сегодняшнем рынке.

По данным сайтов www.u2.com, www.dcinematoday.com, www.filmjournal.com, www.dolby.com



АЗБУКА КИНОПОКАЗА. ЗВУК. ЧАСТЬ ВТОРАЯ*

В НАЧАЛЕ 90-Х ГОДОВ НАСТУПИЛ НОВЫЙ ПЕРИОД В РАЗВИТИИ ТЕХНИКИ КИНОТЕАТРАЛЬНОГО ЗВУКА – ЦИФРОВОЙ. СЕЙЧАС В КИНЕМАТОГРАФЕ НАИБОЛЕЕ ЧАСТО ИСПОЛЬЗУЮТСЯ ТРИ ЦИФРОВЫХ ФОРМАТА ЗВУКА, КОТОРЫЕ УПОРНО КОНКУРИРУЮТ МЕЖДУ СОБОЙ: DOLBY DIGITAL (DD), DIGITAL THEATRE SYSTEMS (DTS) И SONY DYNAMIC DIGITAL SOUND (SDDS). |Максим Крикливец|

DOLBY DIGITAL

Впервые появившийся летом 1992 года, формат Dolby Digital стремительно распространился, и практически все саундтреки к кинофильмам стали записывать в этом звуковом формате. Наибольшее распространение он получил и в нашей стране. Сегодня практически невозможно встретить новый фильм без записанного на пленке цифрового звука в формате Dolby Digital.

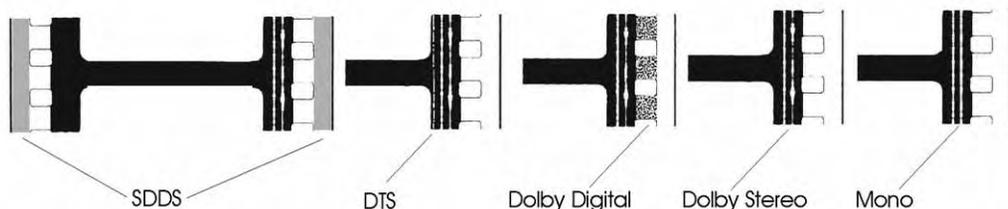
Одной из проблем, с которой столкнулись разработчики формата, было отсутствие свободного места на пленке. Поэтому они решили записывать сигнал блоками, которые стали размещать на участках между перфорациями кинопленки. Забегая вперед, скажу, что цифровой сигнал формата Sony Dynamic Digital Sound записывается с обеих сторон по краям пленки, а сигнал временной синхронизации для Digital Theatre Systems размещается между аналоговыми звуковыми дорожками и кадром. При внимательном рассмотрении участка кинопленки любого из демонстрируемых в вашем кинотеатре фильмов вполне возможно обнаружить все форматы сразу. Если же рассматривать участок между перфорациями с записанным там цифровым сигналом Dolby Digital с помощью увеличительного стекла, то в центре каждого блока можно увидеть двойное «D» – символ компании-разработчика. На всем оставшемся участке легко различимы темные точки и прозрачные участки – это и есть цифровой сигнал, состоящий из «0» и «1». Сигнал считывается блоками. Система позволяет вос-

становливать без потери качества до четырех идущих подряд утраченных участков (блоков), а это целый кадр. Если утрачен более значительный участок пленки, то поток данных прерывается и цифровой сигнал пропадает. В таких случаях процессор автоматически и мгновенно переключается и начинает обрабатывать аналоговый сигнал, в то же время продолжая ожидать восстановления потока цифровых данных. Как только возобновляется устойчивый цифровой сигнал, процессор автоматически возвращается в предыдущий режим. Таким образом, аналоговая система записи звука по-прежнему остается необходимой. Для любого из применяемых сегодня цифровых форматов аналоговый является резервным.

СЕГОДНЯ ПРАКТИЧЕСКИ НЕВОЗМОЖНО ВСТРЕТИТЬ НОВЫЙ ФИЛЬМ БЕЗ ЗАПИСАННОГО НА ПЛЕНКЕ ЦИФРОВОГО ЗВУКА В ФОРМАТЕ DOLBY DIGITAL

Первоначально цифровой формат Dolby Digital позволял получить шесть записанных отдельно каналов: заэкранные – левый, правый и центральный, канал сабвуфера (низкочастотный) и два канала эффектов (левый и правый) в зрительном зале. Но еще при разработке была предусмотрена возможность его модернизации, что вскоре и произошло. Появилась усовершенствованная система Dolby Digital Surround EX, использующая уже известный нам метод матричного кодирования. Из левого и правого каналов эффектов зала система Dolby

* Продолжение. Начало см.: Киномеханик. 2008. № 2.



Digital Surround EX позволяет получить еще один канал эффектов – тыловой. Причем (что особенно удобно) в цифровом потоке уже содержится информация о том, что запись произведена в формате Dolby Digital Surround EX, и процессор, если в нем установлено соответствующее оборудование (дополнительная плата декодирования сигнала, записанного в формате Dolby Digital Surround EX), способен самостоятельно переключиться и начать его обрабатывать уже в семиканальном режиме. Одновременно на дисплее прибора появляется соответствующая информация для кинемеханика. Визуально отличить запись, сделанную в формате Dolby Digital Surround EX, от обычной записи Dolby Digital невозможно.

По сравнению с аналоговым звуковым сигналом звуковой сигнал формата Dolby Digital позволяет получить прекрасный по качеству цифровой звук. Но для того чтобы, не сжимая, поместить его на пленке, свободного места недостаточно. Поэтому сигнал сжимают с помощью систем кодирования, анализирующих звуковой сигнал и кодирующих только ту информацию, которая, как предполагается, будет слышна. Допустим, на экране показывают лесную чащу: шумят листья, поют птички, под ногами шуршит трава. Неожиданно раздастся взрыв снаряда. Считается, что в этот момент человек не может слышать более тихие звуки, поэтому они просто не записываются. Такая экономия позволяет существенно снизить необходимое для записи пространство и сжать сам сигнал. Этот принцип обработки цифрового сигнала получил название пер-

Расположение фонограмм (SDDS, Dolby Digital, Dolby Stereo, Mono) и временного кода (DTS) на киноплёнке

цептуальный, то есть учитывающий особенности восприятия.

Используемый метод сжатия данных несколько ухудшает верность звучания записи. На самом деле слуховым аппаратом человека такие звуки воспринимаются, несмотря на то что они замаскированы более громкими. Одна из особенностей устройств перцептуального кодирования заключается в возможности улучшения технологии кодирования без внесения изменений в декодер. Это значит, что технология кодирования постоянно совершенствуется, выпускаются новые, более совершенные версии программного обеспечения для замены устаревших. Это очень удобно: чтобы улучшить качество, не нужно менять сам

АНАЛОГОВАЯ СИСТЕМА ЗАПИСИ ЗВУКА ПО-ПРЕЖНЕМУ ОСТАЕТСЯ НЕОБХОДИМОЙ. ДЛЯ ЛЮБОГО ИЗ ПРИМЕНЯЕМЫХ СЕГОДНЯ ЦИФРОВЫХ ФОРМАТОВ АНАЛОГОВЫЙ ЯВЛЯЕТСЯ РЕЗЕРВНЫМ

прибор – достаточно заменить программное обеспечение.

Существует мнение, что цифровой сигнал с киноплёнки быстро перестает считываться после некоторого количества показов из-за ухудшения качества самой пленки, появления дефектов, царапин и т.д. Думаю, что это заблуждение. Во всяком случае, мне не приходилось сталкиваться с такой проблемой на практике. В течение примерно десяти лет для проверки работы цифрового оборудования я использовал давно списанную киноплёнку. Несмотря на то что качество изображения стало неудовлетворительным (множество по-

тертостей и царапин), аналоговый сигнал существенно потерял в качестве, цифровой сигнал по-прежнему прекрасно декодировался.

SONY DYNAMIC DIGITAL SOUND

Компания Sony предложила свой вариант записи цифрового многодорожечного звука для кинофильмов. Система записи Sony Dynamic Digital Sound (SDDS) позволяет получить восьмиканальный сигнал с двух идентичных (основной и запасной) оптических цифровых дорожек, расположенных на краях пленки. При демонстрации фильма все происходит подобно Dolby Digital, только звук воспроизводится в восьми каналах. Кроме того, сигнал считывается и с основной, и с запасной дорожек – специальная система соединяет сигнал из наименее изношенных мест звуковых треков, создавая конечный сигнал. По мнению создателей, пять заэкраных каналов (левый, левый центральный, центральный, правый центральный и пра-

ПО МНЕНИЮ СОЗДАТЕЛЕЙ SDDS, ПЯТЬ ЗАЭКРАННЫХ КАНАЛОВ (ЛЕВЫЙ, ЛЕВЫЙ ЦЕНТРАЛЬНЫЙ, ЦЕНТРАЛЬНЫЙ, ПРАВЫЙ ЦЕНТРАЛЬНЫЙ И ПРАВЫЙ) И ДВА КАНАЛА ЭФФЕКТОВ (ЛЕВЫЙ И ПРАВЫЙ) В ЗРИТЕЛЬНОМ ЗАЛЕ ДОЛЖНЫ СОЗДАВАТЬ МАКСИМАЛЬНЫЕ ОЩУЩЕНИЯ ПРИСУТСТВИЯ У ЗРИТЕЛЕЙ

вый) и два канала эффектов (левый и правый) в зрительном зале должны создавать максимальные ощущения присутствия у зрителей. Хотя, по моему мнению, это справедливо только для кинозалов с довольно большим экраном. На небольшом экране пятиканальное заэкранное звучание вряд ли произведет эффект. Видимо, из-за крайне высокой стоимости (более высокой, чем у любой другой из вышеописанных систем) и малого количества фильмов с соответствующими оптическими цифровыми дорожками данный звуковой формат получил наименьшее распространение как у нас в стране, так и во всем мире.

DIGITAL THEATRE SYSTEMS

Еще один цифровой формат – Digital Theatre Systems – наверняка знаком любителям домашних кинотеатров, так как широко используется при записи звука на DVD (наряду с форматом Dolby Digital). DTS позволяет получить прекрасный многоканальный звуковой сигнал независимо от состояния киноленты, потому что на ленте записывается лишь дорожка с временным кодом. Иногда на некоторых кинолентах можно увидеть прерывистую полоску рядом с аналоговым звуковым сигналом. Напоминающий азбуку Морзе сигнал, состоящий как бы из точек и тире, и есть временной код. При демонстрации фильма считывающее устройство преобразует проходящий через дорожку свет в электронный сигнал, несущий информацию о конкретном месте фильма. Этот сигнал передается в устройство, которое воспроизводит звук с компакт-диска (CD) синхронно действию фильма.

Разработчики этого звукового формата предложили оригинальное и перспективное решение. Правда, формат Digital Theatre Systems мало распространен у нас в стране: редкие кинотеатры оборудованы приборами, способными с ним работать, и далеко не все компании-прокатчики предлагают звуковые треки к своим фильмам, записанные на компакт-дисках. Зато этот звуковой формат наиболее распространен в Северной Америке. Особенно удобен он в случаях, когда экономически невыгодно печатать копии фильма с новым переводом, например для небольших стран с малым количеством населения. Достаточно менять комплект компакт-дисков, а саму копию фильма перевезти из страны в страну.

Самое главное достоинство звукового формата DTS, думаю, все же заключается в отсутствии ограничения по объему пространства, на котором можно записать сигнал, а следовательно, его можно

записывать в несжатом виде на одном, двух, трех и т.д. компакт-дисках.

Сегодня компании-производители прилагают определенные усилия для дальнейшего продвижения DTS на российском рынке, и, возможно, в скором времени формат Digital Theatre Systems станет более распространенным и популярным. Хотя основным сдерживающим фактором по-прежнему является довольно высокая цена.

Безусловно, для привлечения зрителей в кинотеатры крупных городов уже недостаточно аналогового оборудования: требуются более качественные, способные реализовать новые возможности цифровые многоканальные системы. Абсолютным лидером и законодателем моды здесь является компания Dolby, которая предлагает цифровой кинопроцессор CP650. В мире уже более 30 тысяч кинотеатров оснащены звуковой аппаратурой системы Dolby. Однако нельзя недооценивать потенциальные возможности сис-

темы DTS. Во многих странах количество кинотеатров, ею оборудованных, приближается к числу имеющих системы Dolby.

Для небольших городов и населенных пунктов вложения в цифровые системы могут быть финансово неоправданны. В таком случае целесообразно использо-

DTS ОСОБЕННО УДОБЕН В СЛУЧАЯХ, КОГДА ЭКОНОМИЧЕСКИ НЕВЫГОДНО ПЕЧАТАТЬ КОПИИ ФИЛЬМА С НОВЫМ ПЕРЕВОДОМ, НАПРИМЕР ДЛЯ НЕБОЛЬШИХ СТРАН С МАЛЫМ КОЛИЧЕСТВОМ НАСЕЛЕНИЯ. ДОСТАТОЧНО МЕНЯТЬ КОМПЛЕКТ КОМПАКТ-ДИСКОВ, А САМУ КОПИЮ ФИЛЬМА ПЕРЕВОЗИТЬ ИЗ СТРАНЫ В СТРАНУ

вать аналоговую систему, по-прежнему имеющую высокое качество сигнала. Оптимальным является использование аналогового кинопроцессора CP45 – недорогого, простого и надежного прибора, который впоследствии можно укомплектовать для работы с сигналами Dolby Digital и (или) DTS.

Максим Крикливец

Инсталляционно-звуковая Лаборатория



КИНОТЕАТРЫ
СТРОИТЕЛЬСТВО И РЕКОНСТРУКЦИЯ
СЕРВИС И РЕМОНТ
МОБИЛЬНЫЕ КИНОТЕАТРЫ



ДОМАШНИЕ СИСТЕМЫ
ДОМАШНИЕ КИНОТЕАТРЫ
АКУСТИКА HI-END
СПЕЦИАЛЬНЫЕ СИСТЕМЫ



ЗВУКОВОЕ ОБОРУДОВАНИЕ
КЛУБНАЯ АКУСТИКА
РАСПРЕДЕЛЕННЫЕ СИСТЕМЫ
МОБИЛЬНЫЕ КОМПЛЕКТЫ



ПРОЕКТИРОВАНИЕ
КОМПЬЮТЕРНОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ
АКУСТИЧЕСКИЙ РАСЧЕТ ПОМЕЩЕНИЙ
КОНСУЛЬТАЦИЯ

www.kriklivets.ru, info@kriklivets.ru
тел.: +7 (495) 506 8040

МЕТОД ОПРОСА В ИЗУЧЕНИИ ЗРИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ

НАЧИНАЯ С МАРТОВСКОГО НОМЕРА «КИНОМЕХАНИК» БУДЕТ ПУБЛИКОВАТЬ СЕРИЮ СТАТЕЙ О СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ МЕТОДАХ, ПРИМЕНЯЕМЫХ ДЛЯ АНАЛИЗА СТРУКТУРЫ КИНОТЕАТРАЛЬНОЙ АУДИТОРИИ И ЗРИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ. ТАКОЙ ОБЗОР НЕОБХОДИМ, ПОСКОЛЬКУ МНОГИЕ ИЗ АКТУАЛЬНЫХ И ЭФФЕКТИВНЫХ МЕТОДОВ СОЦИОЛОГИИ ЛИБО НЕ ЗАДЕЙСТВОВАНЫ В ИЗУЧЕНИИ ПРЕДПОЧТЕНИЙ КИНОЗРИТЕЛЕЙ, ЛИБО ЗАДЕЙСТВОВАНЫ НЕ В ПОЛНОМ ОБЪЕМЕ, НЕСМОТРЯ НА ТО ЧТО ОБЛАДАЮТ БОЛЬШИМ ПОТЕНЦИАЛОМ. ЗНАЧИМОСТЬ ЖЕ ДРУГИХ МЕТОДОВ ЧАСТО ПРЕЗУВЕЛИЧЕНА. |Фаина Новоселова|

В настоящее время в социологии кино наблюдаются две противоположные тенденции. Первая – это недооценка роли социологических методов в изучении предпочтений кинозрителей и учете этих особенностей при выборе стратегии продвижения фильма, поскольку принимается знание социологической теории, методологии и методики проведения социологических исследований в области кинорынка и все ограничивается составлением примитивных анкет. Но существует также и другая крайность: многие, не являющиеся специалистами в области социологии кино (а для этого, надо сказать, недостаточно обладать базовым социологическим образованием, но также необходимо знать специфику киноотрасли), предлагают создателям кинофильмов свои услуги в изучении киноаудитории и прокатного потенциала фильма, что приводит к тому, что социологические исследования не отображают реальное положение вещей, а следовательно, не могут быть полезны при составлении профиля зрителя.

В этом номере речь пойдет о методе опроса и его разновидностях.

Опросы проводятся социологами кино настолько часто, что кое-кто оценивает их как главный и чуть ли не единственный метод получения эмпирических данных о киноаудитории. Такая оценка ошибочна, как минимум, по двум причинам. Во-первых, в арсенале социологии имеется множество неопросных методов, о которых пойдет речь в следующих номерах. Во-вторых, этот способ не является приоритетом исключительно киносоцио-

логии, а применяется в других сферах, а именно в культурологических, экономических, политологических, демографических, психологических, правоведческих, журналистских и иных социальных исследованиях.

Основное предназначение социологических опросов в сфере кино – это получение информации о мнениях кинозрителей и их мотивах, оценках определенных фильмов. Значимость опросов возрастает, если об исследуемом явлении нет достаточной документальной информации, если оно недоступно непосредственному наблюдению или не поддается эксперименту. В таких ситуациях опрос может стать главным методом сбора информации, но обязательно должен дополняться другими исследовательскими методиками. К сожалению, на практике исследователи увлекаются одним методом и игнорируют другие.

Не стоит думать, что исследовательские возможности опросов безграничны. Данные, полученные опросными методами, выражают субъективные мнения опрошенных кинозрителей. Их нужно сопоставлять с информацией объективного характера, которую должно получать иными способами.

Опросные методы, применяемые для исследования зрительской аудитории, весьма разнообразны. Наряду с общеизвестным анкетированием это интервьюирование, почтовые, телефонные, экспертные и иные опросы. Каждая из разновидностей опросов имеет свою специфику, о которой будет сказано ниже.

Сейчас охарактеризуем их общие принципы.

Любой социологический опрос нельзя проводить до тех пор, пока не станет предельно ясно, зачем и как это нужно делать. Иначе говоря, проведению опроса должна предшествовать разработка исследовательской программы с четким определением целей, задач, понятий (категорий анализа), гипотез, объекта и предмета, а также выборки и инструментария исследования. Каждый опрос предполагает упорядоченный набор вопросов (опросный лист), служащий достижению цели исследования, решению его задач, доказательству и опровержению его гипотез. Формулировки вопросов должны тщательно продумываться с разных точек зрения. Социологический опрос теряет большую часть своего смысла, если ответы респондентов не анализируются в социальной и демографической плоскостях. Поэтому он предполагает обязательно заполнение «паспортички», куда вносятся те данные о каждом респонденте, необходимость которых диктуется опять-таки исследовательской программой.

Любой опрос есть специфический акт коммуникации между интервьюером (лицом, его проводящим) и респондентом (опрашиваемым). Потому он должен проводиться в соответствии со следующими правилами:

1. Респонденту известно, кто его опрашивает и зачем.
2. Респондент обладает мотивацией для участия в опросе.
3. Респондент не заинтересован в выдаче ложной информации.
4. Содержание каждого вопроса однозначно интерпретируется респондентом.
5. Вопросы ставятся таким образом, чтобы на них можно было дать точный и обоснованный ответ.
6. Все вопросы сформулированы грамматически и лексически грамотно.
7. Формулировка вопроса соответствует культурному уровню респондента.
8. Ни один из вопросов не унижает достоинства респондента, не имеет оскорбительного для него смысла.

9. Интервьюер ведет себя нейтрально, не демонстрирует свое отношение ни к заданному вопросу, ни к ответу на него, но при этом держится дружелюбно.

10. Интервьюер предлагает респонденту такие варианты ответа, каждый из которых потенциально приемлем в равной степени.

11. Количество вопросов не ведет к излишней интеллектуальной и психологической перегрузке респондента, не пере-

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ ВОЗМОЖНОСТИ ОПРОСОВ НЕ БЕЗГРАНИЧНЫ. ДАННЫЕ, ПОЛУЧЕННЫЕ ОПРОСНЫМИ МЕТОДАМИ, ВЫРАЖАЮТ СУБЪЕКТИВНЫЕ МНЕНИЯ ОПРОШЕННЫХ КИНОЗРИТЕЛЕЙ. ИХ НУЖНО СОПОСТАВЛЯТЬ С ИНФОРМАЦИЕЙ ОБЪЕКТИВНОГО ХАРАКТЕРА, КОТОРУЮ ДОЛЖНО ПОЛУЧАТЬ ИНЫМИ СПОСОБАМИ.

утомляет его, а сообразуется со здравым смыслом и психологией восприятия.

12. Вся система вопросов и ответов достаточна для получения того объема информации, который необходим для решения исследовательских задач.

Общие правила социологических опросов по-разному модифицируются в их конкретных разновидностях.

АНКЕТИРОВАНИЕ

Анкетирование – письменная форма опроса, осуществляющаяся, как правило, без прямого и непосредственного контакта интервьюера с респондентом. Оно оправдано, когда нужно спросить большое число респондентов за относительно короткое время. Применение анкетирования для опроса немногочисленной группы респондентов, особенно по вопросам, требующим глубоких размышлений, нецелесообразно. В такой ситуации куда уместнее будет побеседовать с респондентом с глазу на глаз.

Анкетирование редко бывает сплошным (охватывающим всех членов изучаемой общности), гораздо чаще оно имеет выборочный характер. Поэтому надежность и достоверность информации, полученной

анкетированием, зависит прежде всего от репрезентативности выборки.

Основным инструментом этого метода является анкета, состоящая не только из опросного листа и «паспорттики», но и из преамбульного раздела, основной функцией которого является инструктирование. Его значимость нельзя недооценивать, так как в условиях заочного общения с респондентом преамбула – единственное средство мотивации респондента на заполнение анкеты, формирования его установки на искренность ответов. В преамбуле говорится о том, какая организация и с какой целью проводит опрос, даются необходимые комментарии и инструкции по работе респондента с анкетой.

Главная часть анкеты (опросный лист) разрабатывается не только на основе об-

В УСЛОВИЯХ ЗАОЧНОГО ОБЩЕНИЯ С РЕСПОНДЕНТОМ ПРЕАМБУЛА – ЕДИНСТВЕННОЕ СРЕДСТВО МОТИВАЦИИ РЕСПОНДЕНТА НА ЗАПОЛНЕНИЕ АНКЕТЫ, ФОРМИРОВАНИЯ ЕГО УСТАНОВКИ НА ИСКРЕННОСТЬ ОТВЕТОВ

щих требований к опросу, но и с учетом ряда дополнительных соображений. В анкете можно и нужно ставить:

1) не только программно-тематические, то есть непосредственно вытекающие из исследовательской программы, вопросы, но и процедурно-функциональные, нацеленные на оптимизацию хода опроса;

2) как прямые, предлагающие респонденту выразить свою собственную позицию, так и косвенные (согласие или несогласие с позиций других людей) вопросы;

3) вопросы-«фильтры», позволяющие выделить часть респондентов по какому-либо признаку, скажем, отсеять ту их часть, мнение которой по следующему за «фильтром» вопросу представляется либо особо ценным, либо, наоборот, не очень важным;

4) контрольные вопросы, проверяющие устойчивость и непротиворечивость мнений респондентов;

5) вопросы-«ловушки», являющиеся разновидностью контрольных, предназначенные для выяснения степени искренности ответов;

6) наводящие вопросы, помогающие точнее понять смысл последующего (более важного) вопроса;

7) дихотомические вопросы, предполагающие два взаимоисключающих друг друга варианта ответа (типа «да/нет»);

8) вопросы-«меню», то есть с поливариантными ответами, когда респондент может выбрать любое сочетание вариантов ответов;

9) вопросы-«диалоги», ответы на которые состояются из ответов воображаемых лиц;

10) шкальные вопросы, то есть такие, ответ на которые заключен в шкалировании чего-либо или предполагающие ответ в форме заполнения таблицы;

11) закрытые вопросы, то есть сопровождаемые всеми теоретически возможными вариантами ответа, из которых респонденту предстоит выбрать тот, который соответствует его мнению;

12) полузакрытые, точнее частично закрытые (или частично открытые), вопросы, на которые заранее дано лишь несколько вариантов ответа, которые могут не удовлетворить респондентов, имеющих возможность дописать свой вариант;

13) открытые вопросы, не содержащие ни одного варианта ответа, предполагающие, что респондент напишет то, что хочет, в специально отведенном месте анкеты.

Разрабатывая текст анкеты, следует избегать однообразия используемых типов и форм вопросов, помнить, что каждый из них имеет свои достоинства и недостатки. Не следует забывать при этом и о последующей обработке анкетных данных. Открытые вопросы, скажем, предпочтительнее закрытых, если важно выявить все нюансы мнений респондентов. Но полученную на их основе информацию трудно будет формализовать и обработать. Закрытые вопросы, особенно в форме «меню», шкал, таблиц и дихотомий, более удобные для

обработки, но не дают гарантии учета полноты респондентских оценок.

Важно подчеркнуть необходимость соблюдения правила системности анкеты. Это нужно, чтобы использовать в научных целях и информацию по отдельным вопросам, и информацию, которая обнаруживается при осмыслении всех вопросов как взаимодействующих структур.

Постановка в анкете контрольных вопросов (в том числе вопросов-«ловушек») не освобождает ее составителя от логической выверенности последовательности вопросов, обеспечивающей их взаимоконтроль. Традиционная для социологического анкетирования логика построения вопросников строится на принципе «от общего к частному», при которой последующие вопросы играют роль контрольных по отношению к предыдущим. Но иногда целесообразно руководствоваться противоположным принципом – «от частного к общему».

ИНТЕРВЬЮИРОВАНИЕ

Интервьюирование – форма очного проведения опроса, при котором исследователь находится в непосредственном контакте с респондентом. Этот метод предпочтительнее анкетирования в некоторых случаях.

Плюсы:

- а) при контроле интервьюера респондент дает ответы практически на все вопросы, не пропуская их;
- б) противоречивые или неопределенные ответы могут быть уточнены;
- в) имеется возможность наблюдения за респондентом и фиксации не только его вербальных ответов, но и широкого спектра невербальных реакций.

Недостатки: малая оперативность, невозможность использования метода в ситуациях краткосрочных массовых опросов, необходимость большого числа интервьюеров, существенные затраты времени. Для начинающих социологов он представляет немало трудностей, поскольку требует специальной подготовки и солидного тренинга, из-за чего он должен проводиться опытными социологами. К тому

же разные виды интервьюирования предполагают наличие у исследователя разнообразных знаний и умений.

Наибольшее распространение в социологии (в том числе и в социологии кино) получило стандартизированное интервью, отличительной особенностью которого является жесткая последовательность вопросов, четкие, заранее определенные их формулировки, а также продуманные модели ответов на них. Его можно проводить по опросному листу анкеты, что зачастую

ТОЛЬКО ОПЫТНЫЕ СОЦИОЛОГИ ПРИМЕНЯЮТ СВОБОДНОЕ ИНТЕРВЬЮИРОВАНИЕ, В ХОДЕ КОТОРОГО ПЕРЕД ИНТЕРВЬЮЕРОМ СТОИТ ПРОБЛЕМА СОБРАТЬ СООТВЕТСТВУЮЩУЮ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИМ ЗАДАЧАМ ИНФОРМАЦИЮ БЕЗ НАЛИЧИЯ ПРЕДВАРИТЕЛЬНО РАЗРАБОТАННОГО ИНСТРУМЕНТАРИЯ

и делается для контроля и дополнения данных анкетирования.

Несколько реже используют полустандартизированное интервью. Оно проводится на основе не формализованного опросного листа, а памятки («путеводителя») с перечнем обязательных вопросов, как правило полузакрытых, не исключающих обсуждение с респондентом иных, но связанных с темой исследования проблем. Еще реже встречаются фокусированные интервью, в которых стандартизирован лишь исходный вопрос (правда, в нескольких вариациях), а главная задача видится в сосредоточении внимания респондентов на обсуждении той стороны проблемы, которая представляется им самой важной.

Только опытные социологи (да и то не всегда) применяют свободное интервьюирование. Свободным называют такое интервью, когда перед интервьюером стоит проблема собрать соответствующую исследовательским задачам информацию без наличия предварительно разработанного инструментария. Здесь социолог свободен в выборе вопросов, определении их порядка, количества и способов выражения, а также способов фиксации инфор-

мации. Разведывательное интервью (другое его обозначение – глубинное) используют при определении или уточнении формулировки рабочих гипотез на этапе разработки программы исследования. Его цель не только и не столько в том, чтобы получить информацию об объекте, столько в выяснении того, какую информацию предстоит произвести в предстоящем исследовании. При этом как интервьюер, так и респондент свободны в выборе способов ведения беседы. Данный вид опроса распространен в российской социологии кино меньше других, так как преобладающим опросным методом является экзит-пол, о котором будет сказано ниже.

Охарактеризованные типы интервью могут реализоваться в нескольких формах, а именно: а) однократно или панельно (многократно через определенный временной интервал); б) в межличностной (интервьюер-респондент), лично-групповой (группа интервьюеров – респондент или, наоборот, интервьюер – группа респондентов) и группно-групповой форме (когда группа интервьюеров беседует с группой респондентов).

Диапазон требований к интервьюерам, работающим в столь разных ситуациях, естественно, весьма широк как в социологическом, так и в психологическом, педагогическом, конфликтологическом, журналистском и иных отношениях. Для проведения разовых стандартизированных интервью межличностного характера можно не привлекать квалифицированных социологов (порой это даже желательно, чтобы повысить непредвзятость данных). Но без них невозможно получить достоверную информацию во всех иных разновидностях интервьюирования.

ПОЧТОВЫЙ ОПРОС

Почтовый опрос – форма анкетирования посредством почты, предполагающая рассылку анкет по специально подобранным адресам тем лицам, которые вошли в выборочную совокупность и репрезентируют изучаемый объект.

Достоинства метода – это возможность получить ответы на вопросы деликатного и интимного характера, охватить опросом населенные пункты, куда анкетерам невозможно добраться, иметь дополнительную информацию, корректирующую данные, произведенные любым иным методом, экономить средства (почтовый опрос обходится, как минимум, в два раза дешевле обычного интервьюирования).

Недостатки: перекосы репрезентативности, неизбежность выбраковки, нарушение правил анонимности опроса.

Обязательные требования данного метода: тщательный, многоаспектный и многоразовый пилотаж проекта анкеты; шифровка конвертов; вложение в почтовые отправления чистого конверта для возврата анкеты; обстоятельная инструкция по заполнению анкеты; напоминание респондентам о необходимости возврата заполненной анкеты (телефоном, почтой и иными средствами).

ТЕЛЕФОННЫЙ ОПРОС

Телефонный опрос – специфический синтез анкетирования и интервьюирования, используемый, как правило, в рамках одного города или иного населенного пункта. Популярность использования этого метода в современных российских условиях повышается.

Основные преимущества: оперативность, краткосрочность и экономичность. *Главный недостаток* обусловлен невозможностью соблюдения правила репрезентативности выборки. Это обстоятельство объясняется отсутствием телефонов у определенных социальных групп населения; большим количеством отказов абонентов от опроса по разнообразным причинам и поводам и многим другими факторами.

Обязательные требования к методу: предварительное изучение карты города, мест контактного проживания представителей разных социальных групп; разработка специального инструмента, включающего картограмму опроса, опросных бланков и кодировочных листов, дневника и протокола опроса, обстоятельной инструкции интервьюерам; наличие телефонных справоч-

ников; соблюдение заранее установленно-го шага (интервала) при наборе номера телефонов; особая подготовка, в том числе специальный тренинг, телефонных интервьюеров; повышенная требовательность к их честности; обязательность контроля за их деятельностью; перепроверка полученных данных путем выборочных контрольных опросов опрошенных абонентов.

НЕКАЧЕСТВЕННЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В ОБЛАСТИ КИНЕМАТОГРАФА ЯВЛЯЮТСЯ СЛЕДСТВИЕМ НЕКВАЛИФИЦИРОВАННОСТИ КАДРОВ И ГРУБЫХ НАРУШЕНИЙ УСЛОВИЙ ПРОВЕДЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЙ, А НЕ ПРИЗНАКОМ БЕСПОЛЕЗНОСТИ СОЦИОЛОГИИ

К сожалению, при разработке вопросов научные нормативы порой нарушаются в угоду интересам и амбициям их заказчиков. Это резко снижает социологическую ценность их результатов, но не исключает целесообразности их учета в исследовательской работе, например при конструировании гипотез.

ЭКЗИТ-ПОЛ

Экзит-пол (exit poll) – опрос общественного мнения, производящийся на выходе из кинозала после просмотра фильма. Дословно в переводе с английского языка эта фраза означает «количество голосов на выходе». В сравнении со всеми другими опросами общественного мнения опросы типа exit poll дают самую точную информацию о рейтинге анализируемого фильма у аудитории. Информация об этих рейтингах становится доступной намного раньше, чем осуществляется реальный подсчет кассовых сборов и объявляются официальные результаты. В этом, а также и в том, чтобы сделать прогноз о судьбе кинотеатрального проката фильма и в соответствии с этими данными, возможно, подкорректировать стратегию продвижения фильма, и заключается основное назначение таких опросов.

Применение. Информация, полученная в ходе экзит-пола, обрабатывается сразу же, но от этого она не становится менее ценной.

Методика. В первые дни проката фильма на выходах из кинозала в определенные

временные отрезки производится опрос зрителей, которые уже посмотрели фильм.

Преимущества метода. Почему результаты экзит-пола наиболее точны? Потому, что во время этого опроса выясняются не общие предпочтения зрителей в отношении кинофильмов, а их конкретные действия, которые были проделаны минуту назад. Как показывает практика, процент отказов в опросах такого типа даже ниже, чем при обычных опросах. Это связано с тем, что на премьерные показы идут люди, несколько более активные, чем среднее население, к тому же не последнюю роль играет чисто психологический фактор. Ведь люди, которые только что посмотрели фильм, эмоционально более открыты и более склонны к общению на эту тему.

Основные недостатки. Ограничение интервью по времени, относительная сложность организации контроля за работой интервьюеров, сложность получения разрешения на проведение опроса в кинотеатрах и торговых точках.

Замечание. Использование кинотеатрами социологических методов в изучении кинозрителей целесообразно и в потенциальном плане весьма эффективно, поскольку это позволяет оптимизировать работу кинотеатра со зрителем. Однако следует иметь в виду, что практическое применение рассмотренных выше методов должно осуществляться квалифицированными специалистами-социологами, поскольку непрофессионалам невозможно учесть все аспекты и тонкость нюансов. Возможные негативные последствия такой работы могут включать в себя информацию, не соответствующую реальному положению вещей (как следствие – дезориентация и формирование неверной репертуарной политики) и напрасно затраченные на проведение исследования средства. Именно поэтому многие кинотеатры отказываются проводить социологический мониторинг. Необходимо помнить, что некачественные исследования в области кинематографа являются следствием некачественности кадров и грубых нарушений условий проведения исследований, а не признаком бесполезности социологии.

ПОДГОТОВИТЕЛЬНЫЙ ПЕРИОД

Я в плену у дяди Вити

триллер

Россия

Студия: «Парамир»
 Автор сценария: нет
 Режиссер: нет
 В ролях: нет
 Слоган: нет
 Афиша: нет
 Сайт: нет
 Дистрибьютор: нет
 Премьера: нет

Основан на реальных событиях.

История о двух девушках, ставших заложницами сумасшедшего.

Для одной плен – побег от жизненных проблем и неразделенной любви.

Для другой – переосмысление истинных и мнимых жизненных ценностей...

Не спать

мистический триллер

Россия

Студия: кинокомпания RFG (ROSPOfilm Group)
 Авторы сценария: Денис Карышев и Маша Озеренко
 Режиссер: Маша Озеренко
 В ролях: Любовь Зайцева, Рома Зверь, Александр Збруев, Анна Чурина
 Слоган: нет
 Афиша: нет
 Сайт: нет
 Дистрибьютор: нет
 Премьера: нет

Их было трое. Он, она и ее младший брат в придачу. У них было общее дело... Из тех, что не нравятся родителям... Но очень выгрызно! В планах – жить долго и счастливо! Но однажды, среди бела дня, в центре города на ее глазах какой-то мужчина спокойно стреляет в человека... И уходит... Никто его даже не останавливает... Никто его даже не видел! Только она...

Мужской сезон 2.

Время гнева экшн/боевик

**Россия**

Студия: кинокомпания RFG (ROSPOfilm Group) и STEP by STEP
 Автор сценария: Алексей А. Петрухин, Дмитрий Иванов и Милана Касакина
 Режиссеры: Олег Степенко, Алексей А. Петрухин
 В ролях: Алексей Кравченко, Алексей А. Петрухин, Александр Карпов, Александр Яковлев
 Слоган: нет
 Сайт: нет
 Дистрибьютор: нет
 Премьера: нет

Столкновение оперативников с мировой наркомафией выходит на новый виток. Противоположность характеров главных героев является залогом того, что вместе они – несокрушимый тандем, представляющий серьезную опасность для самых могущественных наркосиндикатов.

К Вам какой-то олигарх...

комедия

Россия

Студия: «Парамир»
 Автор сценария: нет
 Режиссер: нет
 В ролях: нет
 Слоган: нет
 Афиша: нет
 Сайт: нет
 Дистрибьютор: нет
 Премьера: нет

На далеком Севере во время проведения собачьих гонок случайно познакомился московский бизнесмен и победитель гонок Веселый Ойлюкен. В шутку московский гость придумал Ойлюкену прозвище «Олигарх» и пригласил в Москву. Ойлюкен приглашение принял...

А ТАКЖЕ В ПОДГОТОВИТЕЛЬНОМ ПЕРИОДЕ: 17, А зори здесь тихие, Агент, Аэлитта, Белое, черное, красное, Богатство военного атташе, Брестская крепость, Бубен, барабан, Быть или не быть, Василиса и серый волк, Варенье из сакуры, В России идет снег, Вейдмин век, Верное сердце, Влюбленный сантехник, Волейбол, Волчок, Восток есть Восток, Все девушки любят джаз, Герой, которого все ждали, Гоголь. Ближайший, Головоломка, Горячие эстонские парни, Дальний свет, Дом, Домовой 2, Жизнь Шаумяна, Жила-была одна баба, Забытые в Сибири, Звезда Семирамиды, Зверобой, Иван Грозный и митрополит Филипп, Изгнание из рая, Исповедь 100-килограммовой бабочки, Каждый решает сам, Квартирантка, Киллер и папарацци, Кино, Кинооператор, Клан Лысых Холмов, Кража, Красный бубен, Кромовъ, Кукарача, Кыся, Левша, Метро, Мизинец Будды, Молодежный мюзикл, Молодое зло, Морфий, Московские истории, Мужской сезон 2: Время гнева, Мужчина в доме, Музыка под управлением любви, Мустанг, Мы к вам приедем (Фестлайн), На море 2, Наперегонки со смертью, На Таймыр, Небо за нас, Невероятные приключения Васи Куролесова, Необходимое зло, Неплохие ребята, Не спать, Нимбус, Новый Иерусалим, Новые приключения Аленушки и Еремы, Номер 13, Ночь, горячая как смерть!, Одноразовый агент, Орден семи, Очень русское кино 2, Петя по дороге в царство небесное, Пикаперы, Плутон, Под знаком тибетской свастики, Последний вагон, Посмотри это, Праздник урожая, Призраки, Приключения Васи Куролесова, Про любуфф \ op, Пробка, Прощание, Севастополь, Серая слизь, Сердце Пармы, Скалолазка и запретный источник, Скалолазка и камень судеб, Скоро весна, Солевой-разбойник, Спаси меня от меня, Степан Разин, Стерва для чемпиона, Стрелитрейсеры 2, Схватка, Темный лес, Только не сейчас, Трансгрессия, Убить короля, Ушები, Фонограмма страсти, Хан, Хоккеисты, Хорошая погода, Царевна-лягушка, Цель, Черный ангел (Повезло Вам, что меня быстро взяли), Чкалов, Чудо, Чужая, Японцы

данные на 10.02.2008 г.

СЪЕМОЧНЫЙ ПЕРИОД

данные на 10.02.2008 г.

Возвращение мушкетеров, или сокровища кардинала Мазарини

сиквел

Россия

Студия: «Крупный план»
 Места съемок: Львов, Белгород-Днестровский, Санкт-Петербург
 Автор сценария: Антон Марков, Георгий Юнгвальд-Хилькевич
 Режиссер: Георгий Юнгвальд-Хилькевич
 В ролях: Михаил Боярский, Вениамин Смехов, Валентин Смирнитский, Игорь Старыгин, Алиса Фрейндлих, Владимир Балон, Елизавета Боярская, Евгения Крюкова, Антон Макарский, Анатолий Равикович, Дмитрий Харатьян, Александр Ширвиндт
 Слоган: нет
 Афиша: нет
 Сайт: нет
 Дистрибьютор: нет
 Премьера: нет

Фильм посвящен четверым прославленным мушкетерам и их пяти детям. Все начинается с того, что мушкетеры погибают, после чего оказываются на небесах и оттуда видят, как их дети ищут сокровища Мазарини. Герои терпят фиаско, и тогда д'Артаньян просит у Бога, чтобы тот вернул им на 24 часа плоть и они спустились с небес на землю, чтобы помочь детям.

Ретушер
мистический триллер**Россия**

Студия: кинокомпания RFG (ROSPOfilm Group)
 Места съемок: Москва, Лондон, Прага
 Авторы сценария: Илья Авраменко, Роман Хрущ
 Режиссер: Олег Степченко
 В ролях: Алексей А. Петрухин
 Слоган: «Ты не убийца – но будешь убивать, не преступник – но будешь скрываться, ты не провидец – но узнаешь страшную правду».
 Афиша: есть
 Сайт: нет
 Дистрибьютор: нет
 Премьера: нет

Герой владеет Даром, о котором ему ничего не известно. Однажды он находит в своей квартире конверт без обратного адреса. В конверте – пачка купюр, фотография и записка: этих нужно убрать. Что это: злая шутка, глупая ошибка? Приказание в конвертах продолжают прибывать... Наконец герой открывает ужасную тайну: он наделен наследственной способностью безнаказанно и недоказуемо убивать людей.

Огни 2030
музыкальная романтическая комедия**Казахстан, Россия**

Студия: «Gala-TV», «Казахфильм»
 Место съемок: Астана
 Автор сценария: Лейла Ахинжанова
 Режиссер: Антон Гонопольский
 В ролях: Аянат Есмагамбетова, Мухтар Отали, Замзагуль Шарипова
 Слоган: нет
 Афиша: нет
 Сайт: нет
 Дистрибьютор: нет
 Премьера: декабрь 2008 г.

Молодой человек попадает в Астану, встречает девушку своей мечты, которая, к сожалению, слепа, но это не останавливает благородного героя. Безответно влюбленный, он готов бороться за свою избранницу и быть с ней несмотря ни на что...

Тени Фаберже
интеллектуальный детектив**Россия**

Студия: компания «Клото» при поддержке Федерального агентства по культуре и кинематографии
 Места съемок: Пермь, Лондон
 Авторы сценария: Александр Бородинский, Владимир Синельников
 Режиссер: Александр Бородинский
 В ролях: Алексей Франдетти, Ольга Вечкилева, Александр Ковальский, Антон Семкин, Олег Соколовский
 Слоган: нет
 Афиша: нет
 Сайт: нет
 Дистрибьютор: нет
 Премьера: начало 2009 г.

В начале 1990-х годов в Москву из Европы приезжает человек, ищущий последнее пасхальное яйцо Карла Фаберже, завершить работу над которым помешала революция. Постепенно становится ясно, что герой – реинкарнация самого ювелира. Следы последнего яйца ведут в Таиланд. Наш герой отправляется в эту далекую страну, но не находит его и умирает. Вторая часть истории происходит в наши дни. В Москву приезжает тайский монах, присутствовавший при смерти таинственного героя. Его поиски также сопряжены с неожиданными открытиями и большим риском.

А ТАКЖЕ В СЪЕМОЧНОМ ПЕРИОДЕ: *Casual, Анталия, Антикиллер 3, Баксы, Безопасные связи, Беляев, Боги зеленой планеты, Бои без правил, Вареники с вишней, В Интернете я плутала, жениха себе искала, Веселый солдат, Вий, Гарин, Герой нашего времени, Граница 1918, Дау, Дистанция, Звездные собаки: Белка и Стрелка, Испытание, Кабы, Караван, Карантин, Кин-Дза-Дза!, Киф с планеты Дара, Кэшфайр, Мантикора, Марв, Марш-бросок 2, Мачеха, Меч Без Имени, Назидание, Наш общий друг, Небо над Кандагаром, Обстоятельства, Освоение жизни, Очень русский детектив, Пассажирка, Первая любовь элегия, Последний сказочный герой, Похороните меня за плинтусом, Приключения Аленушки и Еремы, Про Федота-стрельца, удалого молодца, Путь, Пыль времени, Разгульная пирушка, Репортеры, Ретушер, Русские деньги, Сапсан, Сиделка, Следы на песке, Специалист, Треск, Тучи над холмом, У ангелов нет крыльев, Улыбка Бога, Утомленные солнцем 2, Я вас жу*

МОНТАЖНО-ТОНИРОВОЧНЫЙ ПЕРИОД

данные на 10.02.2008 г.

Три девочки

психологическая драма

Россия

Студия: кинокомпания RFG (ROSPOfilm Group)

Автор сценария: Александр Родионов

Режиссер: Валерия

Гай Германика

В ролях: Полина Филоненко, Агния Кузнецова, Ольга Шувалова

Слоган: нет

Афиша: нет

Сайт: нет

Дистрибьютор: нет

Премьера: нет

Премьера: нет

Премьера: нет

Премьера: нет

Три девятиклассницы – Катя, Вика и Жанна – самые обыкновенные девчонки из спального района Москвы, в понедельник узнают, что в субботу у них в школе будет дискотека, первая в новом учебном году. Всю неделю они переживают, готовясь к этому главному в их жизни событию. Всю неделю пытаются найти общий язык со своими родителями, учителями, одноклассниками и в конечном итоге друг с другом. После дискотеки они уже не только не подруги, но и не те, что прежде...

Чизкейк

психологический триллер

Россия

Студия: «ПРОТЕЛ»

Автор сценария: Елена Долгопят

Режиссер: Евгений Звездаков

В ролях: Сергей Чонишвили, Паша Меленчук, Ольга Ломоносова

Слоган: нет

Афиша: нет

Сайт: нет

Дистрибьютор: нет

Премьера: 2008 г.

Трое незнакомых друг с другом людей – актриса Наташа, врач Михаил и 13-летний мальчик Алеша – снялись в рекламном ролике торта «Чизкейк». Прошло время, и каждый из участников съемки попытался вернуться к обычной жизни, но... все пошло совсем не так, как они того хотели. Герои не подозревали, что их судьба уже predetermined. «Чизкейк» сыграл с ними злую шутку, жестоко перекроив привычную реальность...

Последний искатель

драма

**Россия**

Студия: RFG, STEP by STEP, «21-е ТВОРЧЕСКОЕ ОБЪЕДИНЕНИЕ», New Studio

Автор сценария: Арчил Меликишвили

Режиссеры: Арчил Меликишвили, Николоз Адушвили

В ролях: Дато Иашвили, Анна Чурина, Тамта Кобахидзе, Миша Инадзе, Георгий Абхазава, Гия Челишвили, Николоз Цередини, Алексей Кравченко, Алексей А. Петрухин

Слоган: нет

Афиша: нет

Сайт: нет

Дистрибьютор: нет

Премьера: нет

Гия – пропащий человек. Он получает через нищего весть о том, что он избранный, которому предстоит найти богиню Дали – любовь.

Гия – пропащий человек. Он получает через нищего весть о том, что он избранный, которому предстоит найти богиню Дали – любовь.

Отряд

драма

Россия

Студия: компания «Феномен-Фильм»

Авторы сценария: Алексей Герман-младший, Владимир Аркуша

Режиссер: Алексей Герман-младший

В ролях: Чуппан Хаматова, Мераб Нинидзе, Анастасия Шевелева

Слоган: нет

Афиша: нет

Сайт: нет

Дистрибьютор: нет

Премьера: нет

На фоне исторических событий, связанных с подготовкой полета первого человека в космос, разворачивается трагедия главного героя – Данишпа Покровского – врача, работающего с первым отрядом советских космонавтов. Оказываясь в центре конфликта между честью и совестью, между двумя любящими его женщинами, между духовной целостностью и научным долгом, герой делает выбор, который может стоить ему не только потери личного счастья, профессионального уважения, но и жизни.

А ТАКЖЕ В МОНТАЖНО-ТОНИРОВОЧНОМ ПЕРИОДЕ: 2-АССА-2, 45 сантиметров, Адмирал Колчак, Амулет, Анна Каренина, Антикиллер Данилы Корецкого, Антониона обернулась, Артефакт, Багровый цвет снегопада, Без вины виноватые, Биржа невидимости, Блюз-кафе!, Божья мать в кровавых слезах, Браво, Лауренсия!, Братья Карамзовы, Бес Пор Но, Васья, В июне 41-го, В поисках т.А.Т.У, Ведьмын век, Вероника больше не придет, Властимир, Возьми меня с собой, Волки, Девочка, Второе дыхание, Гитлер, капут!, Господа офицеры (Спаси Императора), Государь, Дважды в одну реку, Двое под дождем, День Д, День рождения Алисы, Дикое поле, До первой крови (рабочее название Следопыты), Догнать брюнетку, Дом Солнца, Домовой, Дряная девчонка, Европа-Азия, Егорино горе, Живи и помни, Закрытые пространства, Золотой ключик, Иванов, И один в поле воин (Предприниматель), Кавказский пленный, Как же тебе повезло, Калейдоскоп, Каменная башка, Кандагар, Кислород, Князь Меньшиков, Колчак, Красный жемчуг любви, Крепость, Кровавые узы, Лера, Летит, Летнее безумие, Лучшее время года, Любовь,ру, Мальтийский крест, Маша, Мария, Мика и Альфред, Мираж, Мишень, Младший, Мырма, Мясной поезд, На память о пережитых страхах (Приоритет), На свете живут добрые, хорошие люди, Наследники, Невинные создания, Непобедимый, Неуд по любви, Никто не знает про секс 2, Никто, кроме нас..., Нирвана, Новая земля, Новогодние подарки, Ночь закрытых дверей, Обитаемый остров. Фильм Второй, Однажды в провинции, Огни притона, О, голубка моя!, Открытое пространство, Откуда берутся дети, Отцы и дети, Очень русское кино, Парадокс, Парни с MarZ'a, Песни южных морей, Платон, Плюс один, Поколение «Пи», Полет фантазии, Похождения бравого солдата Швейка, Поцелуй паших ангелов, Приключения доисторического мальчика, Продается вишневый сад, дом, Проклятый рай 2, Пророк: миссия пятого ангела, Путь, Реальный папа, Рожденный в СССР, Розыгрыш, Рыжий пес, Сезон дождей, Сезон туманов, Сердце врага, Смерть XXI, Стиляги, Соня, С.С.Д., Тарас Бульба. Запорожская сечь, Трасса М-8, Трудно быть Богом, Тюльпан, Тяжелый песок, Хиромант 2, Человек, который знал все, Черные следопыты, Шультес, Я – не я



КИНОПУТЕШЕСТВИЕ В ЭКСТРЕМАЛЬНЫХ УСЛОВИЯХ

«Я думал об этом фильме на протяжении сорока лет», – признается мэтр отечественного кинематографа Станислав Говорухин, удобно расположившись за режиссерским пультом в 10-м павильоне «Мосфильма». Здесь проходит последний съемочный день его новой ленты «Пассажирка». После чего команде предстоит лишь трехдневная экспедиция в Санкт-Петербург. Конечно, впереди еще долгий процесс монтажа, озвучания, подготовки к премьере – фильм выйдет на экраны не раньше чем через восемь месяцев. И все же самое сложное уже позади. Время подводить промежуточные итоги. | **Елизавета Сезонова** |

В перерывах между дублями, пока актеров и декорации готовят к очередным испытаниям, я решаюсь поговорить с режиссером.

Станислав Сергеевич, ваши последние картины («Благословите женщину», «Не хлебом единым», «Артистка») рассказывают о непростых судьбах сильных духом женщин. «Пассажирка» очевидно из этого же ряда. С чем связано обращение к «женской» теме?

Сегодня я раздаю долги. Я достаточно снимал о мужчинах, чувствую, что пора заплатить дань и прекрасной половине человечества. Мне интересно снимать про

любовь, добро, романтику. Да и возраст такой – потянуло.

Расскажите о сценарии и о том, как шла работа над картиной.

Фильм снимается по одноименной повести замечательного писателя К.М. Станюковича. Сценарий написан мной в соавторстве с Сергеем Ашкенази. Эту историю я задумал еще сорок лет назад, в 1969 году, но, к сожалению, по разным причинам, прежде всего идеологического и финансового характера, только теперь смог осуществить свой замысел.

Вот уже два года мы работаем над картиной: снимали в Ялте, месяц в Ат-

лантике, на Канарах, полтора месяца работаем здесь, в павильоне. Съемки идут непросто, не хватает финансирования, и потом – не хочется делать картину спустя рукава. В перерыве съемок «Пассажирки» я, правда, умудрился снять «Артистку». (*Говорухин лукаво подмигивает сидящей рядом актрисе Ирине Пеговой*). Но то была легкая, смешная картина. Этот фильм, несмотря на центральную женскую роль и любовные перипетии, которые всегда естественны там, где речь идет о женщине, этот фильм о русском флоте – чести и доблести офицеров, о вере, духовной стойкости... В общем, о вечном.

Как вы думаете, «фильм о вечном» будет пользоваться успехом у сегодняшнего зрителя?

Нет, не будет. Но я и не рассчитываю на этого зрителя. Этой публике будет гораздо интереснее посмотреть любой блокбастер – наш или зарубежный. Вы знаете, что любой мой фильм проваливается в прокате? Взять хотя бы «Артистку». Картину посмотрело всего двести тысяч зрителей, и это при 250 копиях. Тот зритель, что покупает сегодня билеты в кино, жует попкорн и разговаривает по телефону во время просмотра, конечно, не оценит картину. Но, повторяю, я и не жду этого. Поколение тридцатилетних не знает, кто такой Станюкович, зато знает, кто такой Минаев. Ну, что я могу с этим поделать? Мои зрители – а это миллионы людей – увидят и полюбят картину, но, к сожалению, только по телевидению или на DVD.

И все же когда ожидается выход фильма на экраны?

Вот когда найдем деньги на завершение, тогда и закончим. Все ведь всегда упирается в деньги, особенно когда приходится иметь дело с непорядочными людьми, да что там, попросту с мошенниками! Вот, например, вышла неприятная история с «Артисткой»: мы продали

фильм для DVD компании «VOX-видео» и они до сих пор не выплатили деньги! Как снимать в таких условиях?..

Говорухин закуривает трубку и хмуро смотрит в пустой экран монитора.

Пока режиссер беседует со мной, съемочная группа не дремлет – идет подготовка к съемкам шторма. Несколько человек с разных сторон раскачивают декорацию каюты, репетируя бурю. В резервуары, установленные над каютой, заливают горячую воду: ее потоки должны будут хлынуть в иллюминаторы, и актрисам, видимо, предстоит как следует промокнуть. На помосты, ведущие к каюте, посторонних не пускают, и увидеть обстановку удастся лишь краем глаза. Пронирливые журналисты решают посмотреть сцену, а точнее то, как актрис будут «топить», с балкона, но бдительный техник по безопасности тут же их оттуда выпроваживает. Приходится довольствоваться малым – открытой дверью каюты, в которой видны мелькания белых сорочек героинь. Пассажирка и ее горничная готовятся ко сну, как вдруг начинается шторм...

История двух русских девушек, возвращающихся на родину из Америки, начинается в 1882 году в Сан-Франциско. Здесь Вера Сергеевна (актриса Анна Горшкова) упрашивает капитана военного судна перевезти ее через Атлантику. Потеряв мужа, женщина намеревается вернуться в Россию и начать там новую жизнь. Капитан дает согласие весьма неохотно, и пассажирка вместе с горничной Аннушкой (Ирина Пегова) поднимаются на борт корабля. Присутствие двух молодых и очаровательных женщин будоражит команду клипера «Смелый»: офицерский состав ухаживает за Верой Сергеевной, матросы ухлестывают за Аннушкой. Особенно горяча кровь у двух мичманов, соперничающих за сердце прекрасной Веры Сергеевны. Соперничество, как и положено, приводит к ссоре. Вот и говори потом, что приметя «женщина на корабле – к беде» все-

го лишь суеверие. В Гонконге, именно сюда держал путь «Смелый», пассажирки сходят на берег. Их история еще не завершена – нам предстоит увидеть Веру Сергеевну и Аннушку в России, к слову, там будет и страстный мичман Цветков. Остается только гадать, сложится ли счастливо любовная история в «Пассажирке» – члены съемочной группы молчат, подобно молодоговардейцам на допросе.

Анна Горшкова и Ирина Пегова настраиваются на эпизод: сейчас для них в самом деле разыгрывается шторм. В легких пеньюарах они заходят в каюту. «Внимание, тишина!» – осыпшим голосом кричит второй режиссер Дарья Шумакова. По команде начинают раскачивать декорацию, и девушек шатает из стороны в сторону. Внезапно на них обрушивается лавина воды – выглядит натурально. Белые ночные рубашки так плотно прилипли к телу, что не оставили простора для воображения: насквозь вымокшим актрисам даже играть ничего не нужно – испуг неподдельный.

Как только раздается команда «Снято!», к актрисам тут же бросаются помощники с пледами и одеждой. Срочно переодеваться! Рядом дежурит врач: Анна Горшкова снимается с температурой, да еще и травму производственную заработала, ударившись во время съемки шторма. После такой экзекуции ни на какие вопросы она, естественно, отвечать не может и удаляется в гримерную сохнуть и ждать второго дубля. Ирина Пегова, напротив, выглядит бодрой и весело смеется, обсуждая с Говорухиным отснятую сцену. Ее настойчиво пытаются проводить в актерскую, укутывают в одеяло, но Ирина поглощена эмоциями.

Как ваше самочувствие после такой сцены?

Прекрасное! Это же здорово – так искупаться! (Ирина заразительно смеется, выжимая косу.) Меня не пугают такие сцены, я им даже рада. У меня в



Исполнительница главной роли Анна Горшкова

этой роли не много экстремального было: не топили, не душили. Правда, пришлось однажды падать, отделалась синяками. Но такова профессия. Ане больше досталось.

Съемки практически подошли к концу, каково ваше впечатление от работы и роли?

У меня это последний съемочный день, и даже жалко, что так. Сниматься было очень интересно и... душевно. Не буду говорить, что замечательный режиссер, актеры, вся команда. Просто редко когда все это совпадает, когда хорошие люди объединяются для работы над хорошим фильмом. Романтическая история, добрая, светлая – что еще нужно для удовольствия! (С улыбчивой актрисой невозможно не согласиться, глядя, как она, промокшая, смело шагает по холодному павильону. – С.З.).

Мне кажется, у нас все получилось. Ну, знаете, так всем актерам кажется. Но и правда работать было легко, весело, хотя Станислав Сергеевич не из тех режиссеров, кто дает актерам поблажки. И съемки в прекрасных местах проходили: это же сказка – сниматься на Канарах! Так что, я надеюсь, зрители почувствуют атмосферу, которая царила на съемках, полюбят фильм. Пожелайте нам удачи!



Режиссер
Станислав
Говорухин

Я желаю и остаюсь за закрытой дверью: девушкам нужно прийти в себя перед повторной съемкой эпизода. От расспросов журналистов их бдительно оберегают. Да и вообще, они окружены едва ли не большей заботой, чем сам Говорухин. Поминутно оправляют Пеговой длиннющую накладную косу, поят чаем и восторженно говорят: «Гениально!» Оно и понятно – в таких условиях девушек нужно беречь и лелеять.

Пока прибирают каюту, режиссер объявляет обеденный перерыв. Однако никто не разбредается: наскоро перекусив в столовой, команда кружит по павильону. Второй режиссер ест на ходу, постоянно переговариваясь по радию с кем-то из членов группы. Кто-то прилеж на реквизитную оттоманку, штатный фотограф проверяет фотографии, сделанные сегодня, и негодует на техника по безопасности, который не разрешил забраться на помост. Потихоньку собирают реквизит, в старинные сундуки укладываются вазы, шкатулки, чашки – предметы, создающие атмосферу XIX века. Декорации начнут разбирать позже, возможно, еще придется что-нибудь срочно отснять в этом павильоне. Пока на площадке царит относительное спокойствие, я прогуливаюсь по декорациям. Вот большой задник с видом на южный город – светло-голубое небо, белоснежные здания. Натуру этого южного города снимали

близ Севастополя, в Балаклавской бухте, выстроив там за считанные дни маленький Гонконг. А на роль клипера «Смелый» был утвержден знаменитый корабль «Крузенштерн», что базируется сейчас в калининградском порту. Команда специалистов отделала судно так, чтобы его интерьеры полностью соответствовали режиссерской задумке. Потрудиться пришлось и над костюмами героев: жанр исторического кино требует внимательного отношения к любой мелочи. Костюмы главной героини получились роскошными, Анна Горшкова смотрится в них очень органично. Впрочем, актрисе к костюмированным съемкам не привыкать, ведь дебютировала она именно в историческом проекте – телесериале «Бедная Настя», в котором запомнилась зрителям как харизматичная злодейка из крепостных Полина. Напарница Анны Горшковой Ирина Пегова известна театрам как актриса мастерской Петра Фоменко, а любителям кино – по фильмам Алексея Учителя «Прогулка» и «Космос как предчувствие». Остальной состав и вовсе звездный: в картине заняты Алексей Баталов, Сергей Никоненко, Виктор Сухоруков, Марат Башаров, Роман Мадянов. Продюсером новой ленты кинокомпании «Вертикаль» выступает Екатерина Маскина.

Наконец перерыв заканчивается и готовятся снимать дубль. Каюта приведена в порядок, в резервуары вновь заливают горячую воду. В этот раз актрисы уже знают, чего ожидать. Перед началом Говорухин отдает последние команды: «Аня, ударься сильнее! Шторм все-таки». Анна послушно кивает. По команде «Мотор!» начинается съемка. Занимает она не более пяти минут, что несравнимо с временем, отведенным на подготовку площадки.

«Сняли!» Все собираются около режиссерского пульта, даже те, кому (например, журналистам) быть здесь вовсе не обязательно, и пытаются поверх голов увидеть только что отснятую сцену. Нареканий у Станислава Сергеевича нет.

КИНОДЕСАНТ «АМЕДИА»: «В ГОСТЯХ У \$KAZKI»

КОМПАНИЯ «АМЕДИА», САМАЯ КРУПНАЯ И УСПЕШНАЯ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ ПРОДЮСИРОВАНИЯ И ПРОИЗВОДСТВА ТЕЛЕПРОДУКЦИИ, ПОДАРИЛА ДОМОХОЗЯЙКАМ ТАКИЕ «МЫЛЬНЫЕ» ШЕДЕВРЫ, КАК «БЕДНАЯ НАСТЯ», «МОЯ ПРЕКРАСНАЯ НЯНЯ», «НЕ РОДИСЬ КРАСИВОЙ», «ТАТЬЯНИН ДЕНЬ» И ДР. РАЗМЯВ МЫШЦЫ НА РЕЙТИНГОВЫХ СЕРИАЛЬНЫХ БЛОКБАСТЕРАХ, «АМЕДИА» РЕШИЛА ОСВАИВАТЬ КИНОИНДУСТРИЮ. К КОНЦУ ГОДА ОНА ПРЕДСТАВИТ НА СУД ЗРИТЕЛЕЙ И КОЛЛЕГ ЦЕЛУЮ ОБОЙМУ МАСШТАБНЫХ ПРОЕКТОВ, СРЕДИ КОТОРЫХ ИРОНИЧЕСКАЯ КОМЕДИЯ «В ГОСТЯХ У \$KAZKI».

| **Евгения Маврина** |



Главный герой этой современной сказочной истории – 18-летний Илья Розов в исполнении дебютирующего в кино Никиты Преснякова. Он идет по жизни с открытым сердцем: устраивается уборщиком в «РайБанк» и быстро заводит друзей. Но вскоре молодого человека

Директор по кинопрокату ЗАО «АМЕДИА» Наталья Лазарева

МЫ НИ В КОЕМ СЛУЧАЕ НЕ ПОЗИЦИОНИРУЕМ «В ГОСТЯХ У \$KAZKI» КАК БЛОКБАСТЕР, НО ХОТИМ СДЕЛАТЬ ТАК, ЧТОБЫ СХОДИТЬ НА ЭТОТ ФИЛЬМ БЫЛО МОДНО, ЧТОБЫ ОН ЖИВО ОБСУЖДАЛСЯ В БЛОГАХ И СООБЩЕСТВАХ

увольняют из-за незначительной оплошности. Позже выясняется, что он взял в банке кредит и не собирается его воз-

вращать. Неужели Илья всего лишь харизматичный аферист? В таком случае истинно ли его чувство к супруге владельца банка, прекрасной Ярославе (Светлана Ходченкова), или он использует девушку для осуществления хитроумного плана мести ее мужу (Даниэль Ольбрыхский), повинному в гибели близких юноши?.. Сценарий для своей новой ленты написал режиссер Григорий Константинопольский («\$8 1/2», «Гипноз»). «В гостях у \$kazki» – его новая работа после восьмилетнего перерыва. Продюсером картины выступил Александр Аков, операторами на картине работали Леван Капанадзе и Антон Костромин. Помимо исполнителей главных ролей в кадре появятся Михаил Ефремов, Галина Польских, Константин Мурзенко, Павел Деревянко, Юрий Колокольников и др.

Подробностями о фильме и планами по его продвижению с нами поделилась директор по кинопрокату ЗАО «АМЕДИА» Наталья Лазарева.

Наталья, какими проектами сейчас занимается ваше подразделение и на каком этапе находится работа над фильмом «В гостях у \$kazki»?

Сейчас у нас в производстве сразу несколько проектов. На стадии препродакшна находятся детская страшилка «Однажды поздним вечером» и комедия «Приключения русских в Италии». Практически завершена работа над полнометражным 3D-мультфильмом Егора



Кончаловского «Кракатук», дату релиза которого мы перенесли из-за расхождения взглядов с дистрибьютором по вопросам позиционирования и выпуска картины. Появившееся время мы посвятили доработке и усовершенствованию проекта.

На стадии производства – анимационный фильм «Первый отряд» о пионерах – героях Великой Отечественной войны, выполненный в традиционной японской технике аниме. Идея и сюжет принадлежат отечественным креаторам, а рисуется все в Японии классиками этого снискавшего популярность во всем мире жанра. Что касается фильма «В гостях у \$kazki» (к слову, это рабочее название, но оно скорее

Актеры Светлана Ходченкова и Никита Пресняков в фильме «В гостях у \$kazki»

НА СЕГОДНЯШНИЙ ДЕНЬ ИМЕННО ИНТЕРНЕТ-АУДИТОРИЯ ВЛИЯЕТ НА ВЫБОР, КУДА ПОЙТИ, ЧТО ПОСМОТРЕТЬ

Кадр из фильма «В гостях у \$kazki»



всего и останется), большая часть материала уже снята и полным ходом идет работа мастеров компьютерной графики.

Отмечу, что в прокат все названные проекты выйдут осенью–зимой этого года.

«В гостях у \$kazki», насколько я понимаю, современная молодежная история. Какие инструменты вы будете использовать для ее продвижения?

Фильм действительно скорее молодежный и рассчитан на постоянную кинотеатральную аудиторию – зрителей от 16 до 25 лет. Ведь именно они, как известно, являются основными потребителями кино и наиболее пристально следят за новинками.

Мы ни в коем случае не позиционируем «В гостях у \$kazki» как блокбастер, но хотим сделать так, чтобы схо-

дить на этот фильм было модно, чтобы он живо обсуждался в блогах и сообществах. Словом, чтобы у него был хороший «сарафан». И, знаете, пока все к этому располагает. Это тот случай, когда авторское кино может стать коммерческим. Тем более что мы не выдаем желаемое за действительное. На том материале, который есть сейчас, уже можно сказать, что наш фильм будет ярким, красочным, с большим количеством спецэффектов и компьютерной графики. Картинка получается красивая, вдобавок мы сопроводим ее модной музыкой. При продвижении выделим несколько песен-хедлайнеров и снимем на них клипы. У нас даже есть мысль предложить Никите Преснякову и его знаменитым деду и отцу записать совместный хит. Также мы приобрели авторские права на несколько очень известных старых ком-

позиций. Им будет дана вторая жизнь через ремиксы.

Основным нашим инструментом – если не останавливаться на таких обязательных элементах рекламной кампании, как радио и ТВ, – будет интернет-промоушн, причем не только через специализированные порталы, посвященные кино и гламуру. Не обойдем вниманием возможности периодической печати: создатели картины и актеры будут давать много интервью и появляться на обложках глянцевого изданий. Что касается рекламы непосредственно в кинотеатрах, мы попытаемся как можно раньше предоставить тизерные ролики, затем более развернутые трейлеры, а ближе к премьере будет обеспечен весь ассортимент полиграфической рекламной продукции – стенды, афиши, стаканы для попкорна и т.д.

А планируете ли вы выпуск ставшей традиционной сопутствующей продукции?

Да. Мы думаем выпустить компьютерную игру, книгу по сценарию фильма (Григорий Константинопольский либо выступит как автор, либо будет упомянут как автор идеи), рингтоны, JAVA-игры для мобильных телефонов, а также ювелирные украшения, ведь в ленте не обходится без золотого ключика.

Дистрибьютор фильма еще не определен?

Нет, но как только появятся нарисованные компьютерщиками эпизоды, то есть будет, что показать, начнутся переговоры с прокатчиками и представителями телеканалов.

Намереваетесь ли вы работать с региональными кинотеатрами? К примеру, проводить масштабные премьеры...

Мы присутствуем на Кинорынке и напрямую общаемся с кинотеатрами, ведь никто не знает о своем продукте больше и не может рассказать о нем лучше, чем производитель. Так что работу с кинотеатрами мы ведем, держим руку на пульсе. Громкие премьеры, правда, состоятся



Даниэль Ольбрыхский и Константин Мурзенко в комедии «В гостях у \$kazki»

лишь в Москве, Питере и паре городов-миллионников, куда реально можно будет вывезти членов съемочной группы.

Продвижение какой отечественной картины последнего времени вы считаете наиболее адекватным и грамотным?

В качестве ориентира я назвала бы работу с нестандартным для проката фильмом «Глянец». У него был очень удачный ки-арт и его сопровождало мощное интернет-продвижение, активное обсуждение в блогах. Я именно к этому стремилась бы. На сегодняшний день именно интернет-аудитория формирует общественное мнение и влияет на выбор, куда пойти, что посмотреть...

Кадр из фильма «В гостях у \$kazki»



АЛЕКСЕЙ УЧИТЕЛЬ: «Я ВЕРЮ, ЧТО ЭТА КАРТИНА НУЖНА ЗРИТЕЛЮ»

АЛЕКСЕЙ УЧИТЕЛЬ ИЗ ТЕХ РЕЖИССЕРОВ, ЧТО ПРИШЛИ В ИГРОВОЕ КИНО ИЗ ДОКУМЕНТАЛЬНОГО (ПЕРЕСТРОЕЧНОГО!). НО ТЕПЕРЬ ЕГО ИМЯ ТЕСНО СВЯЗАНО С ПЕРВЫМИ УСПЕХАМИ РОССИЙСКОГО КИНО 2000-Х: ЗРИТЕЛЬСКИЙ УСПЕХ «ПРОГУЛКИ» В 2003-М И ГЛАВНЫЙ ПРИЗ ДРАМЕ «КОСМОС КАК ПРЕДЧУВСТВИЕ» НА ММКФ В 2005-М. УЧИТЕЛЬ СНИМАЕТ И ПРОДЮСИРУЕТ КАРТИНЫ, СОВМЕЩАЮЩИЕ В СЕБЕ АВТОРСКОЕ НАЧАЛО И ОТКРЫТОСТЬ ШИРОКОМУ ЗРИТЕЛЮ. МЫ ВСТРЕТИЛИСЬ В КОНЦЕ МОНТАЖНО-ТОНИРОВОЧНОГО ПЕРИОДА ЕГО НОВОГО ФИЛЬМА «ПЛЕННЫЙ».

| **Сергей Сычев** |



Режиссер,
продюсер
Алексей
Учитель

Когда заходит речь о продвижении фильма, часто возникают споры о том, какую роль в нем должен играть продюсер. Как вы для себя ее определяете?

Продюсер прежде всего должен сделать фильм, который заинтересует прокатчика. Я в этом смысле не совсем обычный продюсер: мне не так важно заработать фильмом много денег, которых нашей студии хватило бы на следующий. Моя цель всегда – создать интересное кино.

Но задача привлечения прокатчика все равно имеет огромное значение, иначе зритель просто не увидит фильм. И к ее решению ведут разные пути. Я всегда пытаюсь заинтриговать, стараюсь

не показывать недоделанную картину, в крайнем случае, предлагаю только рекламный ролик. Следует оговориться, что рекламный ролик сделан в зрительской манере и не всегда полностью совпадает с тем, что в конечном итоге будет в картине. В случае с моим новым фильмом «Пленный», например, в ролике много войны, стрельбы, погонь, хотя в самой картине этого не так уж и много.

В какой стадии находится работа над «Пленным»?

Совсем недавно был закончен полный цикл производства фильма, напечатаны первые копии. В ближайшем будущем мы покажем кино прокатчикам. А дальше уже вместе определим, каков его потенциал, и выстроим исходя из этого нашу рекламную кампанию.

«Пленный» – такой фильм, с выпуском которого не следует торопиться. Я считаю, что получилось фестивальное кино, которое, надеюсь, будет заявлено на крупных международных смотрах. Не важно даже, возьмет картина призы или нет, но ее название должно появиться на телевидении и стать узнаваемым. Это затратная часть рекламной кампании, которая играет важную имиджевую роль в раскрутке фильма.

На какие рекламные ресурсы, кроме фестивальной премьеры, вы также рассчитываете?

Важно, какой телеканал купит права на премьерный показ. Мы надеемся на

Первый канал, тем более что там очень креативно подходят к рекламной кампании. Это имеет большое значение и для прокатчика: при покупке прав на показ фильма одним из центральных каналов мы имеем право на определенное количество показов рекламных роликов (в качестве бонуса или оплаты). Сейчас, правда, ролик на ТВ не считается приоритетным рекламным средством. Больше упор делается на ролик, демонстрирующийся непосредственно в кинотеатрах, поскольку он рассчитан на аудиторию, которая реально ходит в кино. И выигрывает тот фильм, который начинает рекламироваться как можно раньше.

Начинать раскручивать фильм с самого начала съемок – насколько это затратно и эффективно?

Это и затратно, и эффективно. Если бы лично у меня, продюсера, были деньги, я снял бы, разумеется, ролик заранее, и не один. Но я не только продюсер, но и режиссер и сталкиваюсь с техническими трудностями: записать, смонтировать, напечатать копии, распространить их, соответственно, заключить ряд договоров – все это требует больших затрат времени, средств, творческого и технического потенциала.

Стоит ли строить кампанию вашего нового фильма на слогане: «Фильм от режиссера «Прогулки», которая стала действительно популярной картиной?»

Что-то вроде этого будет, конечно, но все же у «Пленного» другой характер. Это драма, не просто фильм о войне, а откровенный разговор о том, почему две нации, русские и чеченцы, могут быть сегодня друг к другу терпимы, а завтра готовы убивать. И это не проблема непосредственно чеченцев и русских. Понятно, что такое может случиться в любой точке земного шара. Поэтому писать: «Фильм от режиссера «Прогулки» – немало некорректно. Надо для ядра про-

движения выбрать другой тезис и его постепенно «раскручивать». Чем мы и начинаем заниматься. Сейчас надо выбрать конкретного прокатчика. Как только мы это сделаем, будем решать, какие шаги и в каком направлении делать.

Но ведь уже сейчас есть некоторая разбалансировка между роликом, в котором больше военного, и самим фильмом. Не считаете, что это введет многих в заблуждение?

Нет, мы никого не обманываем. Идея фильма четко прослеживается в ролике. В фильме и стреляют, и переживают. Мы должны показать, что в картине есть и то и другое. У «Пленного» так называемый

«ПЛЕННЫЙ» – ТАКОЙ ФИЛЬМ, С ВЫПУСКОМ КОТОРОГО НЕ СЛЕДУЕТ ТОРОПИТЬСЯ. Я СЧИТАЮ, ЧТО ПОЛУЧИЛОСЬ ФЕСТИВАЛЬНОЕ КИНО, КОТОРОЕ, НАДЕЮСЬ, БУДЕТ ЗАЯВЛЕНО НА КРУПНЫХ МЕЖДУНАРОДНЫХ СМОТРАХ

«оскарковский» потенциал: в нем заложена идея о том, что война идет внутри нас. И в этом смысле лента будет не столько экшном, сколько размышлением на тему.

В рассказе Владимира Маканина «Кавказский пленный», по которому вы снимали, есть гомосексуальная тема. Можно ли использовать для продвижения фильма информационный фон, состоящий из сплетен на эту тему, образовавшийся в Интернете при обсуждении «Пленного»?

Какой-то дополнительный интерес это, наверное, придаст. Но я уже, если честно, устал от вопросов, связанных с гомосексуальной линией. Это далеко не главное в фильме, который действительно сделан по мотивам рассказа Маканина. Я не думаю, что кого-то эта тема оттолкнет, а кого-то по-настоящему привлечет. Мы существенно изменили сюжет: из маленького рассказа сделали довольно объемный сценарий, придумали много дополнительных линий, часть сцен была написана прямо по хо-



ду съемок. И Маканин относился к этому с пониманием. Он очень мудрый человек. Я боялся утратить в фильме его авторские идеи, а он совершенно правильно заметил, что скопировать под

Кадр из фильма «Пленный»

ДЛЯ МЕНЯ ПРИНЦИПИАЛЬНЫМ БЫЛО СНИМАТЬ НЕЗАСВЕЧЕННЫХ АКТЕРОВ. ЭТО НУЖНО ДЛЯ ТОГО, ЧТОБЫ ЗРИТЕЛЬ ПОЛНОСТЬЮ ПОВЕРИЛ В ПРЕДЛОЖЕННУЮ ЕМУ ИСТОРИЮ

кальку невозможно. Фильм – это совершенно другое произведение, не имеющее прямого отношения к рассказу.

А как быть с тем, что в фильме нет, как это принято сегодня говорить, медийных лиц?

Кадр из фильма «Пленный»



Для меня принципиальным было снимать незасвеченных актеров. Это нужно для того, чтобы зритель полностью поверил в предложенную ему историю. Любой кинопрокатчик скажет вам, что известные актеры на кассу не влияют. Для зрителей, которые постоянно ходят в кино, важна прежде всего история и то, как она развивается. Для телевизионного проката – наоборот.

Сейчас большое внимание уделяется киноплакату. Каким он будет у вашего фильма?

Сразу по завершении съемок мы обратились к нескольким компаниям, которые предоставили нам эскизы плакатов. Один из вариантов мы уже утвердили. Он не совсем нравится прокатчикам, они считают его слишком фестивальным. Но они также понимают, что по форме он соответствует фильму и должен работать. Есть уже и большие билборды несколько иного содержания. Но это уже выбор прокатчиков и кинотеатров, мы им предоставляем фотографический материал, и они вправе выбрать то, что им по вкусу.

Вы считаете, что название «Пленный» больше подходит для проката, чем «Кавказский пленный»?

Уже был «Кавказский пленник» – фильм Сергея Бодрова. Но причина даже не в этом. Первоначальное название отсылает к какому-то одному персонажу. Мы же хотели ориентировать зрителя на то, что «пленными» являются все герои, не важно, на чьей стороне они воюют. И потом, односложное название, мне кажется, звучит лучше.

На сколько копий вы рассчитываете и какой рекламный бюджет готовы предложить прокатчику?

Естественно, я хотел бы 1000 копий, но их, к сожалению, не будет. Хорошо, если около 300. А рекламный бюджет нужно еще рассчитывать, необходимо учесть все факторы. Но бюджет, конечно, должен быть серьезным, не менее двух миллионов долларов.

Александр Збруев и Людмила Марченко
в фильме «Мой младший брат»

В ПОИСКАХ ЗЕРКАЛ: РЕПЕРТУАРНАЯ ПОЛИТИКА В СОВЕТСКОМ КИНОПРОКАТЕ

РЕПЕРТУАРНАЯ ПОЛИТИКА – БЕЗ ПРЕУВЕЛИЧЕНИЯ СЛОЖНАЯ НАУКА. В СОВЕТСКОЕ ВРЕМЯ ОСОБЕННО. ПОМИМО ВЫСОКИХ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ КАЧЕСТВ И ЗРЕЛИЩНОСТИ ОТ ФИЛЬМА В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ ТРЕБОВАЛОСЬ ПОЛНОЕ СООТВЕТСТВИЕ ИДЕОЛОГИЧЕСКИМ НОРМАМ. ПРЯМО КАК В РУССКОЙ ПОСЛОВИЦЕ: И ЧЕСТЬ СОБЛЮСТИ, И КАПИТАЛ ПРИОБРЕСТИ... |**Михаил Фридман**|

КИНО ДЛЯ ВСЕХ И НЕ ДЛЯ ВСЕХ

Советская власть умела считать народные деньги. На производство фильма отпускался определенный бюджет, утвержденный правительственными документами, и если вдруг руководство студии находило нужным увеличить его, оно вынуждено было получить на это высокое согласие. И лишь когда готовый фильм не отвечал идеологическим нормам, власть не мелочилась и не считала народные денежки – спокойно клала такую ленту на полку, списывая затраты в корзину. Но не надо думать, что власть не интересовалась коммерческой составляющей кинопроизвод-

ства. Идеология идеологией, а прибыль кинематограф обязан был приносить. Поэтому серьезной заботой была репертуарная политика в кино.

Невольно вспоминается, как нам тогда приходилось останавливать работу над очередным номером журнала в ожидании утвержденного где-то наверху (скорее всего в отделе кино ЦК КПСС) и окончательно сверстанного репертуарного плана. Вмешивались разные обстоятельства: партийные съезды, пленумы (разумеется, внеочередные), правительственные перестановки (тоже спонтанные), надвигающиеся даты и т.д. Иногда запланированно-

му выходу на экран мешало, скажем так, недостойное поведение одного из авторов фильма – сказал что-то не то «вражескому голосу» или печатному изданию. Или, того страшней, покинул социалистический рай и рванул на чужие кисельные берега. Фильм этого «врага народа» чаще всего придерживался в запасе и выпускался спустя некоторое время, когда рана

КОПИИ ИДЕОЛОГИЧЕСКИ ВЫДЕРЖАННЫХ И ЗРЕЛИЩНЫХ ФИЛЬМОВ ПЕЧАТАЛИСЬ В БОЛЬШИХ КОЛИЧЕСТВАХ, ОНИ ШЛИ ПО ВСЕЙ СТРАНЕ В ЛУЧШИХ КИНОТЕАТРАХ. КОГДА НАЧАЛЬСТВО ИНТУИТИВНО УГАДЫВАЛО, ЧТО НОВЫЙ ФИЛЬМ – ЭТО «ФИЛЬМ НЕ ДЛЯ ВСЕХ»... КАРТИНУ ВЫПУСКАЛИ НЕ ПЕРВЫМ ЭКРАНОМ И НЕ В ОСНОВНЫХ КИНОТЕАТРАХ, А КОПИИ ПЕЧАТАЛИ ОДНУ-ДВЕ.

от нанесенной обиды слегка затягивалась. При этом в титрах картины фамилия перебежчика не указывалась. А пишущим рецензентам строго-настрою было приказано не помянуть ее всуе. И вот когда такие неожиданности случались, нам приходилось ждать утвержденного репертуара до последнего момента и напрягаться до предела, чтобы выпустить журнал в срок.

Копии идеологически выдержанных и зрелищных фильмов печатались в больших количествах, они шли по всей стране в лучших кинотеатрах. В тех же случаях, когда начальство интуитивно угадывало, что новый фильм – это «фильм не для всех», «фильм для избранных», ориентированный в первую очередь на интеллигенцию, картину выпускали не первым эк-

раном и не в основных кинотеатрах, а копии печатались в малых дозах, подчас одна-две. И в нашем журнале ему уделялось 10–20 строк, тогда как фильмам с высокими тиражами предоставлялись целые журнальные полосы.

Но несмотря на это, в количественных результатах проката случались неожиданности. О некоторых из них мы и расскажем.

РАЗ – КЛАССИК, ДВА – КЛАССИК

В самом начале 60-х, а точнее в 1962 году, в октябре, готовился выход на экраны нового фильма Сергея Герасимова «Люди и звери». Режиссер не нуждался в дополнительной рекламе. Имя одного из ведущих мастеров советского экрана, создателя таких лент, как «Семеро смелых», «Комсомольск», «Учитель», «Молодая гвардия», само по себе было привлекательным для зрителей. Тем более еще не остыло горячее впечатление от поставленной им по великому роману трилогии «Тихий Дон» (1957). Фильм продолжал идти по экранам, собирая призы и премии международных кинофестивалей – в Бельгии, Мексике, Чехословакии. И у нас помимо государственных наград, полученных трилогией, третья серия по опросу читателей журнала «Советский экран» в 1959 году была признана лучшим фильмом минувшего года.

Разумеется, «Люди и звери» были зараннее записаны в лидеры проката – Герасимов, сценарист и режиссер, умел доходчиво и внятно разговаривать со зрителями.



ЧЕЛОВЕК-АМФИБИЯ

авторы сценария АКИБА ГОЛЬБУРТ, АЛЕКСАНДР КСЕНОФОНТОВ, АЛЕКСЕЙ КАПЛЕР
режиссеры ГЕННАДИЙ КАЗАНСКИЙ, ВЛАДИМИР ЧЕБОТАРЕВ
оператор ЭДУАРД РОЗОВСКИЙ
композитор АНДРЕЙ ПЕТРОВ
в ролях: ВЛАДИМИР КОРЕНЕВ, АНАСТАСИЯ ВЕРТИНСКАЯ, МИХАИЛ КОЗАКОВ, НИКОЛАЙ СИМОНОВ, ВЛАДЛЕН ДАВЫДОВ, ЮРИЙ МЕДВЕДЕВ
«Ленфильм». 1962 г., 10 ч., цв.

За первый год проката фильм посмотрело 65,5 млн зрителей

И действительно, фильм смотрелся с интересом: люди не могли оставаться равнодушными к трагедии человека, который оказался в немецком плену, прошел испытания концентрационными лагерями, потом мыкался по чужим странам. Фильм кончался благополучно: Алексей Павлов возвращался на Родину и она принимала блудного не по своей вине сына.

С нетерпением, особенно в молодежной среде, ожидался выход на экраны фильма, снятого по повести «Звездный билет» молодого писателя Василия Аксенова – кумира молодежи тех лет. За ее экранизацию взялся не менее известный, чем Герасимов, режиссер Александр Зархи, один из создателей поистине классических советских кинолент «Депутат Балтики», «Член правительства» (в соавторстве с Иосифом Хейфицем) и народно любимой «Высоты». В начальственных кругах кисло смотрели на желание живого классика перенести на экран произведение Аксенова, уж больно подозрительным казался им молодой автор. Сын врагов народа (правда, отец и мать реабилитированы после XX съезда), вольнодумец, пишущий на манер Хэмингуэя и Ремарка, позволяющий себе вольности непристойного характера. Не случайно на встрече с творческой интеллигенцией в Кремле сам Никита Сергеевич набросился на Аксенова (сначала, как было ему свойственно, перепутав писателя с художником Илларионом Голицыным). Да и повесть была подозрительна: юношам, только что закончившим школу, надоело слушать правильные речи старших и они впервые без взрослого присмотра отправились в Таллин. Не в Калугу, не, на худой конец, в Сочи, а в Прибалтику – хотя и советский, но Запад.

Составители же репертуара со спокойной душой поставили эту картину в противовес фильму «Люди и звери» – фильм посмотрело 23 млн зрителей.

Но неожиданностью стала лента, которую поставили почти последним номером в месячном репертуаре: ей дали низкую категорию и ограниченное количество ко-

пий – уж очень она казалась беспомощной по режиссуре, сценарию (даже брошенный на спасение опытнейший Алексей Каплер не помог). На фильм, как пираньи, набросились критики, громя его за пошлость, кинематографическую безграмотность, за лица героев, наделенные какой-то фантастической, «не нашей» красотой. А зритель плевать хотел на умных рецензентов, валом валил в кинотеатры: девушки упивались красотой Ихтиандра в исполнении Владимира Коренева – стройного юноши с голубыми глазами, а все мужское население поголовно влюбилось в хрупкую, нежную, с раскосыми глазами семнадцатилетнюю Анастасию Вертинскую, сыгравшую Гуттиэре – любимую девушку человека-амфибии.

НЕОЖИДАННОСТЬЮ СТАЛА ЛЕНТА, КОТОРУЮ ПОСТАВИЛИ ПОЧТИ ПОСЛЕДНИМ НОМЕРОМ В МЕСЯЧНОМ РЕПЕРТУАРЕ. ЕЙ ДАЛИ НИЗКУЮ КАТЕГОРИЮ И ОГРАНИЧЕННОЕ КОЛИЧЕСТВО КОПИЙ – УЖ ОЧЕНЬ ОНА КАЗАЛСЯ БЕСПОМОЩНОЙ ПО РЕЖИССУРЕ, СЦЕНАРИЮ...

За первый год показа фильм увидело рекордное число зрителей – 66,4 млн, он занял первое место в прокате. Кстати, чиновники пересмотрели свой вердикт, при своих «Человеку-амфибии» высокую категорию и увеличили количество копий.

«НАМ СТОЛЕТЬЕ НЕ ПРЕГРАДА»

Как ни покажется смешно, но песня «Лада» была временно запрещена. Случилось это накануне 100-летия со дня рождения Ленина. Потому что там были такие слова: «Нам столетья не преграда». Звучало, как «столетье не преграда». Не трудно представить, что и кинорепертуар 1970 года тоже был выдержан в юбилейном духе. Из запасников вытащили классические фильмы – «Ленин в Октябре», «Ленин в 1918 году», «Человек с ружьем». Первым экраном шли новые, снятые к 100-летию, «Кремлевские куранты», «На пути к Ленину», «Любовь Яровая». Чуть разнообразнее выглядел репертуар кинотеатров сле-

дующего года, хотя инерция юбилейных усилий кинематографистов сказывалась. Явно на этой волне был снят фильм «Офицеры», в аннотации которого говорилось, что на судьбе двух друзей-офицеров прослеживается героическая история Советской страны. Картина не произвела впечатления на репертуарную комиссию: по-

РАЗУМЕЕТСЯ, ФИЛЬМ ГАЙДАЯ НЕ МОГ ПРОВАЛИТЬСЯ В ПРОКАТЕ, НО СОБРАЛ 39,3 МЛН ЗРИТЕЛЕЙ, В ТО ВРЕМЯ КАК «ОФИЦЕРЫ» – 53,4. И СТОИТ ЛИ ГОВОРИТЬ, ЧТО СЕГОДНЯ ЭТОТ ФИЛЬМ ПО ПРАВУ СЧИТАЕТСЯ КУЛЬТОВЫМ

казалась затянутой, вялой в монтаже да и слегка примитивной. Правда, привлекала игра Георгия Юматова и Василия Ланового, имя писателя Бориса Васильева (уже была опубликована его прекрасная повесть «А зори здесь тихие...») да и общий патристический настрой ленты. А смущала не очень уверенная режиссура. К тому же вспомнили, что режиссер Владимир Роговой печально известен комедией о войне «Годен к нестроевой», которую критики усердно разгромили. Правда, кто-то напомнил членам комиссии, что при этом фильм собрал 28 млн зрителей, значительно переплюнув сборы таких комедий, как «Я шагаю по Москве», «Не горюй!», «Небесный тихоход», и таких серьезных лент, как «Начало» и даже «Обыкновенный фашизм».

Пожалуй, этот аргумент был серьезным. «Офицеров» поставили в репертуар

августа – не самый лучший месяц для авторов фильма. Еще в разгаре лето, пляжи, походы, отпуска – до кино ли людям. И чтоб не проваливать финансовый план, добавили в репертуар беспроигрышный вариант – «Двенадцать стульев» Леонида Гайдая. Известно, как умеет собирать зрителей этот удивительный режиссер. И хотя члены комиссии понимали, что новый фильм комедиографа уступает «Операции «Ы» и «Кавказской пленнице», не говоря уже о «Бриллиантовой руке», но все же нет более популярной в народе книги, чем «12 стульев». А Гайдай – всегда Гайдай.

Результаты проката были удивительными: разумеется, фильм Гайдая не мог провалиться в прокате, но собрал 39,3 млн зрителей, в то время как «Офицеры» – 53,4. И стоит ли говорить, что сегодня этот фильм по праву считается культовым.

НАШ ОТВЕТ ЧЕМБЕРЛЕНУ

Оглушительный успех мексиканской «Есени» в 1974 году поверг многих начальников кинопроизводства и репертуарных отделов в уныние. Добиться такого аншлага в 91 млн посетителей не удавалось ни одному отечественному фильму. Даже гайдаевские народные комедии со своими почти 77 млн уступали мелодраматической истории красавицы-цыганки. Не могу не вспомнить, как однажды во время московского МКФ 1975 года я познакомился по работе с молодым мексиканским



ОФИЦЕРЫ

авторы сценария
БОРИС ВАСИЛЬЕВ, КИРИЛЛ РАПОПОРТ
режиссер ВЛАДИМИР РОГОВОЙ
оператор МИХАИЛ КИРИЛЛОВ
композитор РАФАИЛ ХОЗАК
в ролях: ГЕОРГИЙ ЮМАТОВ, ВАСИЛИЙ ЛАНОВОЙ, АЛИНА ПОКРОВСКАЯ, АЛЕКСАНДР ВОЕВОДИН, НАТАЛЬЯ РЫЧАГОВА,
ВЛАДИМИР ДРУЖНИКОВ, ЕВГЕНИЙ ВЕСНИК, МУЗА КРЕПКОГОРСКАЯ
Киностудия имени М.Горького. 1971 г., ч/б, ш/з, 10 ч.
За год проката фильм посмотрело 53,4 млн зрителей

режиссером – он окончил ВГИК, хорошо говорил по-русски. И когда я, уверенный, что сделаю ему приятное, рассказал, какой успех имела у нас «Есения», то вдруг услышал: «Какая жалость. Я считал, что у вас зритель культурнее и выше...»

Многим хотелось переплюнуть успех мексиканцев. Не знаю, думал ли так Владимир Меньшов, снимая мелодраму «Москва слезам не верит», однако начальники от кино очень рассчитывали на это. И в первую очередь самый главный – председатель Госкино Филипп Ермаш, с первого просмотра влюбленный в эту ленту и горячо ее поддержавший. Она получила высшую категорию и самый большой тираж. Успех «Москвы...» давно известен, она получила «Оскара», любима и сегодня миллионами зрителей, однако до рекорда 91 млн зрителей не дотянула, набрав лишь 84,4.

Но «ответ Чемберлену» почти состоялся: в репертуаре того же года оказался фильм начинающего режиссера Бориса Дурова по сценарию Станислава Говорухина «Пираты XX века». Он не был осенен начальственным благорасположением, не получил ни высокой категории, ни большого тиража, но с 1980 года и по нынешний день является чемпионом советского проката – 87,6 млн зрителей. Это первый настоящий боевик в истории советского кино, может быть поэтому и получивший такое широкое признание у зрителей. Большую долю в этот успех привнесла игра

молодых, набиравших известность исполнителей – Николая Еременко (лучший актер 1980 года по опросу журнала «Советский экран»), Талгата Нигматулина и опытного, популярного актера Петра Вельяминова. Однако для критиков «Пираты...» оказались той грушей, на которой они оттачивали свои удары-рецензии. Фантастический успех, писали они, не есть доказательство высокого качества фильма. Досталось и главному герою, сыгранному Еременко, который, по их мнению, никакой не комсомолец, а скорее Супермен...

БОЕВИК «ПИРАТЫ XX ВЕКА» НЕ БЫЛ ОСЕНЕН НАЧАЛЬСТВЕННЫМ БЛАГОРАСПОЛОЖЕНИЕМ, НЕ ПОЛУЧИЛ НИ ВЫСОКОЙ КАТЕГОРИИ, НИ БОЛЬШОГО ТИРАЖА, НО С 1980 ГОДА И ПО НЫНЕШНИЙ ДЕНЬ ЯВЛЯЕТСЯ ЧЕМПИОНОМ СОВЕТСКОГО ПРОКАТА – 87,6 МЛН ЗРИТЕЛЕЙ

Времена меняются и расставляют все по своим местам. Незадолго до своей кончины замечательный кинокритик Виктор Демин написал: «Помню, мы, критики, крутили носом от «Пиратов XX века» и «Москва слезам не верит», а ведь это были отечественные кассовые рекорды, под сто миллионов посещений. О подобном сегодня и не мечтаем! Но настоящее кино – это то, что имеет спрос, то, что реально подзаряжает экономической энергией аккумуляторы кинопроцесса».

Сегодня, в век рыночной экономики, эти слова звучат очень актуально.

ПИРАТЫ XX ВЕКА

автор сценария
СТАНИСЛАВ ГОВОРУХИН
режиссер БОРИС ДУРОВ
оператор АЛЕКСАНДР РЫБИН
композитор ЕВГЕНИЙ ГЕВОРГЯН
в ролях: НИКОЛАЙ ЕРЕМЕНКО, ПЕТР ВЕЛЬЯМИНОВ,
ТАЛГАТ НИГМАТУЛИН, ВИКТОР ЖИГАНОВ, РЕЙНО АРЕН,
ДИЛОРОМ КАМБАРОВА, НАТАЛЬЯ ХАРАХОРИНА

Киностудия имени М.Горького, 1980 г., цв., ш/з, 9 ч.

*За год проката фильм посмотрело
87,6 млн зрителей*



МАРТ. ПРОТИВ ТЕЧЕНИЯ

| Лера Бахтина |

В условиях проката, ориентированного на блокбастеры (а другого типа проката у нас и нет), единственным шансом для картин, выходящих одновременно со спецэффектными и звездными хитами, остается контрпрограммирование. На языке кинобизнеса это означает высокоточную конкуренцию фильмов с учетом преимуществ и недостатков соперников. Если стартует боевик – на контррасте с ним не менее успешной в прокате может оказаться романтическая комедия. А если романтическая комедия – конкуренцию ей может составить триллер.

Примеров удачного старта одновременно с потенциальным лидером предостаточно. Вот американские: летом 2006 г. непобедимого Супермена не побоялась помощница главного редактора одного глянцевого журнала, и на следующей строке после лидера бокс-офиса экшна «Возвращение Супермена» оказалась мелодраматичная сатира «Дьявол носит Prada». Свежий пример – январский: одновременный старт боевика и пародии на голливудские блокбастеры оказался плодотворным для обеих картин – «Знакомство со спартанцами» собрало \$18,5 млн, а «Рэмбо 4» – \$18,2 млн.

Кстати, аксиому о том, что прокатное соседство «боевик и комедия» или «комедия и триллер» чрезвычайно продуктивно с точки зрения кассовых сборов, подтверждает и последний январский уикенд российского проката, в котором лидерами оказались пародия «Самый лучший фильм», триллер «Монстро» и боевик «Рэмбо 4».

Просмотрев афишу марта, мы нашли несколько фильмов, которые вполне могут составить конкуренцию потенциальным хитам каждой недели. Мы назвали их контрхитами.

6 марта, накануне весеннего и очень женского праздника, прокатчики зазывают зрителей на мелодрамы «Все могут короли» (российский ремейк «Римских каникул») и «Еще одна из рода Болейн» (историческое соперничество героинь Натали Портман и Скарлетт Йоханссон за сердце Генриха VIII). А мы обнаружили контрхиты для любителей боевиков и маленьких зрителей, для уставших от Гоши Куценко и соскучившихся по совместному семейному походу в кино.

13 марта основные ставки будут сделаны на новый фильм мастера фантастических экшенов Роланда Эммериха «10000 лет до н.э.», а мы предлагаем контрхит – детективную драму «В долине Эла».

20 марта будет уикендом семейных фэнтези – отечественного «Индиго» и голливудского «Спаيدرвика», а мы обращаем внимание на комедию «День радио» и мелодраму «27 свадеб».

27 марта будет отдано на откуп пародийному «Супергерою!», а мы предлагаем достать два альтернативных козыря – французскую мелодраму неустаревающего классика «Железнодорожный роман» и чисто британский детектив «Ограбление на Бейкер-стрит».

О прокатном потенциале контрхитов марта читайте на следующих семи страницах.





СТРИТРЕЙСЕРЫ

[Евгения Маврина]

КРИМИНАЛЬНЫЙ ЭКШН

6 МАРТА

авторы сценария

АНУШ ВАРДАНЯН,
АНДРЕЙ ЛИБЕНСОН

режиссер

ОЛЕГ ФЕСЕНКО

оператор

АРУНАС БАРАЗНАУСКАС

продюсеры

РУБЕН ДИШДИШЯН,
СЕРГЕЙ ДАНИЕЛЯН,
ЮРИЙ МОРОЗ

в ролях:

АЛЕКСЕЙ ЧАДОВ,
МАРИНА АЛЕКСАНДРОВА,
СТАНИСЛАВ БОНДАРЕНКО,
ЭЛЬВИРА БОЛГОВА,
АЛЕКСЕЙ ГУСЬКОВ,
ЛЕВ ПРЫГУНОВ И ДР.

Россия, 2008 г.
цв., 35 мм, Dolby, 1 час 43 мин.
русская премьера
6 марта 2008 г.
дистрибьютор
ЦЕНТРАЛ ПАРТНЕРШИП

Что происходит

Вернувшись из армии в родной Питер, Степан обнаруживает, что автомастерская его отца теперь принадлежит некоему Докеру. У этого человека две страсти – стритрейсинг, экстремальные ночные гонки по городу, и девушка Катя. Степа становится его конкурентом на обоих фронтах. Теперь он с теми, кто не мыслит жизни без адреналина от запредельных скоростей, запахов бензина и женовой резины. Для одних это просто хобби, для других – цель существования, а кто-то зарабатывает на этом огромные деньги...

Что интересного

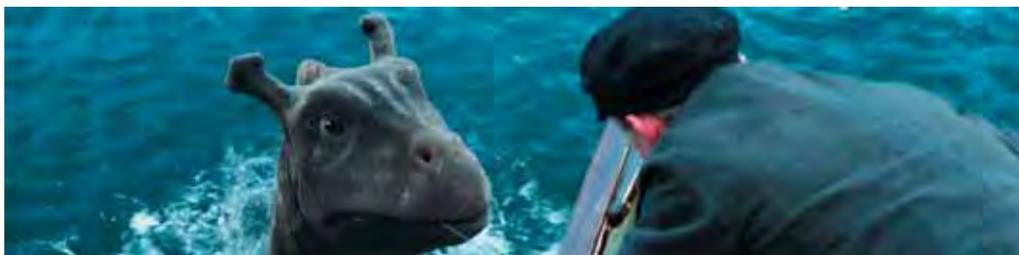
В российском кино стритрейсинг открывает богатейшие тематические (или, скорее, сюжетно-схематичные) и финансовые залежи. Ревя сотнями моторов, это нелегальное культурно-спортивное явление пронеслось по мировым экранам тремя «Форсажами» (2001, 2003, 2006) и собрало в общей сложности около \$600 млн. Еще одна скоростная автомобильная картина – «Угнать за 60 секунд» (2000) с Николасом Кейджем и Анджелиной Джоли – также снискала мировое признание, эквивалентное \$237 млн. Поистине, мужская любовь к четырехколесным железным коням не знает границ. А уж если в салоне расположилась симпатичная барышня!..

Продюсеры «Стритрейсеров» решили пойти по стопам голливудских коллег и сыграли на этой слабости. Они раскошались на тюнингованные «Toyota Celica», «Subaru RX», «Mazda RX-7», «Opel Calibra», «Mercedes 190» и ангажировали Марину Александрову. И даже позаботились о том, чтобы девушки не скучали на сеансе их картины, пригласив на роль Степана молодежного секс-символа Алексея Чадова. Детище одного из самых удивительных наших режиссеров Олега Фесенко, талант которого вырос из сериала «Кобра: Антитеррор» и дорос до «Ведьмы» (2006), сопроводили бесподобно креативным слоганом – «Бензин, резина, любовь» – и пускают в свободное плавание. Нет сомнений, что «Стритрейсеры», прибавив газу, обойдут на крутом выраже хит уикенда «Все могут короли».

Что с этим делать

При всей примитивности примет жанра ленты она по многим параметрам станет первопроходцем в отечественном кино. Прежде всего по сложности автомобильных трюков (а их здесь в изобилии) и сопряженным с ними трудностям самого съемочного процесса.

Молодая аудитория будет права, если переложению «Римских каникул» с Гошей Куценко предпочтет не примелькавшуюся свежесть дуэта Чадов – Александрова и редкую возможность видеть красивейшие в мире средства передвижения несущимися по просторным линиям Северной столицы. Окрестив «Стритрейсеров» «Форсажем» по-русски, вы не слукавите и привлечете ту аудиторию, которая мало знает о фильме.



МОЙ ДОМАШНИЙ ДИНОЗАВР

ПРИКЛЮЧЕНИЯ | Мария Колодина |

6 МАРТА

Что происходит

Шотландия, Вторая мировая война. 12-летний Ангус нашел на берегу залива большое странное яйцо, из которого вылупился детеныш морского коня – миниатюрное Лох-Несское чудовище. Уже через три дня питомец Ангуса вырастет в игривое приветливое существо величиною с дом. Тем временем в заливе начинается подготовка спецоперации по уничтожению немецких военных подводных лодок, и мальчику приходится отпустить своего большого друга далеко в открытое море.

Что интересного

Команда, создавшая «Моего домашнего динозавра», ранее уже имела неплохой опыт работы над картинами семейного жанра. Режиссер Джей Рассел в 1999 году снял фильм со схожим сюжетом – «Мой пес Скип», а сыгравший главного героя юный Алекс Этель в 2004-м снялся в английской рождественской картине «Миллионы». По произведению Дика Кинг-Смита, чья книга легла в основу сценария «Динозавра», в 1998 году был снят «Бэйб: поросенок в городе». А сценарист Роберт Нелсон Джейкобс в 2000-м отметился в работе над менее детским, но столь же простым и обаятельным «Шоколадом». То, что получилось у них в результате, чаще всего сравнивают с «Инопланетянином» (1982) Стивена Спилберга: вновь обычный ребенок подружился, а затем попрощался с необычным, странным, но дружелюбным созданием. «Мой домашний динозавр» в этом плане абсолютно не революционен: фильм снят в строгих рамках сюжетного шаблона – «мальчик и его домашний любимец» – и не примечателен особенными спецэффектами.

Что с этим делать

Прокатный потенциал «Моего домашнего динозавра» заключается, пожалуй, в смазливой мордочке мифического животного, афишу, игрушки и стенди с которым можно использовать как лучшую рекламу этой премьеры. Прелестное существо, на своих лапах неуклюже улепетывающее от бульдога, действительно способно покорить зрителя любого возраста. Но, к сожалению, трогательные погони занимают лишь малую часть растянутого почти на два часа фильма. По-видимому, для поддержания внимания родителей в сюжет введена ненавязчивая любовная линия: в треугольнике оказываются молодая вдова, мать Ангуса, и двое мужчин, попавших в гущу событий вокруг поселившегося в заливе чудовища. Что касается младшего поколения, то, несмотря на трафаретность фильма, «Динозавра» ребята примут у ура, и в первый уикенд месяца в российском прокате у картины не будет ни одного конкурента. Лишь 20 марта на экраны выйдет более зрелищный «Спайдервик: хроники», но к тому моменту у школьников уже начнутся весенние каникулы, во время которых приключений – добрых и бескровных – в кинотеатрах много не бывает.

авторы сценария

РОБЕРТ НЕЛСОН ДЖЕЙКОБС,
ДИК КИНГ-СМИТ

режиссер

ДЖЕЙ РАССЕЛ

оператор

ОЛИВЕР СТЭПЛТОН

композитор

ДЖЕЙМС НЬЮТОН ХАУАРД

продюсеры

РОБЕРТ БЕРНСТАЙН,
ЧАРЛИ ЛАЙОНС,
БАРРИ М. ОСБОРН,
ДУГЛАС РЭЙ

в ролях:

АЛЕКС ЭТЕЛЬ,
БРАЙАН КОКС,
ЭМИЛИ УОТСОН,
БЕН ЧАПЛИН,
ДЭВИД МОРРИССИ

США-Великобритания, 2007 г.
цв., 35 мм, Dolby Digital,
1 час 51 мин.
мировая премьера
25 декабря 2007 г.
русская премьера
6 марта 2008 г.
дистрибьютор
BVS PR

узнать о фильме:

Официальный сайт (англ.):
www.thewaterhorse.com
Страница фильма в IMDb:
www.imdb.com/title/tt0760329



В ДОЛИНЕ ЭЛА

| Евгения Маврина |

ДЕТЕКТИВНАЯ ДРАМА

13 МАРТА

авторы сценария

ПОЛ ХАГГИС,
МАКС БОАЛ

режиссер

ПОЛ ХАГГИС

оператор

РОДЖЕР ДИКИНС

композитор

МАРК ИШАМ

продюсеры

ЛОУРЕНС БЕКСИ,
ДАРЛЕН КААМАНО,
ЭМИЛИО ДИЕС БАРРОСО

в ролях:

ТОММИ ЛИ ДЖОНС,
ШАРЛИЗ ТЕРОН,
ДЖЕЙСОН ПАТРИК,
СЬЮЗАН САРАНДОН,
ДЖЕЙМС ФРАНКО И ДР.

США, 2007 г.
цв., 35 мм, Dolby, 2 часа 4 мин.
мировая премьера
1 сентября 2007 г.
российская премьера
13 марта 2008 г.
дистрибьютор
ВЕСТ

узнать о фильме:

Официальный сайт фильма (англ.):
www.inthevalleyofelah.com
Страница фильма в IMDb:
www.imdb.com/title/tt0478134

Что происходит

Сын Хэнка Дирфилда, ветерана Вьетнама, исчезает через считанные дни по возвращении из Ирака. В его части это расценивают как самовольную отлучку и начинают следствие. Посоветовавшись с супругой, отец «дезертира», не склонный доверять официальной версии, решает провести собственное расследование. На помощь Хэнку приходит детектив Эмили Сандерс. В процессе поисков Хэнку предстоит узнать ужасную правду о сыне и пройти нелегкий путь переоценки ценностей.

Что интересного

Пол Хаггис стал триумфатором оscarовской церемонии 2006 г.: его велеречивая и патетичная драма «Столкновение» неожиданно для всех получила три статуэтки, в том числе за лучший фильм и оригинальный сценарий. До этого Хаггис успел отметиться сценариями для фаворита «Оскара»-2005 – ленты Клинта Иствуда «Малышка на миллион», его же диологии «Флаги наших отцов» и «Письма с Иводзимы», а также для последнего акта бондианы «Казино «Рояль».

Новая режиссерская работа Хаггиса, как почти все, что он делает, сколочена грубовато, но крепко – не расшатать. От нее так и пышет экзистенциальным пафосом, так и веет общечеловеческими проблемами. Отцы и дети, война и мир, живые и мертвые (ряд можно продолжать). И все это густо замешано на библейских аллюзиях разряда «лоп»: блудный сын, которому, правда, не суждено вернуться, битва Давида с Голиафом в долине Эла (в православном каноне – долина Дуба). И все бы хорошо: масштабы дарований Томми Ли Джонса и Шарлиз Терон позволяют достойно разыграть эту основанную на реальных событиях историю, такую понятную и щемящую. Когда бы не досадно неоправданное сужение диапазона киновысказывания, виной которому нарочитый, зашоренный патриотизм. Титрам предшествует эпизод молитвы героя Томми Ли Джонса, страстной надрывной молитвы... на флаг США.

Что с этим делать

Несмотря на лавры режиссера и участие в конкурсе Венецианского МКФ-2007, картина «В долине Эла» оказалась аутсайдером мировых бокс-офисов и на сегодняшний день собрала менее \$15 млн.

То небольшое, что могло бы привлечь российского зрителя в этой ленте, помимо актерского состава, – злободневность, размеренность и вдумчивость. Фэнтезийный блокбастер «Спайдервик», стартующий в эту же дату, такие качества не отличают. Но вряд ли это изменит расклад: битва фильмов за аудиторию поистине будет напоминать битву в долине Эла. Только с иным исходом.



ДЕНЬ РАДИО

| Елена Писарева |

КОМЕДИЯ

20 МАРТА

Что происходит

Посреди Японского моря без горячего застряло никудажное ржавое судно. На борту – три макаки и представители российского цирка. В это время в Москве очередной рабочий день «Как бы радио» обещает стать последним для всего творческого коллектива станции, если срочно не найдется повод для сенсации. Во имя спасения несчастная посудина объявляется затонувшим судном с сотней уникальных животных на борту. Экологическая катастрофа, международный конфликт! И пока катер ждет солярки, работники радиостанции все больше запутываются в собственном вранье.

Что интересного

Воодушевленный успехом экранизации спектакля «День выборов», «Квартет И» принял за съемки киноверсии своего популярнейшего шоу – «День радио». Спектакль был поставлен самими веселыми выпускниками эстрадного факультета ГИТИСа семь лет назад, и все это время, почти без рекламы (если не считать нескольких афиш), собирал полные залы ДК им. Зуева. В постановке «Квартет И» обобщил свой опыт работы на «Нашем радио» и воспользовался заведенными там знакомствами.

Насколько спектакль «День радио» не является изысканной драмой, настолько фильм «День радио» не является кино в высоком смысле этого слова. На сцене – это эстрадная зарисовка, а на экране – череда смешных эпизодов и гэгов. Как ни странно, своеобразный жанр экранизированного театрального фарса, судя по «Дню выборов», пришелся зрителям по вкусу. Еще большую ирреальность всему происходящему в фильме придают российские рок-звезды, выступающие с серьезным видом в самых несерьезных ролях. В «Дне радио» редких затонувших животных своими песнями поддерживают «Ленинград», «Би-2», «Мумий Тролль», «Несчастный случай», Николай Фоменко и другие.

Что с этим делать

В свое время Петр Беседин («КароПрокат»), работавший с фильмом «День выборов», сказал о картине: «Это деньги». То же самое можно повторить и о «Дне радио»: это деньги, полные залы и смеющиеся до слез зрители. На фоне жалкой малочисленности российских комедий «День радио» становится настоящим событием в прокате и благодаря «сарафанному радио», разносящему благодарные отзывы со дня выхода «Дня выборов», имеет все шансы превзойти успех первого фильма. В жанре комедии у нового творения «Квартета И» нет конкурентов не только в третий уикенд марта, но и в течение всего месяца.

авторы сценария

«КВАРТЕТ И»

режиссер

ДМИТРИЙ ДЬЯЧЕНКО

продюсеры

«КВАРТЕТ И»,
АЛЕКСАНДР ЦЕКАЛО

в ролях:

МИХАИЛ КОЗЫРЕВ,
ЛЕОНИД БАРАЦ,
РОСТИСЛАВ ХАИТ,
АЛЕКСАНДР ДЕМИДОВ,
КАМИЛЬ ЛАРИН,
ДМИТРИЙ МАРЬЯНОВ,
МАКСИМ ВИТОРГАН,
НОННА ГРИШАЕВА,
АННА КАСАТКИНА,
АМАЛИЯ МОРДВИНОВА,
ФЕДОР ДОБРОНРАВОВ,
АЛЕКСЕЙ ХАРДИКОВ,
МИХАИЛ БЕСКОРОВАЙНЫЙ

Россия, 2008 г.
цв., 35 мм, Dolby Digital,
1 час 40 мин.
русская премьера
20 марта 2008 г.
дистрибьютор
ЦЕНТРАЛ ПАРТНЕРШИП



27 СВАДЕБ

[Лера Бахтина]

РОМАНТИЧЕСКАЯ КОМЕДИЯ

20 МАРТА

автор сценария

АЛИН БРОШ МАККЕННА

режиссер

ЭНН ФЛЕТЧЕР

оператор

ПИТЕР ДЖЕЙМС

композитор

РЭНДИ ЭДЕЛЬМАН

продюсеры

ГАРИ БАРБЕР,
РОДЖЕР БЕРНБАУМ,
БЕКИ КРОСС ТРУЖИЛЬО

в ролях:

КЭТРИН ХЕЙГЛ,
ДЖЕЙМС МАРСДЕН,
ЭДВАРД БЕРНС,
МАЛИН АКЕРМАН,
ДЖУДИ ГРИР,
МОЛИК ПАНЧОЛИ И ДР.

США, 2008 г.
цв., 35 мм, DTS / Dolby Digital /
SDDS, 1 час 47 мин.
мировая премьера
9 января 2008 г.
российская премьера
20 марта 2008 г.
дистрибьютор
ФОКС / ГЕМИНИ

узнать о фильме:

Официальный сайт фильма (англ.):
www.27dressesthemovie.com
Страница фильма в IMDb:
imdb.com/title/tt0988595

Что происходит

Джейн можно назвать профессиональной подружкой невесты – она побывала в этой роли на 27 свадьбах. Она заботится о счастье других, и ее это вполне устраивает до тех пор, пока ее младшая сестра не становится невестой босса Джейн, в которого она была втайне влюблена...

Что интересного

С какой стороны ни посмотри на романтическую комедию «27 свадеб» (в оригинале «27 платьев») – с любой нарисуетса заманчивый образ фильма, который надо обязательно посмотреть. Пускай это всего лишь очередная романтическая комедия. Но ведь это комедия про свадьбы, которая стала самостоятельным жанром после британской «Четыре свадьбы и одни похороны» (1994).

Для одних манком будет сценарист Алин Брош МакКенна, написавшая сценарий к модной и громко обсуждавшейся пару лет назад мелодраматической сатире «Дьявол носит «Prada» (2006), а до того отметившаяся двумя романтическими комедиями «Законы привлекательности» (2004) и «Танго втроем» (1999). Кстати, именно заслуги сценариста указаны голливудскими дистрибьюторами первой строкой в афише картины.

Другим будет интересно посмотреть новый фильм режиссера Энн Флетчер. До 2006 года она была танцовщицей и хореографом почти в 40 фильмах, в некоторых снялась и как актриса, правда, имя ее могло быть не указано в титрах фильма или безлично обозначено – танцор, мама героя и т.п. А после первой же режиссерской работы «Шаг вперед», ставшей кассовым сюрпризом 2006 года (при бюджете \$12 млн эта мелодрама собрала \$115 млн в мировом прокате), Флетчер стала привлекательным объектом для продюсерских инвестиций. На этом настаивают уже российские дистрибьюторы.

Ну а сплачивает эту женскую команду актриса Кэтрин Хейгл, запомнившаяся зрителям тоже в романтической комедии – «Немножко беременна» (2007). Хейгл и в новой работе воплощает ставший в прошлом году неожиданно популярным тип героини – красавица, но немолодеющая, умница, но одинокая, состоявшаяся, но неустроенная.

Что с этим делать

Американский прокат картины, начавшийся 18 января, обнаружил несколько занятных фактов. Первый – «27 свадеб» отлично сработали, поставленные контрпрограммингом к «Монстро» (\$23 млн против \$40 млн триллера-катастрофы). Второй – 75% зрителей фильма Флетчер, согласно штатовским же экзит-пулам, были женщинами в возрасте около 25 лет. Все это – серьезные доводы, чтобы сделать ставку на «27 свадеб» в контрпрограмминге 20 марта – уикенде, щедром на фильмы для детей и их родителей.



ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫЙ РОМАН

МЕЛОДРАМА / ТРИЛЛЕР | Сергей Сычев |

27 МАРТА

Что происходит

Известная писательница работает над своим новым романом, полиция разыскивает сбежавшего из тюрьмы убийцу, молодая женщина просит незнакомца средних лет сыграть перед родителями роль ее жениха. Не ясно, кем в действительности являются эти люди. Сбрасываются маски, обнаруживается очередная скрытая правда, и ход событий полностью меняется.

Что интересного

Клод Лелуш уже почти полвека снимает фильмы о том, как мужчина и женщина стремятся найти друг друга и понять, что они на самом деле чувствуют. Каждый раз сложная композиция, флэшбеки, много музыки и обманных сюжетных поворотов. Когда в середине 1960-х на экранах всего мира появился фильм «Мужчина и женщина», критики и профессионалы кино спорили до изнеможения. Большинство из них утверждали, что он профанирует киноискусство и спекулирует на эмоциях публики. Главный французский киножурнал «Кайе дю синема» объявил картину «позором кино». Меньшинство, загадочно улыбаясь, вручило в ответ на эти претензии «Оскар» и «Золотую пальмовую ветвь» Лелушу, застолбив ему место среди «бессмертных». Но, что гораздо важнее, свой выбор сделали и зрители. Фильм стал одним из тех произведений, которое смотрели (или, по крайней мере, знают) все цивилизованные люди.

Ни один последующий фильм Лелуша не смог повторить успех «Мужчины и женщины», даже прямое продолжение – «Мужчина и женщина: двадцать лет спустя». В мире о творчестве Лелуша в целом знают только профессионалы и синефилы, его картины сложноваты для того, чтобы быть просто романтическими комедиями, и недостаточно напыщенны и претенциозны, чтобы считаться «интеллектуальным кино», архаусом. Однако во Франции каждый его новый фильм становится национальным блокбастером. Сниматься у него – честь для любой европейской звезды. В остальных странах прокатчики боятся рисковать и выпускают его фильмы ограниченными тиражами.

Что с этим делать

Если все же кто-то рискнет поставить в репертуар «Железнодорожный роман», то, во-первых, он сам получит удовольствие от просмотра действительно очень интересной и хорошо снятой картины, а во-вторых, при умелом подходе не останется без дивидендов. Фильм может хорошо идти на вечерних сеансах для любителей не слишком «попкорнового» формата. Страшный, но симпатичный интеллектуал Доминик Пиньон обязательно привлечет всю женскую часть аудитории, а триллинговые мотивы понравятся мужчинам, охочим до острых ощущений и после 8 марта уставших от потакания слезливым пристрастиям своих подруг.

автор сценария

ЭРВЕ ПИКАР

режиссер

КЛОД ЛЕЛУШ

оператор

ЖЕРАР ДЕ БАТИСТА

композитор

АЛЕКСАНДР ЖАФРЕЙ

продюсер

КЛОД ЛЕЛУШ

в ролях:

ДОМИНИК ПИНЬОН,

ФАННИ АРДАН,

ОДРИ ДАНА,

ЗИНЕДИН СУАЛЕМ,

МИРИАМ БУАЙЕ,

МИШЕЛЬ БЕРНЬЕ,

СИРИЛЬ ЭЛДЕН,

ЖИЛЬ ЛЕМЭР

Франция, 2007 г.
цв., 35 мм, Dolby Digital

1 час 43 мин.

мировая премьера

27 июня 2007 г.

русская премьера

27 марта 2008 г.

дистрибьютор

РУССКИЙ РЕПОРТАЖ

узнать о фильме:

Официальный сайт фильма

(фр., англ.):

www.lesfilms13.com/romandegare

Страница фильма в IMDb:

www.imdb.com/title/tt0898962



ОГРАБЛЕНИЕ НА БЕЙКЕР-СТРИТ

ТРИЛЛЕР | Мария Колодина |

27 МАРТА

авторы сценария

ДИК КЛЕМЕНТ,
ЙЕН ЛА ФРЕНАС

режиссер

РОДЖЕР ДОНАЛЬДСОН

оператор

МАЙКЛ КУЛТЕР

композитор

ДЖ. ПИТЕР РОБИНСОН

продюсеры

РАЙАН КЭВЭНА,
ДЭВИД ЭЛПЕР,
АЛАН ГЛЕЙЗЕР

в ролях:

ДЖЕЙСОН СТЭТХЭМ,
СЭФФРОН БЕРРОУЗ,
СТИВЕН КЭМПБЕЛЛ МУР,
ДЭНИЕЛ МЕЙС,
ДЖЕЙМС ФОЛКНЕР,
ДЭВИД СУШЕ

Великобритания, 2008 г.
цв., 35 мм, Dolby Digital,
1 час 51 мин.
мировая премьера
25 февраля 2008 г.
российская премьера
27 марта 2008 г.
дистрибьютор
TOP FILM DISTRIBUTION

узнать о фильме:

Официальный сайт (англ.):
www.bankjobmovie.co.uk
Страница фильма в IMDb:
www.imdb.com/title/tt0200465

Что происходит

Терри решает забыть о своих криминальных похождениях, жениться и начать новую жизнь. Но когда бывшая соседка Мартина предлагает ему возглавить рискованную операцию по ограблению крупного банка, Терри просто не в силах отказать. Из банковских ячеек оказываются похищены огромная сумма денег, драгоценности, а также... интимные фотографии одного из членов королевской семьи. Грабители понимают, что стали всего лишь винтиком в механизме больших интриг, разворачивающихся где-то в высших эшелонах власти.

Что интересного

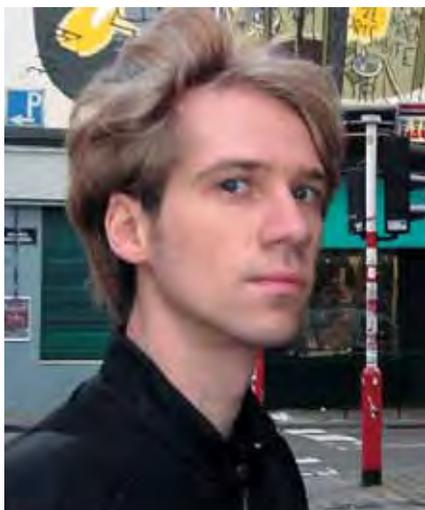
История ограбления банка на Бейкер-стрит действительно произошла в Лондоне в сентябре 1971 года. Миллионы фунтов стерлингов в результате найдены не были, за преступление никого не арестовали, а газеты забыли о случившемся уже через несколько дней. Только через 35 лет стало известно, что преступление было сознательно замолчано британскими властями во избежание грандиозного скандала вокруг королевской семьи. Подробности этого дела и легли в основу сценария Дика Клемента и Йена Ла Френаса («Смывайся» (2006), «Через Вселенную» (2007), за экранизацию которого взялся режиссер Роджер Дональдсон. Ранее Дональдсон уже был замечен в интересе к сюжетам, затрагивающим проблемы безопасности – как в национальных («Рекрут», 2003), так и в общемировых масштабах («Тринадцать дней», 2000). Что касается Джейсона Стэтхэма, то это актер со столь же богатым, как и у его героя Терри, «бандитским» прошлым. Достаточно вспомнить его роли в фильмах «Карты, деньги, два ствола» (1998), «Большой куш» (2000) и «Ограбление по-итальянски» (2003).

Что с этим делать

Самое удачное и при этом вполне справедливое сравнение, которое позволит эффектно выделить «Ограбление на Бейкер-стрит» среди премьер 27 марта, – это сравнение с фильмами знаменитой трилогии Стивена Содерберга. И пусть британские «друзья Оушена» в итоге не станут такой же нетленкой, но в эти дни они наверняка будут выглядеть привлекательнее пародийной комедии «Супергерой!», которая не может не померкнуть на фоне недавнего кассового успеха схожего по жанру «Самого лучшего фильма». Вторую параллель можно провести с неплохо принятыми у нас «Сокровищами нации: Книга тайн». Конспирологические сюжеты, тем более основанные на реальных событиях, наделены особым шармом и не имеют срока давности. А если напомнить, что именно на Бейкер-стрит в свое время проживал Шерлок Холмс, детективный антураж вокруг «Ограбления...» и вовсе затмит для зрителя все остальные хиты недели.

РОМАН ДОРОФЕЕВ: «ДЛЯ НАС РАБОТА – НЕСТИ КУЛЬТУРУ В МАССЫ»

27 МАРТА В РОССИЙСКИЙ ПРОКАТ ВЫХОДИТ ФИЛЬМ КЛАССИКА ФРАНЦУЗСКОГО КИНО КЛОДА ЛЕЛУША, ЛЮБИМОГО В РОССИИ, НО НЕ ЗАСЛУЖИВАЮЩЕГО, КАК ОКАЗЫВАЕТСЯ, ПРАВА ВЫХОДА В ШИРОКИЙ ПРОКАТ. О ПРИЧИНАХ ТОГО, ПОЧЕМУ «ЖЕЛЕЗНОДОРОЖЖНЫЙ РОМАН» ЛЕЛУША ПОПАЛ В КАТЕГОРИЮ АРТХАУСА, И О ТОМ, КАК РАБОТАТЬ С ПОДОБНЫМИ КАРТИНАМИ, МЫ Поговорили с PR-ДИРЕКТОРОМ ТЕЛЕАГЕНТСТВА «РУССКИЙ РЕПОРТАЖ» РОМАНОМ ДОРОФЕЕВЫМ. |Сергей Сычев|



Роман
Дорофеев,
PR-директор
телеагентства
«Русский
репортаж»

Как выбирается дата выхода фильма в прокат?

Все зависит от фильма. Естественно, мы стараемся продумать все так, чтобы его выход был наиболее удачным. Очень большую роль играет не только пиар-кампания, но и доставка копий, перевод и субтитрирование. Только тогда, когда мы достигаем договоренностей по всем этим вопросам, наступает момент выбора наиболее удобной даты для старта. Фильм может быть «привязан» к кинопремии, празднику или, как в случае с «Железнодорожным романом», к фестивалю. Фильм Лелуша будет открывать Фестиваль франкофонии, который обычно проводится в марте. 21 марта будет открытие, на которое приедут Клод Лелуш и Фанни Ардан, а 27 марта он выйдет в прокат.

Почему фильм закрытия ММКФ не вышел в прокат прошлым летом? Тот показ был гораздо более громким.

Недостаточно громким, к сожалению. У фильма было всего два сеанса – один для прессы и один для VIP-гостей. Хотя у картины был информационный фон, но его продюсер не успел в тот момент договориться о том, какая компания будет заниматься кинотеатральной дистрибуцией.

Как вы конкурируете с блокбастерами и учитываете ли вы их?

Блокбастеры могут двояко повлиять на прокат наших картин. Какую-то часть аудитории они заберут, но есть зритель, которому надоели блокбастеры, и он скорее пойдет на тот артхаусный фильм, который вышел одновременно с блокбастером. С другой стороны, если мы, «Кино без границ» и «CP Classics» поставим одновременно несколько артхаусных картин, то мы все проиграем. Поэтому мы в большей степени ориентируемся на график выхода артхаусных картин, чтобы не мешать друг другу.

Но артхаус обычно прокатывается долго, и совсем не мешать друг другу просто не получится...

Фильмы хотя бы не должны выходить в один день. Безусловно, на первой неделе зрителей будет максимум, а на второй-третьей, когда выйдет другой артхаусный фильм, зрители распределятся между ними.

Как получается, что фильм Лелуша, который во Франции всегда считался

режиссером для масс и фильмы которого выходят с огромным размахом, у нас попадает в разряд артхауса?

У нас и в советское время Лелуш издавался очень ограниченно. На мой взгляд, «Железнодорожный роман» ориентирован на более интеллектуальную публику, чем большая часть фильмов в нашем прокате. Те молодежные комедии, которые у нас в последнее время идут широким прокатом, во Франции просто невозможно представить на большом количестве копий.

Есть и еще один существенный момент. Сетевые кинотеатры, которые аккумулируют наибольшее количество залов в стране, наотрез отказываются показывать такие фильмы. Потому что все их экраны заполнены блокбастерами. Мы выпускаем фильмы на языке оригинала с субтитрами. То ли кинотеатры отбили привычку у публики смотреть субтитрованные фильмы, то ли отсутствие таковой культуры в стране вообще отпугивает людей, но на всю страну есть только один-два десятка кинотеатров, которые не боятся работать с недублированным кино. Они и зрителей приучили к такому кино. Расширить их количество в ближайшее время не представляется мне возможным.

Были эксперименты с выпуском фильма в двух версиях – с субтитрами и с дубляжом. Насколько это оправданно?

Этот вариант подходит, если у компании неограниченное количество средств. Дубляж сегодня стоит в разы больше, чем субтитрование. Техника дубляжа дорога, а качество не идет ни в какое сравнение с советским. На любых международных фестивалях и в европейских странах, где мы бываем, люди даже удивляются, что где-то дублируют фильмы, не предназначенные для детей. У них дублируют только детское кино. Ведь иначе зрители не услышат голосов актеров, за которых будет говорить кто-то еще. На мой взгляд, это дело вкуса. Но выпустив фильм в двух версиях, мы оказались бы в диком минусе, потому что даже кинотеат-



Кадр из фильма «Железнодорожный роман»

ральный прокат ограниченного количества субтитрованных копий не окупает затрат на производство копий, их транспортировку, таможенные расходы и многое другое. Поэтому для нас работа – нести культуру в массы, понимая, что если бы не мы, никто в нашей стране, кроме фестивальных зрителей, эти фильмы в кино не посмотрел бы.

МЫ В БОЛЬШЕЙ СТЕПЕНИ ОРИЕНТИРУЕМСЯ НА ГРАФИК ВЫХОДА АРТХАУСНЫХ КАРТИН, ЧТОБЫ НЕ МЕШАТЬ ДРУГ ДРУГУ

Для того чтобы как-то окупаться, мы нуждаемся в помощи телевизионного, спутникового и DVD-отделов нашей компании.

Какое количество копий оптимально для проката артхаусной картины в России и следует ли стремиться к его увеличению?

На мой взгляд, 3–5 копий. Потому что можно по пальцам сосчитать города, которые возьмут к себе эти фильмы. В основном это Москва, Петербург и Екатеринбург, где наши картины приносят хоть какой-то доход. В отношении остальных говорить о прибыли бессмысленно. А по законодательству одну копию мы обязаны сдать в Госфильмофонд через три месяца проката, так что в «путешествие» по стране отправится на одну копию меньше.

Можно мечтать об увеличении количества копий, но до тех пор, пока сетевые кинотеатры не будут с нами работать, это



бесмысленно. Напечатанные копии просто будут лежать у нас. Мы предлагали «Железнодорожный роман» двум крупным сетям, но они отказали нам на том ос-

Режиссер
Клод Лелуш

ДЛЯ ТОГО ЧТОБЫ КАК-ТО ОКУПАТЬСЯ, МЫ НУЖДАЕМСЯ В ПОМОЩИ ТЕЛЕВИЗИОННОГО, СПУТНИКОВОГО И DVD-ОТДЕЛОВ НАШЕЙ КОМПАНИИ

новании, что все предыдущие артхаусные проекты принесли им одни убытки.

Насколько развитие цифровой дистрибуции может увеличить распространение артхауса?

Качество цифровых копий пока сильно уступает пленочному. К тому же, стоимость цифрового «мастера» и всех сопутствующих материалов не только не меньше, но в разы больше, чем когда речь идет о пленке.

Что вы делаете для того, чтобы люди все же пошли на артхаусный фильм, если он стоит в кинотеатральном расписании?

Как для любых других фильмов – устраиваются пресс-показы, поэтому газеты и журналы пишут про артхаус статьи, причем не меньше, чем про все остальные фильмы. За несколько недель до выхода картин в прокат мы за свой счет печатаем флаеры и раскладываем их в кинотеатрах. Вешаем афиши. Но должна быть кооперация между кинотеатрами и прокатчиками. Есть кинотеатр, где показывают артхаус, хотя это многозальник, –

«Пять звезд на Новокузнецкой». Сборы этих картин там неплохие, несмотря на то что идут они вместе с блокбастерами. А в других многозальниках не верят в то, что артхаус может кого-то привлечь. По моему мнению, кинотеатр должен быть готов к тому, что какое-то время зал будет пустовать, особенно на дневных сеансах, но потом зритель привыкнет и будет ходить на артхаус. Только показы должны быть не спорадическими, а регулярными – это для привыкания необходимо. В одном и том же зале, в одно и то же время должен последовательно идти только артхаус. За две недели зрителя сформировать не получится. Поэтому, кстати, случайные выходы крупных компаний с артхаусными фильмами и оказываются не слишком успешными. Возможно, есть еще зависимость от географического положения кинотеатра. В культурном центре города артхаус скорее найдет своего зрителя, чем в спальном районе.

Сколько денег имеет смысл тратить на продвижение артхауса?

Мы стараемся минимизировать рекламный бюджет. Проведение пресс-показов, размещение рекламы в журналах, которые пишут о кино, печать афиш, флаеров и ролики в кинотеатрах – это, пожалуй, все, что мы можем себе позволить. Никакой телевизионной рекламы. Хотя по «Железнодорожному роману» мы о ней подумываем, так же как пока планируем выпуск фильма на десяти копиях – это самое большое количество, которым мы когда-либо выпускали свои фильмы. Но это только в том случае, если нас поддержат посольство Франции и «Юнифранс», с которыми мы работали на фестивале «Французское кино сегодня».

ДО ТЕХ ПОР, ПОКА СЕТЕВЫЕ КИНОТЕАТРЫ НЕ БУДУТ С НАМИ РАБОТАТЬ, ГОВОРИТЬ ОБ УВЕЛИЧЕНИИ КОПИЙ АРТХАУСНЫХ КАРТИН БЕССМЫСЛЕННО

Они сейчас рассматривают предложение о спонсировании рекламной кампании фильма. Такую поддержку мы пытаемся получить впервые, поэтому пока можно только надеяться на то, что они пойдут нам навстречу.

Используется ли для рекламы фильмов Интернет?

У тех кинотеатров, которые с нами сотрудничают, часто есть форумы, в том числе в «Живом журнале». Но чаще всего такие интернет-ресурсы пишут о фестивальных показах наших фильмов. И тут я хотел бы сказать о странной закономерности, существующей для наших картин: на фестивале они собирают полные залы, а потом в этом же кинотеатре в прокатные недели идут при пустых залах. Как будто все, кто хочет их увидеть, ходят только на фестивальные показы. А после – как отсекает, хотя фильм, вроде, на слуху, многие ждут его выхода.

Насколько проведение фестивалей типа «Французское кино сегодня» в регионах способствует росту регионального интереса к артаху?»

Здесь то же самое, о чем я только что говорил. После калининградского «Французского кино сегодня», где залы ломились, мы оставили два наших фильма в их кинотеатре. Если на «Нет секса – нет денег» народ еще как-то шел, то вот «Персеполис» показал неприлично низкие сборы. Три-четыре человека в зале на сеансе. Несмотря на всю известность фильма и его художественный уровень.

Изменяете ли вы дизайн рекламных плакатов под местные требования?

Меняем только язык, но плакаты оставляем те же. Во-первых, это делает фильмы распознаваемыми для иностранцев, которые довольно много ходят на субтитрованные фильмы. Во-вторых, дизайн должен быть интернациональным. Мы стараемся работать с названием, часто меняя его довольно радикально для привлечения дополнительной аудитории, придумываем броский слоган. Сейчас мы размышляем о том, под каким названием выпустить «Железнодорожный роман». Посольство Франции настаивает на более точном переводе – «Вокзальное чтение», но мы опасаемся, что зрители запутаются и не



Актер Доминик Пиньон поймут, что речь идет именно о фильме Лелуша, который в рунете фигурирует именно как «Железнодорожный роман».

Есть ли у кинотеатров предпочтения по странам или жанрам в отношении артаху?»

Традиционно Франция и США вызывают наибольшие симпатии. Все помнят, что Франция – родина кино, у нас давние культурные связи. Еще Великобритания и вообще Европа, хотя все в большей степени зависит от имен режиссеров и полученных на крупных фестивалях призов, чем от страны. Хотя есть еще меняющаяся мода на кинематограф определенных стран. Сегодня в кинематографической моде азиатское кино сменила Румыния, хотя это не означает, что все российские зрители бегут на румынские фильмы.

Актриса Фанни Ардан



БЕЗ СТОЛКНОВЕНИЙ

НЕТ НИКАКОГО КОНТРПРОГРАММИРОВАНИЯ. ЕСТЬ БЛОКБАСТЕРЫ, КОТОРЫЕ ПО ВОЗМОЖНОСТИ НЕ ДОЛЖНЫ ПЕРЕСЕКАТЬСЯ В ДАТЕ СТАРТА. ЕСТЬ ФИЛЬМЫ СО СРЕДНИМ КОЛИЧЕСТВОМ КОПИЙ – ИХ КИНОТЕАТРЫ СТАВЯТ ТАК ПРОСТО, ДЛЯ РАЗНООБРАЗИЯ РЕПЕРТУАРА И ИСХОДЯ ИЗ ХОРОШИХ ЛИЧНЫХ ОТНОШЕНИЙ С ПРОКАТЧИКОМ, С КОТОРЫМ ОНИ РАБОТАЮТ ПО БЛОКБАСТЕРАМ. И ЕСТЬ АРТХАУС, КОТОРОМУ СНОВА ВАЖНО НЕ ПЕРЕСЕЧЬСЯ... С ДРУГИМ АРТХАУСОМ. |Сергей Сычев|

Вот и вся наука, если верить людям, которые выпускают фильмы в прокат. Есть еще ряд добавлений: привязка артхауса к фестивалям, доставка копий, время, необходимое для перевода на русский язык иностранных фильмов, и другие соображения скорее технического, чем стратегического свойства. Есть и исключения, наличие которых только подтверждает правило.

Эта ситуация в целом отражает отношение основных игроков кинобизнеса к интересам кинозрителей. Залов в стране мало. Компаний, занимающихся дистрибуцией, немного, и фильмы они предпочитают выпускать на как можно большем количестве копий, чтобы занять, скажем, сразу половину работающих экранов. Поскольку особого выбора у зрителей все равно

ВИКТОР МАТИЗЕН: «КИНОКРИТИКУ В РОССИИ ЧИТАЕТ НЕСКОЛЬКО ПРОЦЕНТОВ НАСЕЛЕНИЯ»

Обсуждаемые в драйв-тесте фильмы так или иначе связаны с артхаусом. Главный инструмент воздействия на целевую аудиторию артхауса – кинокритика. Об особенностях взаимодействия российской кинокритики и зрителя рассказывает президент Гильдии киноведов и кинокритиков России, кинокритик газеты «Новые известия» Виктор Матизен.

Сколько в России кинокритиков?

Если кинокритиками считать людей, которые регулярно анализируют в СМИ отдельные фильмы и современный кинопроцесс в целом, и не причислять к ним историков кино и киножурналистов разного толка, то их не больше сотни. Если посчитать общее число представителей кинопрессы (всех, кто пишет и говорит о кино) – человек 300.

Кто сегодня в России является реальной аудиторией кинокритики?

Думающие люди. В основном это интеллигенция, которой интересно аналитическое мышление. Аудитория кинопрессы значительно шире – это все, кто интересуется кинематографом и его представителями, главным образом жизнью звезд.

В целом кинокритику в России читает несколько процентов населения. Зато кинообозрения читают, слушают и смотрят почти все.

А люди, которые делают кино, являются аудиторией критики?

Когда я пишу о фильме, мне все равно, прочтут меня те, кто его сделал, или нет, даже если мы лично знакомы. При этом продюсеры, режиссеры и сценаристы критику читают и даже знают всех известных критиков, часто не только по имени, но и лично.

не будет, а крупных релизов на год каждая компания может себе позволить не так уж много, прокатчикам проще всего собираться вместе и договариваться о том, чтобы блокбастеры шли по возможности с перерывом. Как будут идти все остальные фильмы, мало кого волнует.

А зритель, который не пошел на блокбастеры, выберет:

1. Любый другой фильм, потому что он ничего не знает ни об одном из тех, что находятся в репертуаре. Информационная шумиха вокруг блокбастеров и нежелание дистрибьюторов тратить на рекламу фильмов с сомнительной окупаемостью приводят к тому, что на слуху в каждый отдельно взятый момент находятся один-два фильма. О них пишут на страничках о кино в глянцевого журналах, их рекламные ролики идут по ТВ,

причем по тем льготным ценам, которые дает копродукция с телеканалом при производстве. Молодой и невежественный целевой зритель кинотеатров все равно пойдет

ПОСКОЛЬКУ ОСОБОГО ВЫБОРА У ЛЮДЕЙ ВСЕ РАВНО НЕ БУДЕТ, А КРУПНЫХ РЕЛИЗОВ НА ГОД КАЖДАЯ КОМПАНИЯ МОЖЕТ СЕБЕ ПОЗВОЛИТЬ НЕ ТАК УЖ МНОГО, ПРОКАТЧИКАМ ПРОЩЕ ВСЕГО ДОГОВАРИВАТЬСЯ О ТОМ, ЧТОБЫ БЛОКБАСТЕРЫ ШЛИ ПО ВОЗМОЖНОСТИ С ПЕРЕРЫВОМ. КАК БУДУТ ИДТИ ВСЕ ОСТАЛЬНЫЕ ФИЛЬМЫ, МАЛО КОГО ВОЛНУЕТ

на блокбастеры – он не читает кинокритику, которая костерит блокбастеры на чем свет стоит и проповедует любовь к авторскому кино. А она на него и не ориентируется (об этом нам рассказал в интервью президент Гильдии киноведов и кинокритиков России

Читают и многие актеры, особенно после того, как поговоришь с ними для газеты или толково напишешь об их работе. Было бы неплохо, если бы ее читали еще и прокатчики с директорами кинотеатров. Но следует иметь в виду, что польза от критики прямо пропорциональна самокритичности создателей фильма.

Я слышал, что статья в «Нью-Йорк Таймс» способна существенно повлиять на прокатный успех фильма, что очень сложно представить себе в России. В чем же дело?

Этот слух – хорошая реклама для «Нью-Йорк Таймс». Но я сильно сомневаюсь в том, что подростки и люди с подростковым уровнем развития, которые обеспечивают сборы «Пиратам Карибского моря», читают «Нью-Йорк Таймс» и прислушиваются к мнению профессиональных американских кинокритиков. Другое дело, что статья в уважаемой газете создает фильму и его авторам профессиональное имя, хорошее или плохое. А имя – это капитал. Критика влияет на сборы артхаусных фильмов, хотя эти сборы на порядок или два меньше, чем сборы блокбастеров.

Принципы работы отечественной критики с аудиторией отличаются от принципов критики американской?

Существенной разницы нет. Американские критики тоже не потакают вкусам массовой аудитории и награждают своими премиями не совсем те фильмы, которые награждаются на «Оскаре». Критики во всем мире судят кино по двум критериям – профессионализм и новизна. Наше дело – отличать зерна от плевел и творящих от вторящих.

Согласны ли вы с распространенным мнением, что прокатчики лучше знают зрителя, чем критики?

Это распространенное заблуждение. Если профессиональный критик интересуется сборами, он предсказывает их не менее точно, чем производитель или прокатчик, и независимо от того, нравится ему фильм или нет. Это несложно, особенно если знать технику оценки сборов, разработанную еще в советское время покойным Львом Борисовичем Фуриковым. Я несколько раз держал денежные пари с производителями и прокатчиками и еще не проигрывал. Проиграл бы, если бы Даниил Дондурей два месяца

Виктор Матизен). К тому же владельцы кинотеатров понимают, что при существующих ценах на билеты человек, посмотревший блокбастер, далеко не сразу найдет возможность посмотреть еще что-то в перерыве до выхода следующего масштабного проекта. Поэтому останавливаться на не самых крупных по рекламным возможностям картинах – попросту бессмысленно. И вообще, из девяти залов выгоднее всего все девять забить одним фильмом, чтобы интервал между сеансами был минут 10–15. Какое тут контрпрограммирование?

2. Арthouse. Зритель арthouse немногочислен и привередлив. Он читает критику и помнит имена режиссеров. Попытка заманить его какими-то программными средствами слишком сложно. Он все равно пойдет на знакомых авторов и лауреатов международ-

ных фестивалей. Ему не важно начало сеанса или местонахождение кинотеатра, потому что он отпросится с работы или будет ловить машину после последнего сеанса. Он посмотрит субтитрованную картину с удовольствием от того, что оригинальный звук не испорчен посредственным дубляжом. На блокбастеры и «середнячки» он пойдет вряд ли, поэтому ему без разницы, что выходит одновременно с арthouseм. Разве что у него нет средств или времени, чтобы ходить в кино каждый день, поэтому дистрибьюторы арthouseа также договариваются о том, чтобы не пересекаться премьерными.

Из неохотных и невразумительных ответов прокатчиков и кинотеатров на вопросы о принципах программирования становится ясно: только бы не пересекаться! Как у уличных банд. А если вдруг

назад согласился поспорить со мной на 100 баксов, что «Ирония судьбы. Продолжение» не соберет 50 миллионов долларов. Я думал, что она соберет миллионов 30, потому что недооценил силу шлейфа рязановской «Иронии...» и рекламного удара.

В чем, по-вашему, причины коммерческого провала фильма «Русалка», который понравился критике, у которого был броский кинотеатральный ролик и все компоненты для того, чтобы стать хитом?

Странный вопрос. «Русалка» – некоммерческий фильм, это ясно любому профессионалу. В нем нет героев, с которыми могла бы отождествиться значительная часть современной киноаудитории, нет динамичного сюжета и нет хэппи-энда. Это авторская лента, что и подтверждается ее успехом на фестивале независимого кино в Санденсе и приглашением на Берлинский фестиваль: в эти места коммерческое кино не берут. Если ролик отражал смысл картины, он не мог собрать на нее даже миллиона зрителей. Если продюсеры рассчитывали на то, что картина «отобьется» уже в кинопрокате, они ошиблись.

Как вы относитесь к принципу продвижения фильма «Изгнание» (минимум интервью, минимум рекламы и заявление продюсера, что он никого на фильм загонять не намерен)? Имеет ли смысл к этому добавлять слагаемое «минимум критических статей»?

По-моему, Дмитрий Лесневский повел себя очень ответственно и очень адекватно фильму. «Изгнание» – не та картина, вокруг которой имеет смысл поднимать шум, чтобы привлечь зевак. Те, кого интересуют произведения киноискусства, не реагируют на рекламные ухищрения, которые необходимы визуальным поделкам. Реклама делается для простофиль. Сведущим людям, чтобы обратить внимание на фильм, достаточно услышать, что его отобрали в конкурс Каннского кинофестиваля, где на одно место была сотня претендентов. Притом «Изгнание» – долгоиграющее кино (его будут смотреть долго), и лучшей рекомендацией для него будет его репутация в кругу серьезных людей.

Что же касается критических статей, то здесь, я думаю, продюсер допустил ошибку. Фильм рассчитан на ту же аудиторию, для которой работает кинокритика. Лесневский мог бы

пересекаются – начинается беззлая грызня, в результате которой битыми остаются все: оба фильма недобирают по сборам то, на что могли бы рассчитывать. Послушному кинозрителю остается следовать по порядку за раскрученными релизами и не думать, что он с охотой и делает.

У этой тактики есть свои циничные преимущества, но есть и очевидные недостатки. Происходит сильная сегментация зрителя. Попкорновое и артхаусное кино разделяются слишком разительно, чтобы аудитория одних фильмов когда-то пошла бы на те картины, которые относятся к противоположному сегменту. Гибким программированием можно было бы постепенно сгладить нестыкующиеся грани разных плоскостей кинематографа. В том числе за

счет расширения как культурного, так и возрастного поля, в котором происходит выбор целевой аудитории. Не гогочущие подростки против синефилов с высшим образованием, а более сложная, в каком-то смысле эклектичная масса, которой по разным мотивам были бы интересны те или иные релизы. Потоки аудитории перетекают, смешиваются за счет разумного противостояния фильмов в прокате, выпускаемых в пику друг другу. Не примитивный отбор зрителей за счет выпуска «двойника» к раскрученному проекту, а конструктивный, если угодно, «диалог» релизов. До тех же пор пока фильмы будут послушно чередоваться в выбранных колеях при мирных договоренностях прокатчиков, зритель так и останется разрозненным и забытым. А проиграют от этого все.

найти информационную зацепку и собрать критиков (не киножурналистов), чтобы они получили возможность серьезно поговорить об «Изгнании», которое того стоит.

Что делает Гильдия киноведов и кинокритиков для повышения эффективности работы кинокритики?

«Повышение эффективности» – это что-то из времен позднего застоя. Гильдия декларирует свои приоритеты, регулярно присуждая свои премии: раз в год – «Белого Слона» на торжественной церемонии и раз десять в год – «слонов» поменьше на крупных российских кинофестивалях. И эти призы ценятся. Кроме того, Гильдия время от времени проводит дискуссии по актуальным вопросам кино. Пытается убеждать прокатчиков и владельцев кинотеатров, чтобы прокатывали больше арт-фильмов, несмотря на то что они приносят меньшую прибыль, чем прокат киномакулатуры. Работать, например, как компания «Кино без границ»...

И как соотносится количество положительных рецензий на фильм и количество прокатных копий?

Если говорить об арт-фильмах, эта зависимость существует и является возрастающей функцией. Если о блокбастерах – зависимости нет. Сколько ни ругай «Код Апокалипсиса», копий меньше не станет. Сейчас в кино ходит слишком молодая публика, которой нужно убить время и которую в кино интересуют только зрелища и развлечения, причем довольно низкого качества. Когда подрастет и повзрослеет, у нее появятся другие путеводители, кроме рекламы и другие интересы.

Чем может быть критика полезна прокатчикам и кинотеатрам?

Критики – люди, которые умеют формулировать, и эти формулы годятся для рекламных слоганов картин. Более развернутые высказывания о фильмах можно использовать в материалах, предназначенных для работы с публикой внутри кинотеатров. Распечатать из Интернета, развесить – пусть публика читает. Кто-то пойдет на фильм потому, что критик его похвалил, кто-то – потому, что критик его обругал...

ДМИТРИЙ ЛЕСНЕВСКИЙ: «Я НЕ ВОСПРИНИМАЮ СОВРЕМЕННЫЙ КИНЕМАТОГРАФ В НАШЕЙ СТРАНЕ КАК БИЗНЕС»



Дмитрий
Лесневский,
председатель
правления
REN MEDIA
GROUP,
продюсер
драмы
«Изгнание»

В своих интервью вы часто говорите, что для вас не важно, принесет ли фильм деньги. Не могли бы вы пояснить свою точку зрения?

Цель любого бизнеса – извлечение прибыли. Эта догма прописана в уставе любого предприятия. Если расценивать кино как бизнес, то мы видим, какие фильмы являются успешными с коммерческой точки зрения. Так происходит не только сейчас – это общая ситуация для России последних лет. При всем уважении к коллегам, которые таким бизнесом занимаются, мне он не интересен. Потому что существует гораздо более прибыльный бизнес, который не требует подобного морального падения. Ведь для тонкого человека снимать фильмы для того, чтобы потрафить вкусам пятнадцатилетних молодых людей, – это уступка собственной совести. Многообразие мира замечательно, я только

рад за тех, кому нравится делать такое кино. Мне – не нравится. Поэтому я не воспринимаю современный кинематограф в нашей стране как бизнес. Я четко разделяю, когда занимаюсь бизнесом и когда – творчеством. Когда что-то совпадает с моими творческими интересами, я готов тратить личные средства и полностью выкладываться для создания того, что мне нравится. Без задачи увлечь своим интересом кого-то еще.

Дорогое хобби?

Хобби – это что-то любительское, а я серьезно отношусь к каждому фильму. Не к проекту, заметьте, я это слово здесь не употребляю, а именно к фильму. Занимаюсь им профессионально, с привлечением самых лучших специалистов, штучно.

Когда читаешь про вас отзывы работающих с вами людей, возникает ощущение, что вы – идеальный продюсер, который всегда идет навстречу в кастинге, сроках, бюджетах. Вы действительно во всем потакаете авторам?

Я рад, что работаю с интеллигентными людьми, которые рассказывают обо мне только хорошее. Нужно оговориться: я иду навстречу, пытаюсь поставить себя на место другого человека, разобраться с ним в его трудностях в том случае, если я в него верю. Тогда я готов на компромиссы, но в рамках сверхзадачи, решением которой я загорелся. Какой смысл размениваться на мелочи?

Я довольно жесткий в отношении изначального выбора: идти или не идти с этим человеком. Например, с Андреем Звягинцевым мы сразу условились, что, если мне интересен его очередной замысел, мы ра-

ботаем вместе. Недавно он предложил мне сценарий, а мне этот сценарий не нравится, мне кажется, было бы ошибкой делать такой фильм. И несмотря на имевшийся успех совместного сотрудничества, я посоветовал ему трех-четырёх продюсеров, к которым он мог бы обратиться для воплощения своего замысла. Я не буду принимать в съемках этого фильма участие, ни в каком виде. Когда же я соглашаюсь на какую-то работу с человеком, то, как полагается тому, кто умеет считать деньги, я заранее представляю, о каких расходах тут может идти речь, и дальше уже спорить не вижу смысла.

Как вы для себя определяете границы вашего творческого влияния на создание фильма?

Фильм в большей степени детище режиссера, чем продюсера. Если я даю деньги, это не означает, что я могу помыкать, унижать, вести себя барбином. Мне важно сотворчество. Если режиссер уверен в том, чего он хочет, и может мне эту уверенность внятно доказать, то я готов его услышать. Часто бывает, что человек не может мне ничего доказать, тогда решение принимаю я.

Чем технически отличается работа со Звягинцевым от работы с Зельдовичем?

Саша Зельдович мне творчески очень интересен, и я стал работать с ним потому, что понял: «Мишень» во многом определяет его дальнейшую судьбу, она для него слишком много значит. Станный, талантливый фильм «Москва», который когда-то снял Зельдович, Владимир Сорокин, который принимает активное участие во всех этапах работы над фильмом, – меня все это очень привлекает. В чем-то Зельдович и Звягинцев схожи: оба чрезвычайно скрупулезны и неравнодушны. Но люди они все же разные.

«Мишень» почти готова, осталось снять всего одну сцену. Бюджет фильма – около \$5 млн. Картина сложнопостановочная, многообъектная, интернацио-



ДОСЬЕ

таглайн – «фильм-событие 2007 года»
 мировая премьера – 18 мая 2007 г. (показ в конкурсной программе МКФ в Канне-2007)
 российская премьера – 4 октября 2007 г.
 количество копий на первой неделе проката – 47
 касса 1 уикенда – 2,352 млн руб. (\$94 139)
 наработка на копию – 50 034 руб. (\$2 003)
 общие сборы – 8,156 млн руб. (\$0,327 млн)
 выход на DVD – ноябрь 2007 г., компания «СОЮЗ Видео»
 официальный сайт фильма – www.izgnanie-film.ru
 производство – «REN Film»
 дистрибьютор «Интерсинема»
 режиссер Андрей Звягинцев
 продюсеры Дмитрий Лесневский, Елена Логинова

При подготовке досье использованы данные Бюллетеня кинопрокатчика

ЛАВРЫ

■ Приз за лучшую мужскую роль актеру Константину Лавроненко на 60-м МКФ в Канне-2007.

ГОВОРЯТ

«На фоне остальных участников официальной программы дорогого, перфекционистское, выверенное до малейших деталей (даже узор на обоях создавался по оригинальным рисункам) «Изгнание» смотрелось как мастерски сделанный, но все же искусственный цветок посреди дикого поля».

Анна Федина, «Известия»

«Андрей Звягинцев принципиально умалчивает о своих целях, более того, делает все, чтобы в процессе просмотра зритель не получил никаких подсказок, рассчитывая на индивидуальное восприятие каждого и втайне надеясь на совпадение своего художнического посыла с волей и потребностью тех из зрителей, которых в результате сможет счесть своими соавторами».

Алена Солнцева, «Время новостей»

«Звягинцев отчаянно хватается за все мировые проблемы сразу, поспешно вываливая их на зрителей и затягивая диалог с ними на два с половиной часа».

Екатерина Барабаш, «Независимая газета»

«Андрей Звягинцев, во втором фильме это очевидно, позиционирует себя как художник с религиозной доминантой. Однако опыт его предшественников показывает, что кино само по себе способно играть роль духовного ритуала. И шедевры кинематографа рождаются на этом пути, а не там, где религиозные постулаты живописно иллюстрируются».

Андрей Плахов, «Коммерсантъ»

«Лучшим актером был назван Константин Лавроненко за роль в фильме Звягинцева «Изгнание». Вроде бы надо радоваться за державу, но не получается. И фильм вымученный, и Лавроненко в нем хорош ровно один раз – когда искушает жену сделать аборт и неожиданно раздваивается, оказываясь одновременно позади жены и далеко впереди. Но и это либо заслуга режиссера, либо ошибка монтажа».

Ксения Рождественская, Газета.ру

нальный коллектив с иностранными актрисами. Саша показал себя аккуратным, несмотря на свою мифическую «дурную» славу. Он уложился в бюджет, на полгода не уложился в срок, но в целом – все нормально.

Уже есть приглашения на фестивали?

Пока нет, и мы с этим не торопимся. Для нас сейчас важно доделать фильм, чтобы он нам нравился. До тех пор мы никому его показывать не будем. Я делаю фильм не для фестивалей. Думаю, что он будет готов к осени.

Как реагировали наши прокатчики на «Изгнание», особенно после премии в Канне?

Они реагировали честно. Говорили искренние слова, связанные с их собственным восприятием фильма, и говорили, я и сам понимал это, об ограниченных возможностях зрительского понимания в современной России.

Почему вы остановились на «Интерсинема»?

Компания «Интерсинема» занималась международными продажами фильма. Что касается российских прав, то я говорил с другими прокатчиками, более крупными кинодистрибьюторами, и их прогноз не сильно отличался от того, что мне предложили в «Интерсинема». Поэтому я решил отдать им и российский прокат. Результат получился как раз таким, который я и ожидал, он не был бы иным, если бы мы увеличили количество копий и вышли на рынок с другим игроком. Тем более что я решил, не рассчитывая на коммерческий успех фильма в России, не вкладывать серьезных средств в рекламу. Это был бы чистый убыток. Когда появляется хороший новый роман, его тоже читает несколько тысяч человек. Тут ничего не поделаешь – это моя страна, и мне дороги те тысячи зрителей, которые пришли на «Изгнание».

Почему вы не стали использовать бесплатный пиар Канн и отложили релиз на осень?

Летом у меня было очень много дел – я работал в Америке. К тому же прокатчику нужно было много времени для того, чтобы договориться с кинотеатрами, и в результате фильм был поставлен довольно широко для кино такого рода. Для меня было принципиально, чтобы у всех, кто хотел посмотреть нашу картину, такая возможность была, а сколько она в итоге соберет, не имело значения. Результатом я доволен.

Казалось, что авторы фильма сделали все, чтобы зритель не пошел на фильм. Рекламы нет, режиссер и исполнитель главной роли интервью давать не хотят, вы выступаете с заявлениями, что, дескать, кому надо посмотреть фильм, те и посмотрят. Это такая особая стратегия?

В ваших словах мне слышится обида. Мне трудно поверить в то, что все действительно выглядело так. Ну, не любит человек давать интервью. Я изо всех сил Андрея заставлял куда-то идти и говорить о фильме. На Первый канал его отправил с большим трудом. Человека ведь не изменишь. Если мы потратили бы два миллиона на рекламу по ТВ, притом, что обычный кинотеатр дает фильму один сеанс в одиннадцать вечера, думаете, ситуация изменилась бы? Мы действовали адекватно.

Нет ли тут обратной закономерности: один сеанс в одиннадцать вечера потому, что кинотеатр не видит за фильмом поддержки?

Может быть. Готов признать свою ошибку. В следующий раз подумаю о том, чтобы сначала подготовить фильм бюджет на продвижение, а потом уже говорить с прокатчиком. Но на самом деле мы провели кампанию согласованно со всеми прокатчиками на рынке, и это они советовали мне не тратить де-



нег, которые все равно не вернуться. Фильм уже почти окупился с финансовой точки зрения, но нужно ли было более масштабно представлять его в России – это вопрос. Сейчас я планирую работу с «Мишенью». Это должно быть 100 копий, 500 или 1000? Если в прошлый раз я рассчитывал на широкую европейскую аудиторию, то этот фильм более российский и создается по сценарию русского писателя, говорящего о сегодняшнем дне. Хочется сделать так, чтобы люди его посмотрели.

Каким образом, ведь пока фильмы по Сорокину были скорее культовыми, чем массовыми?

Эта картина отличается от остальных, снятых по Володиным сценариям. Это большой, зрелищный, неглупый, футури-





стический блокбастер. Но прежде чем я определюсь со стратегией, я хочу прожить те полгода, которые отделяют меня от готового фильма. Тогда будем смотреть, советоваться.

Насколько серьезный прокат был у «Изгнания» за рубежом и о каком роде проката идет речь?

Везде кинотеатральный, фильм купили около 60 стран. Я не знаю, насколько он там успешен, так как не слежу за цифрами. Мы продавали фильм в твердый счет: никаких процентов, только фиксированная сумма за полный набор прав. В основном это компании, которые занимаются прокатом арт-кино. Мне известно, что в Париже у фильма была хорошая премьера и местные прокатчики им довольны.



Появились ли какие-нибудь интересные предложения по копродукции?

Они были еще по «Изгнанию» – от французов, итальянцев и не только. Я рассмотрел все предложения и отказался: слишком много переписки, в которой этим людям нужно что-то доказывать. А у нас уже шел процесс. Мне показалось, что это слишком трудные деньги и проще от них отказаться.

Была информация о вашем сотрудничестве с американцами...

Я начал делать фильм в США. Сейчас мы работаем над сценарием, чтобы к лету получить тот его вариант, который меня устроит, и можно будет приступать к съемкам. До тех пор я даже не думаю о том, с кем я буду делать это кино, – с крупными студиями или независимыми. Посмотрим... Это будет комедия. Для меня важна мотивация: зачем делать фильм, которых и так много снимается в США, и как сделать его конкурентоспособным? Так вот, это не случайный замысел, потому что речь идет о той технологии, с которой я работаю уже десять лет. Она запатентована в США и сейчас опробуется в других проектах. Она позволяет делать копии видеоизображений людей.

Фильм с Чарли Чаплином?

Возможно, когда-нибудь и с Чаплином. Пока что мы хотим сделать фильм с использованием современных действующих лиц. Рабочее название – «Саммит». Это несколько хулиганский фильм. Что-то вроде «Бората», но менее эксцентричный. Главные герои – президенты стран «Большой восьмерки» и их жены. Там будет много настоящих актеров, но главные персонажи будут созданы на компьютерах.

Поскольку фильм Зельдовича почти закончен, определили ли вы для себя то направление в русском кино,

которым вам теперь интересно было бы заняться?

Да, я созрел для того, чтобы начать делать новый русский фильм. В этом году я буду много читать, думать, смотреть – пока ничего любопытного не обнаружил. У меня есть один замысел, который пока находится в зачаточной стадии. Я привлек нескольких талантливых русских актеров с предложением сделать художественный фильм, где каждый из них выступит режиссером собственной новеллы на 7–10 минут. Я предложил им написать сценарии, несколько штук уже прочел, но пока ни один из них меня полностью не удовлетворил. У нас с ними очень высокая, даже завышенная планка, а многие из них впервые сели за письменный стол и попытались написать что-то серьезное.

Это связано с вашей работой по созданию международного телеканала короткометражек?

Да, я подумывал о том, чтобы этим фильмом сделать презентацию канала в России, хотя это независимый проект. Что-то вроде «Париж, я тебя люблю!», но без объяснения в любви. Связь новелл должна быть не тематической, а поколенческой: люди «под сорок», которые многого достигли, но устали от бездарностей, с которыми часто приходится сталкиваться.

Вы не думали о том, чтобы заняться продюсированием короткометражного кино?

Нет. В мире ежегодно снимается около 6000 короткометражных фильмов в год, и это удел двадцатилетних. Они начинают творческий путь и этими несколькими минутами делают заявку на будущее. Сюда не надо лезть индустриально, достаточно того, что я на этом контенте делаю мировой телеканал, который должен начать показы уже в текущем году.



Когда-то на RenTV была довольно сильная линейка неигрового кино. Оно входит в сферу ваших интересов?

Нет, я, честно говоря, за художественное творчество. Мне это интереснее, чем публицистика.

Вы одновременно занимаетесь множеством проектов. В какой из них вы вкладываете наибольшее количество усилий?

Времени и энергии у меня больше всего отнимает строительство телеканала, а один-два фильма в год – это то, что я все равно делаю и собираюсь делать в дальнейшем. На американский фильм понадобится года три. В этом году я надеюсь закончить работу над его сценарием и открыть новый телеканал. Если это удастся сделать, я буду очень доволен.



АНДРЕЙ РАДЬКО: «РУСАЛКА», СОБРАВ \$1,4 МЛН, МОЖЕТ СЧИТАТЬСЯ ХИТОМ В СВОЕЙ НИШЕ»



Андрей Радько, директор по кинопрокату «Централ Партнершип»

В интервью, которое генеральный директор группы компаний «Централ Партнершип» Рубен Дишдишян дал «Фильм.ру» во время «Кинотавра», он назвал «Русалку» среди тех фильмов, на прокате которых ЦПШ сделает акцент осенью. Изменились ли эти планы впоследствии или прокатные результаты фильма были просто случайной неудачей?

Результаты проката «Русалки» не являются ни случайностью, ни неудачей. Безусловно, «Русалка» была одним из наших главных релизов осени, как и «Бой с тенью 2». Просто нужно понимать, что вышеназванные фильмы работают по совершенно разным законам, на разную аудиторию. Поэтому и критерии оценки их успеха-неуспеха существенно различаются. Для сиквела «Боя с тенью» хороший результат – собранные им \$12 млн, а «Русалка», собрав \$1,4 млн, может также считаться хи-

том в своей нише – на стыке фестивального и зрительского кино.

Вредит ли участие в фестивалях продвижению картины? С презентацией ее кинотеатрам?

Напротив, фестивальное участие картины зачастую определяет ее судьбу в кинопрокате. Просто нужно правильно позиционировать фильм – на аудиторию, которая заинтересована в авторском, фестивальном кино. Кинотеатры это тоже понимают.

Как велась работа с ки-артом и рекламными роликами картины? Прикреплялись ли ролики к другим фильмам для увеличения их эффективности?

Не секрет, что сценарий «Русалки» писался специально под Машу Шалаеву и фильм построен на характере главной героини. Логично, что ки-арт был основан на ее эмоциях: четыре разных настроения – удивление, восторг, задумчивость, смущение. На ее образе также был построен рекламный ролик. Прикреплять его к своим картинам мы начали еще летом. И реакция зрителей на него была очень эмоциональной – многие начинали аплодировать.

Каковы перспективы зарубежного проката «Русалки» (в том числе после показа в Санденсе)?

«Централ Партнершип» подписал контракт с агентством Endeavor (оно входит в пятерку крупнейших «агентств по талантам»), которое будет представлять интересы фильма за рубежом. Думаю, что полученный Анной Меликян в Санденсе первый приз за режиссуру усилит интерес к этой картине. Этому будет способствовать и то, что она открывает программу «Панорама» Берлинского кинофестиваля.

Помогает ли в продвижении фильма его теплый прием критиками, как это было с «Русалкой»? Насколько он скажется на прокатной судьбе?

Определенная часть аудитории ориентируется на мнение критиков. В случае с фестивальным кино ее доля в общем количестве зрителей выше. Поэтому, конечно же, хорошие отзывы кинокритиков о фильме сыграли свою роль в успехе картины.

Где и в каком масштабе были проведены премьеры фильма?

Первый публичный показ картины состоялся в июне в рамках кинофестиваля «Кинотавр», где Маша Шалаева получила приз за главную женскую роль. На Московском международном кинофестивале «Русалка» была показана как лучший фильм «Кинотавра», на кинофестивале «Окно в Европу» в Выборге фильм участвовал в программе «Выборгский счет», куда кроме конкурсных фильмов включаются российские картины, снятые за последний год и отмеченные наградами отечественных и международных кинофестивалей. Картина также демонстрировалась на международных фестивалях «Меридианы Тихого» во Владивостоке, «Молодость» в Киеве и ряде других. За этим следовала премьера перед стартом фильма в прокате осенью прошлого года с участием звезд кино и бизнеса.

Какие СМИ и в какой пропорции были задействованы для рекламы фильма? Где она оказалась наиболее эффективной?

Мы ориентировались на медиапредпочтения целевой аудитории, поэтому основной акцент делался на рекламе в кинотеатрах и PR в печатных СМИ, которые были дополнительно поддержаны нами различной рекламой в разумных объемах на других носителях. Уверен, что эффективность рекламы фильма зависит не только от конкретных носителей, но и от их грамотного сочетания.



ДОСЬЕ

таглайн – «невероятные приключения русалки на земле»

бюджет – \$1,7 млн

премьеры – 22 ноября 2007 г.

количество копий на первой неделе проката – 280

касса 1 уикенда – 16,542 млн руб. (\$681 879)

наработка на копию – 59 080 руб. (\$2 435)

количество недель в прокате – 5

общие сборы – 33, 235 млн руб. (\$1, 33 млн)

выход на DVD – 24 декабря 2007 г., CP Digital

официальный сайт фильма – www.rusalkafilm.ru

производство – компания «Магнум» по заказу «Централ Партнершип»

дистрибьютор «Централ Партнершип»

режиссер Анна Меликян

продюсеры Рубен Дишдишян, Сергей Газаров

При подготовке досье использованы данные Бюллетеня кинопрокатчика

ЛАВРЫ

■ Приз за лучшую женскую роль актрисе Марии Шалаевой на 18-м Открытом российском кинофестивале «Кинотавр»-2007.

■ Приз за лучшую режиссуру Анне Меликян на 27-м фестивале независимого кино в Сандансе-2008.

■ Фильм – участник программы «Панорама» 58-го МКФ в Берлине-2008.



ГОВОРЯТ

«Режиссер Анна Меликян отрицает связь своей «Русалки» с «Амели» Жан-Пьера Жене. Наверное, потому отрицает, что уж больно изобретательна «Амели» и сравнение выйдет в ее пользу. Но параллели очевидны. И стоит с изумлением признать, что если «Русалка» и проиграет, то лишь по очкам, не нокаутом».

Юрий Gladильщиков, «Ведомости»

«Может, то, что явно талантливым авторам «Русалки» все это представляется хоть сколько-то оправданным, и сообщает нам нечто о состоянии современного общества – но хорошо начавшегося фильма все равно жалко».

Петр Фаворов, «Афиша»

«На экране присутствует собственно кино, а не анимированная какими-то зловещими силами режиссерско-продюсерская концепция».

Антон Костылев, Газета.ру

«Видно, что «Русалка» – плод не только авторского вдохновения, но и продюсерской работы (последний ее этап – существенное сокращение после «Кинотавра» прокатной версии). И все у Анны Меликян будет хорошо, если в поисках баланса между коммерцией и искусством она сохранит свой прорезавшийся режиссерский голос».

Андрей Плахов,
«Коммерсантъ»

«Чувство стиля» – ключевые слова для кино Анны Меликян. Она точно знает, чего хочет. А хочет она снимать авторское кино для широкого зрителя. И, вы знаете, у нее получается. «Русалка» – это неформат, который сразу становится новым стилем. И, может быть, диктует новый стиль».

Ольга Шумяцкая,
«Вечерняя Москва»