

КИНОМЕХАНИК

3'95

КМ



PolyGram
FILM INTERNATIONAL

АО "СЭФ-КИНОТОН" представляет фильм

ГАМБУРГСКАЯ ТУСОВКА ВАСКВЕАТ

АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО

SefKintony

СОБЕСТВОИТЕЛИ - КИНОТОН

Контактные телефоны: (095) 2905037, 2903419, 2900584

СОДЕРЖАНИЕ

Организация и экономика

Актуальная тема

- Тарасов К. "Интоксикация" экранным насилием? .2
Венжер Н. Городские кинотеатры. Исследование
экономического положения8

Школа киноменеджера

- Справочный минимум предпринимателя.....13
Морковина Е. Как продвигать кинофильмы
к зрителям.....15

50-летие Победы

- "Был я когда-то красивым и юным ..."14
Информация19

Кинотехника

Информация

- Развитие и техническое оснащение киносети21
На заводах, в КБ и лабораториях
Новинка ЛОМО.....25
Повышение квалификации
Полещук Я. Кинопроектор 23КПК-3.....26

Номер подготовили:
Л. Н. Мухина, Т. В. Мартос,
И. К. Крючкова

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

©"Киномеханик" 1995

Индекс 70431
ISSN 0023-1681

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

Актуальная тема

“Интоксикация” экранном насилии?

К. ТАРАСОВ,
социолог

Переступив порог кинотеатра, наш зритель то и дело погружается в мир физических конфликтов, разрешаемых самым примитивным, то бишь грубым, способом. Герои постсоветского экрана нисколько не щадят ни себя, ни своих многочисленных противников. Насилие и связанные с ним страсти правят бал и на экране, и в человеческих душах. Говорят, таковы требования рынка. Резонно, однако, заметить, что кино – нечто большее, чем голая коммерция. Это и духовная жизнь миллионов молодых, в том числе совсем юных людей, и способ формирования индивидуального сознания, личности.

С другой стороны, практик кино не только предприниматель, но и гражданин. Получив от зрителя несколько тысяч рублей за просмотр фильма, он не может не задуматься, во всяком случае, как гражданин обязан задуматься о том, что дал кинопосетителю взамен, какой след оставил показанный фильм в его чувствах, мыслях и поведении. Разобраться в этом вопросе, конечно, непросто. Тем более, что отечественная социология к нему пока и не прикасалась.

К счастью, немалая исследовательская работа проведена на Западе, прежде всего в США. Импортируя экранное насилие с клеймом “Сделано в США”, неплохо было бы позаимствовать также сложившиеся в лоне американского общества представления о его воздействии на

зрителей, познакомиться с дискуссиями по этому вопросу. Имея это в виду, мы предлагаем читателям данную статью.

Вхождение российского кинематографа в мировой рынок радикально трансформировало репертуар наших кинотеатров и последствия его социального функционирования. Как отмечалось на II съезде кинематографистов, “показывать можно все равно что. Лучше проглатывается... про голых баб или стрельбу по лбу, но можно и про родную российскую жизнь, которая... по количеству голых баб на экране давно перехлестнула мировые стандарты и сравнялась с общественной баней в час аншлага, да и по количеству дыр в голове товарища мы тоже уверенно вышли вперед... Мы сами способствовали превращению отечественного кинопроката в бесстыдную и отвратительную общемировую кинематографическую помойку. Оттуда и корни нового поколения наших улиц – идут манкурты, эту помойку доверчиво заглотившие”.

Приведенная цитата взята из выступления председателя Союза кинематографистов России С. Соловьева. Можно возразить, что в пылу полемики автор излишне резко критиковал сегодняшний репертуар кинотеатров и его воздействие на зрителей. Но вот что говорят социологические факты о представительстве насилия на наших киноэкранах. Зрителей потчуют им прежде всего в так называемых боевиках. В чистом виде или в сочетании с составляющими детектива или фантастики на их долю в 1993 году приходилось более одной трети посещаемости московских кинотеатров (такой же показатель зафиксирован в 1994 году). В разных типологических вариациях боевики составляли “киномену” детей, которые, как в свое время заметил выдающийся английский социолог Г. Спенсер, “вообще склонны воспро-

изводить поступки взрослых, часто играют роль человека, о котором слышали или читали, и подражают его действиям преимущественно разрушительного характера”.

Наиболее популярны у наших детей в возрасте от 11 до 14 лет актеры, снимающиеся в боевиках. Прежде всего это Жан-Клод Ван Дамм (с социальным кредо “как дам!”), собравший 37% “голосов”. На втором месте Арнольд Шварценеггер (17%), на третьем Сильвестр Сталлоне (13%). Кроме боевиков, насилием изобилуют детективы, “ужастики” и т.д. Со всей остротой встает вопрос: каково воздействие “агрессивной диеты” на зрителей, юных в особенности?

Ответ С. Соловьева, утверждающего, что манкурты наших улиц родом из “кинематографической помойки” – очевидное преувеличение. Но упрекать кинорежиссера за это вряд ли стоит. Удручающее интеллектуальное и “нравственное” содержание функционирующего кинорепертуара неотвратимо наводит на мысль об эпидемии духовной “интоксикации”, жертвой которой стали широчайшие зрительские аудитории. Другое дело, что, не подвергнув эту мысль строгой научной проверке, принимать ее за истину нельзя. Воздействие фильма на социальные установки человека, “вредное” в том числе, – процесс, трудно поддающийся объективному исследованию. В этом вопросе обыденное сознание порождает немало мифологических представлений, а социальная наука на поиски крупиц истины вынуждена затрачивать немало времени, средств и усилий.

Можно предположить, что осмысление воздействия экранного насилия на зрителей у нас, как и на Западе, пройдет два этапа: сначала в рамках общественных дискуссий, затем – научных. Первый этап, собственно говоря, уже начался, и в интересах дела необходимо поскорее передать исследовательскую эстафету специа-

листам – социологам и психологам. А пока нашу общественность полезно ознакомить с опытом осмысления данного вопроса на Западе. Как отмечает немецкий ученый Л. Биски, западные исследования воздействия искусства, распространяемого СМК, посвящены большей частью “вредным” влияниям. В центре внимания – воздействие насилия. Наиболее изученным оказался тезис о том, что “криминальные фильмы порождают криминальность”.

Ниже мы коснемся в основном американского опыта. Такое ограничение вполне уместно, поскольку США лидируют не только в производстве фильмов, но и в изучении их воздействия.

Предыстория социологического изучения вопроса

Уже в первое десятилетие своего существования кинематограф снискал себе дурную репутацию среди западных педагогов, профессоров, писателей, духовенства, т.е. в кругах культурной элиты. В США это объяснялось тем, что многие из пионеров кинопредпринимательства были выходцами из иммигрантской среды больших городов. Отталкиваясь от своего личного опыта, они отразили на экране знакомые им явления из жизни рабочего класса и городской бедноты: преступность, насилие, семейные раздоры и т.д. Средний класс, особенно интеллигенцию, эта тенденция не устраивала, так как под воздействием фильмов у городской бедноты могло обостриться классовое самосознание. Громких заявлений на сей счет, правда, не было. Культурная элита ограничилась классово-нейтральными формулировками. Дескать, показ негативных явлений на экране, особенно преступности и насилия, ведет к усилению этих явлений в действительности, развращает молодежь, наносит вред ценностям традиционной культуры.

Подобные обвинения содержались в публичных выступлениях, газетных и журнальных статьях, книгах, проповедях и даже отчетах полиции.

К концу 20-х годов в США накопился огромный "обличительный" материал о содержании "движущихся фотографий". Преподобный Уильям Шорт, являвшийся также директором созданного в середине 20-х годов "Национального центра по изучению кино", собрал накопившийся "компромат" и составил на его основе обличительное заявление, отразившее, в частности, широко распространенное убеждение, что рост насильственных преступлений во многом объясняется подражанием молодежи героям экрана.

Труд У. Шорта вызвал широкий общественный интерес к феномену подражания киногероям, его механизмам, возможностям противодействия ему и т.п. Вместе с тем критики не получили точных фактов, которые могли бы послужить надежным основанием для выработки программы оздоровления кинорепертуара. Сознал это и сам У. Шорт. Складывалось убеждение, что на смену умозрительному морализаторству должно прийти изучение вопроса строгими эмпирическими методами. Социальная наука США к этому времени уже созрела для решения возникшей задачи.

Первые эмпирические исследования

В 1925 году Хилл и Броммер, изучив 4000 преступлений, совершенных подростками, пришли к выводу, что один процент из них был мотивирован просмотром фильма. Авторы обвиняли культурную элиту и связанные с ней институты (церковь, школы и т.д.) в неспособности справиться с проблемами молодежи. Что касается кино, элита, по их мнению, отвела ему роль "козла отпущения".

Следующее важное событие в изучении

воздействия кино связано опять же с У. Шортом. В 1928 году он добился получения 200 тыс. долларов от частного Фонда содействия экспериментальной и теоретической науке им. Томаса Пейна. Эта финансовая поддержка позволила сформировать исследовательскую группу из 19 психологов, педагогов и социологов и т.д. для весьма продолжительного изучения воздействия кино на молодежь (1929-1933 гг.). В своих выводах почти все участники этого исследования руководствовались убеждением, что на поведение и ценностные ориентации подростков сугубо отрицательное воздействие оказывает кино. Роль опосредующих факторов в этом процессе упускалась из виду. Лишь в одном из итоговых докладов утверждалось, что демонстрация преступности и насилия сказывается наиболее отрицательно в тех группах, где ослаблено влияние таких институтов, как семья, школа, церковь и соседство*.

Однако это "осторожное" заключение о роли опосредующих социальных факторов осталось незамеченным. Большинство участников исследовательской группы, особенно просвещенная общественность, пристально следившая за публикацией итогов изысканий, жаждали "крови" кинематографистов. Ученые обвинили кино в том, что оно внедряло в сознание подростков и молодежи "вредные" представления о социальной реальности, внушало им, что одной из главных ее составляющих является достижение корыстных целей насильственным или преступным путем.

* Заметим, что эскалация насилия на российских экранах проходила параллельно с крушением господствовавших в доперестроечное время социальных институтов, идеалов и ценностей, известным упадком нравственности. В условиях дезорганизационных процессов сдерживающая роль опосредующих факторов неизбежно снижалась, что способствовало усилению негативного воздействия экрана на сознание и поведение определенной части зрителей.

Есть основания считать, что к резко отрицательным выводам о воздействии кинозрелища исследователи склонялись также очень популярные в 30-е годы теоретические концепции – массового общества и бихевиоризма*. Согласно первой социум в начале XX века развивался в направлении к такому общественному порядку, который предоставляет человеку весьма незначительную роль в потоке функционирования “масс” и деятельности крупных организаций, в частности масс-медиа, призванных держать народ “в узде”.

Неплохой поддержкой для таких идей оказалась разработанная психологами концепция бихевиоризма. Социальная действенность кинозрелища с этих позиций объяснялась довольно просто: кинематографические стимулы ложатся на глубинные человеческие влечения, эмоции и процессы, биологически унаследованные индивидом и, следовательно, неподвластные его волевому контролю. На один и тот же стимул все реагируют однозначно. Он оказывает мощное влияние еще и потому, что объект воздействия – человеческий атом в огромном социальном агрегате.

С течением времени влияние концепций массового общества и бихевиоризма на исследование роли кинозрелища неуклонно ослабевало. К концу 50-х годов влиятельной оказалась концепция либерализма, понимаемого как комплекс убеждений, проистекающих из главного утверждения, что сущность человека – это его свобода и поэтому главная забота в человеческой жизни – способность изменять мир так, как нам хочется. В этот период благодаря телевидению эскалация экранного насилия приобрела куда более внушительные масштабы. Сочетание этих двух тенден-

ций – нового взгляда на отношения между масс-медиа и индивидом и распространение телевидения – подтолкнуло к крупным исследованиям воздействия телеэкрана на подростков.

Исследования в 50–60-е годы

Первое крупное изыскание было проведено в пяти промышленных городах Англии в 1955-1956 годах. Исследователи не смогли обнаружить ни вредного, ни благоприятного влияния показа насилия на экране. Правда, было отмечено, что телевидение может притупить осознание подростком последствий реального насилия.

В упомянутом английском исследовании либерализм нового взгляда на масс-медиа проявился весьма слабо. Довольно отчетливо он прозвучал во втором исследовании, проведенном в 1958–1960 годах в различных регионах США и Канады, в том числе в Сан-Франциско и Денвере. Ученые пришли к выводу, что если у данного подростка не наблюдается психической склонности к агрессии, если в семье он окружен заботой, любовью и лаской, если он хорошо вписывается в группу сверстников, то имитация экранного насилия, а тем более правонарушения со стороны подростка практически исключены.

Результаты первых исследований воздействия экранного насилия звучали обвинением в адрес кинематографа. Они бросали тень уже на само общество, его институты. Выводы ученых были более “неудобными”: Ведь одно дело изменить содержание телепрограмм, и совсем другое – помочь “неблагополучным” семьям и “трудным” подросткам. Сделать телевидение “козлом отпущения” намного проще. Тем более, что косвенный “компромат” на телевидение заключался в масштабах насилия, имевшего место в самом обществе в 60-е годы (всплеск негритянских волнений в крупных городах США, молодежные

* *Бихевиоризм* — направление в психологии, акцентирующее внимание на изучение поведения и истолковывающее его как совокупность простых реакций организма на стимулы внешней среды.

бунты, убийство Джона Кеннеди, черных лидеров Мартина Лютера Кинга и Малколма Экса, а также покушение на Роберта Кеннеди и губернатора штата Алабама Джорджа Уоллеса). Все это вкупе с общим состоянием преступности ставило вопрос о причинах насилия в обществе и требовало критического взгляда на деятельность ТВ. В 1968 году была создана "Национальная комиссия по изучению причин и предотвращению насилия", под началом которой специальная группа ученых занялась изучением воздействия насилия на телеэкране. Год спустя в своем итоговом отчете руководители группы сделали вывод, что просмотр телевизионных фильмов с насилием увеличивает возможность насильственного (агрессивного) поведения подростков.

Исследования в 70–80-е годы

Заключениям комиссии не доставало определенности и категоричности, и это вынудило сенат, а потом и самого президента (им был тогда Р. Никсон) создать в 1969 году "Научно-консультативный комитет по изучению телевидения и социального поведения" при Министерстве здравоохранения. В отчете комитета констатировалось, что существует определенная причинно-следственная связь между насилием на экране и насилием в жизни. Столь серьезный вывод всколыхнул как широкую, так и научную общественность, способствовал интенсификации исследований по проблеме воздействия экранного насилия. Около 90% всех имеющихся исследований приходится на 70-е годы.

Кино и ТВ, однако, не ослабили своего интереса к показу насилия. По оценкам экспертов в этом отношении период с 1970 по 1978 год оказался наиболее "урожайным". В самых кассовых кинофильмах центральное место отводилось убийствам, изнасилованиям и пр. Отто-

ченность сюжета, проникновение в природу человеческих взаимоотношений и т.д. отступали далеко на задний план. Что касается телевидения, "рекордными" оказались 1974, 1976 и 1978 годы. Около 88% программ, в основном фильмов, содержали сцены с насилием.

Кстати, в 1977 году телевидению в связи с показом насилия, пожалуй, впервые был предъявлен иск. Судебному разбирательству подвергся следующий случай. 15-летний житель Майами убил 83-летнюю соседку за ее угрозы рассказать полиции о совершенной им краже со взломом, невольной свидетельницей которой она стала. Суд приговорил подростка к пожизненному заключению. Но его адвокат, вооружившись показаниями родителей, обвинил все три общенациональные телекомпании (ABC, NBC и CBS) в "интоксикации" его клиента посредством сцен насилия. Родители обвиняемого предъявили им иск в 25 млн. долларов. Суд, правда, вынес решение в пользу телевидения.

Чтобы проанализировать научную информацию, в 1980 году был образован второй "Научно-консультативный комитет по изучению телевидения и социального поведения". Обобщая данные двух с половиной тысяч исследований, ученые в 1982 году повторили, но намного более уверенно, вывод первого комитета: насилие на экране ведет к насилию (особенно подростковому) в жизни.

В центре внимания исследований, проведенных в 70-80-е годы, оказались следующие вопросы:

1. Приводит ли просмотр экранного насилия к межличностной агрессивности и правонарушениям?
2. Становится ли обычный подросток агрессивным из-за обильного просмотра телевизионного насилия или же он обращается к нему часто по той причине, что сам по себе агрессивен?
3. Какую роль играют индивидуальные

характеристики зрителя в качестве опосредующего фактора?

4. Каково влияние социального окружения зрителя?
5. Идентификация зрителя с героем как основной механизм воздействия экранного насилия.
6. Влияние реалистичности экранного насилия на силу его воздействия.

Рассмотрим выводы, к которым пришли ученые в результате конкретного изучения этих вопросов.

Одним из важных стимулов научного изучения воздействия экранного насилия на зрителей явился умозрительный ответ на этот вопрос, который культурная элита дала еще на заре кинематографа. Полагали, что зрители непременно подражают экранному насилию. Связанные с этим опасения и тревоги делали необходимым научное – в частности, экспериментальное – изучение проблемы.

Пионером экспериментального исследования был Альфред Бандура. В ряде экспериментов, проведенных под его руководством в 60-е годы, детской аудитории показывали, к примеру, снятого на киноплёнку взрослого, бьющего палкой большую куклу. После этого дети играли в комнате, а экспериментатор вел за ними скрытое наблюдение. Как правило, оказывалось, что в исследуемой группе, то есть среди смотревших фильм с насилием, проявления агрессивности во взаимоотношениях были намного значительнее, чем в контрольной группе.

Этот факт Бандура объяснял с позиций выдвинутой им концепции научения посредством наблюдения. Сторонники его концепции сформулировали три условия, при наличии которых возможно подражание экранному насилию или научение ему:

– зритель, в данном случае ребенок, должен воспринимать происходящее на

экране адекватно, то есть понимать, кто герой, кто злодей, суть конфликта между ними и т.д.;

– способ совершения экранного насилия должен быть адекватен психофизическим качествам ребенка, иначе он просто не сможет ему подражать;

– герой должен обладать определенным потенциалом для его положительной оценки зрителем; лишенный привлекательности герой исключает возможность подражания со стороны зрителей.

А. Бандура положил начало некой “моды” на экспериментальное изучение воздействия экранного насилия. В самом деле, к середине 60-х годов было проведено значительное количество экспериментов, в которых испытуемым показывали фильмы с насилием, а их воздействие измерялось в последующей ситуации, где испытуемым предоставлялась возможность наказывать ассистента исследователя электроударом, если он допускал ошибки в осуществлении определенного действия*. Индикатором агрессивности служила сила электроудара. В этом плане показателен следующий эксперимент, проведенный со взрослыми.

Мужской половине обслуживающего персонала одной крупной больницы показали фильм с насилием. Затем исследователь попросил испытуемых “оценить” выполнение своим ассистентом простого рукодельного задания. За малейшую ошибку ассистента предлагалось наказывать электрическим ударом. От контрольной группы, не видевшей фильм с насилием, экспериментальная отличалась более сильными и затяжными ударами. Эксперимент, проведенный по этой же схеме с 24 мальчиками (14-16 лет) и 32 девушками (19-21 год), дал идентичный результат.

Сходные эксперименты, проведенные в

* Электроудару ассистент не подвергался, но испытуемые об этом не знали.

1972-1975 годах, подтвердили первоначальный вывод: непосредственно после просмотра фильма испытуемые подражали экранному насилию. Казалось бы, установлена истина. Однако выполненные эксперименты вызвали всеобщее разочарование. Дело в том, что они проводились в лабораторных условиях. Искусственная ситуация показа насилия и проявления его воздействия имела слишком мало общего с реальной действительностью.

Продолжение следует

Городские кинотеатры. Исследование экономического положения

Н. ВЕНЖЕР

Кинотеатр и репертуар

Наши исследования 1992-1993 гг. показывали, что однообразие репертуара кинотеатров приводило к сокращению зрительской аудитории. Те сегменты рынка, спрос которых был ориентирован на отечественную или европейскую продукцию, оставались неудовлетворенными, и многие зрители отказывались от посещения кинотеатров, теряя привычку к этому, ранее самому распространенному, виду досуга. Тогда мы говорили, что часть зрителей можно вернуть в кинотеатр, изменив репертуарную политику и организовав дифференцированную рекламу. С тех пор многое изменилось.

В частности, чрезвычайно расширился репертуар телевизионных кинопоказов. Появились новые телеканалы, а старые стали разнообразить свой кинорепертуар, стремясь ответить на запросы любых воз-

растных, социальных, национальных групп населения.

Репертуарная политика кинодистрибьюторов и кинотеатров тоже изменилась. Крупные дистрибьюторские фирмы все чаще предлагают нашим зрителям высококачественное кино лучших американских и европейских мастеров. По-видимому, эти усилия затормозили "бегство" зрителей. Но не во всех кинотеатрах. Произошел как бы стихийный отсев кинотеатров-аутсайдеров. Жители городов в большинстве сами сделали выбор, поддерживая "на плаву" несколько любимых кинотеатров.

Однако попытки вернуть в кинотеатры отечественные фильмы успехом не увенчались. Анализ причин этого выходит за рамки настоящего исследования. Мы здесь предлагаем лишь результат, который тесно связан с экономической жизнью кинотеатров.

Кинотеатр "Октябрь" (Москва), имеющий возможность работать в двух залах – большом на 2350 и малом на 440, старается разнообразить свою программу и постоянно включает в афишу российские ленты. Напоминаем, что этот кинотеатр – один из самых популярных в столице. В сезон 1993-1994 гг. в среднем на сеанс было продано по 113 билетов (4,5% загрузки зала). В том числе средняя посещаемость американского фильма – 150 человек (5,5%), а российского – 45 (1,6%). При чем показ элитарного американского фильма типа "Человек дождя" или "Аромат женщины" держался близко к среднему уровню, а попытки показать некоммерческое российское кино приводили к постоянной отмене сеансов из-за полного отсутствия зрителей (кинотеатр показывает фильм даже для 5 человек в зале).

В начале статьи мы приводили репертуар петербургского кинотеатра "Зенит" (см. табл. 2), что позволяет сравнить реализацию зрительского потенциала российских и зарубежных фильмов. Еще более

Окончание. Начало в № 1, 2.

красноречива сводка результатов показа в этом кинотеатре российских фильмов в 1993-1994 гг. (см. табл. 7).

Среднее количество зрителей на сеансе российского фильма составило, таким образом, 24,7. Совершенно очевидно, что кинотеатр с залом на 1000 мест не может себе позволить 2,5% загрузки – он неминуемо прекратит свое существование.

Как ни печально, приходится признать, что российские фильмы – и прежде всего их создатели – проиграли борьбу за зрителя своим зарубежным конкурентам. Но самым опасным на этом этапе было бы применение силовых методов в конкурентной борьбе. Предпочтение, которое оказывает публика зарубежным фильмам, – реальность. Давить на легальный рынок запретами и пошлинами означает в нынешней ситуации оказать поддержку рынку нелегальному, пиратскому. Увеличение налогов на показ зарубежного фильма не поможет отечественному кино – оно прос-

то разорит кинотеатры и дистрибьюторов. С трудом накопленные здесь капиталы утекут в другие сферы бизнеса и будут потеряны для киноотрасли. Рассчитывать на то, что государство в сегодняшних условиях возьмет на себя расходы по восстановлению государственного проката и киносети, нереально.

Между тем потенциальные зрители отечественных фильмов есть. И дальновидные демонстраторы стараются так строить репертуар, чтобы в афишах присутствовало и российское кино. В частности, в кинотеатрах с двумя (и более) залами некоторые стремятся максимально разнообразить программу, чтобы угодить всем вкусам. Их практический опыт показывает, что большинство зрителей идут все-таки не на выбранный фильм, а в привычный кинотеатр (то же подтверждается и исследованиями В.П. Дубицкой). Поэтому опытные кинопрокатчики стараются предоставить потребителю выбор и дер-

Таблица 7

Название	Месяц	Сеанс	Зрит.	Зр./сеанс
Русский рэгтайм	апр.	3	19	6,3
300 лет спустя	март	5	106	21
Дикая любовь	март	2	13	6,5
Увидеть Париж и умереть	январь	6	113	19
Американский делушка	декабрь	7	89	12,7
Настя	сентябрь	6	143	24
Рэкет	сентябрь	6	208	35
Гардемарины-3	октябрь	4	56	14
Ваш выход, девушки	сентябрь	6	174	29
Воздушные пираты	июль	11	191	17
30-го уничтожить	июль	9	342	38
Новый Одесс	июль	9	175	19,4
Черный квадрат	июль	10	340	34
Устрицы из Лозанны	июль	16	362	22,6
Идеальная пара	июль	14	493	35,2

жат в одном из залов пусть не столь уж “выгодное” кино, которое привлекает менее массового зрителя. Они как бы “выскребают” аудиторию, не пренебрегая и малыми ее сегментами.

Второй серьезный ресурс для продвижения наших фильмов в кинотеатры – реклама, главным образом по каналам ТВ. Но это вопрос обширный, сложный и заслуживающий особого исследования. Источники финансирования рекламной кампании для каждого фильма – проблема, которую трудно решить и в теории, и на практике. Здесь-то и пригодилась бы государственная поддержка, при одном условии: финансировать рекламу фильмов, имеющих реальный зрительский потенциал. Совершенно нерационально расходовать деньги на так называемое “авторское”, “экспериментальное” и прочее кино. Мы здесь не касаемся их объективной культурной ценности – это не тема нашего исследования. Мы говорим о выживании отрасли, которое невозможно без поддержки массового зрителя. Сегодня отечественному кинематографу жизненно необходима реклама отечественного “кинотовара”, рассчитанного на удовлетворение массового спроса. Эта реклама в перспективе окупится не только возмещением затрат, но и восстановлением необходимой для любого искусства, в том числе и элитарного, связи с публикой.

К сожалению, зрительский потенциал большинства отечественных фильмов практически равен нулю. Если репертуарная политика русского кинематографа не изменится, никакие пошлины, налоги и запреты, никакое государственное покровительство, никакая реклама не помогут восстановить рвущиеся связи со зрителем.

Мнения экспертов

Поставленные здесь вопросы мы обсуждали, как уже говорилось, и на представи-

тельных совещаниях, и в индивидуальных беседах с экспертами – директорами кинотеатров, КВО и дистрибьюторами. В результате мы пришли к выводу, что все разнообразие мнений и предложений, высказанных нашими собеседниками, можно свести к двум позициям. Одна – мы бы назвали ее “потребительской” – опирается на годами привитое убеждение в том, что кто-то, чаще всего государство, должен “дать”. Дать деньги, льготы, права “нам” и – запретить все всем остальным. Вторая позиция, на наш взгляд, гораздо более продуктивна, ориентирована на поиск самостоятельного выхода из кризиса. Правда, и в этом случае нельзя обойтись без помощи государства. Но ждут уже не денег, льгот и запретов, а условий, при которых киноорганизации смогут выжить за счет собственной предприимчивости.

Некоторые участники упомянутого совещания в Департаменте кино Петербурга видели причину кризиса кино в “обнищании народа”, в неправильной политике кинокомитета, в либерализме властей по отношению к независимым кино- и телефирмам. Предложения в этом случае были сформулированы так: “комитет должен душить альтернативу...”, “государство должно сделать квоту на показ кинофильмов по телевидению...”, государство должно финансировать покупку и тиражирование фильмов для КВО (по июньским ценам только тиражирование составило бы около 10 млрд. руб.), город (или кинокомитет) должен взять на себя коммунальные платежи кинотеатров государственной киносети и т.п.

Предложение “душить”, как нам кажется, не заслуживает анализа. Другое дело соблазнительная для многих возможность ограничить право телекомпаний показывать кино. Но ведь это значит и ограничение права зрителей такое кино смотреть. В конце концов пусть потребитель сам выбирает ту или иную форму обслу-

живания. С нашей точки зрения квомирование кинопоказа есть посягательство прежде всего на права всего населения, на права человека, который должен быть свободен в выборе информации и зрелищ. Предложения по дополнительному финансированию (а разнообразные льготы, бесплатное тиражирование и прочее есть не что иное как дополнительное финансирование) сводятся к тому, чтобы более эффективную деятельность частных предпринимателей вновь заменить затратными системами государственного проката.

Другая позиция, изложенная, например, в документах Московской ассоциации кинотеатров, сводится к следующему:

помощь города заключается в том, что горкомимущество передает в полное хозяйственное владение созданному Ассоциацией акционерному обществу (куда горкомимущество входит как один из учредителей) часть городских кинотеатров по выбору Ассоциации. Для Москвы таких акционированных кинотеатров, по мнению авторов проекта, должно быть 26 общезранных и 10 детских;

– акционерное общество имеет право сдавать в аренду принадлежащие кинотеатрам помещения и прилегающую площадь в установленном размере. Средства от эксплуатации зданий (после выплаты налогов) остаются в распоряжении АО;

– акционерное общество берет на себя обязательство сохранить основную деятельность кинотеатров – показ фильмов. Причем, как уже говорилось выше, киносеансы будут сохранены независимо от уровня кинопосещаемости – кинотеатры будут “законсервированы в ожидании того времени, когда зрители вернуться”.

Многие администраторы киносети из Барнаула, Иркутска и других городов видели опасность в пиратской деятельности местных телекомпаний, показывающих те же фильмы, что закуплены местными дистрибьюторскими фирмами и КВО. При-

чем часто эти нарушения объясняются правовым невежеством. Так, руководители госкинопроката Кемеровской области принимали наличие разрешительного удостоверения на прокат, выданного фильму, за лицензию на право его бесплатного показа, то есть как бы за “лицензию на пиратство”.

Иркутская областная телекомпания считает себя вправе показывать по местному телевидению не только российские фильмы, выпущенные на государственных студиях, но и зарубежные, и отечественные, принадлежащие независимым владельцам, потому что они, мол, некоммерческая государственная структура. Иными словами, полная неразбериха в понятии права собственности на фильм приводит к государственному пиратству, часто вызванному, как мы уже говорили, неосведомленностью в своих и, в особенности, в чужих правах.

Отсутствие широкой рекламы на российские фильмы, как считают демонстраторы, также является серьезным препятствием для их нормального продвижения на экран. Многие участники опроса предлагали расходовать государственные дотации именно на телерекламу отечественных фильмов. Но, естественно, таких, которые могут рассчитывать на привлечение широкого зрителя и хотя бы на скромный коммерческий успех. В частности, кинофикаторы Иркутска выражали уверенность, что у “хороших” российских фильмов в их городе будет достаточно зрителей. Более того, они связывали резкое снижение посещаемости именно с однообразием киноафиши и с отсутствием новых российских картин. Как примеры желательного репертуара многие называли фильмы “Идеальная пара”, “Гений”, “Мужская компания”.

Многие эксперты считали совершенно необоснованным мнение о нерентабельности детского кино. Весь вопрос в том, как

понимать термин “детский фильм”. Такие детские фильмы, как оба “Бетховена”, “Один дома” или “Миссис Даутфайер”, оказались в числе зрительских лидеров репертуара вообще. Интерес, проявленный дистрибьюторами к фильму “Счастливейший неудачник”, поставленному на “Ленфильме””, позволяет надеяться, что и у нашего детского фильма может быть счастливая судьба. Если авторы с уважением относятся к потребностям и желаниям своей аудитории.

Заключение

Проведенный опрос экспертов и анализ собранных материалов позволили сделать следующие выводы:

1. Темпы сокращения численности киноаудитории несколько замедлятся, так как в больших городах выкристаллизуется та группа кинозрителей, которая не потеряет привычку ходить в кино. Волны сезонных колебаний киноаудитории будут чередоваться с периодами относительной стабильности, правда, пока еще на фоне общего понижения.

2. Зато начнется более интенсивное сокращение количества кинотеатров и киноустановок. В больших городах прекратят свое существование или сменят владельцев те кинотеатры, которые систематически не добируют необходимого минимума посещений (для разных городов это различные величины).

3. Дальнейший рост цены билета замедлится, а в некоторых городах и регионах приостановится на какое-то время. “Порог насыщения” для стоимости кинобилетов различен в разных городах и даже районах одного большого города, для зрителей разных кинотеатров. Поэтому будет усиливаться уже существующая дифференциация цен, что необходимо учитывать дистрибьюторам при заключении договоров.

4. Необходимо в кратчайшие сроки разработать законодательные меры по защите прав собственников фильмов и смежных прав их партнеров, включая механизм реализации законодательных актов и наказания за их нарушение.

Кинокомитету же необходимо, не дожидаясь государственных решений, издать и разослать для служебного пользования всем заинтересованным организациям подробные разъяснения уже существующих положений. Владельцы фильмов должны знать свои права, власти и контролирующие органы должны знать права владельцев и “состав преступления” нарушителей этих прав. Наконец, сами нарушители должны отчетливо представлять, какие статьи каких законов и какие параграфы каких инструкций они собираются нарушить и какое наказание им грозит.

5. Крайняя неустойчивость всей системы фильмопродвижения, включая высокую степень риска дистрибьюторских фирм, финансовый и технический кризис киносети, делает крайне опасным введение принудительных административных или резких экономических мер регулирования. Следует учесть, что количество зрителей в кинотеатрах большинства регионов достигло своего критического минимума. Структура аудитории определилась, ее спрос худо-бедно, но удовлетворяется сложившимся предложением. Если нарушить это хрупкое статус-кво, кинотеатры могут окончательно потерять зрителей. Даже если предположить, что значительная часть потенциальной аудитории вернется в кинотеатры с изменением репертуара, надо отчетливо понимать, что для этого необходимо выполнить как минимум три условия:

– иметь в достаточном количестве требуемые новые фильмы, способные привлечь массового зрителя;

– затратить очень крупные средства на предварительную и текущую рекламу,

уведомляющую массового зрителя о грядущих переменах репертуара и представляющую этот репертуар;

– иметь достаточно средств для содержания опустевших кинотеатров на тот срок, который потребуется, чтобы новая публика выработала новую (или вернула утраченную) привычку к посещению кинотеатров.

Насколько реально соблюдение этих условий, каждый может представить сам.

6. Целесообразно часть средств, выделяемых на поддержку в прокате российских фильмов, тратить на широкие рекламные кампании по центральным каналам ТВ, а также на изготовление рекламных роликов и рассылку их по областным и крупным частным телеканалам. Объектом такой тотальной рекламы должны быть российские фильмы с высоким зрительским потенциалом. Это поможет резко увеличить количество зрителей в кинотеатрах вообще.

7. Необходимо разработать проекты технического перевооружения киносети и найти источники финансирования для их реализации. По нашему мнению, самый реальный источник средств – продажа части кинотеатров с аукциона и расходование вырученных денег на модернизацию лучших и наиболее популярных городских кинотеатров.

8. Безусловно заслуживает поддержки предложение Ассоциации московских кинотеатров о создании смешанного акционерного общества закрытого типа для эксплуатации части московских кинотеатров. Аналогичные решения были бы полезны для сохранения киносети в других крупных городах.

9. Для того, чтобы сельские жители имели такую же возможность смотреть новинки репертуара с изображением хорошего качества и чтобы средства, затрачиваемые зрителями на просмотр фильма, возвращались в киноотрасль – к владель-

цам и создателям фильмов, было бы желательно начать работу над программой телекинофикации села. Опыт такой деятельности имеется в Краснодарском крае.

Школа киноменеджера

Справочный минимум предпринимателя

БАЗИСНЫЕ УСЛОВИЯ ПОСТАВОК ТОВАРОВ – обязанности сторон по обеспечению транспортировки товара на различных этапах его продвижения от склада поставщика до склада получателя, предусматривающие порядок распределения транспортных, страховых и других сопутствующих расходов между продавцом и покупателем, а также условия перехода с продавца на покупателя права собственности на товар, риска его случайной гибели или повреждения товара по пути следования.

Толкование базисных условий поставок товаров содержится в международных правилах *“Инкотермс”*, которые включают следующие основные типы базисных условий: Франко-завод (EXW), Франко-вагон (FOR/FOT), Свободен вдоль борта судна (FAS), Свободен на борту судна (FOB), Стоимость и фрахт (CFR), Стоимость, страхование и фрахт (CIF), С судна (EXS), С пристани (EXQ), Поставка до границы (DAF), Поставка с оплатой пошлины (DOP), Фоб аэропорт (FOA), Франко-перевозчик (FRC), Фрахт/провозная плата оплачена до ... (DCP), Фрахт/провозная плата и страхование оплачены до ... (CIP).

Указанные базисы поставок имеют множество модификаций.

БАНК – кредитно-финансовое учрежде-

ние, аккумулирующее денежные средства и накопления юридических и физических лиц, от своего имени размещающее их на условиях возвратности, платности и срочности, а также осуществляющее иные кредитно-финансовые операции.

По характеру операций различают банки: *универсальные (коммерческие), инновационные, инвестиционные, ипотечные, биржевые* и др.

Банк, получивший лицензию Центрального банка на осуществление тех или иных операций, имеет статус *уполномоченного* банка.

БАНК-КОРРЕСПОНДЕНТ – банк, выполняющий поручения другого банка по платежам и расчетам на основе корреспондентского договора через специально открываемый счет (*корреспондент со счетом*) или через счета банков-корреспондентов в третьем банке (*корреспондент без счета*).

БАНКРОТСТВО ПРЕДПРИЯТИЯ – неспособность предприятия удовлетворить требования кредиторов по оплате товаров (работ, услуг), включая неспособность обеспечить обязательные платежи в бюджет и внебюджетные фонды, в связи с превышением обязательств должника над его имуществом или в связи с неудовлетворительной структурой баланса должника. Банкротство имеет место после признания факта несостоятельности арбитражным судом или после официального объявления о нем должником при его добровольной ликвидации.

БАНКОВСКИЕ ОПЕРАЦИИ – принятие на себя финансово-кредитными учреждениями безусловных обязательств с фиксированной суммой долга перед небанковскими организациями и гражданами.

Основные виды банковских операций: *активные, пассивные, комиссионные операции ценными бумагами*.

БАНКОВСКИЙ КОНСОРЦИУМ – временное объединение нескольких банков, в

т.ч. иностранных, для долгосрочного кредитования крупных инвестиционных проектов, позволяющее мобилизовать значительные средства и распределить кредитные риски между банками-членами консорциума.

БАРТЕР – оцененный и сбалансированный обмен товарами между предприятиями на основе договора. Используется преимущественно во внешней торговле в условиях отсутствия финансовых средств и не предусматривает денежных расчетов между *контрагентами*.

БЕЗНАЛИЧНЫЕ РАСЧЕТЫ – совокупность операций, связанных с перечислением средств с одного банковского счета на другой или с зачетом взаимных требований, а также с организацией документооборота.

БИРЖА – организованная форма оптовой купли-продажи биржевых товаров (ценных бумаг, валюты) путем публичных торгов согласно установленным правилам и процедурам.

БИРЖЕВАЯ СДЕЛКА – зарегистрированный биржей договор (соглашение), заключаемый участниками биржевой торговли в отношении биржевого товара в ходе биржевых торгов.

Порядок регистрации и оформления биржевых сделок устанавливается биржей. Биржевые сделки не могут совершаться от имени и за счет биржи.

Сделки, совершаемые брокерами, заключаются в устной форме, но имеют силу твердого контракта, который оформляется в письменной форме после завершения *биржевого торга (сессии)*.

На биржах наибольшее распространение получили *наличные сделки* с реально существующим товаром (спот, форвард), а также *срочные сделки* с несуществующим товаром (фьючерс, опцион).

БИРЖЕВОЙ ТОВАР – не изъятый из оборота товар определенного рода и качества, в том числе стандартный контракт и

коносамент на указанный товар, допущенный в установленном порядке биржей к биржевой торговле.

Биржевой товар должен обладать способностью к стандартизации его качества и других параметров, позволяющих производить его *котировку*, а также быть перемещаемым во времени и в пространстве.

Недвижимое имущество и объекты интеллектуальной собственности по законодательству не являются биржевым товаром.

БОНДОВЫЕ ГРУЗЫ – хранящиеся на таможенном складе импортные товары, по которым не уплачена *таможенная пошлина*.

БРОКЕР – биржевой посредник, способствующий совершению сделок между заинтересованными сторонами (покупателем и продавцом).

Как продвигать кинофильмы к зрителям

Е. МОРКОВИНА

Не секрет, что за последние годы значительно увеличилось количество фильмов, демонстрирующихся на экранах, а число зрителей, несмотря на разнообразие репертуара, катастрофически падает. Сегодня зритель если и выбирается в кинотеатр, то старается посмотреть фильм, о котором что-либо слышал, читал или видел рекламный клип по телевидению, т.е. фильм, о котором уже имеется первоначальное представление.

Зарубежная практика выработала целую систему мер, направленных на привлечение как можно большего числа зрителей в кинотеатры, называемую *маркетинговыми коммуникациями*. Выделяют четыре основных средства воздействия на зрителя.

1. **Паблсити**, как организация неоплаченных положительных отзывов о фильме в прессе, на радио, телевидении. Для осуществления этих мероприятий большинство прокатных организаций перед выпуском фильма на экран устраивают просмотры для журналистов.

2. **Персональные продажи**, как устное представление фильма. Этот вид продвижения можно наблюдать на кинорынках и у касс кинотеатров. Нередко, если потенциальный зритель не решил окончательно, смотреть ему этот фильм или нет, он спрашивает мнение о фильме у кассира, билетера или у вышедших с предыдущего сеанса зрителей, и их ответ может повлиять на его решение.

3. **Стимулирование сбыта**, как всевозможные нестандартные формы продвижения: розыгрыши призов в зале "на счастливый билетик", различные скидки при покупке киноабонементов или при предъявлении специальных талонов или купонов, вырезанных из газет, журналов, и т.д.

4. **Реклама**. Этот вид продвижения наиболее распространен среди отечественных кинопредпринимателей. Сюда можно отнести рекламу на Центральном и местном телевидении, радио, в прессе, расклейку плакатов и афиш. Отличительной чертой этого вида продвижения является его высокая стоимость в сравнении с другими.

Мы предлагаем всем, кого заинтересовала данная тема, кто использовал какие-либо необычные способы работы со зрителем или разрабатывал стратегию продвижения фильмов, поделиться своим опытом с коллегами на страницах журнала.

Роль паблсити

В последнее время на экраны кинотеатров ежегодно попадает до тысячи российских и зарубежных фильмов, поэтому особое

значение должно придаваться индивидуальности и оригинальности каждого проекта продвижения. Уже на стадии запуска в производство отечественного фильма следует определить стратегию его продвижения к зрителю. Для этого рекомендует­ся определить возрастную аудиторию потенциальных зрителей и приступить к работе над формированием социальных ожиданий фильма в их среде. На данном этапе роль публицити трудно переоценить. Статьи о фильме, интервью с режиссером и актерами, занятыми в главных ролях, должны появляться именно в тех изданиях, которым отдает предпочтение выделенная нами аудитория.

С началом съемочного периода роль публицити заметно снижается (лишь иногда в средствах массовой информации появляются репортажи со съемочной площадки) и вновь возрастает при выпуске фильма на экраны. Можно рекомендовать прокатным организациям устраивать предварительные просмотры для журналистов, которые позволяют отразить на страницах газет и журналов сразу несколько, иногда абсолютно полярных, мнений о фильме. Следует отметить, что не всегда статьи независимых журналистов согласуются с общим планом продвижения кинофильмов – именно это и является основным недостатком публицити.

Большинству крупных прокатчиков в регионах и директорам кинотеатров также необходимо готовить “своего” зрителя, заранее публикуя в местной прессе статьи о стоящих в репертуаре фильмах. Для этих целей можно использовать как собственные статьи, так и те, которые присылает головной прокатчик. Значительным преимуществом последних является то, что они пишутся на основе всех имеющихся о фильме материалов, начиная с обсуждения сценария и заканчивая последним съемочным днем.

Продолжение следует

50-летие Победы

“Был я когда-то красивым и юным...”

ОЛЕГ ГОЛУБИЦКИЙ

Участник Великой Отечественной войны. Доброволец. Заслуженный артист России. Снимался в фильмах “Испытание верности”, “В добрый час!”, “Убийство на улице Данте”, “Жажда”, “Мичман Панин”, “Дети Ванюшина”, “Уроки французского”, “Портрет жены художника”, “Формула света”, “Ученик лекаря”, “Победа”, “Одинокое плавание”, “Чичерин”, “Выкуп”, “Разыскивается опасный преступник”, т/с “Майор Вихрь”, “Рожденная революцией”, “Адъютант его превосходительства”.

Воспоминания

7 июня 1941 года мне исполнилось 18 лет, я учился в 9-м классе 57-й московской школы. 22 июня началась война, а через неделю я получил письмо от отца, в котором он писал: “Дорогой мой Олегушка! Ты единственный сын. В роду Голубицких всегда были защитники Родины. Твое место на фронте...”. Надо сказать, что отец мой, бывший офицер царской армии, был репрессирован и в то время жил далеко от Москвы.

Я пошел в военкомат, мне сказали, погоди, придет, мол, твое время. Единственно, куда можно было попасть, это в ополчение. Знаменитое московское ополчение...

4 июля я записался в 21-ю ополченческую стрелковую дивизию Киевского района Москвы, а на следующий день мы собрались в Гагаринском переулке (ныне улица Рылеева) и в ночь на 6-е пешком



“Ученик лекаря”

пошли в Перхушково-Перedelкино. Идти было безумно тяжело. За нами ехало несколько машин “скорой помощи”, подбирая тех, кто совсем уж выбивался из сил.

Наконец дошли. На месте мы приняли присягу, нас сформировали по ротам и отправили в район города Кирова тогда Смоленской, сейчас, по-моему, Калужской области, где и воевали.

Обмундирование нам выдали военное, а вооружение было самое разнообразное: от древних винтовок образца 1898 года до польских пушек и финских патронов. Кстати, отличные, каждый патрончик блесстел как золотой, лежал в ячейке. Это не то что наши, ржавые, или те же польские снаряды. Их вгоняешь в ствол, один снаряд болтается в казенной части, а другой — не влезает, из одного ящика, между прочим, вынимали. Были австрийские и французские карабины. Еще говорили, что у ополченцев одна винтовка на троих. И такое было! Я-то себе сразу трехлинейку захватил. Да, вооружение разношерстное, но мы ведь не регулярные войска, о чем может идти речь!

А еще успехом у бойцов пользовались

бутылки с так называемой самовоспламеняющейся горючей смесью, или попросту бензином. Неправда. Бутылки были с керосином. Почему именно с керосином? Да потому, что он горит дольше и, обтекая, проникает во все щели, а от бензина мало толку — вспыхивает и моментально сгорает. Так вот, бутылка была с пробкой, в ней торчала спичка величиной с большой палец, облитая серой, а чиркалка была у меня в кармане. Ты зажигаешь спичку и бросаешь бутылку на танк...

Умели ли мы стрелять? На отдыхе, когда устраивали привал, нам показывали, что и как надо делать. Должны были уметь, иначе смерть.

Летом наша дивизия стояла на реке Болва. Война тогда была еще позиционная. Разумеется, бомбежки, обстрелы — все это было! Мы располагались на опушке леса в своих окопах, потом — нейтральное поле, а немцы на другой стороне опушки. И вот, помню, часто мы слышали, как на рассвете, часов в 5, оттуда доносились крики: “Иван, кому?”. Молодежь не знает, что это означает. А это когда в роте делили хлеб или махорку, один человек вставал спиной к разложенному на плащ-палатке хозяйству, а старшина спрашивал: кому? Петрову? Сидорову? Голубицкому?.. Ну, немцы нам кричали, передразнивая. Все пространство вокруг было закидано листовками и пропусками во вражескую зону: “мой, русский Иван, сдавайся, переходи к нам”. Сначала листовки у нас отбирали, а потом поняли бесполезность этого занятия. И мы стали пользоваться бумагой по назначению совершенно другому.

А 30 сентября началось наступление. Немец пошел, и мы оказались у него в тылу. Вот уж где хлебнули по-настоящему! Я попал в автототу, подвозил боеприпасы на передовую, приходилось быть и подносящим снаряды и кем только не был...

Из окружения мы прорывались с боя-

ми. Часами лежали по шею в болотной жиже, не рискуя поднять голову от разрывов бомб. Немец бомбил пунктуально, часы можно сверять. Это было очень тяжелое время. Если бы не мои товарищи, которые раскопали меня после очередной бомбежки, я, конечно, погиб бы. После контузии ребята хотели оставить меня в деревне. Я их очень просил не делать этого, говорил, что найду в себе силы... Я понимал, какой предстоит прорыв. Тем более в той суматохе, когда никто не знал, куда идти, в какую сторону и вообще, что происходит...

...Я помню случай. Мы уже вышли из окружения, остановились в одной деревеньке. Поздняя осень, снег с дождем. Смотрю, стоит группа наших солдат. Я подхожу сзади и слышу такой разговор: да убили вашего молоденького, который на Печорина похож, убили, сам видел его лежащим на плащ-палатке, а в ребрах торчал осколок. Фамилия-то его? Голубицкий! Тут я вступаю: "Да что же вы говорите, вот он я, живой". Тогда один старик мне сказал: "Ну, значит, ты останешь-

"Выкуп"



ся цел, вернешься живым". Так и случилось.

Что хочу особо отметить. Дух у нас в ополчении был боевой и сплоченный. Мы все-таки успели друг с другом познакомиться, даже подружиться. А самое главное, что особенно ценно, была у нас великая солдатская дружба. Никогда мы не бросали друг друга в беде, делились и хлебом, и махоркой. У нас в кармане временами лежало лишь 3 сухаря и рассыпанная махорка, да несколько патронов, и в тебя постоянно стреляют, мешают с землей...

Патриотизм был великий. Кто воевал в ополчении? Мальчишки да старики, даже больные были. Некоторые имели бронь. Могли ковать победу в тылу или ждать своей очереди. А мы... Не скажу, что не знали страха. На войне так не бывает. А храбрые были. Что такое храбрость? Это, на мой взгляд, огромная сила воли подавить в себе страх. Самое важное на войне – побороть в себе чувство страха. Я помню одного мужчину, он тогда казался мне стариком: винтовку заряжает, а у самого руки дрожат., конечно, боялся. У него дома, в Москве, осталось трое детей, он пришел сюда их защищать!

Были ли у меня ранения? Естественно. Сильная контузия, меня засыпало землей, была отбита почка, повреждены ноги, я заикался, долго лежал в госпитале. Затем меня мобилизовали, направили в пехотное училище в Великом Устюге. Помню, дали мне нести станину пулемета "Максим", ну а я с ней побежал и ... очнулся в госпитале – 3 месяца провалялся, был инвалидом войны, а потом меня комиссовали.

Я вернулся в Москву, поступил во ВГИК, в 1949 году окончил его и стал лицедеем, скоморохом, актером. Хорошее настало время.

Записала Л. МУХИНА



Информация

Знаете ли вы основные зарубежные международные кинофестивали и кинорынки?

Если нет, то вам будет любопытно познакомиться с этой информацией.

1.	Январь	Индия Дели	Международный фестиваль художественных фильмов (кипорынок)
2.	Январь	Сирия Дамаск	Международный кинофестиваль (кипорынок)
3.	Январь- Февраль	Швеция Гётеборг	Международный фестиваль художественных фильмов
4.	Январь	Великобритания Бирмингем	Международный фестиваль художественных фильмов
5.	Январь- Февраль		Рождественский международный кинофестиваль
6.	Февраль	Иран Тегеран	Международный фестиваль художественных фильмов "Фаджар"
7.	Февраль- Март	США Портленд	Международный фестиваль художественных фильмов
8.	Февраль	ФРГ Берлин	Международный фестиваль художественных фильмов (кипорынок)
9.	Март- Апрель	США Лос-Анджелес	Конкурс Американской академии киноискусства – приз "Оскар"
10.	Март	Финляндия Тампере	Международный фестиваль короткометражных фильмов
11.	Март	Испания Мадрид	Международный фестиваль художественных научно-популярных фильмов
12.	Март	США Сан-Франциско	Международный фестиваль художественных фильмов
13.	Март	Франция Париж	Международный фестиваль "Реальное кино" в центре Помиду
14.	Март	США Лос-Анджелес	Международный фестиваль художественных фильмов (кипорынок)
15.	Март	Италия Сан-Ремо	Международный фестиваль авторских художественных фильмов
16.	Апрель	Франция Канны	МИП кинорынок телефильмов
17.	Апрель	ФРГ Оберхаузен	Международный фестиваль короткометражных фильмов
18.	Апрель	Зимбабве Хараре	Международный кинофестиваль
19.	Май	Болгария Габрово	Международный фестиваль комедийных и сатирических фильмов
20.	Май	Франция Канны	Международный фестиваль (кипорынок)
21.	Июнь	Чехия Карловы Вары	МКФ (кипорынок)
22.	Июнь- Июль	Испания Барселона	Международный фестиваль художественных фильмов
23.	Июнь	Италия Пезаро	Международный фестиваль "Нового кино"
24.	Июнь- Июль	Франция Ля Рошель	Международный фестиваль художественных фильмов

25. Июнь- Июль	Италия Каттолика	Международный фестиваль художественных детективных фильмов
26. Июль- Август	Италия Джиффози	Международный фестиваль детских и юношеских фильмов
27. Август	Япония Хиросима	Международный фестиваль мультипликационных фильмов
28. Август	Дания Оденсе	Международный фестиваль сказочных фильмов
29. Август	Швейцария Локарно	Международный фестиваль художественных фильмов
30. Август- Сентябрь	Капада Монреаль	Всемирный кинофестиваль (кипорынок)
31. Август- Сентябрь	Италия Венеция	Международный фестиваль художественных фильмов
32. Сентябрь	Испания Сан-Себастьян	Международный фестиваль художественных фильмов
33. Октябрь	Япония Токио	Международный фестиваль художественных фильмов
34. Октябрь	Иран Тегеран	Международный фестиваль учебных фильмов
35. Октябрь	ФРГ Мангейм	Международный фестиваль художественных фильмов
36. Октябрь	Швейцария Нион	Международный фестиваль документальных фильмов
37. Октябрь	ФРГ Берлин	Международный фестиваль короткометражных фильмов
38. Октябрь	Италия Милап	Международный кинорынок (МИФЕД)
39. Октябрь	Болгария Варна	Международный фестиваль мультипликационных фильмов
40. Ноябрь	Китай Шанхай	Международный фестиваль мультипликационных фильмов
41. Декабрь	АРЕ Каир	Международный фестиваль мультипликационных фильмов (кипорынок)
42. Декабрь	Франция Нант	Международный фестиваль художественных фильмов 3-х копиписентов
43. Декабрь	Сев. Ирландия Белфаст	Международный кинофестиваль

ВНИМАНИЕ!

Господа прокатчики и все заинтересованные организации!

Сообщаем, что РА “Информкино” регулярно выпускает “экспресс-информации”, где имеются все исходные данные конкретного фильма: страна-производитель, фамилии режиссеров, сценаристов, актеров, жанр. Оцениваются художественные достоинства и адресная направленность фильма, его зрительские возможности за полгода проката в России, а также приводятся примеры ну очень “схожих” лент.

Эта информация позволит практикам кино лучше ориентироваться в текущем репертуаре, улавливать общую “картинку” происходящего на экране и более уверенно принимать решение о купле-продаже фильма.

РА “Информкино” обязуется в течение полугода высылать желающим “экспресс-информации” примерно на 100-120 фильмов отечественного и зарубежного производства.

РА “Информкино” готово удовлетворить запросы всех заинтересованных организаций. Сообщите, пожалуйста, о своем согласии на получение информации по адресу:

109017, Москва, ул. Большая Ордынка, 43, комн. 35.

Экспертная группа прогнозирования – Л. Фуриков и А. Вельт.

Информация

Развитие и техническое оснащение киносети

Руководящий технический материал (РТМ-19-77-94)

V. Акустические параметры кинозала и звуковоспроизводящее оборудование

5.1. Архитектурно-акустическая отделка кинозала в сочетании с комплектом звуковоспроизводящей аппаратуры должна обеспечивать оптимальные условия вос-

Топт., с

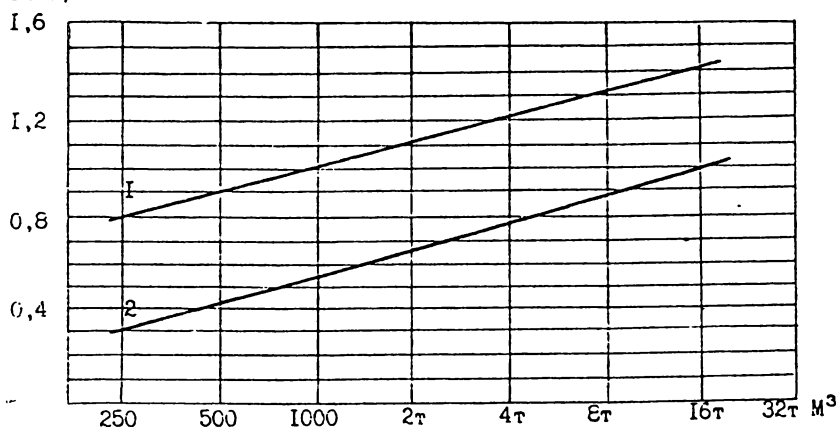


Рис. 2. Оптимальное время реверберации в зависимости от объема помещения:

1 — для залов с одноканальным звуковоспроизведением; 2 — для залов с многоканальным звуковоспроизведением

приятия звукового сопровождения кинофильма.

5.2. Запаздывание первого интенсивного отражения, приходящего к зрителю вслед за прямым звуком, должно лежать в интервале 15–30 мс.

5.3. С целью исключения отраженного сигнала с меньшим запаздыванием стена за заэкранными громкоговорителями должна обязательно обрабатываться звукопоглотителем с коэффициентом звукопоглощения не ниже 0,6 в диапазоне частот от 63 Гц и выше.

5.4. Для обеспечения правильного распределения отраженного звука и необходимой диффузности звукового поля должны применяться специальные звукорассеивающие элементы, а потолок и стены зала обрабатываться звукопоглощающими материалами. Общее количество звукопоглощения в зале должно обеспечивать время реверберации при 70%-ном заполнении зала в соответствии с рис. 2 и 3.

5.5. Расположение заэкранных громкоговорителей должно соответствовать схемам рис. 4.

5.6. Расстояние от высокочастотного излу-

чателя громкоговорителя до полотна экрана должно быть не более 0,1 м.

5.7. Громкоговорители должны быть установлены таким образом, чтобы ось высокочастотного излучателя была направлена на зрительские места, расположенные на расстоянии $1/2$ – $2/3$ длины зала от экрана. В тех случаях, когда наклон высоко-

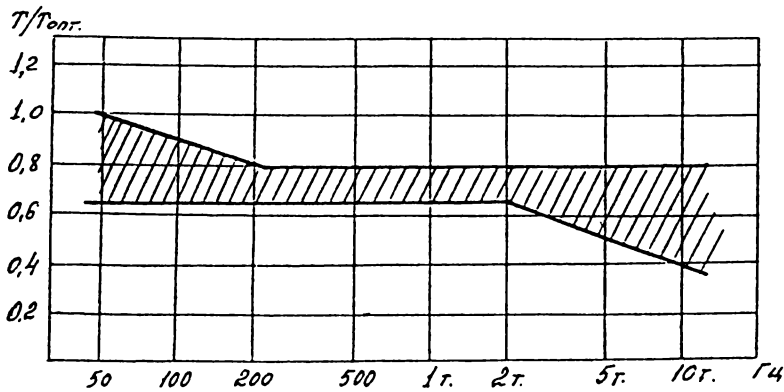
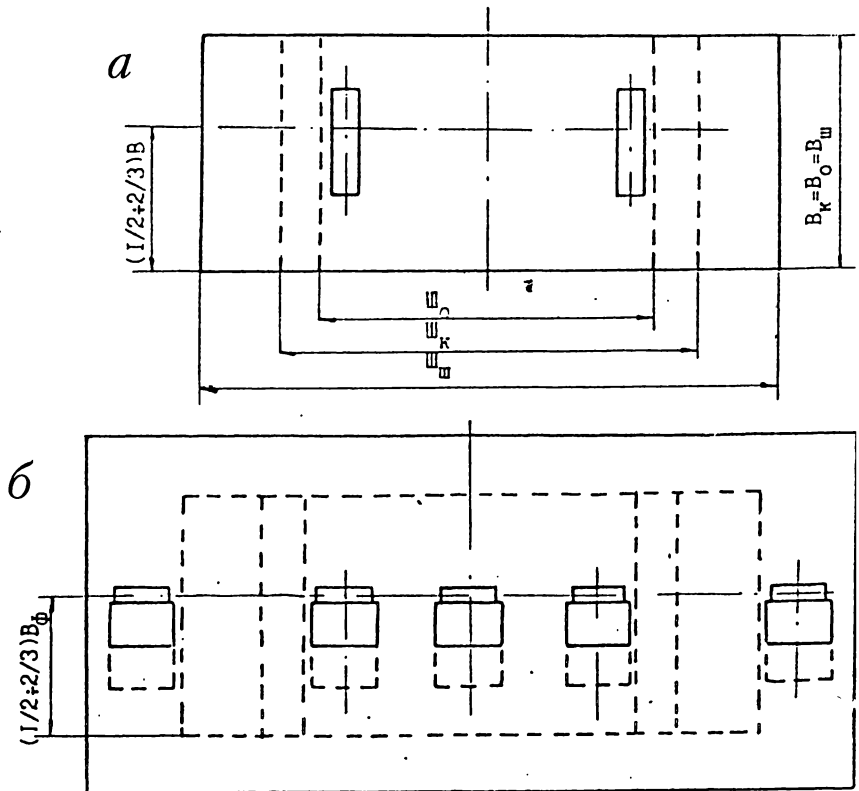


Рис. 3. Частотная зависимость оптимального времени реверберации

Рис. 4. Схема размещения заэкранных громкоговорителей:
 а — при 35-мм кинопоказе, б — при широком формате по системе "5+1"



частотных головок громкоговорителей не регулируется, допускается установка громкоговорителей на уровне нижней кромки широкого экрана.

5.8. К заэкраным громкоговорителям должен быть свободный доступ обслужи-

вающего персонала. Для этого заэкранное пространство (измеренное от полотнища экрана до заэкранного звукопоглотителя) должно быть:

- в широкоформатных кинотеатрах — не менее 1,3 м,

– в широкоэкранных кинотеатрах – не менее 0,8 м.

5.9. При расположении громкоговорителей по бокам экрана заэкранное пространство может быть 0,1-0,2 м; в кинотеатрах и киноустановках сезонного действия с жесткими и сворачивающимися экранами заэкранное пространство может отсутствовать.

5.10. Устройства и ткани, маскирующие громкоговорители, должны иметь звукопрозрачность не менее 60%.

5.11. Выбор звуковоспроизводящего оборудования зависит от вида кинопоказа и объема (вместимости) зрительного зала. Ориентировочно электрическая мощность звукотехнического оборудования определяется в зависимости от размеров зала по формулам:

Для открытых площадок

$$P_{эл} = 0,25 \frac{S}{\eta} 10^{0,1N-12} \quad (Вт)$$

Для закрытых кинотеатров

$$P_{эл} = 0,4 \frac{V}{T\eta} 10^{0,1N-12} \quad (Вт), \quad \text{где:}$$

S – озвучиваемая площадь в м²,

V – объем зала в м³,

T – время реверберации в сек.,

N – уровень громкости в дБ,

η – коэффициент полезного действия громкоговорителей.

При условии T=T_{опт.} (рис. 2), N=85 дБ для закрытых кинотеатров и 90 дБ для открытых площадок и η=0,01 – ориентировочно можно принять:

Для открытых площадок:

$$P_{эл.} = 0,25S \quad (Вт)$$

Для закрытых кинотеатров:

$$P_{эл.} = 0,012V \quad (Вт)$$

5.12. Рекомендации по применению звуковоспроизводящей аппаратуры даны в табл. 6*.

5.13. Широкоформатные кинотеатры, отвечающие всем требованиям настоящего РТМ, рекомендуется оснащать многоканальными системами звукового сопровождения кинофильмов повышенного качества типа “Суперфон-70”, “Долби стерео 35”.

5.14. До освоения серийного выпуска специализированной звуковоспроизводящей аппаратуры “Суперфон-70” возможно переоборудование широкоформатных кинотеатров по упрощенной схеме, обеспечивающей качественное воспроизведение звука как стереофонических, так и суперфонических фильмов.

5.15. Широкоэкранные кинотеатры вместимостью 500 и более мест, отвечающие всем требованиям настоящего РТМ, рекомендуется оснащать многоканальными системами звукового сопровождения кинофильмов повышенного качества типа “Суперфон-35”, “Долби стерео 35”. Рекомендации по применению системы “Суперфон” даны в приложении 3*.

VI. Качество демонстрации кинофильмов

Разрешающая способность. Неустойчивость фильма. Равномерность яркости. Уровни сигналов звуковоспроизведения

6.1. Разрешающая способность проекционной системы кинотеатра (кинопроектор – экран) должна быть не менее (ОСТ 19-156-94):

– при обычной,

кашетирующей . . . 64 лп/мм в центре экрана, и широкоформатной

проекции 40 лп/мм по полю экрана;

– при широкоэкранный

проекции 50 лп/мм в центре экрана, 32 лп/мм по полю экрана.

6.2. При работе кинопроектора не должно наблюдаться “тяги” обтюратора.

6.3. Неустойчивость фильма в кадровом

* Приложения и таблицы будут представлены по окончании данной статьи

окне стационарных кинопроекторов в вертикальном и горизонтальном направлениях должна быть не более 0,025 мм (двойное среднеквадратичное отклонение).

Примечание: для передвижных киноустановок и передвижных кинопроекторов, работающих в стационарном режиме, допускается неустойчивость фильма в вертикальном направлении до 0,032 мм.

6.4. Равномерность яркости (отношение яркости в краевых точках экрана к величине яркости в центре экрана) должна быть не менее (ОСТ 19-155-94):

- при проекции обычных и кашетированных фильмов 0,6
- при проекции широкоформатных и широкоэкранных фильмов 0,5

По всей площади экрана яркость должна казаться совершенно одинаковой и по возможности симметричной относительно центра экрана.

Примечание: равномерность яркости проверяется для всех форматов изображения, используемых в данном кинотеатре.

6.5. Режим источников света кинопроекторов должен устанавливаться таким образом, чтобы:

- яркость в центре экрана от всех кинопроекторов, участвующих в непрерывном показе кинофильма одного формата, отличалась не более чем на 15%;
- яркость в центре экрана при последовательном переходе в течение одного сеанса от одного формата к другому отличалась не более чем на 30%.

При этом надо учитывать, что при том же режиме источника света яркость экрана при проекции обычных фильмов на 40% выше, чем при проекции широкоэкранных:

($L_{об.} = 1,4 L_{шэ}$), ($L_{каш.} = L_{шэ}$).

6.6. Кинопроекторы должны быть по возможности укомплектованы проекционными объективами одинаковой или смежных групп цветности для каждого вида кинопоказа.

6.7. При смене отражателей осветителей кинопроекторов необходимо подбирать от-

ражатели одной или смежных групп цветности.

6.8. Разность уровней сигналов от разных кинопроекторов и отдельных каналов тракта звуковоспроизведения киноустановки не должна быть более 1,0 дБ.

6.9. Разность уровней воспроизводимых сигналов опорной и высокой частот должна быть не более:

- для фотографической фонограммы 4,0 дБ.
- для магнитной фонограммы 1,0 дБ.

6.10. Эксплуатационный запас коэффициента усиления относительно чувствительности усилительных каналов должен быть не менее 10 дБ.

6.11. Уровень собственных помех относительно номинального выходного уровня усилительных каналов должен быть не менее:

- для фотографической фонограммы -58,0 дБ,
- для магнитной фонограммы -53,0 дБ.

6.12. Превышение уровня помех на выходе усилительных каналов над собственными помехами из-за коммутационных операций при кинопоказе не должно быть больше 10 дБ. Должно быть обеспечено отсутствие заметных на слух детонаций звука, посторонних призвуков, дребезга и “щелчков”.

6.13. В любом месте зрительного зала должна быть обеспечена разборчивость речи и отсутствие заметных на слух искажений при нормальной и повышенной громкости.

Продолжение следует



**На заводах, в КБ
и лабораториях**

Новинка ЛОМО

АО ЛОМО завершена разработка нового комплекса звуковоспроизводящей аппаратуры типа КЗВТ-55, предназначенной для оснащения кинотеатров и киноустановок с залами от 200 до 1200 зрителей. Выпуск комплексов планируется с 1995 года.

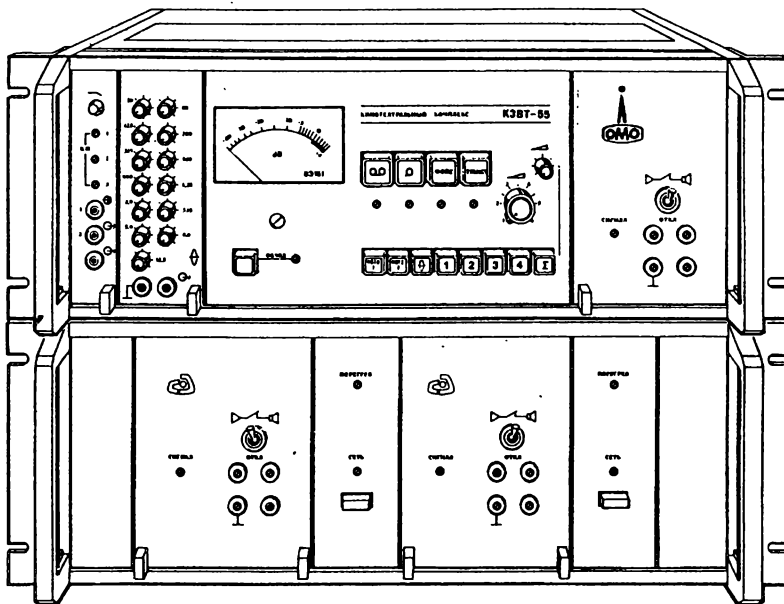
Воспроизведение фотографических фонограмм осуществляется двумя параллельно включаемыми каналами звукоусиления (в режиме "Моно", как в аппаратуре типа "Звук-Т2") с выходной мощностью в каждом канале по 100...150 или 200...300 Вт в зависимости от количества оконечных усилителей и комплектации громкоговорителями. Кроме фотовходов предусмотрена рабо-

та комплекса от других источников сигнала – магнитофона, звукоусилителя, радиотрансляционной сети, микрофона переводчика при показе иностранных недублированных фильмов.

Диапазон воспроизводимых частот от 31,5 Гц до 16 кГц. Нелинейные искажения не превышают 0,03%. Работу комплекса можно контролировать на слух через контрольный усилитель с громкоговорителем. Есть возможность и объективного контроля работы комплекса и регулировки по встроенному прибору.

В комплекс входят высококачественные громкоговорители, которые в сочетании с 2/3 октавными эквалайзерами и системой шумопонижения позволяют снизить неравномерность частотной характеристики до незаметного для слуха уровня. Резервирование не требуется, так как работают постоянно оба канала.

Габариты усилительных устройств – 483x183 (396)x340 мм.



Заявки на поставку КЗВТ-55 направляйте по адресу:
Россия, 194044, г. Санкт-Петербург, ул. Чугунная, 20, ЛОМО.
Телефон для справок: (812) 248-29-03. Факс: (812) 541-71-40.

Повышение квалификации

Кинопроектор 23КПК-3

я. ПОЛЕЩУК

Устройство кинопроектора

Кинопроектор 23КПК-3, как и его предшественники, относится к классу стационарных кинотеатральных аппаратов. Основным требованием, предъявляемым к кинопроекторам подобного класса, является получение высококачественной кинопроекции. Особенно жесткие требования выдвигаются по устойчивости, резкости и разрешающей способности киноизображения на экране. В числе причин, могущих в условиях эксплуатации вызвать дефекты кинопоказа по этим параметрам, может быть плохая устойчивость самого кинопроектора. В результате он при работе вибрирует, что приводит к ухудшению устойчивости изображения на киноэкране при удовлетворительной устойчивости кадра относительно границ кадрового окна. Ухудшается четкость изображения, возможно ухудшение резкости и разрешающей способности по всему полю изображения. По этой причине, а также для более удобного техобслуживания кинопроектора он традиционно выполнен в виде консоли с расположением лентопротяжного тракта с правой стороны.

На рис. 1 представлен общий вид кинопроектора 23КПК-3 на примере варианта с двухпозиционным револьверным объективодержателем 23КПК-3-2. Основанием кинопроектора является массивная металлическая станина, состоящая из пустотелой колонки 1 и подошвы 2. Подошва имеет четыре сквозных отверстия с углубле-

ниями 3, предназначенных для жесткого и надежного закрепления кинопроектора в кинопроекционной с помощью резьбовых шпилек, предварительно зацементированных в полу. При этом верх шпильки с выступающей резьбовой частью, шайбой и навинченной гайкой полностью помещается в углублении, не выступая из него.

Внутри колонки находятся элементы электромонтажа кинопроектора, смонтированные в четырех съемных блоках БП-41, АП-42, БН-1 и БР-1. Все блоки вставляются в специально под них выполненные отсеки, снабженные ножевыми направляющими, и закрепляются винтами. Сопряжение с остальными элементами электросхемы, находящимися вне блоков, производится с помощью ножевых разъемов. Ответные их части под блоки установлены в колонке. Во вставленном и закрепленном состоянии лицевые крышки блоков образуют ровную поверхность, превращая переднюю часть колонки в панель с элементами управления и индикации.

С тыльной стороны колонка закрывается легкоъемной крышкой, которая крепится к ней винтами. Крышка в верхней части имеет небольшие вентиляционные отверстия в виде отогнутых ребер для улучшения циркуляции воздуха в полости колонки и ручку для съема. При этом появляется возможность доступа к ответным частям разъемов сопряжения с блоками и к клеммным панелям внешних соединений.

Подошва имеет внизу под колонкой люк, через который снизу к кинопроектору скрытым способом подводятся провода электрических линий внешних соединений кинопроектора в кинопроекционном комплексе. При монтаже этот люк совмещается с заранее выполненным углублением соответствующих размеров в полу кинопроекционной.

К колонке шарнирно, с помощью специального механизма наклона, крепится

Продолжение. Начало в № 2.

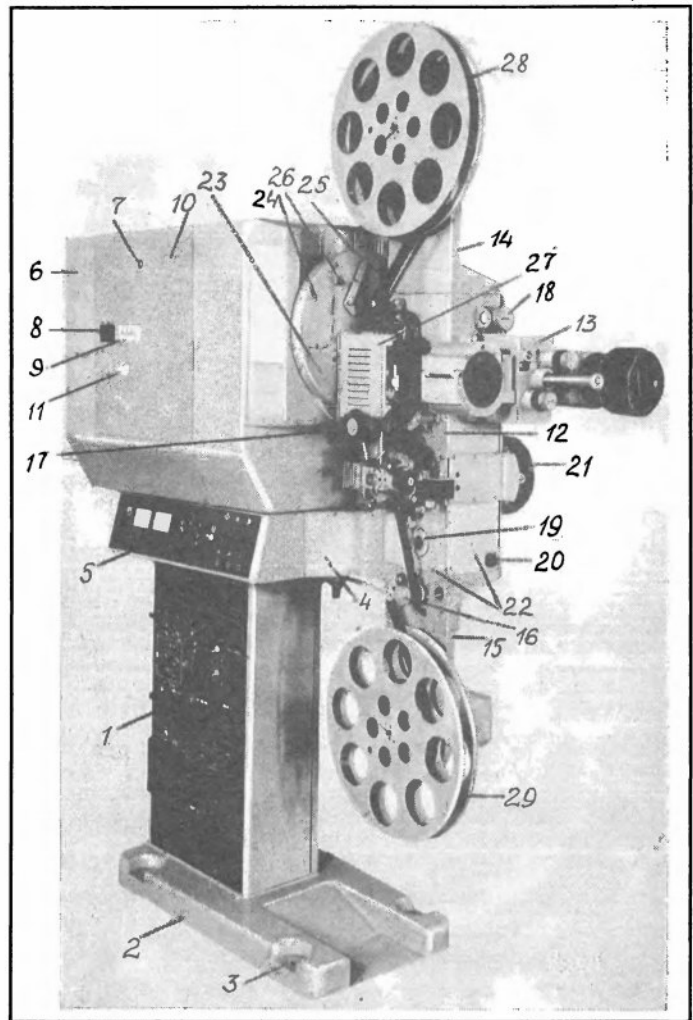


Рис. 1. Внешний вид кинопроектора 23КПК-3-2:

1 — колонка станины, 2 — подошва станины, 3 — отверстия с углублениями, 4 — стол, 5 — пульт управления, 6 — ксеноновый осветитель, 7 — крышки, 8 — смотровое окно, 9 — фирменная табличка, 10 — цапфы замков, 11 — накидки, 12 — проекционная головка, 13 — объективодержатель, 14 — кронштейн тормозного устройства, 15 — кронштейн наматывателя, 16 — блок датчиков, 17 — рукоятка механизма коррекции кадра, 18 — маслораспределитель, 19 — масломерное окно, 20 — пробка спуска масла, 21 — кожух стабилизатора скорости, 22 — резьбовые отверстия, 23 — заслонка АЗП-4-02, 24 — люк, 25 — рычаг, 26 — винт, 27 — кожух обтюлятора, 28 — подающая бобина, 29 — принимающая бобина

стол 4, изготовленный из металла методом отливки. Такое крепление позволяет наклонять оптическую ось кинопроектора вверх на угол до 3° и вниз на угол до 8° , ориентируя его точно по центру киноэкрана. Оптическая ось может быть повернута также в горизонтальной плоскости на угол $\pm 2^{\circ}$ за счет зазоров в отверстиях под соединительные болты.

Стол является основной несущей конструкцией для всех остальных элементов кинопроектора. На передней стороне сто-

ла под углом 15° находится основной пульт управления кинопроектором 5 с органами управления, регулировки и приборами для регистрации режима и продолжительности горения ксеноновой лампы.

На столе винтами крепится ксеноновый осветитель 6. Продолговатые отверстия под винты крепления осветителя позволяют при выполнении центровки элементов осветительно-проекционной системы смещать осветитель вдоль оптической оси и немного поперек нее (эта операция выполняется при отпущенных винтах).

Осветитель имеет три съемных крышки 7 для доступа внутрь него; на передней крышке для наблюдения за разрядом горячей ксеноновой лампы имеется смотровое окно 8, закрытое плотным светофильтром, и фирменный знак (“ЛОМО”) 9. Крышки закрепляются поворотными замками, связанными с микровыключателями защитной блокировки включения осветителя. Цапфы замков 10 выведены под традиционный четырехгранный ключ. На боковом скосе осветителя находится табличка со схемой зарядки киноленты в лентопротяжный тракт и графиками, отображающими режимы работы ксенонового источника света (по мощности). В верхней части осветитель имеет патрубок для подсоединения к вытяжной вентиляционной системе киноаппаратного комплекса (на рисунке не виден). Этим достигается оптимальный тепловой режим работы ксеноновой лампы.

Внутри осветителя помещается ксеноновая лампа, интерференционный отражатель с механизмами их крепления и регулирования, зажигающее устройство ЗУК-5, некоторые элементы электросхемы и вентилятор воздушного охлаждения ксенонового источника света, снабженный ветровым реле для дистанционного включения выпрямительного устройства. Поскольку ксеноновая лампа расположена горизонтально, вентилятор находится в верхней передней части осветителя. Доступ воздуха к нему производится через проем за заслонкой АЗП. Для регулировок в осветителе на валы регулировочных механизмов надевается ключ с четырехгранным углублением в торце, для чего в крышках имеются отверстия, закрытые накладными накладками 11. Осветитель имеет двойные стенки для защиты киномеханика от ожога в случае прикосновения к нему, так как ксеноновая лампа при работе создает сильное тепловое излучение.

К столу тремя болтами крепится проек-

ционная головка 12. Диаметр отверстий под болты ее крепления несколько больше диаметра самих болтов, что позволяет в небольших пределах перемещать головку относительно стола до окончательного ее закрепления с целью установки головки строго в вертикальном положении. Также этой особенностью пользуются при центровке осветительно-проекционной системы, когда соосность всех ее элементов еще полностью не достигнута, а запас по перемещению за счет зазоров под винты крепления осветителя к столу уже исчерпан.

Внутри кинопроекционной головки размещены механизм прерывистого движения ленты и передаточный механизм на зубчатых колесах, с лицевой стороны головки расположены элементы лентопротяжного тракта, звуковоспроизводящая часть, а на правой стороне – объективодержатель 13, несущий кинопроекционную оптику. Внутри головки работает замкнутая система смазки зубчатых зацеплений, а с тыльной стороны она герметично закрыта тремя крышками, закрепленными винтами через резиновую уплотняющую прокладку.

К головке болтами крепятся кронштейн тормозного устройства 14 с фрикционом и кронштейн наматывателя 15 с индивидуальным электродвигателем и двухступенчатым редуктором на зубчатых колесах. На корпусе кронштейна наматывателя располагается блок датчиков 16 (обрыва – электромеханический и метки – индукционный ДБМ-2).

Позади головки находится горизонтально расположенный приводной электродвигатель механизма передач кинопроектора, который закреплен с помощью специального основания четырьмя болтами через калиброванные металлические прокладки к столу кинопроектора. С помощью этих прокладок, изменяя их количество, добиваются соосности валов электродвигателя и проекционной головки в вертикальном направлении.

На корпусе головки кинопроектора также имеются: рукоятка механизма совмещения кадра с кадровым окном 17, масло-распределитель 18, масломерное окно 19, пробка 20 для спуска масла, кожух 21 стабилизатора скорости, глухие резьбовые отверстия 22 для подстыковки специального динамометра при измерении силы натяжения кинофильма, создаваемой наматывателем.

Электромагнитная кинопроекционная заслонка 23 типа АЗП расположена между кинопроекционной головкой и ксеноновым осветителем, к корпусу которого она и крепится винтами.

На корпусе заслонки размещены люк 24 для доступа к микровыключателям заслонки (крепится двумя винтами) и механическая рукоятка 25 ручного подъема заслонки с винтом ее фиксирования в поднятом положении 26 (винт имеет пластмассовую накатанную головку для поворота рукой). Справа от заслонки до фильмового канала размещен кожух обтюлятора 27. В отличие от 23КПК-2 он имеет отогнутые ребра для более интенсивного циркулирования воздуха перед кадровым окном с фильмом.

На валы тормозного устройства и наматывателя надеваются бобины 28 и 29 типа Б-35-600У или Б-35-600Р. Валы снабжены защелками на торцах, предотвращающими поперечные смещения и спадение бобин.

Корпуса кинопроекторов 23КПК-3 окрашиваются эмалью традиционно бежевого цвета.

Кинопроекторы 23КПК-3, поступающие в кинось, имеют ряд отличий от опытной модели. Так, например, длина стола кинопроектора в сравнении с 23КПК-2 стала меньше, центр тяжести кинопроектора в целом сместился несколько вперед. Это потребовало увеличения размеров подошвы станины и изменения ее формы (у опытной модели 23КПК-3 подошва была меньших размеров, как у 23КПК-2). Кро-

ме того, углы ксенонового осветителя теперь скошены (при опытной эксплуатации у опытной модели 23КПК-3 кинемеханики задевали за тогда еще острые, прямые углы осветителя). Несколько изменена форма стола, наматывателя. Претерпел изменения и пульт управления. Несколько улучшен внешний вид колонки за счет выравнивания по цвету передней части самой колонки и панелей блоков.

С точки зрения требований эргономики кинопроектор вполне отвечает мировым стандартам на кинопроекционное оборудование.

Пульт управления кинопроектором. Панель индикации и управления на колонке

Пульт управления совместно с органами управления блоков электросхемы кинопроектора предназначен для оперативного управления всеми операциями при работе кинопроектора в ручном и автоматизированных (при работе с АП и АКП) режимах. Пульт управления находится на столе кинопроектора под ксеноновым осветителем и несколько наклонен (на 15°). Панель управления и индикации на колонке образована совмещением поверхностей лицевых панелей блоков электросхемы кинопроектора.

На основном пульте управления кинопроектором (рис. 2) находятся следующие элементы управления, сигнализации и индикации (слева направо):

пятиразрядный счетчик моточасов для регистрации времени работы ксенонового осветителя в часах. Используется для строгого учета времени, фактически отработанного каждой ксеноновой лампой;

вольтметр для измерения напряжения на ксеноновой лампе;

амперметр для контроля тока ксенонового осветителя.

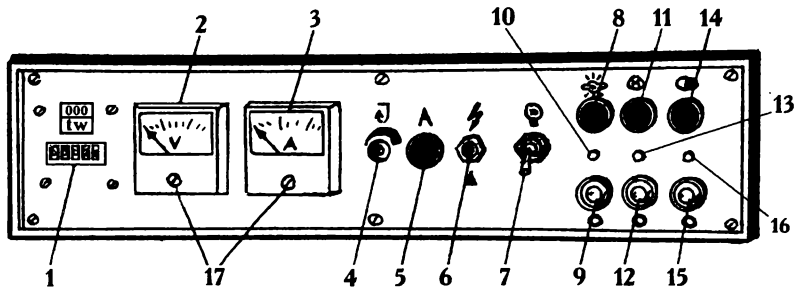


Рис. 2. Основной пульт управления кинопроектором 23КПК-3:

1 — счетчик моточасов работы ксенонового осветителя, 2 — вольтметр, 3 — амперметр, 4 — движок выносного регулятора тока на ксеноновой лампе, 5 — кнопка “Автомат”, 6 — кнопка контроля цепей поджига ксеноновых ламп, 7 — тумблер ручного включения звукочитающей лампы, 8 — кнопка включения ксенонового осветителя, 9 — кнопка отключения ксенонового осветителя, 10 — светодиод, сигнализирующий о включении ксенонового осветителя, 11 — кнопка включения электродвигателя привода механизма, 12 — кнопка отключения электродвигателя привода механизма, 13 — светодиод сигнала включения электродвигателя привода механизма в рабочий режим, 14 — кнопка подъема заслонки, 15 — кнопка сброса заслонки, 16 — светодиод сигнализации подъема заслонки, 17 — винты механической коррекции нуля электроизмерительных приборов

Произведение показаний амперметра в амперах и вольтметра в вольтах дает фактическую мощность в ваттах, с которой работает ксеноновая лампа. Эта мощность ни в коем случае не должна превышать номинальную мощность самой лампы. Для облегчения контроля на переднем скосе осветителя имеются графики, отображающие допустимую мощность при контроле тока и напряжения осветителя;

выносной регулятор тока на ксеноновом осветителе. Предназначен для изменения величины тока управления в цепи дросселей насыщения выпрямительного устройства, и соответственно, тока ксеноновой лампы. Движок регулятора утоплен под панелью и выведен под шлиц отвертки для предохранения от случайного поворота рукой;

кнопка “Автомат” для имитации срабатывания частотного индукционного датчика при прохождении станиолевой метки из фольги. Замыкает цепь питания реле метки в обход датчика метки. При этом подается сигнал на запуск автомата пере-

хода с поста на пост АП-42 и выдается соответствующий сигнал на устройство АКП-6М-Н, если оно используется на данной киноустановке. Если до этого кинопроектор был заряжен кинолентой и АП-42 включен, то при нажатии кнопки “Автомат” включается электродвигатель привода механизма и ксеноновый осветитель, а через 7 с, после прохождения начального ракорда части фильма, происходит подъем заслонки на данном посту. При этом начинается проекция и звуковоспроизведение. Если до этого работал другой пост, то на нем заслонка опустится и произойдет переход с поста на пост. Таким образом, кнопка “Автомат” работает так же, как кнопка “Переход” в 23КПК-2;

кнопка “Контроль поджига”. При неработающем осветителе позволяет проверить исправность цепей поджига ксеноновой лампы без включения выпрямителя и зажигания лампы. При нажатии на эту кнопку между электродами кратковременно происходит высоковольтный разряд,

что свидетельствует об исправности схемы поджига. Повторную проверку цепей нажатием кнопки можно производить не раньше чем через 1,5...2 с.

Кнопкой "Контроль поджига" также пользуются в непредвиденной ситуации, когда при работающем вентиляторе осветитель и выпрямитель включены, но поджига лампы не происходит. Тогда, не выключая осветитель, кратковременно нажимают кнопку "Контроль поджига" и поджигают лампу вручную. Такая ситуация встречается при неисправности блока поджига, старении ксеноновой лампы и увеличении влажности воздуха в киноаппаратной;

тумблер включения звукочитающей лампы. Используется при воспроизведении музыкальной концовки кинофильма, когда заслонка АЗП уже опущена, но звуковоспроизведение еще продолжается, а также при регулировке звукочитающей системы кинопроектора. При переходах с поста на пост этим тумблером не пользуются, так как включением звукочитающей лампы управляет заслонка АЗП-4-02 посредством одного из своих микровыключателей. Тумблеры при этом на всех постах должны быть в нижнем положении ("Отключено");

кнопка ручного включения ксенонового осветителя. При нажатии на эту кнопку запускается электродвигатель вентилятора воздуходувки в осветителе, а через одну-две секунды, когда интенсивность обдува колбы ксеноновой лампы станет достаточной, автоматически включается цепь поджига и питания лампы, дистанционно включается выпрямитель;

кнопка ручного отключения осветителя;

светодиод с желтым цветом свечения, сигнализирующий о включенном состоянии осветителя. Загорается при нажатии на кнопку 8 и гаснет при отключении осветителя;

кнопка ручного включения электродвигателя привода механизма кинопроектора;

кнопка ручного отключения электродвигателя привода кинопроектора;

светодиод, сигнализирующий о работе электродвигателя (с желтым цветом свечения). Включается в момент окончания режима разбега электродвигателя привода механизма и остается светящимся вплоть до отключения электропривода;

кнопка ручного подъема заслонки. При нажатии на эту кнопку заслонка поднимается, но только в том случае, если электродвигатель привода механизма до этого был включен. Одновременно упадет заслонка на другом посту, если он до этого работал на экран. Таким образом, кнопка управляет подъемом заслонки своего поста и сбросом – на соседних. Кнопку необходимо нажать и удерживать в течение времени, необходимого для подъема заслонки (1-2 с), а потом отпустить. Заслонка останется в поднятом состоянии. Более длительное удержание кнопки не рекомендуется, так как возможен перегрев и выход из строя катушки электромагнита заслонки;

кнопка сброса заслонки данного поста;

светодиод, сигнализирующий о включении цепей питания заслонки (с желтым цветом свечения). Загорается при нажатии кнопки 14 и гаснет со сбросом заслонки.

На передних панелях амперметра и вольтметра под окошками шкал находятся винты 17 механической коррекции нуля измерительного механизма. Операция коррекции осуществляется по мере необходимости поворотом винтов при помощи отвертки в ту или другую сторону на очень небольшой угол. В исходном состоянии, когда кинопроектор выключен, стрелки вышеуказанных приборов должны быть точно совмещены с нулевыми ри-

сками шкал приборов, что гарантирует точность снимаемых показаний. Показания встроенных приборов можно выставлять с помощью внешних образцовых приборов, если таковые имеются на киностановке. При этом внешний вольтметр подключают параллельно встроенному, внешний амперметр – последовательно в разрыв цепи питания ксеноновой лампы. Регулировочная операция производится при работающем осветителе. Этот метод установки отличается наивысшей точностью. В выставленных таким образом приборах при выключенном осветителе стрелки, возможно, не будут совпадать с нулевыми рисками. Это может произойти из-за неточности изготовления или установки самой шкалы (например, риски нанесены неточно) либо по причине нелинейности характеристик чувствительности приборов. Это не должно вызывать сомнения в точности снимаемых показаний.

Как видим, пульт управления 2ЗКПК-3 по сравнению со своим предшественником 2ЗКПК-2 претерпел ряд изменений:

1. На пульте управления появился счетчик моточасов ксеноновой лампы, который раньше располагался с тыльной стороны стола кинопроектора; вольтметр располагается теперь слева от амперметра.

2. На пульте отсутствует кнопка “Включение вольтметра”, так как вольтметр теперь включается автоматически только после розжига ксеноновой лампы специально для этого предназначенным магнитоуправляемым герметизированным контактом электросхемы кинопроектора. Это хорошее усовершенствование, так как, с одной стороны, пропала опасность ошибочно сжечь вольтметр случайным нажатием на кнопку в момент розжига, а с другой – вольтметр теперь работает постоянно, пока в фонаре горит ксеноновая лампа. Кроме того, это упрощает сам пульт управления и в некотором роде схему коммутации (вспомним, например, что у 2ЗКПК-2 на эту кнопку возлагалась и функция кнопки “Переход”).

3. Кнопочные станции располагаются те-

перь вертикально. Это позволяет сократить размеры пульта управления, но требует большего внимания от киномеханика, чтобы при пуске кинопроектора рука не задела нижний ряд кнопок.

4. Тумблер “Звукочитающая лампа” переместился ближе к середине пульта, что вполне оправданно – в процессе проведения киносеанса он используется реже, чем основные кнопочные станции.

5. Пульт не имеет тумблера “Подсветка кадра”, так как лампочка подсветки кадра управляется теперь пускателем приводного электродвигателя (она горит все время, пока кинопроектор не запущен, и отключается автоматически с включением привода, как в МЕО-5XS).

6. В целом габариты пульта уменьшились, размещение элементов управления стало более рациональным, появилась световая индикация включения ксенонового осветителя, электропривода и заслонки.

7. На панели пульта управления 2ЗКПК-3 применена обновленная система условных обозначений в виде условных символов следующего содержания:



счетчик моточасов работы ксенонового осветителя;



двигок выносного регулятора тока;



кнопка “Автомат”;



кнопка “Контроль поджига” (“Высоковольтный разряд – нажать”);



тумблер включения звукочитающей лампы;



кнопочная станция “Осветитель”;



кнопочная станция “Электропривод механизма”;



кнопочная станция “Заслонка”;



“Отключено” (“ноль”).

Все символы нанесены белой краской на темную поверхность лицевой панели пульта управления.

Продолжение следует

АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО

S&K
Kinoton

«СОВЕСТОРГФОНМ — КИНОТОН»

АО «СЭФ-КИНОТОН»

представляет

игровой фильм о первых бешеных гастролях и приключениях знаменитого ансамбля «БИТЛЗ» в немецком городе Гамбурге.

PolyGram

FILM INTERNATIONAL

В главных ролях: ШЕРИЛ ЛИ, СТЕФАН ДОРФ

Режиссер ЕЙН СОФТЛИ

"ВАСКВЕАТ"

"ГАМБУРГСКАЯ ТУСОВКА"



По вопросам проката обращаться по тел. (095) 290-50-37, 290-34-12, 290-05-84