

КИНОМЕХАНИК

ЕЖЕМЕСЯЧНЫЙ МАССОВО-ТЕХНИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

3'97

ВИДЕОПРОЕКТОРЫ

- для проведения видео- и компьютерных презентаций;
- лучшее решение для домашних театров, дискотек, баров, обучения в компьютерных классах;
- изображение от 1 до 12 метров по диагонали.

HOME THEATER HI-FI HIGH-END

в стандарте DOLBY PROLOGIC, THX, AC-3

А также: автоматические системы затемнения окон;

— аксессуары;

— любые экраны для проецирования;

— демонстрация, консультация, установка.

SANYO

СТС CAPITAL

DENON



Телефоны:

(095) 918-07-91,
918-04-01.

Факс (095) 918-08-00.

111024, МОСКВА,

ул. Авиамоторная, д.12А, оф. 3.

КИНОМЕХАНИК

ИНДЕКС 70431 ISSN 0023-1681
ВЫХОДИТ С АПРЕЛЯ 1937 ГОДА

Учредители

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

Редколлегия

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

Номер подготовили

Мухина Л.Н.
Мартос Т.В.
Крючкова И.К.

Адрес редакции

Россия,
109017, Москва,
ул. Большая Ордынка, 43
тел.: (095) 231 4696
(095) 231 3822



© «Киномеханик» 1997

Орден Трудового Красного Знамени
ЧЕХОВСКИЙ ПОЛИГРАФИЧЕСКИЙ КОМБИНАТ
Комитета Российской Федерации по печати

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

СОДЕРЖАНИЕ

ОРГАНИЗАЦИЯ И ЭКОНОМИКА

АКТУАЛЬНАЯ ТЕМА

Мухина Л.
Кинематографисты всех стран, объединяйтесь!..... 2

НАШИ ВЕТЕРАНЫ

Макарова Л.
Чудесные люди у нас на Алтае!..... 9

ШКОЛА КИНОМЕНЕДЖЕРА

Морковина Е.
Киномаркетинг..... 12

ЮРИДИЧЕСКАЯ СЛУЖБА

Новый уголовный кодекс..... 15

КИНОТЕХНИКА

НАУКА — КИНОСЕТИ

Серегин А.
Новая линейка аппаратуры звуковоспроизведения для кинотеатров..... 17

ЧИТАТЕЛИ ПРЕДЛАГАЮТ

Жмаев Г.
Кинопроектор 23КПК-3 с бобинами емкостью 1500 м..... 24

РАБОТА БЕЗ ОПАСНОСТИ

Сухов А.
Электробезопасность. Вопросы и ответы..... 26

ЗА РУБЕЖОМ

..... 29

«КИНОКОМПЛЕКТ» ПРЕДЛАГАЕТ

..... 30

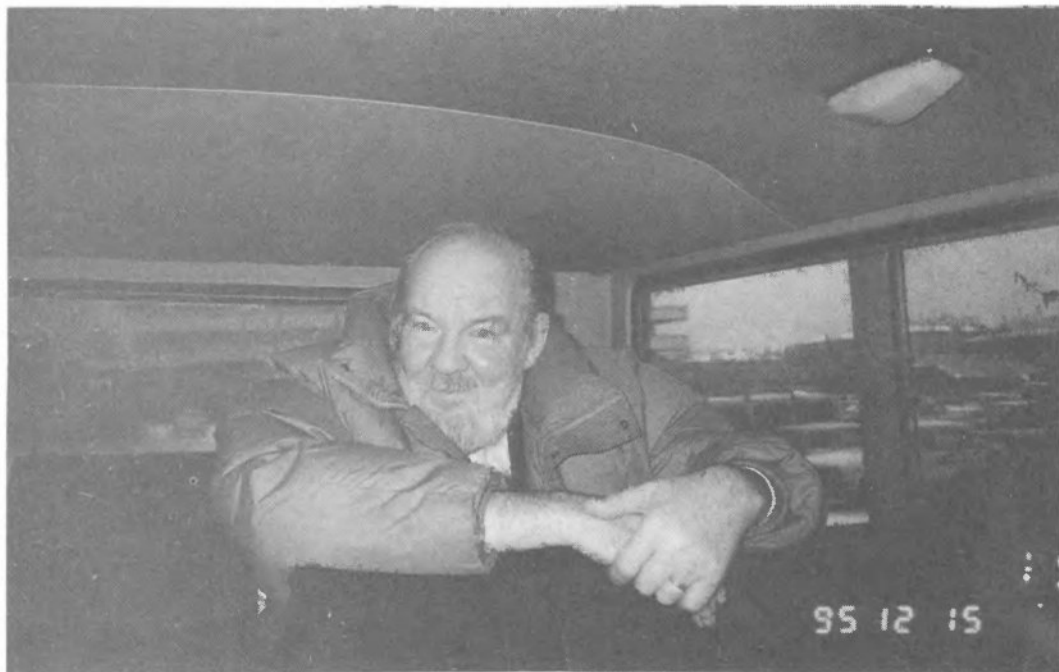
АКТУАЛЬНАЯ ТЕМА

Кинематографисты всех стран, объединяйтесь!



ЛЕОНИД ВЕРАКСА — человек в кино известный, директор Кинорынка, настоящий профессионал. В кино — сорок лет. В свое время окончил кинотехникум, Воронежский государственный университет, Экономическую академию. Был киномехаником, работал в Главном управлении кинофикации и кинопроката Госкино СССР. Были у него и взлеты, и падения. Межрегиональный центр «Кинорынок» — его детище. Сейчас «ребенок» подрос, и можно говорить о результатах его «воспитания».

Генеральный директор МЦ «Кинорынок» Л. Веракса отвечает на вопросы нашего корр. Л. Мухиной.



Корр. Леонид Станиславович! Начнем с тех дней, которые, можно сказать, потрясли киномир... Я имею в виду открытие 28 ноября 1988 года первого Внутрисоюзного экспериментального кинорынка. Вы были там заместителем директора. Как вы оказались в

гуще эксперимента? Кому принадлежала идея этой организации?

Л.В. Идею кинорынка выдвинуло время: прежние формы взаимоотношений кинопроизводства и проката, Главного управления кинофикации и кинопроката Госкино

СССР и различных киноорганизаций в союзных республиках, краях, областях изжили себя. Ушло то время, когда Главк решал, какие фильмы и сколько копий отправить на места. Нужны были новые, демократические принципы формирования репертуара, объективного определения тиражей картин и обоснованность включения их в кинофонд.

На первом экспериментальном Кинорынке мы стремились апробировать экономические механизмы будущих коммерческих отношений в кинематографе. Сложность состояла в том, что работать по-новому нам приходилось в прежних условиях: не изменилась система распределения валового сбора, не перешли на хозрасчет и самофинансирование. Это и определило некоторые особенности Кинорынка: Главк выступал не только как организатор, но и как обладатель монопольного права продажи фильмов. Скорее всего, Кинорынок был прикидкой теперешнего, в основе которого — крепкий хозрасчет. Главкинопрокату предстояло детально проработать новую модель «ожидания» Кинорынка — неопределенное количество продавцов и множество покупателей.

Корр. Вот тут-то мы и подошли к главному... Расскажите, пожалуйста, как вам удалось создать свой Кинорынок, известный в народе как вераксовский? С чего все началось?

Л.В. Летом 1989 года в Доме творчества кинематографистов в «Болшево» проводились «Деловые игры», в которых я участвовал. Они-то и подсказали идею.

Я долго и упорно убеждал тогдашних вышестоящих руководителей разных рангов в необходимости замены командно-штабных отношений в кинопрокате на рыночные: пусть профессионалы сами принимают решения. Наконец был подписан приказ о создании Центра «Кинорынок». Чтобы утвердить Устав, требовалось решение Моссовета, а оно не могло состояться без решения Совета Министров СССР. Полтора месяца я провел в Доме

Правительства, там меня внимательно слушали и в конце концов поддержали. Так мы и появились.

И сразу начали готовиться к первому Кинорынку, который состоялся в декабре 1989 года в кинотеатре «Зарядье», но больше был похож на деловую игру.

Постепенно накапливался опыт. Тогда и наши партнеры еще не совсем были готовы к новым формам отношений. Да и творцам все было в диковинку. В общей своей массе они не понимали да и не знали сути всей нашей затеи.

Прокатчики спрашивали, а кто нам подсчитает, что мы тут наторговали? Отвечали, что сами, те, кто приехал делать кинобизнес. — А как же культурная программа? Театры? Никакой культурной программы. Рынок — не совещание республиканского уровня, а место работы. Так потихонечку и продвигались.

Корр. В чем же главный замысел Кинорынка?

Л.В. Проще говоря, каждому рынку надо делать новую «заморочку», обязательно что-то придумывать. Мы все мало информированы. Наша первая задача — предоставление информации.

И еще одной, может быть, самой важной цели мы достигли за семь лет своего существования: Кинорынок сначала сблизил, а потом и сдружил творцов и прокатчиков.

Корр. Да, за последние годы можно наблюдать разительную перемену в поведении творческих работников, появивших, от кого зависит прокатная судьба их фильма, а значит, и собственное благополучие.

Л.В. Да, я с вами согласен. Негативные отношения друг к другу ушли в небытие. Уже два года мы практикуем премьерные показы каждого отечественного фильма с обязательным присутствием творческой группы. Это





замечательно. Представьте, на Кинорынке самостоятельно работают 35 кинотеатров, их директора могут увидеть и услышать известных режиссеров, актеров, сценаристов, операторов, которые с удовольствием к нам приезжают. На последнем Кинорынке была творческая группа фильма «Привет, дурален!» во главе с Ю. Рязовым.

Корр. А мне понравилась премьера картины «Ермак». В таком количестве творческой группы не было еще ни разу. На сцене — известные режиссеры В. Краснопольский и В. Усков, популярные актеры И. Алферова, Н. Джигурда, П. Вельяминов, операторы В. Якушев, А. Рябов и другие. Подготовкой таких встреч тоже занимается ваша команда? Сколько же человек работает с вами?

Л.В. Да, мы все делаем сами, не считаясь с тем, кто что должен или обязан... Сами размножаем материал, сами грузим, сами носим стулья. Мы — сообщество единомышленников. Любим свое дело. А всего нас — двенадцать!

Корр. А когда начинали, сколько было?

Л.В. Главное управление кинофикации и кинопроката Госкино СССР выделило нам, когда мы организовались, 33 человека. Было трудно, опыта еще не хватало, многого не знали. Это сейчас все отлажено и кажется очень просто.

Корр. Леонид Станиславович! Расскажите, пожалуйста, о принципе работы Межрегионального центра «Кинорынок». Один рынок закончился, грядет другой. Что вы делаете между ними в первую очередь?

Л.В. После завершения очередного Кинорынка в первую очередь я отправляю людей на «кашикулы» дней на шесть, это и за ночные дежурства, и за стрессовые ситуации во время приезда — отъезда участников и гос-

тей, и за многое-многое другое, часто непредвиденное.

А вообще мы всегда все делаем заранее. Наша команда мысленно разделена на две группы: одна готовит текущий рынок, другая уже думает о следующем. Повторяю, в первую очередь нам нужен замысел.

Приблизительно за два месяца до открытия очередных киноторгов мы рассылаем продавцам и покупателям регламент рынка, всего 1500 писем.

Корр. Если они согласны приехать, высылают вам заявку...

Л.В. Да, в нашем регламенте им остается только поставить в окошечках так называемые крестики: аккредитация, питание, проживание, рабочее место.

Корр. Сегодня участие в подобном мероприятии — дорогое удовольствие? Если ваши партнеры платят, значит, их устраивает предложенная сумма?

Л.В. Да, согласен, приезд на Кинорынок и участие в нем — недешевое удовольствие, особенно для гостей из других республик, с них на границе еще и пошлину взимают. Могут рассказать о ценах на наши услуги. Например, на XXX Кинорынке стоимость аккредитации участника (без питания и проживания) — 870 тыс. руб. Заметьте, в марте 1996 года аккредитация стоила 850 тыс. руб., к декабрю подорожала лишь на 20 тысяч, хотя по идее эта сумма должна была быть больше. Мы умышленно не поднимали цены, не хотели отпугивать партнеров. Трехразовое питание в течение недели обходилось в 835 тыс. руб. Одно место в 2-местном номере гостиницы «Измайлово» (за неделю) стоило 620 тыс. руб., проживание в одноместном номере — 1 млн. руб. Мы понимаем, что «Измайлово» — не пятизвездочный отель, но в нем удобно.

Корр. А на чем ваше хозрасчетное предприятие зарабатывает деньги?

Л.В. Мы живем только от аккредитации.



Иногда продаем фильмы, по очень дешево. В то же время мы сами оплачиваем аренду киноконцертного зала, приглашаем киномехаников, оплачиваем предоставленное нам оборудование — европейского образца рабочие кабины в фойе. Приглашаем службу безопасности, хотим, чтобы у нас было все спокойно. Расходов много, а доходов...

Корр. Леонид Станиславович! А как вы реагируете на почти пустые залы во время просмотров картин (кроме премьеры, когда народу в зале много)? Может быть, вам следует арендовать один Малый зал, там все поместится, да и дешевле будет?

Л.В. Это не моя проблема. Те, кто пришел, принимают решения самостоятельно. У каждого своя психология, стратегия и тактика, свое право. Рынок должен не обязывать, а предоставлять возможность посмотреть фильмы. Некоторые представители регионов фильмы не смотрят, приходят в последний день торгов и покупают.

Корр. Продаются ли на рынке нелицензионные фильмы или видеокассеты? Существует ли какой-то контроль?

Л.В. В регламенте Кишорынка мы просим сообщать нам номер прокатного удостоверения фильма. Если же его нет, просмотр называется информационным. У нас были случаи, когда картина готова, но еще не получила прокатного удостоверения. Покупатели, прежде чем заключать договор с продавцом, должны поинтересоваться, есть ли прокатное удостоверение, сертификат на приобретение фильма? Раньше продавцы предоставляли дирекции Кишорынка официальную справку за подписью двух руководителей о праве на фильм.

Корр. Значит, покупатели могут приобрести фильм на свой страх и риск без прав?

Л.В. Они не должны этого делать.

Корр. Леонид Станиславович! Как вы думаете, почему дистрибьюторы могут одну и ту же копию продавать по разной цене? Одно-

му региону — по заниженной, а другому (одинаковое количество жителей, киноустановок, равная площадь территорий) — по завышенной?

Л.В. Это уж как договорятся. Существует несколько форм общения: можно купить лицензию и самому заказать копию, можно приобрести одновременно и лицензию, и копию, можно взять копию в прокат. Бывает и по-другому. Продавец отдает фильм в прокат, но обязывает покупателя заплатить ему гарантированную фиксированную сумму. Если же прибыль окажется больше, то ее делят пополам.

Корр. На последнем Кишорынке фирма «Луч» запросила за картину Э. Рязанова «Привет, дурален!» огромную сумму. Ваши действия в таком случае?

Л.В. Объясняем, что, если цены низкие, продать можно гораздо больше копий. Терпеливо растолковываем один римский постулат: для того, чтобы победить, надо сначала проиграть. У нас уже накоплен большой опыт.

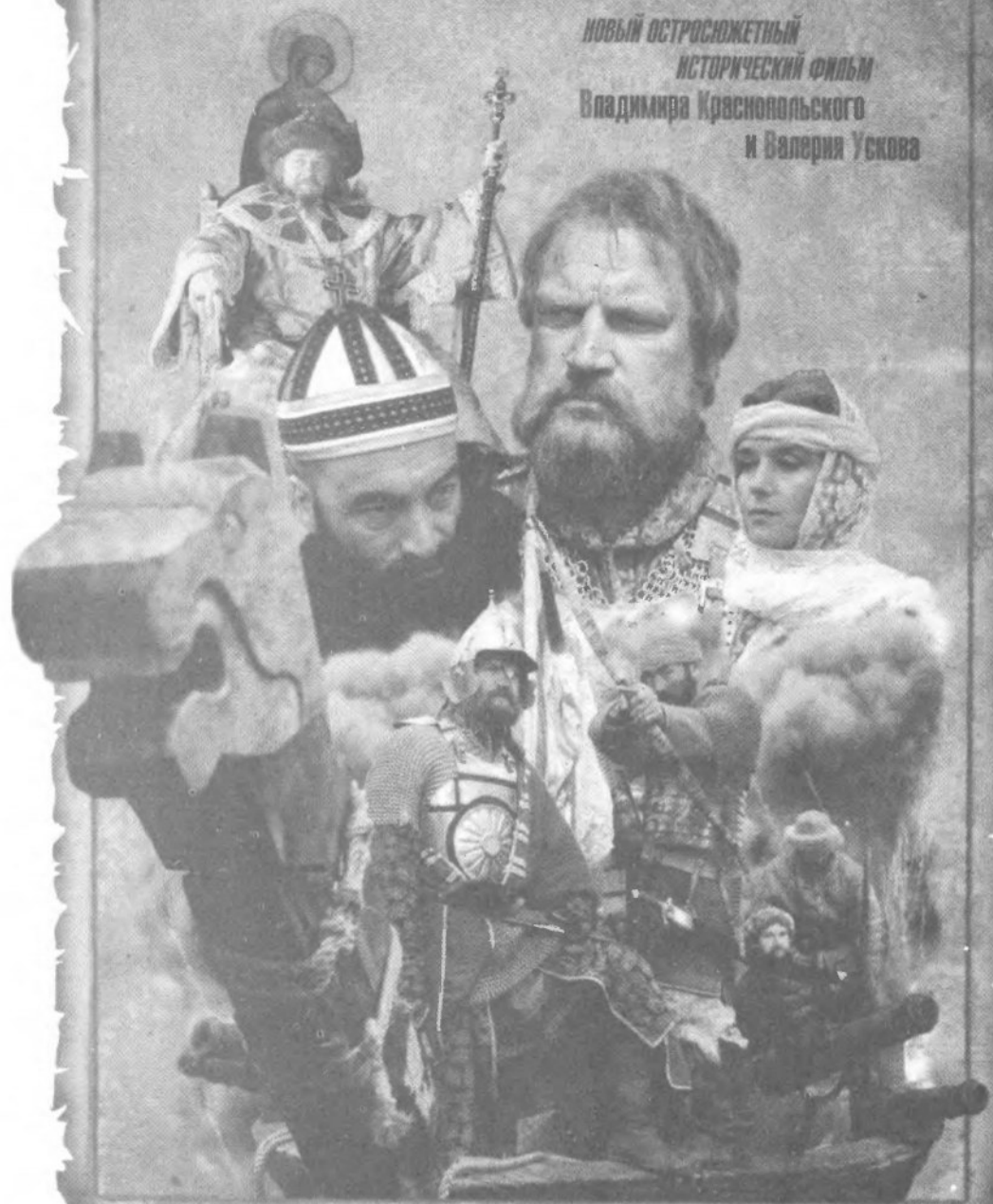
Корр. На чем основывается ваша уверенность в том, что вы хорошо знаете рынок? На своем опыте? Есть какие-либо научные обоснования? А может быть, свои «секреты»?

Л.В. Мы обладаем информацией и серьезно относимся к своей работе. Умеем прогнозировать зрительский успех фильмов для каждой территории отдельно. Являемся лидерами проведения экономико-статистического анализа, создания компьютерных и аналитических программ и методик в сфере киносети и кинопроката. Мы достигли устойчивой достоверности в прогнозировании «поведения» фильма в прокате, определения коммерческого замысла и коммерческого ожидания.

Вы ставите перед нами задачу, предоставляете статистические данные, мы обеспечиваем решение (обоснование, варианты его

ЕРМАК

НОВЫЙ ОСТРОСЮЖЕТНЫЙ
ИСТОРИЧЕСКИЙ ФИЛЬМ
Владимира Краснопольского
и Валерия Ускова



принятия, пороги ожидания результатов, аналитические и иллюстративные таблицы).

Мы уверены в том, что создание единого информационного Центра необходимо в рыночных отношениях партнеров.

Корр. Может быть, тогда и не стоит приезжать на Кинорынок, смотреть фильмы и покупать их? Можно обратиться к вам, и вы с максимальной точностью рассчитаете, какой фильм нужен, сэкономив таким образом на проживании, питании и т.д.?

Л.В. Так может быть. Возможно, и наступит такое время, когда и не нужно будет приезжать: я договорюсь и куплю для вашего региона именно те фильмы, которые вам будут выгодны. Мы точно знаем, как это сделать. Система научно обоснована и апробирована. Про себя мы называем это очень просто — «гадалка».

Но дело ведь не только в этом. Главное в том, что Кинорынок сегодня остался единственным местом, где киноработники могут встретиться, обменяться впечатлениями, обсудить насущное и наиболее важное. Раньше были всесоюзные совещания, собрания, конференции. А сейчас ничего этого нет. Подумайте сами, когда и где встретятся представители Перми и Днепрпетровска, Кишинева, Прибалтики? Профессиональное общение очень нужно и важно. Я считаю, что этой цели мы достигли. Мы объединяем всех кинематографистов.

Корр. Леонид Станиславович! Помните, как много рынков было? Всего, по-моему, 13. Почему они «тихо умерли»?

Л.В. Не знаю. Видимо, надо больше работать в предрыночный период. Чтобы механизм Кинорынка не давал сбоев, мы проводим большую предварительную работу. Мы незаметны на рынке — это наше условие, но подготовка к рынку и его проведение — этап напряженный и важный.

Корр. Наверное, важно и то, что Кинорынок проходит в Москве?

Л.В. Конечно, в Москве удобно во всех отношениях, хотя мы проводили киноторги и в Минске, и в Ленинграде, и в Сочи, нам предлагали даже Царские палаты в Суздале.

Корр. С годами уменьшается количество снятых фильмов, скоро и продавать будет нечего. Как вы думаете, может случиться такое? Что вы будете тогда делать?

Л.В. Нет, не произойдет этого. Кинематограф может быть беднее. Времена спонсоров прошли, главных нет. В этом году обещали снять 32 фильма, завтра их будет 25, 24..., но они все равно будут. Я уверен, что кино не умрет.

Хотя... Вот уже года четыре нет на Кинорынке киностудии «Союзмультфильм». И это при острейшем дефиците детских картин!

Корр. В декабре прошлого года вы отметили семилетие Межрегионального центра на юбилейном — XXX Кинорынке. Вы довольны его результатами?

Л.В. Да. На этом Кинорынке мы приняли одно очень важное решение — провести совместный рынок с региональным телевидением. Наша задача — познакомить кинематографистов с телевизионщиками. В России сейчас существует около 900 каналов ТВ. Хорошо бы объединить кошельки кинопрокатчиков и телевизионщиков. Представьте, ТВ покупает у кинопрокатчика фильм, условно говоря, за 200 тыс. руб., при этом кинопрокатчик должен рассчитать, когда он эти 200 тысяч соберет в кинотеатре. Может быть, действительно выгоднее сразу отдать картину на телевидение? А может быть, как на Западе иногда практикуют — фильм сначала показывают по ТВ, а потом — в кинотеатре.

На последнем рынке присутствовало более 170 киноорганизаций, около 300 участников и гостей из разных республик. Было





представлено 23 фильма, все они премьерные.

Корр. Леонид Станиславович! Еще один вопрос, может быть, не очень приятный. Почему Марк Рудиштейн в газете «Культура»

назвал участников и гостей измайловского «Кинорынка» «странными людьми»? Мне кажется, этих людей он с удовольствием увидел бы на своем «Кинотавре»?

Л.В. Есть один из важнейших принципов цивилизованного общения коллег: о соперниках не говорят. Я не буду комментировать высказывание Марка Григорьевича. Мы будем продолжать делать свое дело.

Корр. Спасибо Леонид Станиславович за беседу. Успехов вам в новом начинании!

* * *

Своими впечатлениями о работе МЦ «Кинорынок» мы попросили поделиться **Генерального директора «Алтайкиноцентр» И.Т. Гладышева**. В течение семи лет он не пропустил ни одного Кинорынка. Считает, что для прокатчиков самый насыщенный и работоспособный рынок — вераксовский. Рынок — не только место, где можно товар продать и купить. Это средоточие интересов покупателей, продавцов и дистрибьюторов. Л. Веракса сумел эти интересы в наибольшей степени учесть и воплотить. «И мы ему за это сердечно благодарны, — говорит Иван Трофимович. — Никто из других организаторов кинорынков с таким вниманием и любовью, как Леонид Станиславович, не относится к нам. И это сказывается во всем, даже в том, что мы имеем возможность дружить со своими коллегами на всей территории бывшего СССР. Мы доверяем ему больше, чем кому-либо другому. Л.С. Веракса сумел разгадать наши внутренние потребности, что отвечает в большей степени нашим интересам, чем, например, тот же «Кинотавр», ко-

торый носит парадно-тусовочный характер. Без него прожить можно, а без Кинорынка Вераксы давно бы и проката как такового не существовало».

Директор телерадиокомпании «Анапа» (г. Киев, Украина) Н.В. Медведева выражает искреннюю благодарность лично Леониду Станиславовичу и всей дирекции МЦ «Кинорынок» за то, что они делают великое дело — сохраняют единое профессиональное пространство. «Это дает возможность плодотворно работать, не теряя связи друг с другом, встречаться, хотя бы раз в квартал, обмениваться информацией, решать свои проблемы. Безусловно, в Сочи, на кинорынке «Кинотавр» очень мило, можно покупаться в море, позагорать, расслабиться и ни с чем вернуться домой. Нет уж, извините, деловые вопросы мне лучше решать в Москве, на рынке у Вераксы».

Наталья Викторовна предлагает при МЦ «Кинорынок» создать образовательный центр для повышения квалификации, где можно было бы проконсультироваться по ряду юридических вопросов, по лицензионным, авторским правам и пр.

Директор кинотеатра «Мир» (г. Обнинск, Калужская обл.) Т.Г. Корнилова приехала на Кинорынок семь лет назад, как только он начал работать. Считает его настоящей работой («органом»). Здесь есть динамика, глубокая заинтересованность друг в друге и знание киномира нашей страны, что очень важно.

По мнению Корниловой, сегодня кинотеатры участвуют в кинобизнесе условно, поскольку денег у них нет. Она, например, берет фильмы только напрокат. Татьяна Григорьевна считает, что кино — это не бизнес, а рынок — это форма взаимоотношений между людьми, возможность осуществления контактов, которые создают условия для кинодеятельности, определяют жизнь Кино в регионах.

НАШИ ВЕТЕРАНЫ

Чудесные люди у нас на Алтае!

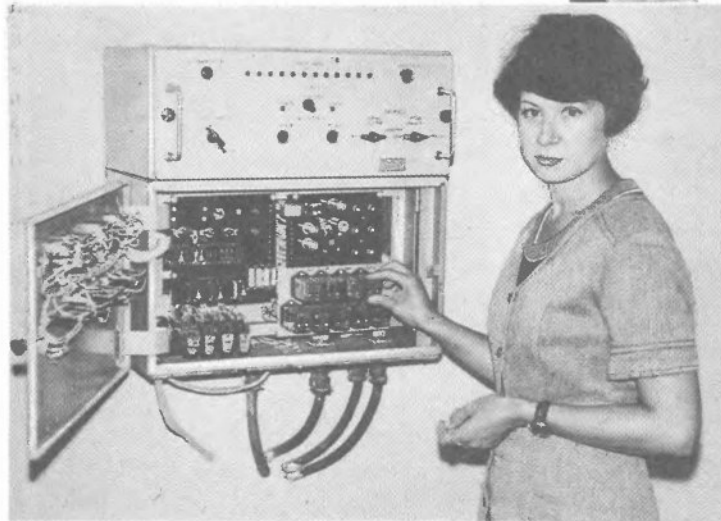
Л. МАКАРОВА,
гл. специалист отдела кино
Комитета администрации Алтайского края по
культуре и туризму

Алтайская земля гордится своими людьми. Юбилейный год мирового и отечественного кино подарил нам трех заслуженных работников культуры Российской Федерации.

Одна из них — красивая, умная женщина ОЛЬГА ВИКТОРОВНА ЧУФЕНЕВА, директор Центра кинодосуга Бийского района. Глядя на нее, вспоминаются слова: «Для женщины успех замешан на сдобе мира и согласия».

Согласье в работе с киномеханиками,

Кинемеханик Ольга Чуфенева в те давние годы...



Директор Центра кинодосуга Ольга Викторовна Чуфенева сегодня

кассирами 20 киноустановок есть. А как же иначе? Более 34 тысяч жителей района ежедневно ждут очередного чуда на больших экранах. И под внимательным оком О. Чуфеневой это чудо свершается.

...А началось все у милой Ольги с далеких 60-х

годов, когда кинематограф в России процветал. Девчонкой каждый день бегала по кинотеатрам города Бийска, со слезами на глазах смотрела по многу раз фильмы с любимыми актерами и с согласия родителей поступила в 1965 году учеником кинемеханика в кинотеатр «Алтай». Ипотекли годы: учеба, работа, поиск новых средств по сохранности фильмофонда, внедрение оригинальных форм предсеансовой работы, стремление к качественному кинопоказу. Уже через 13 лет ее настойчивость и упорство отмечены знаком «Отличник кинематографии СССР». И опять труд — упорства и энергии хоть отбавляй!

В 1991 году Ольгу Викторовну утверждают директором киносети. Ох! Тяжелое время. Но она не только не сдала позиций, а укрепила их. По экономическим показателям бийский Центр кинодосуга — один из лучших в крае — среди 68 районов! Только за полгода доход от работы киноустановок составил около 3 млн. руб., в условиях, когда у сельского жителя нет денег, нет средств для покупки элементарного — хлеба. А в кино люди идут!

Ни много ни мало, а 30 лет Ольга Чуфенева посвятила любимому делу. Впереди — новые горизонты и заботы по проведению Шукшинских празднеств на родной бийской земле.

Об АНДРЕЕ ИВАНОВИЧЕ КАЛЕНИЧЕНКО говорят: «Ох, и дюжий мужик!» Не мытьем, так катаньем заставляет окружающих с вниманием относиться к великому Немому. Скоро уж 40 лет, как его судьба связана с кино: работал на кинопередвижке, затем инженером, стал директором Благовещенского кино-

зрелищного предприятия. В досье Калениченко — знак «Отличник кинематографии СССР», медали, грамоты, дипломы. За всем этим — бессонные ночи, а порой и первые дни. Не так просто поддерживать свое мудреное хозяйство. Он же мужчина, отступать не привык. В коллективе нет случаев сверхнормального износа фильмокопий, добились 100-процентной его сохранности. Это в наше-то время, когда в крае не хватает картин, четверть фильмофонда — морально устаревший материал, 70% копий имеют III-IV категорию качества! Но стоит пообщаться с Андреем Ивановичем, поговорить с ним, как почувствуешь, как доброта и тепло обволакивают тебя. Легко ста-

Андрей Калениченко в юности



повится на душе, когда на земле есть такие люди, как дядя Андрей.

Необычная судьба у ЖЕРКО ИВАНА АЛЕКСАНДРОВИЧА. Родом он из крестьян, в 1956 году поступил работать на Алтайский тракторный завод. Но было что-то притягательное в Иване, около него всегда крутилась молодежь. Старики присматривались: большо шустр и умен, говорили. И не зря. В 1965 году Иван поступил на исторический факультет Горно-Алтайского педагогического института. А дальше... Политработник с большой буквы. Грамотный, без амбиций, уверенный в себе Александрович. Позже жизнь не раз давала ему в руки разные «карты»: заведующий отделом культуры, литсотрудник газеты, директор Драматического театра. Но выпала ему «козырная масть» — в 1987 году он возглавил Рубцовское отделение кинопроката, которое обслуживает десять районов и город с общим числом жителей около 300 тыс. человек.

До начала перестройки работать было сравнительно легко. Фильмы доставлялись аккуратно и в срок. Сам не плошай — только успевай развозку организовать да общественность подключать к просмотрам наиболее актуальных лент, да еще устраивать творческие встречи и пресс-конференции приезжим популярным киноактерам.

1991 год стал «опасным» для организации в целом. Правоохранительные органы, социологи, средства массовой информации и некоторые граждане не без оснований забили тревогу: «чернуха» и «порнуха» заполнили экраны. Пришлось Ивану Александровичу потрудиться в поте лица, спасая честь мундира.



Иван Александрович Жерко

И ведь убедил, доказал, что ни он, ни его подчиненные не пропустят порнографические ленты и шую пошлость на экран. Выстроил систему показа лучших фильмов фонда на 173 киноустановках своего отделения, обеспечил киномехаников методическими разработками, отвоевывал у местных районных властей каждую киноаппаратную. Ведь у некоторых горе-руководителей сложилось мнение, что кино — уже вчерашний день.

Последние пять лет в кино прибавили не только седые волосы неумному Жерко, но и уверенность в том, что в жизни ему здорово повезло — у него есть любимая работа!

Вот такие замечательные мастера своего дела живут на Алтае!

ШКОЛА КИНОМЕНЕДЖЕРА**Киномаркетинг****(на примере студии «Уорнер Бразерс», США)**

Е. МОРКОВИНА

Сегодня оригинальный фильм требует к себе повышенного внимания — информации, правдивых и вымышленных историй из жизни создателей, и, конечно же, «звезд» в титрах.

Небольшой экскурс в историю. В 60-е годы конкуренция на кинорынке была не велика, что позволяло фильмам месяцами оставаться в кинотеатрах. Революция в прокате произошла в 70-е годы, когда компания «Сан Классикс» перешла на региональный принцип проката фильмов с рекламной поддержкой их на местном радио и ТВ. «Уорнер» использовал эту стратегию в 1971 году для выпуска фильма «Билли Джек», потратив беспрецедентную для того времени сумму на рекламу по ТВ, что позволило картине добиться необычайно высокого рейтинга. Такая удача закрепила региональный принцип проката фильмов, и на рекламу стали выделяться гораздо большие суммы. Новая модель проката требует большего количества копий. Если раньше фильм выпускался в 500-х кинотеатрах одновременно, то к 1980 году — уже в 2 тыс., при этом продолжалось строительство новых многозальных кинотеатров и реконструкция старых.

Сегодня конкуренция весьма значительна. Каждую неделю в среднем выходит два новых фильма (только на 7 крупнейших студиях Голливуда). В таком потоке информации обывателю трудно ориентироваться. Рейтинговые списки меняются очень быстро.

Работа в киномаркетинге требует необык-

повенной усидчивости и старательности. Основная цель: обогнать конкурентов и вывести фильм в лидеры кинопроката — должна быть достигнута любой ценой, разумеется, при наличии определенных средств на рекламную кампанию.

Как только на студии принято решение о создании фильма, надо приниматься за рекламу и публицити, начинать маркетинговые исследования и готовить зарубежные рынки сбыта. Работники отделов рекламы также отвечают за связи с прессой и общественностью.

Маркетинг картины подобен скачкам на оборот. Разные специалисты могут подключаться в разное время, но финишируют все вместе — в первый прокатный день. Обычно реклама, публицити и маркетинговые исследования начинаются одновременно с запуском фильма, масс-медиа подключается перед самым его выпуском, а международный прокат начинается, за редким исключением, после национального выпуска. Теперь немного подробнее об этих направлениях работы.

Создание рекламы. На раннем этапе работы с фильмом создается одна рекламная стратегия для нескольких фильмов, сходных по времени демонстрации, метражу и жанру. Эта «рыба» адаптируется к данному рекламному проекту. Реклама осуществляется на протяжении съемок фильма, но рекламную кампанию начинать можно только после того, как утверждены актеры, места съемок и т.д., имеются их фотографии. Специалисты по рекламе должны иметь запас-

ной экземпляр сценария. Чтобы из множества вариантов рекламных проектов выбрать единственно верный, необходимо тонко чувствовать фильм. Если это скромный, некоммерческий фильм, не стоит с помощью рекламы делать его суперхитом, больше надо рассчитывать на качество фильма, признание критиков и получение наград, которые привлекут «своего» зрителя (как, например, фильм «Гамлет»).

Один человек из рекламной группы обязательно должен следить за черновым монтажом фильма, чтобы потом собрать рекламный ролик из самых важных моментов картины. Возможно, для начала имеет смысл сделать 90-секундный пробный ролик, который появится в премьерных театрах за 6 месяцев до премьеры, а перед самым выпуском фильма к нему необходимо добавить 2-минутный ролик, который дает о фильме более полное представление.

Продвижение и паблсити. Если фильму дан «зеленый свет», руководитель отдела паблсити выбирает одного журналиста, который будет отвечать за паблик-риллейшис во время съемок. Он будет делать заметки по ходу съемок, которые впоследствии станут их историей, собирать материалы к биографиям основных актеров и режиссера, и, что самое главное, он будет сообщать читателям все, что происходит на съемочной площадке, включая описания капризов «звезд». Наряду с этим он ведет фотохронку. В большинстве случаев предпочтительнее делать рекламные фотографии прямо во время съемок, хотя некоторые актеры больше любят позировать для рекламы отдельно.

Во время съемок изготавливаются видеоролик и специальные щиты, которые устанавливаются на некоторых ТВ-программах. Установка такого щита стоит от 75 до 150

тыс. долл., короткое рекламное сообщение в 3-7 минут — около 30 тыс. долл. Пакет рекламных материалов для ТВ, состоящий из серии 60 — 90-секундных клипов, коротко рассказывающих о фильме, а также отбор киноэкспертов (на местном ТВ), которые смогут подготовить более развернутый рассказ о картине, стоит в среднем от 35 до 125 тыс. долл. (речь идет о производстве рекламы, а не о ее размещении).

Маркетинговые исследования состоят из ряда тестов. В первую очередь тестированию подвергается концепция картины, цель которого — узнать, насколько хорошо будущие зрители понимают идею снимающегося фильма. Обычно опросы проводятся в магазинах, как правило, один на один. Покупателям показывают рекламу к фильму и спрашивают, что говорит ему эта реклама, может ли она привлечь внимание, каким людям и насколько (судя по этой рекламе) картина будет интересна. Исследователь отмечает пол, возраст, частоту посещения кинотеатра человеком, с которым он беседует. Обычно после опроса интервьюируемый бывает отнесен к одной из категорий: «определенно посмотрит фильм», «возможно, посмотрит фильм», «не посмотрит», «не интересен фильм», «определенно не интересен». Если результаты теста не будут ужасными, необходимо еще раз просмотреть концепцию рекламы и, может быть, что-то улучшить.

Маркетинговые исследования помогают выбрать лучший вариант кино- и теле роликов. Поскольку киноролики создаются раньше, чем фильм, и проверять их надо раньше. Как это делается? Небольшая аудитория, выделенная по демографическому принципу, смотрит киноролики, потом отвечает на вопросы и выбирает лучший ролик. Через некоторое время процедура повторяет-

ся. Если результаты совпадут, значит, создатели рекламы на верном пути.

Но исследуется не только реклама, проводятся и **предварительные просмотры фильма**, они могут быть двух видов: а) во время производства фильма, б) для уточнения лучшей прокатной стратегии. Просмотры первого вида проводят ответственные за рекламу вместе с кинематографистами, создающими фильм.

На маркетинговых просмотрах изучается реакция зрителей, и на основе этих наблюдений делается вывод, что нужно изменить в рекламной кампании. Как только установлен порядок выпуска фильма, необходимо еще раз пересмотреть рекламную стратегию с целью поиска более экономичных путей воплощения основной идеи.

Результаты предварительных просмотров могут быть столь неожиданными, что повлияют или даже полностью изменят стратегию выпуска фильма на экраны. Например, изначально фильм может быть определен как непрокатный, эксклюзивный, но публика настолько хорошо его примет, что стратегия выпуска будет изменена, расширена. Если же аудитория примет фильм холодно, следует отказаться от медленного, постепенного выпуска картины на экраны, чтобы «дурные» слухи не успели распространиться. Если же фильм благодаря рекламной поддержке успевает за первые две недели национального проката собрать неплохую сумму, кинематографисты говорят, что фильм выпущен по принципу «украденная пара недель». Такое бывает нечасто, потому что фильмы, предназначенные для национального проката, при предварительных просмотрах редко дают отрицательные результаты.

Анкеты для зрителей, сидящих на предварительных просмотрах, составляются таким образом, чтобы дать представление не

только о том, понравился фильм или нет, но и о том, кому этот фильм более интересен: мужчинам или женщинам, детям, подросткам или взрослым людям и т.д. Так, например, фильм «Секретное оружие» изначально представлялся создателям как фильм для мужчин, но после предварительных просмотров оказалось, что актер Мел Гибсон настолько хорош и очарователен в этой ленте, что вызвал широкий интерес у женщин. Срочно было принято решение изменить рекламные материалы и дату выпуска фильма.

Как отбирать людей для предварительных просмотров? «Уорнер Бразерс» выпускает в среднем 25 фильмов в год и устраивает каждому фильму по 2 предварительных просмотра (когда фильм в производстве и перед выпуском). Получается 50 просмотров, по одному в неделю. Существует два подхода к отбору аудитории для просмотров. Первый — людям рассказывают о фильме, а потом предлагают его посмотреть. Некоторые отказываются сразу, за реакцией других во время просмотра наблюдают исследователи. Второй — группе предлагают посмотреть фильм, потом задают некоторые вопросы, ответы усредняются.

Хотя предварительные просмотры — довольно хлопотная (но недорогая) процедура, они очень полезны, поскольку позволяют уточнить «своего» зрителя, проверить правильность рекламной и прокатной (время, место, количество кинотеатров) стратегии.

После предварительных просмотров утверждаются бюджет зарубежного проката, рекламные материалы, вариант копии (фильм может быть немного изменен для зарубежного проката), рекомендации.

Продолжение следует

ЮРИДИЧЕСКАЯ СЛУЖБА

Новый Уголовный кодекс Российской Федерации, принятый на основе Конституции и общепризнанных принципов и норм Международного права, вводится в действие с 1 января 1997 года на всей территории Российской Федерации

Предлагаем вашему вниманию две статьи, на основании которых к уголовной ответственности привлекаются лица, нарушающие закон.

Статья 146. Нарушение авторских и смежных прав

1. Незаконное использование объектов авторского права или смежных прав, а равно и присвоение авторства, если эти деяния причинили крупный ущерб, наказываются

штрафом в размере от двухсот до четырехсот минимальных размеров оплаты труда или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период от двух до четырех месяцев,

обязательными работами на срок от ста восьмидесяти до двухсот сорока часов, лишением свободы на срок до двух лет.

2. Те же деяния, совершенные неоднократно группой лиц по предварительному сговору или организованной группой, наказываются

штрафом в размере от четырехсот до восьмисот минимальных размеров оплаты труда или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период от четырех до восьми месяцев,

арестом на срок от четырех до шести месяцев,

лишением свободы на срок до пяти лет.

Статья 171. Незаконное предпринимательство

1. Осуществление предпринимательской деятельности без регистрации либо без специального разрешения (лицензии) в случаях, когда такое разрешение (лицензия) обязательно, или с нарушением условий лицензирова-

ния, если это деяние причинило крупный ущерб гражданам, организациям или государству либо сопряжено с извлечением дохода в крупном размере, наказываются

штрафом в размере от трехсот до пятисот минимальных размеров оплаты труда или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период от трех до пяти месяцев,

обязательными работами на срок от ста восьмидесяти до двухсот сорока часов,

арестом на срок от четырех до шести месяцев,

лишением свободы на срок до трех лет.

2. То же деяние, совершенное организованной группой; сопряженное с извлечением дохода в особо крупном размере; совершенное лицом, ранее судимым за незаконное предпринимательство или незаконную банковскую деятельность, наказывается

штрафом в размере от семисот до одной тысячи минимальных размеров оплаты труда или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период от семи месяцев до одного года,

лишением свободы на срок до пяти лет со штрафом в размере до пятидесяти минимальных размеров оплаты труда или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период до одного месяца либо без такового.

***Примечание.** В статье 171 настоящего Кодекса доходом в крупном размере признается доход, сумма которого превышает двести минимальных размеров оплаты труда, доходом в особо крупном размере — доход, сумма которого превышает пятьсот минимальных размеров оплаты труда.*

В год празднования столетия отечественного кино почетного звания «Заслуженный работник культуры Российской Федерации» были удостоены

ЕВСЮКОВА Надежда Геннадиевна – директор Троицкой дирекции киносети Челябинской области

ЖОДЬ Валентина Владимировна – директор кинотеатра «Космос» г. Брянска

КОЛИКОВА Тамара Дмитриевна – директор Ялutorовской городской дирекции киносети Тюменской области

МАЩЕНКО Алла Ивановна – директор Тульской городской дирекции киносети

ЧИКУЛКИНА Евгения Юльяновна – директор Троицкого отделения по прокату кинофильмов Челябинской области

ЧОВИКОВА Зинаида Дмитриевна – киномеханик киноустановки Скалистое Троицкой дирекции киносети Челябинской области

ПЕРЕСЫЛКИНА Надежда Чиколаевна – киномеханик Чиколаевской киноустановки Еткульской дирекции киносети Челябинской области

ПЮЧОМАРЕВА Светлана Тригорьевна – директор кинотеатра «Молодежный» Ленинградской области

САУРОВА Лидия Михайловна – директор Облкинофонда Ульяновской области

ХАЧАТУРЯН Лалия Михайловна – директор кинотеатра «Художественный» г. Санкт-Петербурга

ШЕВМЕЧКО Людмила Андреевна – директор кинопредприятия «Выборг» Ленинградской области

В лице этих замечательных женщин, отмеченных высокими званиями, мы поздравляем всех представительниц прекрасного пола, работающих в кинематографе, с праздником 8 Марта! Желаем здоровья и счастья!

НАУКА — КИНОСЕТИ

Новая линейка аппаратуры звукоспроизведения для кинотеатров

А. СЕРЕГИН

Кинотеатральные звукоспроизводящие комплексы КВЗ М2-50, КВЗ М2-100 и КВЗ М2-200

Кинотеатральные звукоспроизводящие комплексы (КВЗ) М2-50, М2-100 и М2-200 стали первыми из новой линейки звукоспроизводящей аппаратуры для киносети, прошедшими стадии опытно-конструкторской разработки, изготовления и испытания опытных образцов. Они предназначены для работы в составе стационарных киноустановок и обеспечивают качественное воспроизведение звукового сопровождения кинофильмов с одноканальной или двухканальной фотографической фонограммой.

КВЗ М-50 предназначены для работы в залах вместимостью 1300 мест, М2-100 — от 300 до 500 и М2-200 — от 500 до 1000 мест.

Узлы и блоки, входящие в состав перечисленных комплексов, представлены в табл. 4.

Таблица 4

Наименование	Количество (шт.)
Шкаф электронных блоков	1
Двухканальный фотоусилитель	3
Пульт переводчика с дистанционным регулятором уровня	1
Громкоговоритель заэкранный	2
Контрольный громкоговоритель	2
Телефоны головные	1
Микрофон динамический	1
Комплект ЗИП	1
Паспорт	1

Примечание. Блок питания звукочитающей лампы встраивается в распределительное устройство или поставляется отдельным блоком.

Основой для конструирования всей стационарной аппаратуры КВЗ-М, в том числе и рассматриваемых комплексов, как уже говорилось выше, является 19-дюймовая (482,6 мм) модульная стойка с высотой модулей кратной 44 мм. Схематически внешний вид шкафов электронных блоков комплексов М2-50 и М2-200 представлен на рис. 11 и 12.

Из рисунков видно, что в базовую комплектацию шкафа электронных блоков входят три универсальных и взаимонезависимых блока: блок предварительного усиления и контроля, блок эквалайзера (в комплексе М2-50 может отсутствовать) и блок (или блоки, в зависимости от выходной мощности комплекта) оконечного усилителя. Все блоки внутри шкафа соединены между собой с помощью высоконадежных стандартных разъемных соединений.

Окончание. Начало в № 1-2 1997 г.

Рис. 11. Внешний вид комплекта КВЗ М2-50

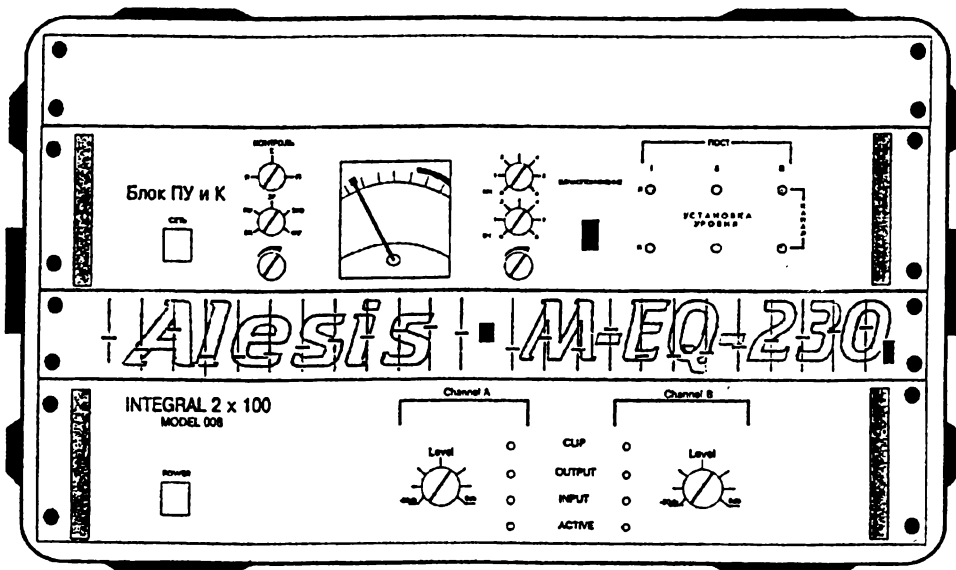
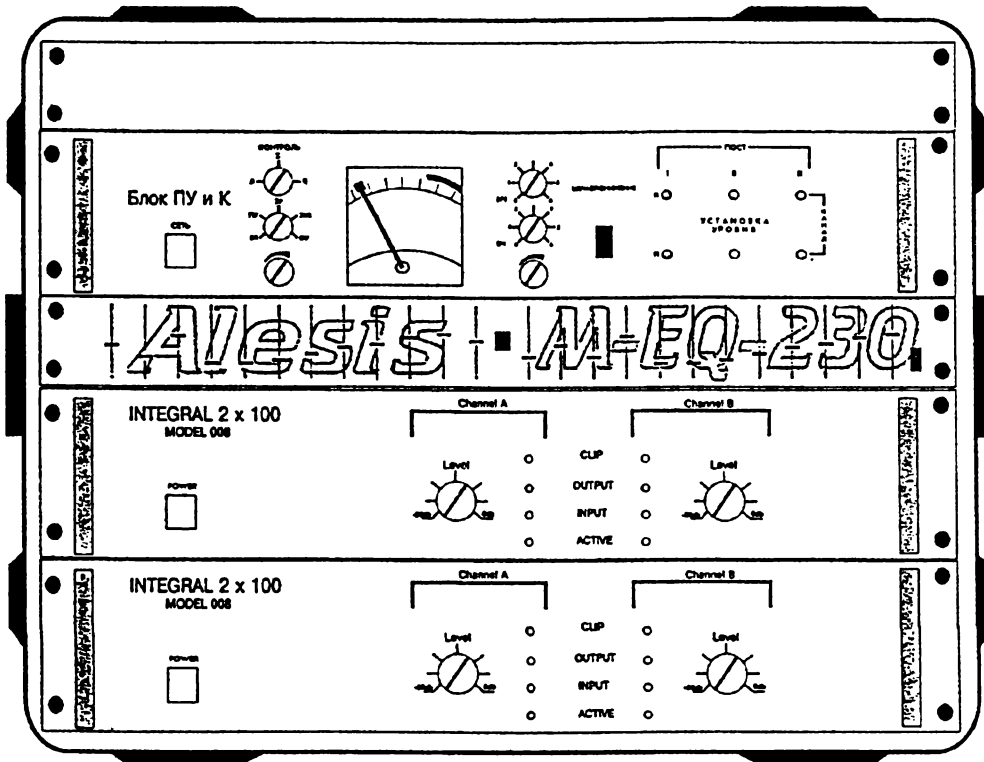


Рис. 12. Внешний вид комплекта КВЗ М2-200



Масса элементов комплекса составляет (кг)

– шкафа электронных блоков	M2-50	- 25
	M2-100	- 35
	M2-200	- 40
– громкоговорителя заэкранного	M2-50	- 35
	M2-100	- 35
	M2-200	- 60

Габаритные размеры элементов комплекса (мм):

– шкафа электронных блоков	M2-50	320x500x500
	M2-100	400x500x500
	M2-200	480x500x500
– громкоговорителя заэкранного	M2-50	900x550x500
	M2-100	900x550x500
	M2-200	1500x700x600

Все комплексы обеспечивают работу от следующих источников сигнала:

- двух фотодиодов на каждом кинопроекторе при трехпостной киноустановке;
- двух динамических микрофонов;
- одного стереофонического магнитофона, электропроигрывателя, тюнера и т.п.

В комплексах также предусматривается одновременная работа от кинопроектора и от микрофона (синхронный перевод на один язык), выход «кино» для подачи сигнала на комплекс для зрителей с частичной потерей слуха, индикация сигнала на входах и выходах всех основных блоков.

В табл. 5 приведены технические параметры и основные характеристики комплексов.

Таблица 5

Наименование параметра	Единица измерения	Значение параметра
<u>Количество входов</u>		
– фото	шт.	3
– микрофон	шт.	2
– линейный	шт.	2
<u>Количество каналов</u>		
– экрана	шт.	2
– слухового контроля (аппаратная)	шт.	1
– слухового контроля оригинала (переводчик)	шт.	1
<u>Мощность каждого канала в комплексах</u>		
– M2-50	Вт	50
– M2-100	Вт	100
– M2-200	Вт	200
<u>Мощность канала слухового контроля</u>		
	Вт	5
<u>Чувствительность со входов, не более</u>		
– фото	мкА	0,775
– микрофон	мВ	2
– линейный	мВ	245
<u>Номинальное сопротивление нагрузки</u>		
– оконечных усилителей	Ом	8
– контрольного усилителя	Ом	4

– усилителя переводчика	Ом	600
– выхода «кино»	Ом	2000
<u>Номинальный диапазон частот</u>		
– основных усилительных каналов	Гц	31,5-16000
– канала слухового контроля (аппаратная)	Гц	125-8000
– канала слухового контроля оригинала (переводчик)	Гц	125-8000
<u>Глубина коррекции АЧХ</u>		
<u>на частотах 63 и 8000 Гц, не менее</u>	дБ	±10
<u>Коэффициент гармоник усилительных каналов на частоте 1000 Гц, не более</u>		
– основных	%	0,1
– слухового контроля оригинала (переводчик)	%	0,5
– слухового контроля (аппаратная)	%	2
<u>Динамический диапазон, не менее</u>		
– основных усилительных каналов со входа «микрофон»	дБ	60
– основных усилительных каналов со входа «фото»	дБ	70
– основных усилительных каналов со входа «линия»	дБ	65
– на выходах «кино», каналов слухового контроля (переводчик, аппаратная)	дБ	60
<u>Глубина регулирования сигнала РУ, не менее</u>	дБ	40
<u>Напряжение питающей сети</u>		
<u>с частотой 50 Гц</u>	В	220+15%
<u>Мощность, потребляемая от сети на синусоидальном сигнале при отдаваемой выходной мощности, равной половине паспортной, не более</u>		
– М2-50	Вт	150
– М2-100	Вт	200
– М2-200	Вт	300

В табл. 6 приведены технические параметры заэкранированных громкоговорителей комплексов.

Таблица 6

Наименование параметра	Единица измерения	Значение параметра
<u>Номинальная мощность</u>		
– М2-50	Вт	50
– М2-100	Вт	100
– М2-200	Вт	200
<u>Угол направленности излучения</u>		
– по горизонтали	град.	90
– по вертикали	град.	40
<u>Характеристическая чувствительность</u>	дБ/Вт/м	100
<u>Диапазон воспроизводимых частот</u>	Гц	31,5-12500
<u>Неравномерность частотной характеристики, не более</u>	дБ	8
<u>Номинальное сопротивление</u>	Ом	8

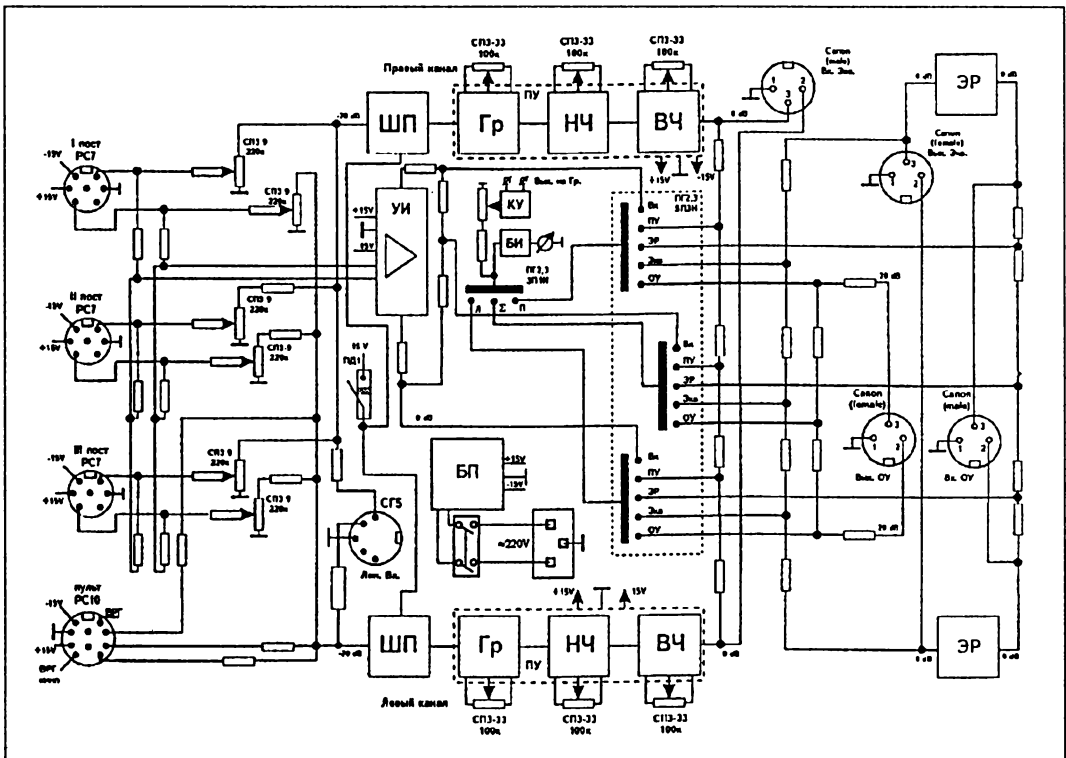
Громкоговорители комплексов аппаратуры — двухполосные и содержат рупорные высокочастотные излучатели, обеспечивающие частотную независимость угла направленности излучения в требуемом диапазоне частот. В низкочастотном звене громкоговорителей используются головки 2А-34 (одна или две в зависимости от мощности комплекса), в высокочастотном — 3А2 Ве с бериллиевой диафрагмой.

Комплексы КВЗ (М2-50, М2-100 и М2-200), как и комплексы предыдущего поколения Звук Т и М, являются двухканальными от входа до выхода, что обеспечивает их высокую надежность и практически устраняет вероятность срыва сеанса по причине выхода из строя звукового оборудования.

Блок предварительного усиления и контроля (БПУиК) для всех комплексов одинаков. Он включает в себя источник питания, обеспечивающий необходимыми питающими напряжениями все элементы блока и фотоусилители; установочные регуляторы отдачи по каналам и по постам с диапазоном регулирования 30 дБ; два двухканальных предварительных усилителя; двухканальный динамический шумоподавитель; двухканальный регулятор тембра; двухканальный электронный регулятор уровня; двухканальный индикатор; контрольный усилитель. Блок-схема БПУиК представлена на рис. 13. На рис. 14 показан внешний вид передней и задней панелей БПУиК.

В опытных образцах комплексов КВЗ М2-50 и М2-200 использован блок эквалайзера

Рис. 13. Блок-схема БПУиК



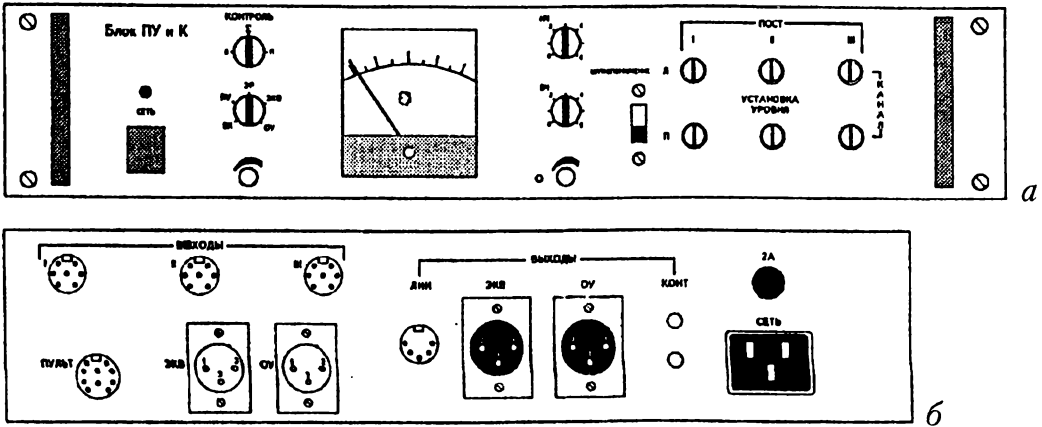
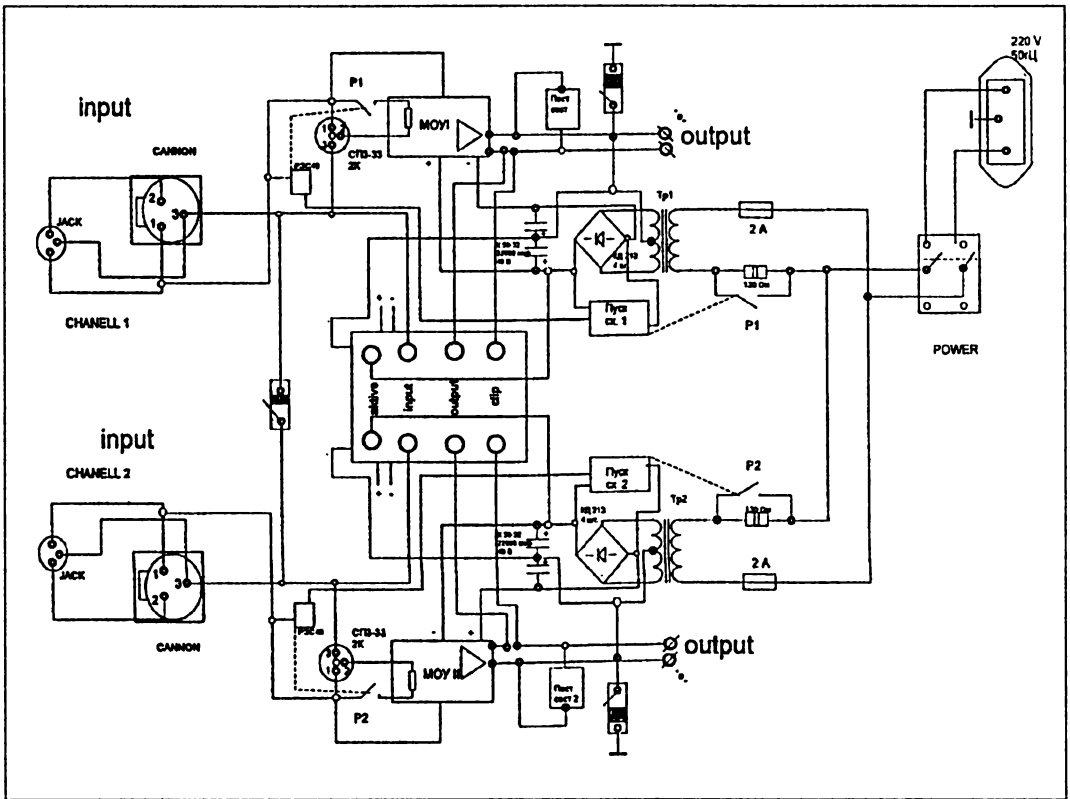


Рис. 14. Внешний вид передней (а) и задней (б) панелей БПУК

Рис. 15. Блок-схема оконечного усилителя (БОУ)



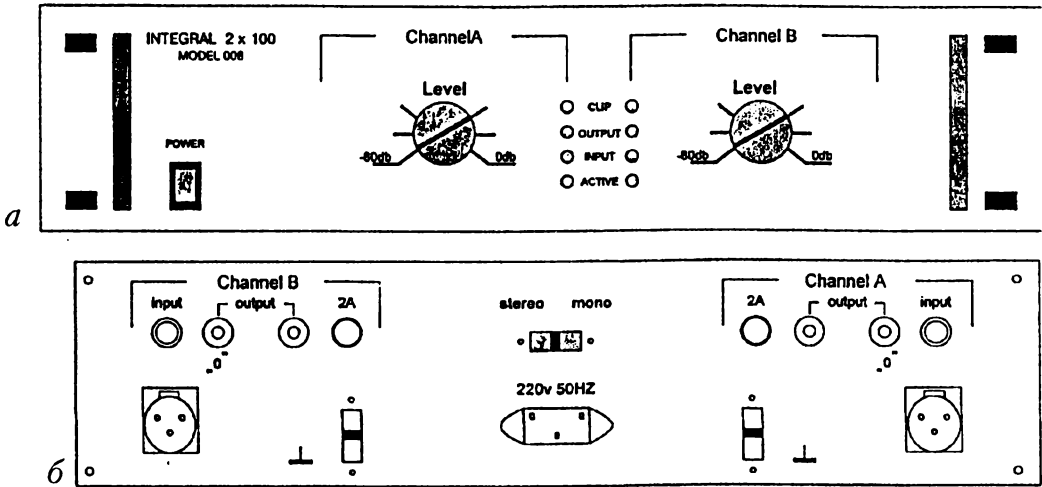


Рис. 16. Передняя (а) и задняя (б) панели блока оконечных усилителей (БОУ)

типа М-ЕQ 230 американской фирмы ALESIS. Это двухканальный 1/3-октавный эквалайзер с прекрасными электрическими характеристиками, малыми габаритами и весом, высокой надежностью работы, проверенной многолетней эксплуатацией. Разработчики комплексов и заказчик в лице Госкино РФ сочли такое решение приемлемым, поскольку аналогичные отечественные приборы при большей стоимости значительно уступают указанному по качественным показателям. Разработка и изготовление подобного блока собственными силами на отечественной элементной базе экономически не оправдана, так как требует больших одновременных затрат на подготовку производства. Это тем более существенно, что эквалайзер следует применять не во всех комплексах и не во всех залах. Для правильной его настройки необходимы специальные приборы и специально подготовленный персонал, что, естественно, требует дополнительных средств и времени. Безусловно целесообразно применение эквалайзера в залах большой вместимости или с плохой акустической обработкой.

В качестве блоков оконечных усилителей (БОУ) в комплексах М2-50, -100 и -200 используются производимые в НИКФИ на протяжении нескольких лет двухканальные усилители ИНТЕГРАЛ модели 008. Они выполнены на мощных толстопленочных интегральных микросхемах отечественного производства, имеют два независимых канала с отдельными источниками питания, эффективную систему защиты от перегрузок по входу и выходу, что определяет их высокую надежность. На рис. 15 представлена блок-схема усилителя, а на рис. 16 — внешний вид его передней и задней панелей.

В заключение следует сказать, что разработанные и изготовленные в НИКФИ опытные образцы комплексов КВЗ М2-50 и М2-200 успешно прошли опытную эксплуатацию, приняты в августе 1996 года межведомственной комиссией и рекомендованы к серийному производству. На начальном этапе серийное производство описанных комплексов (пока потребность в них еще не велика) поручено также НИКФИ. В дальнейшем, если она будет расти, к серийному производству подключится одно из предприятий Госкино РФ.

ЧИТАТЕЛИ ПРЕДЛАГАЮТ

**КИНОПРОЕКТОР 23 КПК-3
С БОБИНАМИ ЕМКОСТЬЮ 1500 МЕТРОВ**

Г. ЖМАЕВ,
ст. инженер к/т «Россия» г. Пермь

Выпущенный в 1990 г. кинопроектор 23КПК-3 имеет существенный недостаток — емкость его бобины 600 метров.

Рис. 1. Бобина Б35-1500, применяемая в кинопроекторе КП30К

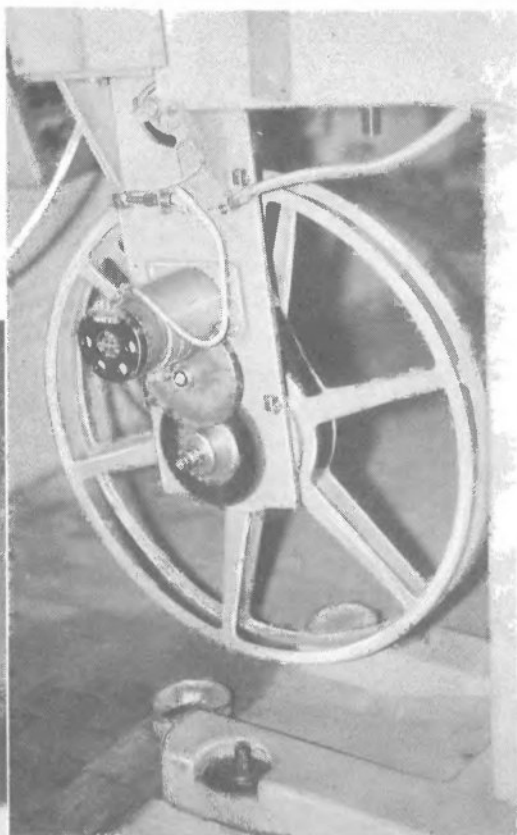
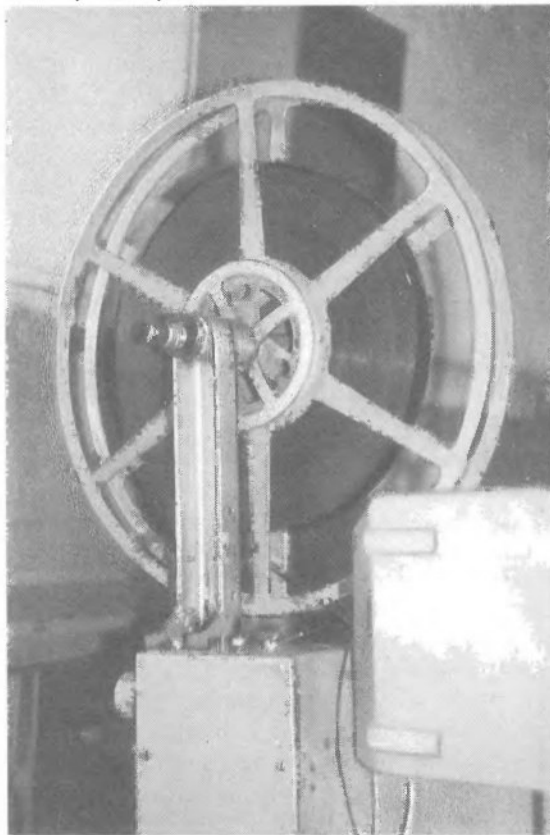


Рис. 2. Наматывающее устройство с электроприводом

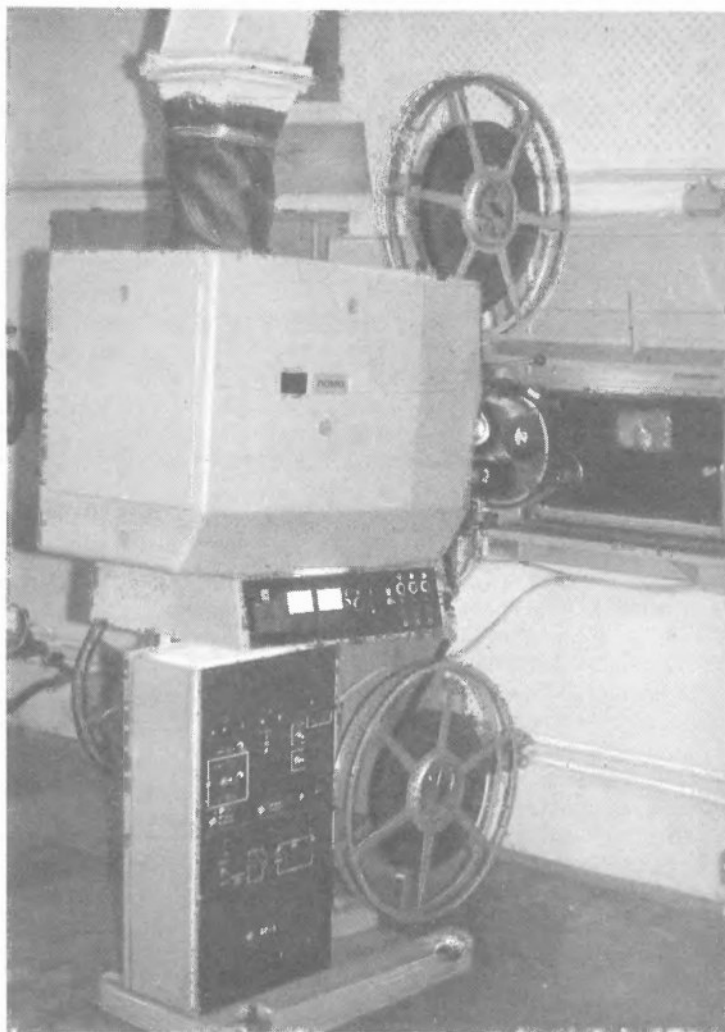
В кинотеатре «Россия» г. Перми были изготовлены сматывающие и наматывающие устройства для бобины емкостью 1500 метров. В качестве бобины применяются Б35-1500 от кинопроектора КП30К (рис. 1).

*Рис. 3. Кинопроектор
23КПК-3 с бобинами
Б35-1500*

Наматывающее устройство выполнено с электроприводом (рис. 2). В качестве приводного используется двигатель АДП-262 (16 Вт, 1950 об/мин). В редукторе наматывателя применяется сочетание козубых текстолитовых и стальных зубчатых колес на подшипниках. Смотывающее и наматывающее устройства удовлетворяют техническим требованиям.

Два кинопроектора 23КПК-3 с бобинами Б35-1500 (рис. 3) эксплуатируются в течение 3,5 лет в режиме 6-7 киносеансов в день без отказов в работе смотывающего и наматывающего устройств.

Применение бобин емкостью 1500 м позволило значительно улучшить сохранность фильмокопий и облегчить труд киномехаников.



Уважаемые читатели!

Не забудьте продлить подписку на журнал « Киномеханик»
с июля 1997 года.

Обратите особое внимание на то, что в каталоге Роспечати наш журнал
значится под индексом 73237 «Новые фильм».

РАБОТА БЕЗ ОПАСНОСТИ**Электробезопасность. Вопросы и ответы**

А. СУХОВ

45. Кто производит оперативное обслуживание ЭУ?

Оперативный или оперативно-ремонтный персонал, за которым закреплена данная ЭУ.

Лица, знающие оперативные схемы, должностные и эксплуатационные инструкции, устройство оборудования и прошедшие обучение и проверку знаний в соответствии с Правилами (ПЭЭП и ПТБЭ). К обслуживанию (единолично) ЭУ до 100 В допускаются лица с III группой допуска.

Оперативный персонал должен работать по графику, утвержденному лицом, ответственным за электрохозяйство. Придя на дежурство, он должен принять смену от предыдущего дежурного. Уход с дежурства без сдачи смены запрещается.

Принимаяющий смену должен

ознакомиться с состоянием и режимом работы оборудования;

получить сведения от сдающего смену об оборудовании, находящемся в ремонте или резерве, или его неисправностях;

проверить и принять инструмент, материалы, ключи от помещений, средства защиты, документацию, ознакомиться с записями и распоряжениями;

расписаться в журнале вместе со сдающим смену;

доложить руководителю о приеме — сдаче смены.

46. Кто может проводить обходы и осмотры оборудования производственных помещений?

Это могут делать единолично

лицо из административно-технического персонала с IV группой на ЭУ до 1000 В;

лицо из оперативного персонала, обслуживающего данную ЭУ;

лица, включенные в список, которым разрешается обход и осмотр.

При обходе и осмотрах электрооборудования запрещается снимать плакаты и ограждения, проникать за них, касаться токоведущих частей и чистить их, устранять обнаруженные неисправности.

47. Порядок допуска лиц, не обслуживающих данную ЭУ

Они допускаются к осмотру с разрешения лица, ответственного за электрохозяйство предприятия.

Двери помещений ЭУ должны быть постоянно закрыты. Ключи находятся на учете у оперативного персонала. Они выдаются под расписку на время осмотра лицам, которым разрешен одиночный осмотр, и лицам из оперативного персонала при выполнении работ в ЭУ и на время производства работ по наряду или по распоряжению.

48. Как подразделяются работы в ЭУ в отношении мер безопасности?

Они подразделяются на выполняемые

со снятием напряжения;

без снятия напряжения на токоведущих частях и вблизи от них;

без снятия напряжения вдали от токоведущих частей, находящихся под напряжением.

Работы со снятием напряжения проводятся в ЭУ (или части ее), где со всех токоведущих частей снято рабочее напряжение и вход в соседнее помещение ЭУ, находящейся под напряжением, заперт.

Работы, проводимые непосредственно на

Продолжение. Начало в № 1-2 1997 г.

токоведущих частях, должны выполняться не менее чем двумя лицами, из которых производитель работ должен иметь IV группу электробезопасности, остальные — не ниже III.

Работа без снятия напряжения — та, при которой исключено случайное прикосновение работающих людей и используемых ими орудий и инструмента к токоведущим частям. При применении механизмов и грузоподъемных машин расстояние до токоведущих частей должно быть не менее 1 метра.

49. Что необходимо сделать при работе на ЭУ до 1000 В без снятия напряжения на токоведущих частях и вблизи них?

Необходимо

оградить расположенные вблизи рабочего места другие токоведущие части, находящиеся под напряжением, к которым возможно случайное прикосновение;

применять исправные основные и дополнительные ЭЗС;

не прикасаться к изоляторам ЭУ, находящимся под напряжением, без защитных средств.

50. Какие особенности работ около неогражденных токоведущих частей?

В ЭУ запрещается работать согнувшись, а также в положении, когда токоведущие части находятся сзади или с обеих сторон от работающего.

51. В каких случаях разрешается приближаться к проводке под напряжением при ее замыкании на землю?

При обнаружении замыкания на землю запрещается приближаться к месту замыкания на расстоянии менее 4 м в закрытых и менее 8 м в открытых ЭУ. Подойти же можно только для отключения провода, находящегося под напряжением, а также для оказания первой помощи пострадавшим с ис-

пользованием как основных, так и дополнительных электрозащитных средств.

52. Какие правила установки и снятия предохранителей?

Установка и замена предохранителей, как правило, производится при снятом напряжении. Под напряжением разрешается установка предохранителей (только без нагрузки) и коммутационной аппаратуры. Под напряжением и под нагрузкой можно устанавливать предохранители закрытого типа в ЭУ до 1000 В и только с применением изолирующих клещей или диэлектрических перчаток, а при наличии плавких вставок — с использованием защитных очков.

53. Какие организационные мероприятия обеспечивают безопасность работ?

К ним относятся

оформление работы нарядом-допуском, распоряжением или перечнем работ, выполняемых в порядке текущей эксплуатации;

допуск к работе;

надзор во время работы;

оформление перерыва в работе, переводов на другое рабочее место;

окончание работы.

54. Что такое наряд и какие работы на ЭУ выполняются по наряду? Состав бригады

Наряд — это письменное (на специальном бланке) задание на безопасное проведение работ, определяющее содержание, место работы, время ее начала и окончания, условия безопасности, состав бригады и лиц, ответственных за безопасность работы.

По наряду выполняются работы в ЭУ со снятием напряжения, без снятия напряжения на токоведущих частях и вблизи них и без снятия напряжения вдали от токоведущих частей, находящихся под напряжением.

При работе по наряду бригада должна состоять из двух человек: производителя работ и члена бригады.

55. Кто несет ответственность за безопасность работы на ЭУ?

Лицо, выдающее наряд, отдающее распоряжение;
допускающий — ответственное лицо из оперативного персонала;
ответственный руководитель работ;
производитель работ;
наблюдающий;
члены бригады.

56. Кто имеет право выдачи нарядов и распоряжений?

Право выдачи нарядов и распоряжений предоставляется лицам из электротехнического персонала предприятия, уполномоченным на это распоряжением лица, ответственного за электрохозяйство предприятия.

В ЭУ до 1000 В эти лица должны иметь IV группу допуска по электробезопасности.

57. Срок действия наряда и сроки его хранения

Срок действия наряда — пять суток. При перерывах в работе наряд остается действительным, если схемы не изменялись и условия проведения работ оставались неизменными. Наряды, по которым работы полностью закончены, должны храниться до 30 суток, после чего могут быть уничтожены. Если имели место аварии или электротравмы, наряды хранятся в архиве предприятия.

58. Что такое распоряжение и какие работы оно предусматривает?

Распоряжение — это задание на производство работы, определяющее ее содержание, место, время, меры безопасности (если они требуются) и лиц, которым поручено ее выполнение. Распоряжение может быть отдано непосредственно или по телефону с последующей записью в оперативном журнале. Оно имеет разовый характер, выдается на одну работу и действует в течение одной смены. При необходимости (изменение условий) распоряжение отдается заново с записью в оперативном журнале.

59. Что такое текущая эксплуатация, какие работы и организационные мероприятия, обеспечивающие безопасность работ, выполняются в порядке текущей эксплуатации электроустановок?

Текущая эксплуатация — проведение работы оперативным персоналом самостоятельно на закрепленном за ними участке в течение одной смены.

В порядке текущей эксплуатации могут проводиться

ремонт осветительной аппаратуры и замена ламп, расположенных вне камер и ячеек (при снятом напряжении на этом участке);

работы со снятием напряжения в ЭУ до 1000 В;

ремонт магнитных пускателей и пусковых кнопок, автоматических выключателей, рубильников, реостатов, отдельных электроприемников, осветительной проводки, светильников, замена ламп и предохранителей;

обслуживание установок внутреннего освещения и электроприемников, подключенных к групповым щитам с защитными аппаратами на номинальные токи до 20 А.

Эти работы должны выполняться вдвоем, в отдельных случаях — одним лицом с группой не ниже III.

Организационными мероприятиями, обеспечивающими безопасность работ в порядке текущей эксплуатации ЭУ, являются составление лицом, ответственным за электрохозяйство, перечня работ применительно к местным условиям и утверждение его главным инженером предприятия, определение производителем работ необходимости и возможности безопасного проведения конкретного задания.

По распоряжению могут проводиться

работы без снятия напряжения вдали от токоведущих частей продолжительностью не более одной смены: уборка коридоров и помещений ЭУ, закрытых РУ до ограждений, уборка за панелями релейной, измерительной и т.п. аппаратурой; уборка и благоустройство открытых РУ;

ремонт осветительной аппаратуры, расположенной вне камер и ячеек (со снятием напряжения на этом участке), возобновление надписей на кожухах оборудования и ограждениях;

ремонт строительной части зданий закрытых РУ.

Эти работы выполняются одинолично с III квалификационной группой, уборка — с I квалификационной группой, ремонт строительной части — неквалифицированным персоналом (под наблюдением).

Всплывающие работы, вызванные производственной необходимостью, продолжительностью до часа

со снятием напряжения и наложением заземления (отсоединение и присоединение кабеля к отдельному электродвигателю, смена предохранителей);

подтягивание и зачистка контактов на электрооборудовании.

Эти работы проводят вдвоем с III квалификационной группой без снятия напряжения на токоведущих частях и вблизи них (без ус-

тановки заземлений).

Работу на кожухах оборудования, измерение электронизмерительными клещами, смену предохранителей в сетях напряжением до 1000 В выполняют не менее чем два лица с III и IV квалификационными группами при непрерывном надзоре за работающими.

Работы со снятием напряжения с ЭУ напряжением до 1000 В продолжительностью не более одной смены:

ремонт магнитных пускателей, пусковых кнопок, автоматических выключателей, рубильников, реостатов, отдельных электродвигателей, электрокалориферов, отдельно расположенных магнитных станций и блоков управления, смена осветительной проводки и замена электроламп, смена предохранителей.

Эти работы выполняют не менее двух человек с III и II группами допуска. С ведома отдающего распоряжения допускается выполнять эти работы одному лицу со II группой допуска.

Продолжение следует

ЗА РУБЕЖОМ

Акустика

Потери слуха и музыка

В «Journal of the Audio Engineering Society» опубликована работа, цель которой, используя опубликованные в литературе данные, — установить связь между воздействием на человека громкой музыки и (если это имеет место) деградацией слуха.

Автор основывается на личном опыте работы в течение 30 лет в качестве инженера по записи и воспроизведению звука. Он отмечает, что его опыт работы с ансамблями позволяет сделать вывод о том, что воздействие музыки с уровнем 104-105 дБ является приемлемым, в то время как при шуме с уровнем 92-96 дБ для него лично требуется защита ушей, настолько такой шум неприятен. Его точка зрения: воздействие музыки и шума на человека (в той степени, в которой оно ведет к деградации слуха) различно.

Неприятности, связанные с воздействием громкой музыки, скорее всего, зависят от того, нравится музыка или нет, а не от уровня звукового давления. Приводятся данные реальных уровней прослушивания музыки на дискотеках при работе с разными ансамблями.

Автор делает вывод, что степень повреждения слуха при прослушивании музыки связана с уровнем соответствующего по величине шума, но при музыкальном воздействии приятной музыки риск повреждения слуха громким звуком меньше, чем от воздействия шума.

По материалам ОНТИ НИКФИ

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ КОМИТЕТ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ПО КИНЕМАТОГРАФИИ

Государственное
предприятие
«Кинокомплект»

103045
Москва, ул. Трубная, 18/1
Тел: 208-2189, 208-2209
Факс: 208-1731

ПРЕДЛАГАЕТ

Ксеноновые лампы, проекционные, звукочитающие лампы, отражатели, запасные части к кинопроекционной аппаратуре всех видов

Ксеноновые лампы:

Марка	Стоимость тыс. руб.	Марка	Стоимость тыс. руб.
ДКСШ-500-6	140.0	ДКСШ-3000-5 (безозонная)	300.0
ДКЭЛ-1000-6	216.0	ДКСЭЛ-4000-6	1080.0
ДКСШ-3000-3	300.0	ДКСШ-РБ-5000-1	380.0
ДКЭЛ-3000-8	330.0	ДКСШ-РБ-10000-1	470.0

Отражатели:

Марка	Стоимость тыс. руб.	Марка	Стоимость тыс. руб.
Ø 600/180 мм И	300.0	Ø 358/180 мм РЧИ	180.0
Ø 450/180 мм РЧИ	240.0	Ø 260/220 мм И	255.0
Ø 358/220 мм И	215.0	Ø 160/250 мм И	157.0

Лампы проекционные и звуковые:

Марка	Стоимость тыс. руб.	Марка	Стоимость тыс. руб.
КГМ-36*500	32.0	КГИ-24*250 (Тунгсрам)	70.0
КГМ-36*400	30.0	КГИ-24*150	30.0
К-30*400	12.0	К-6*30	8.0
К-4*3	4.0		

Цены на запасные части ко всем видам кинопроекционной аппаратуры согласно Ваших заявок будут сообщены в кратчайшие сроки.

Для заключения договоров с фирмами просим сообщить потребность в ксеноновых лампах (производитель – Венгрия) – ХНР-4000 Н, а также запчастей к киноаппаратуре МЕО-5Х – чешского производства (в частности, эллипсоидный отражатель Ф 291/41, малых и больших ремней, тянущих и задерживающих барабанов, мальтийского механизма).

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ КОМИТЕТ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ПО КИНЕМАТОГРАФИИ

Государственное
предприятие
«Кинокомплект»

103045
Москва, ул. Трубная, 18/1
Тел: 208-2189, 208-2209
Факс: 208-1731

ПРЕДЛАГАЕТ**Кинопроекционную аппаратуру стационарного типа:**

23КПК-3-2	- двухпостная киноустановка с комплектующим оборудованием	80 млн. руб.
Мео-5Х	- кинопроектор	60 млн. руб.
РР30Д-А	- кинопроектор фирмы «Кинотон»	115 млн. руб.
СК-1000К-1	- двухпостная киноустановка	11,6 млн. руб.

Кинопроекционную аппаратуру передвижного типа:

Украина-7	- комплект	1,8 млн. руб.
ПК-2Н	- комплект	8,0 млн. руб.

Кинотеатральные звуковоспроизводящие комплекты отечественного производства КВЗ-М2-50, КВЗ-М2-100, КВЗ-М2-200

Возможна поставка комплекта аппаратуры К65СР для воспроизведения фонограмм фильмов в форматах «моно», «Долби А и SR» 215 млн. руб.

Вспомогательное оборудование:

МПЗ-1	- механизм предэкранного занавеса	12,0 млн. руб.
ТСТ-30	- темнитель света	8,0 млн. руб.
УЗП-1	- устройство зашторивания	6,0 млн. руб.
ФС-35	- фильмоштат	600 тыс. руб.
А-344-Б	- автоперематыватель	700 тыс. руб.
35 Л-2	- пресс для склеивания пленки	145 тыс. руб.
	- киноэкраны всех размеров	35 тыс. руб./кв. м.

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ КОМИТЕТ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ПО КИНЕМАТОГРАФИИ

Государственное
предприятие
«Кинокомплект»

103045
Москва, ул. Трубная, 18/1
Тел: 208-2189, 208-2209
Факс: 208-1731

ПРЕДЛАГАЕТ

Видеопроекторные комплексы для оснащения видеосалонов, дискотек, конференц-залов и учебных аудиторий

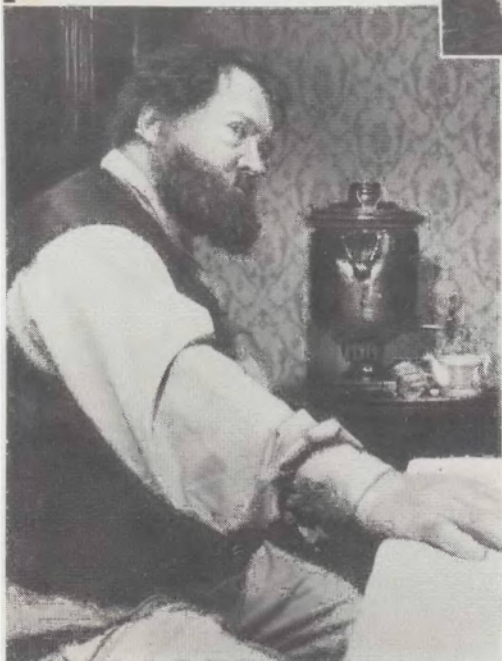
Наименование	Модель	Размер изобр. диагон. (м)	Разрешение (кол-во точ. ТВ линий)	Освещенность экрана (лк) световой поток. (лм)	Вес (кг)	Стоимость (млн. руб.)
SANIO ✓	PIC – IP	2,5	301158x1-320ВЛ	300 лк (30)	10,5	15,9
SANIO ✓	PIC – 250 P	8,0	460ТВЛ	1300 лк	14,0	26,4
SANIO	PIC – 400	3,8	181470x3т 550ТВЛ	800 лк (40")	10,5	18,4
SANIO ✓	PIC – 500ME	3,8	112800x3т 450ТВЛ	1000 лк (40")	13,6	37,9
SANIO	PIC – 550ME	4,0	550ТВЛ	600 лк	13,6	37,4
SANIO	PIC – 320ME	7,6	307200x3т 550ТВЛ	650 лк (40")	13,7	47,1
SANIO	PIC – 700ME	11,4	307200x3т 550ТВЛ	1200 лк (40")	23,5	88,0
SHARP ✓	XU – 315PA	2,5	100386x1т 320ТВЛ	330 лк (40")	4,3	13,2
SHARP ✓	XU – 370P	3,8	301158x1т 320ТВЛ	500 лк (40")	6,0	16,9
SHARP	XU – 370H	5,0	112320x3т 400ТВЛ	800 лк (40")	13,5	29,9
SHARP	XU – 3850	7,5	309120x3т 500ТВЛ	600 лк (40")	13,6	55,0
PANASONIC	PT – 102Y	3,0	650ТВЛ	650 лк	35,0	45,6
PANASONIC	PT – 302Y	7,6	650ТВЛ	650 лк	35,0	44,0
PANASONIC	PTB – 1010E	3,0	800ТВЛ	700 лк	49,0	68,8
АКВИЛОН	УП – 1	2,5	500ТВЛ	500 лк	18,0	7,9
АКВИЛОН	УП – 2М	2,5	500 ТВЛ	500 лк	18,0	9,1

Киноvideостудия «АСЕ-ВИДЕО» и студия «РИТМ»
при поддержке администрации Воронежской области
предлагают

*музыкальную
мелодраму*

ПОВЕСТЬ МОЕЙ ЛЮБВИ

Автор сценария Эдуард Смирнов
при участии Василия Панина.
Режиссер Василий Панин.
Оператор Михаил Коропцов.
Композитор Евгений Дога
В ролях: Александр Вершинин,
Виктор Павлов, Людмила Зайцева,
Аристарх Ливанов, Людмила
Кравцова, Лев Дуров, Любовь
Соколова и др.



*«Повесть моей любви» — это
музыкальная мелодрама, где
использованы достоверные
факты биографии известного
русского поэта Алексея Кольцова,
жизнь которого трагически
оборвалась в 33 года...*

Контактные телефоны: (095) 928 5750
факс 928 7754