

**КИНОМЕХАНИК**

№ 4/2007

ИНДЕКС 70431  
ISSN0023-1681

ВЫХОДИТ С АПРЕЛЯ 1937 ГОДА

**Учредитель журнала**  
**«Киномеханик»**  
Российское агентство  
«Информкино»**Главный редактор**  
Регер Ирина Равильевна**Заместитель главного редактора**  
Фридман Михаил Абрамович**Над номером работали:**  
Валерия Бахтина,  
Ксения Леонтьева,  
Алексей Сохнев, Николай  
Силин, Владимир Нефедов,  
Валерий Самохин, Анна  
Суворова, Елена Озерова,  
Евгения Маврина, Елена  
Писарева, Слапина Анна**Верстка**  
Ирина АлексееваПодписано в печать  
25.03.2007 г.  
Тираж 2500 экз.  
Адрес редакции:  
Россия, 119017, Москва,  
ул. Б. Ордынка, 43.  
Тел.: (495) 951-46-96  
Тел./факс: (495) 951-11-33.  
kinomehanik@ra-informkino.ru**Отдел рекламы**  
Семченко Ольга Валерьевна  
Тел.: (495) 951-11-33,  
959-47-58  
olga@ra-informkino.ru,  
informkino@ra-informkino.ruОтпечатано в типографии:  
ООО «ФАБРИКА АРТ»  
г. Москва,  
4-й Лихачевский пер., д. 40Оформить подписку на  
журнал можно по каталогу  
ОАО «Роспечать».  
Подписной индекс – 70431.  
Подписка оформляется с  
любого месяца

Дорогие друзья!

Спасибо всем, кто вместе с нами на юбилейном 70-м Российском Международном кинорынке праздновал реинкарнацию «Киномеханика». Для тех же, кто на мартовском рынке не был, сообщаем, что свой 70-й юбилей мы благополучно похоронили, а вам подарили новое издание.

Хочется отметить, что в погоне за вкусами сегодня пребывают почти все СМИ кинорынка. Объединения, смена форматов, периодичность – все издания торопятся донести до вас самую свежую информацию из первых рук. «Киномеханик» тоже участвует в этой гонке и пытается донести до вас не просто актуальную, а прежде всего концептуальную механику кино.

**Специально для вас механика апрельского номера:**

- наш постоянный обозреватель Алексей Сохнев оценивает перспективы российского кинопроката текущего года, исходя из качества отечественных проектов;

- найти свое место в иерархии городских кинотеатров и оценить возможности и перспективы развития предлагает Ксения Леонтьева;

- бояться – не значит не работать! О том, как работать с триллерами, рассказывает генеральный директор компании «Пирамида»;

- мастер-класс для киномехаников проводит Николай Силин, на этот раз он рассказывает об усовершенствовании устройства приема-сдачи фильмов;

- поставить детский спектакль, чтобы, как раньше, дети шли в кинотеатр и смотрели мультики, предлагает старейший работник журнала Михаил Абрамович Фридман. Сценарий ищите в номере!

А также на страницах апрельского «Киномеханика» вы найдете обзор кинопроекционной техники фирмы Cinemascope, самые интересные кинофабрикаты месяца (съемки и монтаж отечественных фильмов), обзор фильмов главного жанра месяца – триллер.

Чтобы довести размышление до афоризма – нам достаточно месяца.

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

*С уважением, главный редактор Ирина Регер*

## БИЗНЕС-КОД

### ДЕНЬГИ И СТУЛЬЯ



**3** Национальный интерес.

Отечественные фильмы на 70-м Российском международном кинорынке.

*2007 – год нескольких сильных проектов. Крепкие отечественные фильмы станут трендом?*

**6** Маркетинговые стратегии современных городских кинотеатров

### 1000 и 1 ЗАЛ

**12** Рынок современных кинотеатров ЦФО (без учета Москвы)

*«Плоский ландшафт кинопоказа»*

*рассматривает Ксения Леонтьева*

### VIP-МЕСТО

**28** Лучшие киномеханики Республики Башкортостан

## ТЕХНО-ПАРК

### ШОУ-РУМ

**29** Широкоформатный видеопроектор от компании Vega

**32** История развития и обзор кинопроекторной техники фирмы Cinetecspanica



### МАСТЕР-КЛАСС

**38** Устройство приема-сдачи фильма  
*Рекомендации практика*

## КИНО-БРЕНД

### КИНОФАБРИКАТЫ

**40** Горячие титры

**44** Заводы – фильмам, приключения – героям, комедию – зрителям



*Режиссер «Солдат» и «Прапорщика» Олег Осипов снимает авантюрную комедию «Кабы»*

**48** Расслабляемся по-клубному

**50** Илья Муромец – третий и последний

### КЛУБНАЯ КАРТА



**52** Работаем праздник

*Сценарий праздничного представления юбилейного вечера Хитрука и Котеночкина*

### КОНЦЕПТЫ И РЕЦЕПТЫ

**51** Апрель. Смотреть. Бояться

*Триллеры месяца в сюжетах, фактах и рекомендациях*

**66** Как заработать на страхах

**69** Вакансия на триллер

*Георгий Нерсесов («Пирамида») комментирует особенности продвижения триллеров*

### ДРАЙВ-ТЕСТ

**72** Легко ли быть молодым в прокате  
*Фильмы о молодом современнике. Особенности проката*

# Национальный интерес. Отечественные фильмы на 70-м Российском Международном кинорынке. Часть I.

ОДНИМ ИЗ ГЛАВНЫХ ДОСТИЖЕНИЙ РОССИЙСКОЙ КИНЕМАТОГРАФИИ ЗА ПОСЛЕДНИЕ ГОДЫ СТАЛО ТО, ЧТО И ЗРИТЕЛИ, И КИНОТЕАТРЫ ПРИВЫКЛИ К БОЛЕЕ МЕНЕЕ ПОСТОЯННОМУ ПРИСУТСТВИЮ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ФИЛЬМОВ НА РЫНКЕ. НАШЕ КИНО СМОТРЯТ И ЖДУТ, БУДУТ ЛИ ОПРАВДАНЫ ЭТИ ОЖИДАНИЯ? | **Алексей Сохнев** |

Развитие рынка отечественных фильмов зависит от их качества и коммерческого потенциала – к этому выводу пришли уже практически все участники рынка. Сохранение в прошлом году стабильного показателя доли российских фильмов в валовых сборах кинопоказа на уровне более 25% позволяет с полной уверенностью говорить о том, что зрителю нравится отечественное кино. Однако этот показатель снизился с 29,4% в 2005 году до 26,9%, то есть ситуация вполне может вернуться к той, когда доля национальных фильмов в валовых сборах состав-

ляла около 12%. Будет ли 2007-й годом всего нескольких сильных проектов или станет первым годом, когда на рынок выйдет много картин со средним и высоким коммерческим потенциалом?

События начала года позволяют предположить существование тенденции роста количества «крепких» отечественных фильмов. В прокат вышло уже три российских фильма, валовые сборы по результатам кинопоказа которых в первом квартале 2007 года превысили \$10 млн (см. таблицу 1). За весь прошлый год таких фильмов было только 2, и

Таблица 1. Наиболее кассовые отечественные фильмы по результатам первого квартала 2007 года

№	Название фильма	Производство	Год выпуска	Прокатная компания	Количество копий	Валовый сбор (\$)	Валовый сбор в расчете на одну копию (\$)
1	Волкодав из рода Серых Псов	Централ Партнершип	2006	Централ Партнершип	601	20 035 160	33 336
2	Жара	Art Pictures Group / Телеканал СТС	2006	20-й век Фокс СНГ / Гемини	600	15 629 902	26 050
3	Любовь-морковь	Реал Дакота	2007	Каропрокат / Наше Кино	427	10 899 087	25 525
4	Слуга государев	Beta Film TV	2007	Каскад Фильм	385	5 300 379	13 767
5	Параграф 78: пункт I	MB Production	2007	Централ Партнершип	506	4 941 593	9 766
6	Консервы	PS TVC / Endemol Moscow	2007	Каскад Фильм	294	2 065 862	7 027

еще один вплотную подошел к этому рубежу. Два других национальных фильма за три месяца этого года собрали около \$5 млн. Можно, конечно, говорить о некоторой недостоверности данных о валовых сборах наших фильмов, которые поступают от прокатчиков, часто заинтересованных в завышении результатов. Однако общий тренд все же прослеживается.

Яркой отличительной чертой 70-го кинорынка стало уделение большего внимания отечественным проектам, выходящим в прокат в ближайшем будущем. Но, в то же время о крупнобюджетных фильмах, многие из которых еще в 2005 году были заявлены на 2007-й, не упоминалось вовсе. Так будет ли в этом году очередной успех отечественного кино?

### ДЕРЗКИЕ ПЛАНЫ

Кинокомпания «Парадиз» закрепила статусе крепких «среднячков», занимая по результатам проката российского кино в 2006 году 11% рынка. Продюсерский центр продолжает реализовывать собственные проекты, некоторые из которых выйдут в прокат в этом году.

На презентации «Парадиз» акцент был сделан на выходящей 5 апреля молодежной ленте «Дерзкие дни». Лента снята с явной оглядкой на фильмы продюсера Люка Бессона: в ней много динамики, молодежной музыки, модного у жителей крупных городов паркура, юмора и других элементов, ориентированных на привлечение подростковой аудитории. «Дерзкие дни» участвует в эксперименте, намечаемом нашими прокатчиками на 5 апреля, который можно назвать «кто-кого». Наряду с двумя другими молодежными фильмами, выходящими в прокат в этот же день («Одна любовь на миллион» – «ЦПШ» и «В ожидании чуда» «Гемини Фильм»), экшн-комедия Руслана Бальтцера будет в жестких условиях конкурировать в режиме контрпрограмминга с фильмами своего же жанра. В этом эксперименте не очень много смысла, поскольку единственный вариант, когда удалось бы достичь значимых сборов для всех трех фильмов, – привлечь одного и того же

зрителя посмотреть не один, а два или три фильма за одну неделю. Для активной части аудитории, на которую и ориентированы эти киноленты в этом нет ничего невозможного. Насколько это окажется реальным, мы увидим совсем скоро. Фильм заявлен к выходу 450 копиями («Гемини Фильм» выпускает свою картину также 450 копиями, тогда как «ЦПШ» – 300 копиями). О других отечественных фильмах собственного продюсерского центра на презентации не было сказано ни слова. Явно одно – «Парадиз» сосредоточился на выпуске не столь затратных лент. Серьезно заявить о себе несколькими крупными проектами, как это предполагалось полтора года назад, у компании не получилось (см. таблицу 2). Остается надеяться, что это все равно случится чуть позже.

### МИЛЛИОНЫ ДЛЯ РОССИЙСКОГО КИНО

«ЦПШ», более года назад объявивший более чем о 20 отечественных проектах в работе, постепенно реализует свои планы. Компания показывает пример поточного, в хорошем смысле слова, производства фильмов собственного продюсерского центра, уделяя должное внимание качеству выпускаемых

Таблица 2. Кинопроекты продюсерского центра «Парадиз»

№	Наименование фильма	Режиссер	Год выпуска	Бюджет, \$ тыс
1	Руд и Сэм	Григор Гардушян	2007	н/д
2	Монтана	Александр Атанесян	2007	н/д
3	Звезда Семирамиды	н/д	2008	12 000
4	Великий князь Александр Невский	н/д	2008	8 000 – 10 000
5	Приключения Аленушки и Еремы	Георгий Гитис	2008	н/д

картин, что создает значительные предпосылки для будущего успеха.

«ЦПШ» продолжает сотрудничество с телеканалом «Россия» и «Рекун-ТВ», а также с MB-Production Юсупа Бахшиева, выпустившей в этом году два пункта «Параграфа 78». Следующие собственные крупные проекты выйдут лишь в 2008 году, а уже весной-летом 2007 года на экранах появятся среднебюджетные комедии и мелодрамы (см. таблицу 3).

Апрельские комедии «Внук Гагарина» Андрея Панина и «Я остаюсь» с Андреем Краско обладают значимым смысловым содержанием, что привносит дополнительный риск, связанный с более трудным прокатом таких лент, но создает «ЦПШ» имидж вдумчивого производителя, ориентированного не только на коммерческий успех. Нужно учитывать, что такие фильмы с одной стороны, являются «темными лошадками», а с другой – вполне способны привести к успеху.

В этом году отечественные проекты компании будут выходить в прокат практически каждый месяц. У компании насчитывается в работе 23 полнометражных кинопроекта, съемки 10 из которых уже завершены, а объем заявленных инвестиций в кинопроизводство по новым фильмам составил не менее \$32 млн. 8 кинофильмов собственного производства выйдут в прокат в этом году. Таким образом, общее число собственных проектов продюсерского центра «ЦПШ», вышедших в прокат в 2007 году, составит 10 фильмов. В качестве крупнобюджетных потенциальных хитов позиционируются «Бой с тенью 2» и «Стритрейсеры». Большого количества фильмов собственного производства не планируется на 2007 год ни у одной из российских компаний (примерно в таких же масштабах планирует свою деятельность киностудия «СТВ» и кинопрокатная группа «Наше кино», планирующая выпустить до конца года 9 фильмов).

Видимо, амбиции «ЦПШ» постепенно передаются и ее режиссерам, желающим повторить успехи таких кинопрофессионалов современности, как Майкл Манн. Будем надеяться, что амбиции и самой компании, и работающих в ней режиссеров и продюсе-

ров полностью оправдаются, поскольку новые кинематографические таланты, как, например, Карен Оганесян, вполне заслуживают этого. Как заслуживают и те, кто «ставит» на «кинобизнес» миллионные вложения.

*В следующем номере «Кинотехник» продолжит рассказ о планах отечественных прокатных и продюсерских компаний на 2007 – 2008 годы.*

Таблица 3. Кинопроекты продюсерского центра «Централ Партнершип»

№	Наименование фильма	Режиссер	Год выпуска	Бюджет, \$ тыс.
1	Внук Гагарина	Андрей Панин	2007	1 000
2	Я остаюсь	Карен Оганесян	2007	2 000
3	Экватор	Ульяна Шилкина	2007	3 000
4	Слушая тишину	Александр Касаткин	2007	2 000
5	Диспетчер	Александр Миндадзе	2007	2 000
6	Русалка	Анна Меликян	2007	2 000
7	Бой с тенью - 2	Алексей Сидоров	2007	6 000
8	Стритрейсеры	Олег Фесенко	2007	5 000
9	Танкер Танго	Бахтияр Худойназаров	2007	3 000
10	Мымра	Сергей Пикалов	2008	н/д
11	Живи и помни	Александр Прошкин	2008	н/д
12	Тарас Бульба	Владимир Бортко	2008	6 000
13	Семейка Ады	Эльдар Салаватов	2008	н/д
14	Мираж	Тигран Кеосаян	2008	н/д
15	Непобедимый	Олег Погодин	2008	н/д
16	Однажды в провинции	Катя Шагалова	2007	н/д
17	Домовой	Карен Оганесян	2008	н/д
18	Ушепти	Алексей Учитель	2008	3 000
19	Никто не знает про секс 2	Алексей Гордеев / сценарий	2008	н/д
20	Фронтовой кинооператор	Александр Котт / сценарий	2008	н/д
21	Дом	Олег Погодин / сценарий	2008	н/д
22	Сердце Пармы	сценарий	2008-2009	н/д
23	Красный бубен	сценарий	2008-2009	н/д

Источник: «Централ партнершип», [www.imdb.com](http://www.imdb.com), [www.kinoros.ru](http://www.kinoros.ru)

# Маркетинговые стратегии современных городских кинотеатров

СОВРЕМЕННОЕ РАЗВИТИЕ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ КИНОСЕТИ, НЕСМОТря НА ВЫСОКИЕ ТЕМПЫ РОСТА, ХАРАКТЕРИЗУЕТСЯ НЕГАТИВНЫМИ ФАКТОРАМИ, СВЯЗАННЫМИ С НЕРАВНОМЕРНОСТЬЮ РАСПОЛОЖЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ, ПРЕДОСТАВЛЯЮЩИХ КИНОУСЛУГИ НАСЕЛЕНИЮ, КАК В МАСШТАБАХ ВСЕЙ СТРАНЫ, ТАК И В ОТДЕЛЬНЫХ ГОРОДАХ. |**Ксения Леонтьева**|

С одной стороны, деятельность местных предпринимателей и экспансия крупных федеральных и региональных киносетей в центральные областные города ведут к росту предложения услуг кинопоказа в регионах, но и одновременно к усилению конкуренции между операторами на городских территориях.

## В СФЕРЕ УСЛУГ ПО ПРИЧИНЕ СОВПАДЕНИЯ В БОЛЬШИНСТВЕ СЛУЧАЕВ МЕСТ ПРОИЗВОДСТВА И ПОТРЕБЛЕНИЯ УСЛУГИ БРЕМЯ ТРАНСПОРТНЫХ ИЗДЕЖЕК ЛОЖИТСЯ НА ПОТРЕБИТЕЛЯ.

С другой стороны, концентрация современных кинотеатров в центральных районах города или же их преимущественное размещение в торгово-развлекательных комплексах способствуют неравномерному удовлетворению потребностей городских жителей в киноуслугах.

В этих условиях все большее значение приобретает грамотный выбор маркетинговой стратегии работы кинозалов, играющей особенно важную роль на стадии открытия нового предприятия.

При создании новой организации кинопоказа операторам приходится решать те же основные вопросы о местоположении и размере бизнеса, что и другим предпринимателям. Однако если в первичных (производственных) секторах экономики эти вопросы сводятся к определению баланса между суммой предстоящей арендной платы (или затратами на покупку площадей) на городской территории и величиной транспортных расходов на доставку материалов (для производства) и готовой продукции (к месту продаж), то в третич-

ном секторе (сфере услуг) по причине совпадения в большинстве случаев места производства и потребления услуги бремя транспортных издержек ложится на потребителя.

При решении задачи размещения организации это в свою очередь заставляет учитывать социально-психологические аспекты проблемы. Готовность зрителя тратить время на поездку ради развлечения является определяющей для обеспечения необходимой посещаемости и сохранения достаточного уровня рентабельности кинотеатра. А на решение потребителя провести досуг в кинозале оказывает влияние степень его заинтересованности предлагаемой ему услугой. Так, на приверженность зрителей к тому или иному кинотеатру сильное влияние оказывают индивидуальные характеристики зала. Это не только и не столько общая атмосфера и стиль, доступность премьерных картин и богатство репертуара, сколько прежде всего специализация кинотеатра, способ-

## ЗРИТЕЛИ ЦЕНТРАЛЬНЫХ РАЙОНОВ ГОРОДА В ОСНОВНОМ ПРИХОДЯТ В КИНОТЕАТР СЛУЧАЙНО, ВО ВРЕМЯ ПРОГУЛКИ.

ная сгладить негативное влияние фактора неудачного местоположения кинозала.

Следует отметить, что согласно проводимым операторами киносетей исследованиям мотивация посещения существенно разнится в кинотеатрах, расположенных в различных частях мегаполиса: зрители центральных районов города в основном приходят в кинотеатр случайно, во

**В КИНОПОКАЗЕ ПЕРВИЧНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ (РАЗМЕЩЕНИЕ И РАЗМЕР) ОРГАНИЗАЦИИ ЗАВИСЯТ ПРЕЖДЕ ВСЕГО ОТ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ КИНОТЕАТРА НА РЫНКЕ.**

время прогулки (28,6% зрителей центральных кинотеатров<sup>1</sup>), в то время как посетители мультиплексов, расположенных в торговых центрах на периферии, приходят сюда прежде всего по причине их близкого расположения (28% посетителей кинотеатров) от места жительства (70%), работы или учебы (6%)<sup>2</sup>.

Таким образом, данные полевых исследований свидетельствуют о наличии связи между характеристиками предоставляемых услуг и местоположением предприятия: время поездки до места, где можно получить услугу, в соотношении со степенью интереса потребителя и важностью услуги для него, а также сочетание различных возможностей в одном месте – вот основные доводы для посещения того или иного кинотеатра зрителями. При этом главенствующую роль в выборе играют ожидания зрителей, то есть характеристики индивидуальных функций полезности услуг для потребителей и приоритеты интересов или желаний в данный момент: это может быть желание посмотреть конкретный фильм, удобное время сеанса, удобное месторасположение кинотеатра, интерес к уникальному предложению (технические новшества – стереокино). Причины приверженности к конкретному кинотеатру у всех индивидуумов разные. Кроме того, в поведении одного человека время от времени могут доминировать те или иные побудительные мотивы.

Из вышесказанного можно сделать вывод, что в кинопоказе первичные характеристики (размещение и размер) орга-

1 Данные зрительского опроса, проведенного автором в кинотеатре на Невском проспекте в Санкт-Петербурге в 2005 г.

2 Данные анкетирования зрителей в крупной сети кинотеатров в Санкт-Петербурге в 2005 г.

низации зависят прежде всего от позиционирования кинотеатра на рынке, то есть от общей маркетинговой политики, направленной на привлечение целевой аудитории.

Основными функциями киносети можно назвать социально-культурную и развлекательную. Именно выбор приоритетной функции определяет целенаправленность маркетинговой стратегии оператора и его специализацию, а значит, и является ре-

**МИНИМАЛЬНЫМ СУБЪЕКТОМ КИНОРЫНКА КРУПНЫХ ГОРОДСКИХ АГЛОМЕРАЦИЙ ДОЛЖНЫ СТАТЬ КИНОЗАЛЫ «У ДОМА».**

шающим для установления «рамочных условий» функционирования предприятия.

Предлагается рассмотреть иерархию кинозалов мегаполиса в зависимости от их специализации, выбранной ориентации на целевую аудиторию и местоположения на городской территории.

В таблице представлена иерархия городских экранов, состоящая из трех основных типов кинообслуживающих комплексов: небольших районных кино клубов, центральных кинотеатров и многофункциональных развлекательных комплексов.

Иерархия экранов мегаполиса и их расположение на территории города на примере Санкт-Петербурга



Минимальным субъектом кинорынка крупных городских агломераций, на наш взгляд, должны стать **кинозалы «у дома»**. Такие небольшие кинотеатры, расположенные в спальных городских районах и обслуживающие проживающих в близлежащих кварталах жителей, являются весьма востребованными на рынке,

Иерархия городских экранов и их характеристики

Тип кинотеатра/ характеристики	Районный кино клуб	Центральный кинотеатр	Многофункциональный развлекательный центр
Имидж кинотеатра и его основные характеристики	Место отдыха после рабочего дня; место встречи с ближайшим окружением – стремление сформировать постоянную аудиторию кинотеатра путем привлечения публики, проживающей в районе	Место культурного времяпрепровождения – специализированное предложение, комфорт, впечатление светского образа жизни, высокая проходимость благодаря расположению, удобному для жителей всех районов	Масштабное развлекательное мероприятие – большой выбор фильмов, широкий спектр развлечений, направленных на привлечение новой аудитории и удержание публики на территории комплекса в течение как можно более длительного времени
Расположение на городской территории	В районах, где живет большинство населения города (спальные районы)	В центральном районе города, в зоне культурно-исторического центра, в местах прогулок и отдыха жителей	На окраинах мегаполисов (удобный подъезд, парковка, бесплатные маршруты)
Пиковое время посещения зрителями	Стабильный уровень посещаемости: утром и днем – пенсионеры, дети; вечером – семейная публика, влюбленные парочки	Выходные дни, вечерние сеансы	Выходные и праздничные дни – как правило, на весь день
Размер кинотеатра	Небольшой кинотеатр местного уровня (1–3 зала)	Размер от 1 до 8 залов, отличается оригинальным стилем (репертуара, оформления, обслуживания)	Крупные торговые или развлекательные центры – от 8 залов и выше
Техническое оснащение кинотеатра	35-мм проекторы, видеозалы, e-cinema	35-мм проекторы, DVD-залы, цифровые технологии (e-cinema, d-cinema)	35-мм проекторы, d-cinema, стереокино: Real D, IMAX, новейшие технологии
Радиус зоны обслуживания	Несколько прилегающих кварталов (5–20 минут пешком от дома)	Вся территория города (20–40 минут на транспорте от дома; 5–20 минут от места работы, учебы)	Весь город и близлежащие областные территории (40–60 минут на транспорте)
Экономическая целесообразность	Невысокие цены, скидки для льготных категорий граждан, абонементы, бонусы для постоянных клиентов. Дополнительные источники дохода	Дифференцированные цены утром и вечером, в будни и выходные. Возможность дополнительных источников дохода	Высокие цены, недифференцированная ценовая политика, отсутствие возможности дополнительных источников дохода – посещаемость обеспечивается уникальностью предложения и концентрацией различных способов развлечений
Целевая аудитория	Местные жители района	Молодежь, студенты, туристы, интеллигенция	Семейная публика, молодежная аудитория

судя по данным о близости расположения кинокомплексов как об основной причине похода в кино, для 28% зрителей. Однако в настоящее время в российских городах эта ниша является самой незаполненной: комплексы, появляющиеся в последние годы в торговых центрах вблизи удаленных от центра станций метро, скорее можно отнести к третьей категории – масштабным многофункциональным развлекательным цент-

### **ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА РАЙОННОГО КИНОТЕАТРА ДОЛЖНА ИМЕТЬ СОЦИАЛЬНУЮ ОРИЕНТАЦИЮ.**

рам, чем к камерным заведениям кинопоказа районного масштаба, где можно уютно отдохнуть после рабочего дня, встретиться с друзьями, одноклассниками или соседями по дому. Основной аудиторией таких местных кинотеатров (с количеством экранов от 1 до 3) могут стать в дневные и утренние часы будних дней школьники и пенсионеры, по вечерам – семейные пары; в выходные дни утром – семьи с детьми, днем и вечером – небольшие компании.

Управление такими кинотеатрами должно быть направлено на создание уютной и комфортной атмосферы в комплексе, что будет способствовать формированию и сохранению постоянной аудитории кинотеатра посредством привлечения жителей района.

Ценовая политика районного кинотеатра должна иметь социальную ориентацию: невысокий уровень цен в любое время, скидки для льготных категорий граждан, абонементы, бонусы для постоянных клиентов. Экономическая эффективность подобных кино клубов должна обеспечиваться за счет постоянного дохода, а не периодических «пиковых» валовых сборов. Среди других возможных источников получения доходов такими кинозалами можно назвать:

1) возможность проведения тематических – в соответствии с программой – сеансов для школьных групп;

2) организацию различных кино клубов, киношкол, лекториев;

3) фото- и художественные выставки, фестивали видеофильмов, сделанных жителями района, членами клуба при кинотеатре, творческими студиями района;

4) показ фильмов прошлых лет из архивов регионального фильмофонда по заявкам жителей;

5) организацию семейных, школьных, корпоративных вечеринок на территории кинотеатра и т.д.

Техническое оснащение подобных залов не требует использования высоких технологий – 35-мм проекторы еще долго могут с успехом работать в подобных культурных центрах; видеозалы и другие современные технологии e-sinema также могут вполне удовлетворять запросы зрителей и потребности небольших залов.

Вторыми в иерархии следует выделить **центральные кинотеатры** города, расположенные в деловом или культурном центре, в оживленных «прогулочных» районах. Зрители приходят сюда, воспринимая каждое свое посещение как культурное меро-

### **ЦЕНТРАЛЬНЫЕ КИНОТЕАТРЫ ХАРАКТЕРИЗУЮТСЯ СИЛЬНЫМ ДИСБАЛАНСОМ ПОСЕЩАЕМОСТИ В БУДНИ И ВЫХОДНЫЕ, УТРОМ И ВЕЧЕРОМ.**

приятие, предпочитая для этого вечерние часы, выходные или праздничные дни. Таким образом, несмотря на большую потенциальную аудиторию по сравнению с районными кинозалами, составляющую благодаря удобному для всех жителей расположению весь город в целом, центральные кинотеатры характеризуются сильным дисбалансом посещаемости в будни и выходные, утром и вечером.

Это вызывает необходимость дифференциации цен утром и вечером, в будни и выходные дни для привлечения менее обеспеченных категорий граждан в «непиковые» часы. Кроме того, центральные кинозалы вынуждены искать дополнительные источники дохода, которыми могут стать:

1) привлечение студенческой аудитории, так как большинство вузов располагаются также в центральной части города. Эта цель может быть достигнута путем специализированного предложения киноуслуг (авторское кино, фильмы на иностранных языках, научно-популярные фильмы, молодежный репертуар и т.п.);

2) проведение конференций, деловых встреч;

3) организация корпоративных вечеров и коллективных киносеансов;

4) участие в фестивалях, проводимых в городе.

Кроме того, центральные кинотеатры могут также выполнять функции районов для окрестных жителей.

Однако за расположение в престижных местах с высокой проходимостью центральным кинотеатрам приходится дорого платить, и речь идет не только о высоких ставках арендной платы. Статус центрального вызывает необходимость поддержания высокого качества предоставляемых услуг, что требует закупки дорогостоящего оборудования и контроля за качеством кинопоказа. Необходимо также показывать фильмы первым экраном, то есть с первой же недели проката, что обусловлено не только гарантированным качеством кинокопии, но и потребностью поддержания имиджа первоклассного кинозала. Имиджевый фактор также вынуждает центральные кинотеатры вкладывать большие средства в рекламу на радио и по телевидению, в общественном транспорте по всему городу; заставляет постоянно проводить различные некоммерческие мероприятия (благотворительные акции, ретроспективные показы), приглашать съемочные группы, организовывать кинопремьеры, участвовать в фестивальных показах и т.п.

Центральные кинотеатры должны иметь «парадный» вид, оригинальное оформление. В них может располагаться как один кинозал (при высокой степени специализации кинотеатра, гарантирую-

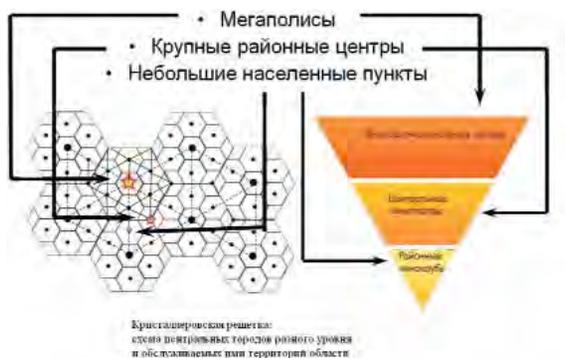
щей постоянный приток публики ко времени конкретного сеанса), так и несколько (как правило, не больше 8, обеспечивающих разнообразие репертуара в кинотеатрах, ориентированных на «случайных» посетителей, совершающих импульсивные покупки). Здесь возможно применение всех существующих на сегодняшний день кинотехнологий: традиционного пленочного кинопоказа, DVD-залов, цифровых и электронных технологий проекции.

### ТРЕТЬЯ СТУПЕНЬ ИЕРАРХИИ ГОРОДСКИХ ЭКРАНОВ – МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЕ ЦЕНТРЫ, ПРЕДЛАГАЮЩИЕ ШИРОКИЙ СПЕКТР РАЗВЛЕЧЕНИЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ.

Наконец, третья ступень иерархии городских экранов – **многофункциональные развлекательные центры**, предлагающие широкий спектр развлечений и дополнительных услуг. Они имеют очень большую площадь: минимальное количество кинозалов в них – 4, максимальное, в нашей стране, – 12–16, за рубежом иногда доходит до 25; в среднем же составляет около 8 экранов. Поэтому располагаются они на окраинах городов, где ставки арендной платы не так высоки, и в основном в крупных торговых центрах или в развлекательных комплексах.

Охват аудитории в подобных комплексах даже выше, чем в центральных кинотеатрах, поскольку они привлекают не только жителей города, но и близлежащее областное население. Однако степень неравномерности посещаемости в этих развлекательных центрах еще более высока: как правило, сюда приезжают на целый день всей семьей, то есть в выходные.

В связи с этим применение дифференцированной ценовой политики в мультиплексах неэффективно. Более приемлемым может стать методика установления высоких цен для «снятия сливок» в пиковые дни; возможно введение льгот-



ных билетов для детской аудитории (в этом случае пришедшие с ними родители купят билеты по полной стоимости или потратят деньги в кафе или магазинах комплекса), а также применение «абонементной» системы кинобилетов, дающей иллюзию «бесплатности» просмотров и стимулирующей потребление других товаров и услуг в кинотеатре.

При этом, однако, расположенные вне деловых районов города и в то же время по причине своих масштабов существенно отличающиеся от районных ки-

**Адаптация иерархии экранов к меньшим городским агломерациям**

**РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЕ КИНОКОМПЛЕКСЫ ТРЕБУЮТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНОГО ОБОРУДОВАНИЯ.**

ноклубов, подобные кинотеатры часто лишены возможности получения дополнительных заработков теми методами, которые используют районные и центральные кинозалы. Возможным выходом из этой ситуации становится разработка уникального предложения — дорогостоящего технического проекта, способного стать центром притяжения для публики (причем это не обязательно должен быть объект кинопоказа). В непиковые периоды посещаемость комплекса может быть обеспечена путем прямой работы с организованными коллективами (например, с помощью предложения школьникам услуг обучающей программы игровых комплексов

Trans-Force, научно-популярных киносеансов IMAX и др.).

Развлекательные кинокомплексы требуют использования высокотехнологичного оборудования – в этом случае электронное кино, видеозалы неприемлемы. Оснащение масштабных кинокомплексов требует установки новейшего звукового и проекционного оборудования, технологий d-cinema, IMAX, Real-D или NuVision (цифровых систем стереокино) и др. Кроме того, требуются значительные расходы на рекламу подобных комплексов.

Предложенная иерархия характеризует особенности кинорынка мегаполисов. По мере уменьшения масштаба городской агломерации менее актуальными становятся верхние ступени разработанной иерархии киноэкранов (многофункциональные развлекательные комплексы) и все большее социальное значение и экономическую эффективность приобретают нижние – центральные и районные кинозалы. Причем в небольших населенных пунктах (городах, не являющихся областными центрами, поселках городского типа и т.п.) возможен выбор стратегии местного киноклуба как центра общественной жизни, культурного отдыха, а порой и единственного развлекательного объекта инфраструктуры для жителей районного центра и прилегающих территорий.

Таким образом, разработанная иерархия городских экранов определяет условия для открытия предприятий кинопоказа в черте города с учетом потребностей жителей районов, а также характера и размера целевой аудитории кинокомплекса, находящейся в зоне его охвата. При этом данная схема не является жесткой конструкцией, но определяет направления разработки концепций конкретных кинотеатров. Данные рекомендации могут помочь в разработке маркетинговых концепций новых кинотеатров на стратегической основе, а также в определении свободных конкурентных ниш для городских кинозалов.

## Лучшие киномеханики Республики Башкортостан

ГУП «БАШКИНОВИДЕОПРОКАТ» ОБЕСПЕЧИВАЕТ ФИЛЬМАМИ БОЛЕЕ 600 ГОСУДАРСТВЕННЫХ КИНОУСТАНОВОК, ИМЕЕТ 6 ФИЛИАЛОВ, БОГАТЫЙ ФОНД ДОКУМЕНТАЛЬНЫХ И ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ФИЛЬМОВ, НАСЧИТЫВАЮЩИЙ СВЫШЕ 14 ТЫС. ФИЛЬМОКОПИЙ. В КИНООТРАСЛИ ТРУДЯТСЯ 780 КИНОМЕХАНИКОВ. В ДЕКАБРЕ 2006 г. НА III РЕСПУБЛИКАНСКОМ КОНКУРСЕ БЫЛ ВЫБРАН «ЛУЧШИЙ КИНОМЕХАНИК–2006».

Конкурс традиционно был посвящен памяти выдающегося кинематографиста Н.Ф.Хафизова, которого знали и уважали не только в Республике, но и в других регионах России. Более 30 лет он отдал любимому делу – развитию киноотрасли в Республике Башкортостан, создал стройную систему киновидеопроката, сплотил вокруг себя творческий коллектив киноработников, подарил жителям Башкортостана уникальные киномероприятия.

В конкурсе могут участвовать киномеханики сельских киноустановок и городских кинотеатров независимо от возраста, образования и стажа работы. Хочется заметить, что в этом году свое профессиональное мастерство продемонстрировали более 100 киномехаников Республики! Каждый участник должен выполнить конкурсные задания высочайшей сложности:

- выявить причину неисправности кинооборудования;
- продемонстрировать скорость зарядки киноплёнки;
- определить категорию фильмокопий;
- быстро и качественно произвести склейку киноплёнки;
- оформить стенд;

- экспромтом сделать устную рекламу фильма.

Призеры определяются отдельно по городским и сельским киноустановкам.

В этом году 1-е место среди киномехаников сельских киноустановок получил Фавзиев Сирип Зифинович (Миякинская киновидеосеть), 2-е место занял Федоров Александр Эдуардович (Белебеевская киновидеосеть), 3-е досталось Бабель Валентине Иосифовне (Благоварская киновидеосеть). Победители среди киномехаников городских кинотеатров определились следующим образом: 1-е место – Исакова Венера Фанизовна, кинотеатр «Родина», г.Уфа; 2-е место – Бикмурзина Лилия Миннигалиевна, кинотеатр «Фонтан», г.Октябрьский; 3-е место – Шведчикова Алевтина Ивановна, кинотеатр «Космос», г.Мелеуз. Также по результатам конкурса вручается переходящий кубок лучшему городскому кинотеатру и лучшей киновидеосети.

Конкурс, ставший доброй традицией, будет проходить и в последующие годы. Для сотен киномехаников это не просто испытание мастерства, это настоящий праздник!

**Победители:**  
Исакова В.Ф.,  
к/т «Родина»,  
г. Уфа,  
Фавзиев С.З.,  
с.Киргиз-Мияки,  
и Чебыкин И.Д.,  
Белокатайская  
киновидеосеть



# Широкоформатный видеопроектор EIKI EIP-1600T

| Владимир Нефедов, Валерий Самохин |



Японская фирма Eiki более 12 лет выпускает мультимедийные проекторы, непрерывно совершенствуя характеристики и расширяя их номенклатуру жидкокристаллической (LCD, LC-) и микродзеркальной (DLP, EIP-) технологий. Одним из новых DLP-проекторов Eiki является модель EIP-1600T.

Внешний вид новой модели представлен на фотографии, а основные параметры приведены в таблице 1.

Проектор Eiki EIP-1600T обеспечивает широкие возможности высококачественного отображения информации большинства источников цифровой и аналоговой информации с разрешением до HDTV (1920x1080) включительно. Предусмотрены выбор форматов 4:3 и 16:9 и вариантов проецирования (на отражающий или просветный экран, с пола или потолка помещения), а также коррекция трапециевидных искажений по вертикали и горизонтали. Такой коррекции не потребуются, если при установке проектора его основание установлено перпендикулярно плоскости экрана, а точное совмещение проецируемого изображения с экраном достигнуто применением функции LensShift по вертикали. Проекционный вариобъектив, входящий в комплект поставки проектора, обеспечивает возможности масштабирования изобра-

жения, изменяя с пульта ИКДУ проекционное отношение в пределах 1,37 ~ 1,58. Проектор оснащен малошумящей вентиляционной системой, имеющей нормальный и высокопроизводительный режим работы (High, задается пользователем при эксплуатации проектора на высоте 1500 и более метров над уровнем моря).

**Качество экранного изображения.** Проектор EIP-1600T обеспечивает высокое качество цветного изображения. Здесь есть универсальная программа Picture Mode Standard, частные программы Natural, Dynamic, Movie 1, Movie 2 и Memory. Последняя создается и запоминается в памяти проектора после введения корректировок параметров, используемых программой Standard, которая изначально хорошо работает с большинством разновидностей видеосигналов. Пользователю предоставлены широкие возможности улучшения качества изображения Standard введением дополнительных функций и изменений контрастности, яркости, резкости, цветовой насыщенности (уровней составляющих R, Y, G, C, B и M) проецируемого изображения. К числу дополнительных функций относится Color Management System (CMS, опции Hue, Saturation и Brightness), Texas Instruments BrilliantColor™ (две опции), а также возможности выбора цветовой температуры светового потока, прогрессивного сканирования (опции 2D, 3D и Film Mode) и введения шумопонижающей обработки видеосигналов (три уровня чувствительности). Выбор цветовой температуры (пять значений CLR Temp от 5500K до 10500K) позволяет смещать цветовую палитру изображения в целом от теплых (красных) оттенков к холодным (голубым). Особо следует отметить возможности изменения через экранное меню диафрагмы проекционного объектива

Таблица 1. Основные параметры модели EIP-1600T

Световой поток, ANSI-лм	1200/ 960 в экономичном режиме Eco
Равномерность распределения по экрану, %	85
Контрастность	6500:1 (режим High contrast)
Технология	DLP
Модулятор света, тип/размер по диагонали	1 x DMD/ 0.65"
Разрешающая способность, пикселей	1280 x 768
Поддерживаемые разрешения	480i/p, 540p, 576i/p 720p, 1035i, 1080i -50/60 (1920x1080)
Формат/ варианты проецирования	16:10/ Front, Rear, Desktop, Ceiling
Цифровая коррекция трапецевидных искажений	До 13° ↑ и ↔
Проекционный вариобъектив:	f = 19,0 ~ 21,9 мм, F: 2.4 ~ 2.6
Проекционное отношение	1,37 ~ 1,58
Кратность масштабирования	1 ~ 1,15
Оптический офсет проекции (Lens Shift)	~(50± 3,3)%↑
Вращающийся светофильтр (color Wheel)	6 секторный RGBRGB, 9000 об/мин
Программы обработки видеосигналов	Standard, Natural, Dynamic, Movie 1, Movie 2 и Memory
Поддержка видеосигналов:	
PAL, SECAM, NTSC 3.58/4.43, PAL M/N, Y-C	Разъемы RCA и S-Video
компонентных Y-Pb/Cb-Pr/Cr	Разъемы 2x3RCA, HDMI
Поддержка компьютерной графики:	VGA, SVGA, XGA и WXGA, разъем HD15
частота кадров/ строк/ тактовая	48 ~ 85 Гц/ 15 ~ 70 кГц/ 12 ~ 85 МГц
порты управления	Serial (RS-232C разъем mini-DIN9)
функции Mouse	с пульта ИКДУ
Проекционная лампа, тип-мощность, Вт/ ресурс	SNP-275/ 2000 (3000 часов в режиме Eco)
Вентиляционный шум, дБА	33 (30 в режиме Eco)
Напряжение питания	110 ~ 240 В, 50 ~ 60 Гц
Потребляемая мощность, Вт	355 (310 в режиме Eco)
Габаритные размеры (ШxВxД), мм/масса, кг	315x109x280/ 4,0
Принадлежности, входящие в комплект поставки	Пульт ИКДУ, кабель (RCA), адаптер (mini-DIN9 ↔ Dsub9)
Обслуживание пользователем	Профилактическая чистка, замена лампы

Таблица 2

Установки Picture Mode	ОПИСАНИЕ	Функции и режимы			
		CLR Temp	BrilliantColor	IRIS	Lamp Setting
Natural	Баланс белого по натуральности цветов	7500	—	High Brightness	Bright
Dynamic	Для динамичных изображений	7500	2	High Brightness	Bright
Movie 1	Повышение различимости градаций темного	6500	—	High Brightness	Eco + Quiet
Movie 2	Уменьшение бликов и восстановление тонов	6500	—	Medium Mode	Eco + Quiet

(функция Iris Setting). Предусмотрены опции High Brightness, Medium Mode и High Contrast этой функции, позволяющие установить приоритет яркости или контрастности изображения или выбрать промежуточное значение и возврат всех пользовательских настроек проектора к заводским установкам.

Особенности применения и работы частных программ Picture Mode приведены в таблице 2.

Как следует из таблиц 1 и 2, проектор EIP-1600T имеет два режима работы, задаваемые в меню Lamp Setting. Это режим Bright с номинальным световым потоком 1200 лм и экономичный (Eco), малошумящий (Quiet) режим с почти незаметным (20-процентным) уменьшением светового потока и в 1,5 раза увеличенным ресурсом лампы.

**Коммуникации и обслуживание.** Панель разъемов проектора EIP-1600T допускает одновременное подключение шести источников информации. Так, группы разъемов Input 1 и Input 2 содержат по 3 разъема RCA, предназначенных для подключения источников компонентных видеосигналов Y-Pb/Cb-Pr/Cr, а группы Input 3 и Input 4 – разъемы mini-DIN4 и RCA для источников S-Video и композитного сигналов соответственно. Компьютер подключается к разъемам Input 5 (HD15) и mini-DIN9 (RS-232C), а

источник компонентных видеосигналов с разъемом HDMI – к соответствующему разъему Input 6 проектора. На панели имеется также разъем DC12 Output для автоматического управления внешними устройствами, например моторизованным экраном. В комплект поставки входит видеокабель с разъемами RCA (3 м) и кабельный переходник mini-DIN9 <-> Dsub9 (15 см).

Проектор EIP-1600T оснащен функцией Auto Power Off, автоматически переводящей его в дежурный режим при 15-минутном пропадании отображаемых видеосигналов, отличается совершенством конструкции, простотой и удобством обслуживания. У него нет сменяемых воздушных фильтров, он оснащен встроенным счетчиком ресурса лампы, показатели которого в виде нарабатанного и оставшегося ресурса лампы в часах могут быть выведены на экран. На корпусе проектора есть гнездо для крепления защитного тросика системы Kensington®, предотвращающего несанкционированный вынос проектора. Кроме замены лампы, которая может быть произведена пользователем (через 3000 часов работы в экономичном режиме Eco), обслуживание сводится к удалению мягкой тканью пыли и загрязнений линзы объектива и очистке с помощью пылесоса вентиляционных отверстий на корпусе проектора.

# История развития и обзор кинопроекторной техники фирмы Cinemecanica

| Анна Суворова |

Итальянская фирма Cinemecanica была основана в мае 1920 года в городе Милане и сначала производила двигатели и части корпуса для мотоциклов, но уже в 1924 году в связи с широким развитием кинематографа основное внимание фирмы было сконцентрировано в области кинотеатрального оборудования. В 30-х годах компания производила легкие камеры на 35-мм пленке, предназначенные для аэросъемки. После подписания договора между фирмами Cinemecanica и RANK последняя занялась продажей и установкой итальянских кинопроекторов в 33 странах мира, отказавшись от производства и установки собственного кинооборудования под маркой Gaumont Kalee. Впоследствии филиалы фирмы Cinemecanica были открыты в США и Франции. В 1992 году фирма Cinemecanica начала сотрудничество с фирмой Dolby Lab. Inc. в разработке и применении аналоговых, а впоследствии и цифровых звукоблоков для кинопроекторов. В настоящее время компания выпускает достаточно широкий ассортимент кинотеатрального оборудования, включающего кинопроекторы, бесперемоточные устройства, универсальный звукоблок, а также перемоточный стол.

## КИНОПРОЕКТОРЫ ФИРМЫ CINEMECCANICA

Кинопроекторы фирмы Cinemecanica представлены в настоящее время несколькими моделями. В 1961 году был запущен в серийное производство кинопроектор Victoria 8/T.

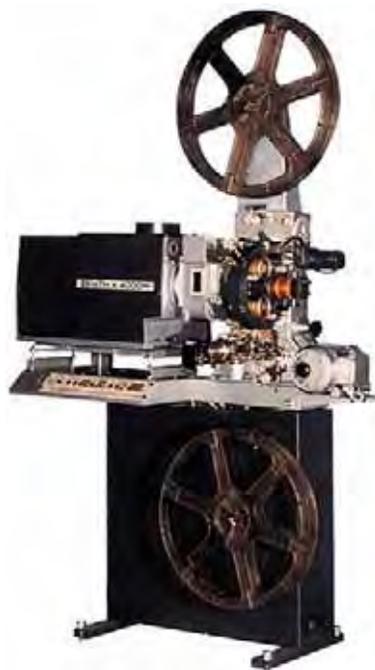
Victoria 8/T имеет новое прочное основание и простую конструкцию. По запросу заказчика кинопроектор может комплектоваться бобинами 1800 м или 3000 м и может использовать любой из трех перечисленных ниже механизмов Victoria 8:

- Victoria 8-R;
- Victoria 8-35 – механизм для демонстрации 35-мм фильмокопии;
- Victoria 8-35/70 – двухформатный механизм для демонстрации 35/70-мм фильмокопий.

Наибольший интерес для нас представляет модель Victoria 5. В 1975 году был разработан и запущен в производство первый проектор из линейки Victoria 5. Данная линейка представлена несколькими базовыми моделями, о каждой из которых в отдельности будет сказано ниже. Семейство Victoria 5 постоянно модифицируется.

Основные его принципы:

- рациональная простота конструкции;
- максимальная надежность каждой части и всей конструкции в целом.



Большой ассортимент выпускаемых фирмой устройств и приспособлений, как и модульная конструкция кинопроекторов, позволяет создать на основе Victoria 5 комплекс, пригодный как для мобильных демонстраций, так и для ограниченных пространств кинопроекторных комнат с полностью автоматизированным показом. Но основное предназначение проектора – работа в залах с размером экрана от 3 до 25 м.

Проектор состоит из трех основных частей. Первая из них – блок, содержащий всю механику: лентопротяжный механизм, фильмовый канал, читающие звуковые головки, а также обтюратор, заслонку и турель. Этот блок является важнейшей частью проектора, и именно он называется Victoria 5.

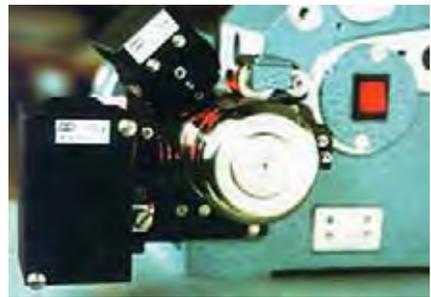
Привод блока использует два зубчатых ремня, которые передают движение от трехфазного низкооборотного двигателя на мальтийский механизм классической конструкции и на два зубчатых барабана лентопротяжного механизма. Эта конструкция позволяет добиться минимального шума и является легкой в обслуживании. В мальтийский механизм заливается 500 мл масла, смена производится через 500 часов работы, более никакой смазки механизм не требует. Двухлопастной обтюратор снабжен дополнительными лопастями, которые вентилируют фильмовый канал и заслонку, продлевая срок их службы.

Фильмовый канал полностью выполнен из износостойкого металла. Все его части легко снимаются, что делает чистку более удобной. Раздельная регулировка прижима на входе и выходе фильмового канала обеспечивает точный контроль прохождения фильма.

В версиях проектора с лампой более 4 кВт применяется водяное охлаждение. Кадрирующая рамка имеет три отверстия, соответствующие трем форматам. Для смены формата рамка перемещается в пазу до щелчка, снимать ее не требуется. Большой ассортимент рамок дает широкий выбор форматов и их комбинаций. Рычаг заслонки выведен на лицевую панель проектора и может быть зафиксирован, что позволяет даже в аварийной ситуации продолжить показ.

Читающие звуковые головки форматов Dolby полностью соответствуют современным стандартам и могут быть дополнены головками других стандартов – DTS и прочими. Гладкий барабан большого диаметра в сочетании с массивным маховиком и масляным амортизатором (или механическим – по выбору заказчика) обеспечивают высокую точность чтения и, как следствие, великолепное качество звука.

Турель, которой комплектуется проектор, может быть трех- или двухлинзовой, ручной или автоматической. Смена объектива в ручной комплектации возможна с помощью одной руки, в автоматической комплектации – одной кнопкой; в последнем случае совместно со сменой объектива переставляется и кадрирующая рамка.



Фокусировка каждого из объективов раздельная, ручная или автоматическая. Массивная турель позволяет устанавливать самые тяжелые объективы и при этом легко откидывается, предоставляя удобный доступ к фильмовому каналу для заправки фильма и обслуживания.

Для специальных применений, таких как студии дубляжа, возможна поставка проектора с возможностью реверсивного показа, поскольку мальтийский механизм допускает работу в двух направлениях.

Конструктивно проектор выполнен на массивном литом шасси, с последующей фрезеровкой, без использования пластмассовых деталей. Подобная конструкция при периодическом обслуживании позволяет проектору работать десятки лет без капитального ремонта.

Вторая часть – основание проектора, содержащий всю электрическую часть и механизмы приводов катушек пленки (если таковыми комплектуется). Электрическая часть автоматики выполнена на стандартных реле с минимумом электронных компонентов. Простая схема легко ремонтируется без специальных инструментов и уникальных запчастей. По желанию заказчика может быть установлен электронный блок управления мотором, который позволяет переключать частоту кадров и осуществляет плавный разгон. В этом случае кинопроектор питается от однофазного ввода.

В основании могут быть размещены двигатели и механизмы приводов катушек. Ременной привод муфты для катушек 1800 м позволяет демонстрировать непродолжительные фильмы без применения плэттера. Также он удобен в двухпостной киноустановке. Возможность демонстрации целого фильма на четырехкилометровых катушках в сочетании с блоком перемотки позволяет полностью отказаться от плэттера в однопостных киноустановках и сэкономить место в кинопроекционной.

Для особо сложных условий установки возможно выполнение всей электронной части в виде настенного, отдельно расположенного блока, в этом случае проектор может работать только с плэттером.

Третья часть – фонарь, имеющий три модификации – CX 21H, ZX 4000H, ZX 4001H и ZX 8000H. Размеры фонарей и мощность используемых в них ксеноновых ламп представлены в таблице.

Как видно из таблицы, все эти фонари очень компактны для своей мощности.

Компактность кинопроектора в целом увеличивается дополнительно за счет того, что он может быть оснащен двумя различными по длине столами для фонаря. Лампы устанавливаются через переходник, поэтому в каждой модификации фонаря возможно применение различных типов ламп разных производителей. При достаточной вытяжке от проектора лампа может отрабатывать полтора-два гарантийных срока.

Оптическая система может использоваться как стеклянные, так и металлические зеркала (для ламп мощностью до 4000 Вт). Металлическое зеркало обладает повышенной светоотдачей и большим сроком службы, и даже с лампой 4 кВт (при применении теплового фильтра и достаточной вытяжке от проектора) пленка остается чуть теплой.

Блок поджига производится фирмой IREM, что позволяет гарантировать безотказную работу и долгий срок службы.

Юстировка положения лампы производится с задней панели без разборки фонаря специальным ключом, входящим в комплект поставки.

В базовой конфигурации проектор обеспечивает высокое качество показа, но предлагаемый комплект может быть существенно изменен по просьбе заказчика за счет широкого спектра дополнительных устройств и систем автоматики.

Датчик обрыва пленки отслеживает наличие движения по обоим краям пленки, что дает повышенную гарантию обнаружения как обрыва, так и неполадок самого проектора.

Блок из трех индукционных датчиков, срабатывающих на метки из фольги, поз-

Размеры фонарей Cinetecspanica CX 21 H, ZX 4000 H, ZX 8000 H  
и мощность используемых ксеноновых ламп

Модель	Высота, мм	Глубина, мм	Ширина, мм	Мощность лампы, кВт
CX 21 H	385	600	380	0,5—2
ZX 4000 H	395	780	390	1,6—4,5
ZX 4001 H	463	694	425	1,6—4
ZX 8000 H	590	915	440	2,5—7



воляет автоматизировать весь цикл показа. Такие события, как смена объектива, поднятие заслонки, включение и остановка перемотки, могут быть назначены на любые из трех меток или их комбинацию.

Так, в частности, возможен полностью автоматический показ для проектора, укомплектованного основанием для работы с четырехкилометровыми катушками и снабженного индукционными датчиками меток пленки, в этом случае плэттер не применяется. Время перемотки пятикилометрового фильма на проекторе – около 15 минут.

Оснащение проектора сервоприводами дает возможность дистанционного управления фокусировкой каждого объектива, сменой объективов совместно с кадрирующими рамками, а также позволяет выставлять проецируемое изображение «в рамку». Управление может производиться как дистанционно, так и непосредственно с самого кинопроектора.

Как уже было сказано, серия Victoria 5 содержит в себе несколько базовых конфигураций, основным отличием которых друг от друга является емкость бобин. Су-

ществуют модификации с названиями и Victoria 5B.

Модификация Victoria 5B отличается от Victoria 5 расположением и емкостью бобин. В базовой комплектации Victoria 5B поставляется с бобинами емкостью 4000 м, которые располагаются горизонтально на станине. Также могут быть заказаны бобины 3000 и 5000 м. В верхней части механизма Victoria 5 можно установить штангу для бобины емкостью 1800 м либо V-образную



штангу с двумя держателями и муфтами для показа рекламных вставок при обратной перематке основного фильма. Эти проекторы поставляются только с длинным столом фонаря. Наиболее перспективная модель имеет встроенную систему обратной перематки на разных скоростях.

Кинопроектор Victoria 5B может быть оснащен перематывающим приводом. В этом случае Victoria 5B/5000 в сочетании с монтажным столом и блоком питания ксеноновой лампы превращается в полноценную кинопроекционную установку.

Кроме того, фирма Cinetecnica выделила в отдельную категорию так называемые консоли (агрегативные кинопроекторы). Они представляют собой комбинацию шкафа для оборудования и кинопроектора.

Консоль СС 7040Н разработана для компактного размещения оборудования в кинопроекционной. В консоль могут быть установлены лампы мощностью от 1600 Вт до 7000 Вт. Она может работать как с 35-мм



(модификация СС 7040), так и с 70-мм (модификация СС 7040Н) фильмокопиями. В консоль может быть встроено такое необходимое оборудование любой кинопроекционной, как блок питания лампы, звуковое оборудование, оборудование для автоматизации кинопоказа и др.

Последней и новейшей разработкой фирмы Cinetecnica стал цифровой кинопроектор СМСЗ D2.



К сожалению, информация об этом кинопроекторе крайне скудна, но на сайте фирмы-производителя обнародованы его технические характеристики:

- цветопередачу формируют 3 матрицы стандарта DLP;
- максимальное разрешение кинопроектора 2048 x 1080 пикселей;
- максимальный контраст 2000:1;
- яркость до 23 000 ANSI Lm;
- отдел кинопроектора, содержащий оптику, полностью герметизирован для обеспечения длительной стабильной работы;
- линейный или электронный выпрямитель для возможности установки ксеноновых ламп мощностью до 6 кВт;
- управление с сенсорной контрольной панели;

- отсек для комплектации кинопроектора различными устройствами стандартной высоты 19" (в том числе как опцию можно заказать встроенный сервер для хранения фильмов);
- оптическая система кинопроектора полностью самоочищающаяся;
- как опцию можно заказать дополнительный сферический зеркальный отражатель для качественной проекции на очень большие экраны.

### БЕСПЕРЕМОТОЧНЫЕ УСТРОЙСТВА CNR 3-35 И CNR 5-35

Следуя потребностям кинотеатров, CINE-MECCANICA выпустила бесперемоточное устройство большой емкости, имеющее две модификации – CNR 3-35 и CNR 5-35.

CNR 3-35 и CNR 5-35 представляют собой установки с комплектом дисков и устройств забора фильма, устраняющие необходимость перемотки пленки между сеансами. Емкость каждого диска составляет 8000 м киноленты. Стойка с 5 дисками может работать с двумя кинопроекторами, с которых фильмокопия проецируется одновременно на 2 экрана. Такие устройства применяются в кинотеатрах с несколькими экранами. Диски выпускаются под пленку 35 мм и 70 мм, для облегчения монтажа имеют небольшой вес, а также обладают абсолютно гладкой поверхностью – для легкого съема фильма с диска. Устройство забора фильма имеет систему электронного контроля и управления скоростью, ограждение из роликов для продолжения работы при наличии статики и липких составляющих на фильме, например плохих склеек.

Бесперемоточное устройство является полностью саморегулирующимся, не требует ручных регулировок при работе в реальном времени, подающие и принимающие диски полностью независимы друг от друга, в многозальных кинотеатрах фильм может быть принят на другое бесперемоточное устройство. При больших дистанциях протяжки пленки можно заказать ролики для крепления к стенам с целью поддержки пленки при работе.

В комплект поставки входит одна трех-дисковая система непрерывного показа CNR 3-35 и один стол для монтажа киноленты. На один диск входит до 8000 м пленки.

### ПОДКАТНОЕ УСТРОЙСТВО DGB 2X5

Для модификации устаревших кинопроекторов фирма CINE-MECCANICA выпустила подкатное устройство DGB 2x5. Оно может быть укомплектовано бобинами емкостью 3000, 4000 и 5000 м. Устройство снабжено двигателем постоянного тока с регулируемой скоростью, приемным устройством с высококомпенсирующим механизмом и устройством контроля натяжения фильма.

В комплект поставки входит механизм для установки устройства сбоку кинопроектора, устройство автоматического отключения перемотки, устройство для монтажа фильма и длинные оси для использования бобин 70-мм фильмокопий.

### АВТОМАТИЧЕСКИЙ ПЕРЕМОТОЧНЫЙ СТОЛ

При наличии во всех моделях кинопроекторов бобин большой емкости у киномехаников возникла потребность в устройстве для перемотки, на которое можно устанавливать 3000, 4000 и 5000-м бобины и одновременно производить осмотр фильма.

Исходя из поставленных выше целей и задач, был разработан автоматический перемоточный стол CINE-MECCANICA Motorized Film Rewinder. В нем используется двигатель постоянного тока с управляемой скоростью. Изменение скорости возможно от самой медленной (для осмотра фильма) до самой быстрой (для перемотки).

Двигатель постоянного тока действует так же, как динамический тормоз. Этот тип торможения очень мягок и эффективен. В качестве дополнительных опций предоставляются автоматический выключатель перемотки и рукоятка для перемотки вручную. Данное устройство может перемотать 5000 м фильма меньше чем за десять минут.

*Публикация доступна на сайте  
www.kinotehnik.net*

## Устройство приема-сдачи фильма

ВО МНОГИХ СОВРЕМЕННЫХ КИНОТЕАТРАХ ИСПОЛЬЗУЮТСЯ БЕСПЕРЕМОТОЧНЫЕ УСТРОЙСТВА (ПЛЭТТЕРЫ), ПОЗВОЛЯЮЩИЕ ПОВЫСИТЬ КАЧЕСТВО ПОКАЗА, УМЕНЬШИТЬ ИЗНОС ФИЛЬМА И ОБЛЕГЧИТЬ ТРУД КИНОМЕХАНИКА. НО, К СОЖАЛЕНИЮ, НА НЕКОТОРЫХ МОДЕЛЯХ ПЛЭТТЕРОВ ПРОЦЕСС ПРИЕМКИ И СДАЧИ ФИЛЬМА ВЕСЬМА ТРУДОЕМОК И ДЛИТЕЛЕН. | **Николай Силин** |

Более того, при неумелом или неаккуратном обращении не исключена возможность повреждения копии. Особенно неудобно работать с плэттером, укомплектованным небольшим подкатным столом для монтажа.

Примером тому может служить бесперемоточное устройство Christie и поставляемый к нему МК-35 Makeup Table. При первом знакомстве с устройством выяснилось несколько весьма неприятных моментов. Перед тем, как принять фильм на плэттер, нужно предварительно смотать и склеить несколько частей на бобину. Попытка приемки с «рулона» приводила к такому натяжению ленты, что стол самопроизвольно двигался, наклонялся и даже падал. В результате несколько метров пленки оказывались безнадежно испорченными. Даже при приемке фильма, предварительно намотанного на бобину, плотность рулона на диске плэттера получалась настолько высокая, что без приличных усилий и отвертки нельзя было открыть замок и вынуть центр диска.

При сдаче фильма натяжение ленты, поступающей с диска плэттера, высокое и неравномерное, вращение диска сопровождается рывками и вибрацией. Рулон ленты получается кривой, твердый и с многочисленными выступающими витками. Причина избыточного натяжения – большой тормозной мо-

мент двигателя привода диска, умноженный на коэффициент передачи узла. Вибрация возникает вследствие биений насадки двигателя (она оказалась эксцентричной) и рабочего пояса диска. Что интересно, безобразно большие (до 3 мм) биения имелись на насадках двигателей всех дисков и на трех плэттерах Christie, установленных в кинотеатре!

Электродвигатели устройств создают высокий вращающий момент и имеют жесткую нагрузочную характеристику, что в принципе не позволяет получить ровную и гладкую намотку рулона даже на медленной скорости.

Все вышеперечисленное явилось причиной порчи фильмов: из-за растяжения основы на копии появлялись мелкие беспорядочные поперечные трещины лакового слоя.

Стало ясно, что все болезни (по некоторым причинам) придется «лечить» самим. И сделать это можно, только изготовив альтернативу МК-35, свободную от вышеперечисленных недостатков. Оказалось, это можно сделать без существенных материальных затрат.

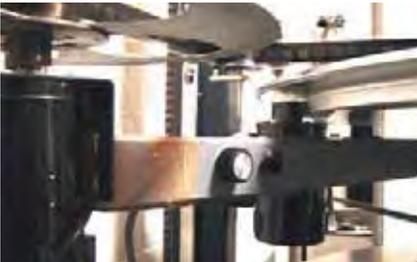
Внешний вид устройства, назовем его УПС (устройство приема-сдачи), конструкция и особенности работы, представлены на фотографиях.

Электродвигатель используется от МК-35. На его валу крепится любым доступным способом половинка разборной бобины. Кронштейн УПС «сварен» из уголков. Лучше сначала из картона сделать шаблон, тщательно вымерить все размеры и углы, а затем по нему изготовить кронштейн. К станине плэттера кронштейн привинчивается двумя болтами М8. Для этого в станине предусмотрены отверстия с резьбой. Прием или сдача фильма возможны с верхнего и среднего дисков, потому что работать с нижним диском неудобно. Это не вызывает особых проблем так как





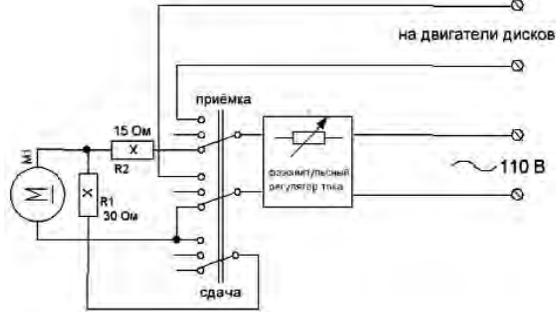
киномеханикам нетрудно сделать так, чтобы непосредственно перед сдачей фильм оказался на верхнем или среднем диске. Перед началом сдачи фильма нужно отвести двигатель привода от соответствующего диска. Проще всего это сделать, подложив под качающуюся каретку двигателя резиновый ластик. Ролик-укладчик может быть любой, желательно не слишком маленького диаметра и с дополнительным придерживающим роликом. Важно, чтобы подшипник ролика обеспечивал небольшой осевой люфт. Ролик выставляется по высоте так, чтобы край ленты слегка касался диска плэттера и диска УПС.



Электрическая схема проста. Плата фазоимпульсного регулятора частоты вращения используется от МК-35 без каких-либо переделок. Переключатель – любой доступный с необходимым количеством контактов. Резистор R2 «смягчает» характеристику двигателя, уменьшая зависимость крутящего момента от частоты вращения. От сопротивления резистора R1 зависит натяжение ленты во время приемки фильма, так как он является нагрузкой двигателя, работающего в режиме генератора. Можно попробовать заменить резистор R1 лампой накаливания. При увеличении частоты вращения двигателя-генератора будет расти напряжение на его выходе и это приведет к увеличению темпера-

туры нити накала лампы. При этом будут увеличиваться ее сопротивление и в некоторой степени стабилизироваться ток нагрузки. Натяжение ленты будет меньше зависеть от диаметра рулона, так как с уменьшением диаметра скорость увеличивается и нить лампы разогреется сильнее.

Описанное устройство позволяет существенно упростить процесс приемки и сдачи



фильма, а также сократить необходимое для этого время почти в 2 раза! Рулон, приготовленный к сдаче, достаточно плотный, гладкий и не содержит выступающих витков. В многозальном кинотеатре достаточно иметь одно УПС для работы с несколькими плэттерами.



Еще один экземпляр УПС с немного измененной электрической схемой был изготовлен для работы с плэттером BIG SRY P3350.

Одно устройство эксплуатируется 1,5 года в трехзальном кинотеатре, другое – свыше 5 лет в однозальном. Киномеханики кинотеатров говорят, что теперь принимать и сдавать фильмы – «одно удовольствие!»

Публикация также доступна на сайте [www.kinotehnik.net](http://www.kinotehnik.net)

## ПОДГОТОВИТЕЛЬНЫЙ ПЕРИОД

**Быть или не быть**  
трагедия-фарс

**Россия**  
Студия: RFG, STEP by STEP  
Авторы сценария: Алексей А. Петрухин, Дмитрий Иванов, Милана Касакина  
Режиссер: Алексей А. Петрухин  
В ролях: нет  
Слоган: нет  
Сайт: нет  
Дистрибьютор: нет  
Премьера: нет

*На юбилейную постановку «Гамлета» в прославленном театре пришел не только весь бомонд, но, кажется, и весь город, даже глава города со своей свитой. Но настоящая трагедия началась тогда, когда молодой дублер пожилого актера, бесценно игравшего Гамлета уже много лет, сел в кресло своего заслуженного коллеги в гримерной.*

**Муха**  
психологическая драма

**Россия**  
Студия: Твинди  
Автор сценария и режиссер: Владимир Котт  
В ролях: нет  
Слоган: нет  
Сайт: нет  
Дистрибьютор: нет  
Премьера: конец 2007 г.

*Водитель-дальнобойщик Федор, плейбой и закоренелый холостяк, договаривается о рейсе в Челябинск, чтобы проехать через маленький уральский городок Карабаш, где живет увлечение его юности. Не застав подругу в живых, Федор решает уехать, однако узнает, что она завещала ему все свое имущество и дочь-подростка.*

**Забутые в Сибири**  
драма



**Россия**  
Студия: «Тундра фильм»  
Автор сценария и режиссер: Слава Росс  
В ролях: нет  
Слоган: «Даже зверю знакомо сострадание, но человек не зверь...»  
Сайт: нет  
Дистрибьютор: нет  
Премьера: нет

*Люди брошены и забыты в глухой бескрайней Сибири. Лики святых на иконах здесь давно неразличимы. Боль и страдание стали обыденностью. Бог забыл это место, но люди еще не забыли Бога.*

**Не спать**  
молодежный мистический триллер

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

*Их было трое. Он, она и ее младший брат. У них было общее дело... Очень выигрышно! Но однажды среди бела дня на ее глазах какой-то мужчина спокойно стреляет в человека... И уходит... Никто его даже не видел! Только она...*

**Каменная башка**  
остросюжетная драма



**Россия**  
Студия: кинокомпания «СТВ»  
Автор сценария: Алексей Мизигрев  
Режиссер: Филипп Янковский  
В ролях: нет  
Слоган: нет  
Сайт: нет  
Дистрибьютор: «Наше кино»  
Премьера: январь 2008 г.

*Он был талантливым боксером, но потерял память. Каждое утро для него начинается с чистого листа. Сильные мира сего решили использовать его в своей игре. Он это поймет. И отомстит. За один день ему нужно успеть все!*

**Приключения Васи Куролесова**  
комедия

**Россия**  
Студия: «Тундра фильм»  
Автор сценария и режиссер: Слава Росс  
В ролях: нет  
Сайт: нет  
Дистрибьютор: нет  
Премьера: нет

*Фильм по одноименной повести Юрия Коваля. Приехав из деревеньки Сычи в город Карманов, Вася сразу попадает в водоворот приключений. Вместе с капитаном Болдыревым он смело борется с преступностью в лице рецидивистов Батона и Рашипиля. Добро и милиция побеждают, а Вася Куролесов встречает свою любовь.*

**Мизинец Будды**  
драма

**Россия, Германия, США**  
Студия: «Фонд Михаила Калатозова», Rohfilm, GoEast  
Авторы сценария: Тони Пембертон, Вильям Дженнингс  
Режиссер: Тони Пембертон  
В ролях: Жан-Марк Барр, Руперт Френд  
Слоган: нет  
Сайт: нет  
Дистрибьютор: нет  
Премьера: нет

*Фильм по мотивам романа Виктора Пелевина «Чапаев и Пустота». В СССР 1991 года в лубянские казематы попадает Петр Вайд, герой с криминальным прошлым. Серия допросов – и он начинает верить, что живет в 1919 году и является революционным поэтом.*

**Ретушер**  
мистический триллер



**Россия**  
Студия: RFG, STEP by STEP  
Авторы сценария: Илья Авраменко, Роман Хрущ  
Режиссер: Олег Степенко  
В ролях: нет  
Слоган: «Ты не убийца – но будешь убивать, не преступишь – но будешь скрывать, ты не провидец – но узнаешь страшную правду»  
Сайт: нет  
Дистрибьютор: нет  
Премьера: нет

*Однажды герой находит конверт без обратного адреса, а там пачка купюр, фотография и короткая записка: этих двоих нужно убирать. Что это: злая шутка или роковое стечение обстоятельств?*

**А ТАКЖЕ:** *Властимир, Домовой, Кино, Мавр, Однажды в провинции, Орден Семи, Пассажирка, Слепое кино, Треск*

## СЪЕМОЧНЫЙ ПЕРИОД

**Вий**

мистический триллер

**Россия, Чехия**

Студия: RFG, STEP by STEP, ANKOR-film  
 Места съемок: Москва, Прага  
 Авторы сценария: Олег Степченко, Александр Карпов  
 Режиссер: Олег Степченко  
 В ролях: Ольга Зайцева, Лев Дуров, Андрей Смоляков, Николай Чиндяйкин, Нина Русланова, Юрий Цурило, Алексей А. Петрухин, Иван Моховиков, Олег Тактаров, Анна Чурина  
 Слоган: «Правда в тебе», «Самый страшный российский фильм»  
 Сайт: [www.viymovie.com](http://www.viymovie.com)  
 Дистрибьютор: нет  
 Премьера: конец 2007 г.

*Фильм по одноименной повести Н.В. Гоголя. Начало 18-го века. Картограф Джонатан Грин совершает научное путешествие из Европы на Восток. Даже в страшном сне ученый-материалист не предполагал, что за Карпатскими горами ему уготована встреча с верным слугой дьявола.*

**Кракатук**

анимационная 3-D комедия

**Россия**

Студия: «Гала-Фильм»  
 Авторы сценария: Леонид Каганов, Александр Бачило, Александр Кузнецов  
 Режиссеры: Егор Кончаловский, Роман Стариков  
 В ролях: нет  
 Слоган: нет  
 Сайт: [www.krakatukmovie.ru](http://www.krakatukmovie.ru)  
 Дистрибьютор: UPI  
 Премьера: конец 2007 г.

*Фильм по мотивам сказки Э.Т.А. Гофмана «Щелкунчик и Мышиный король». Это увлекательная юмористическая история о приключениях современных подростков в сказочной стране. Им предстоит не только выбраться из лап злодея, но и спасти от страшной угрозы наш Большой мир.*

**Монтана**

приключенческий экшн

**Россия**

Студия: продюсерский центр «Парадиз», кинокомпания «Стопкадр»  
 Места съемок: США, Россия  
 Автор сценария: Эдуард Тополь  
 Режиссер: Александр Атанесян  
 В ролях: Олег Тактаров, Игорь Жижкин, Игорь Миркубанов, Скарлет Макалестр, Гоулд Нолан  
 Слоган: нет  
 Сайт: нет  
 Дистрибьютор: «Парадиз»  
 Премьера: нет

*В основе сюжета история двух друзей, вышедших из детского дома и мечтающих о лучшей жизни.*

**Чужая куча**

пародия

**Россия**

Студия: RFG, STEP by STEP, студия анимации «Флэшкафе»  
 Режиссеры и авторы сценария: Илья Никитин, Илья Малкин, Павел Судаков  
 Слоган: нет  
 Сайт: нет  
 Дистрибьютор: нет  
 Премьера: лето 2007 г.

*Действие происходит на Земле будущего. Инопланетяне стали нормальным явлением, граждане перемещаются на летающем транспорте. Два незадачливых парня – Эл и Макс находят чемодан с Кучей Денег, который был потерян двумя гангстерами.*

## СЪЕМОЧНЫЙ ПЕРИОД

**Поцелуи падших ангелов**

криминальная драма

**Россия**

Студия: «Эра Водолея» по заказу «Константа Фильм»  
 Места съемок: Москва, Московская область  
 Авторы сценария: Константин Филимонов, Эдуард Алиев, Вадим и Максим Свешниковы  
 Режиссер: Александр Аравин  
 В ролях: Евгений Сидихин, Любовь Толкалина, Алексей Горбунов, Алексей Кравченко, Алексей Огурцов  
 Слоган: нет  
 Сайт: нет  
 Дистрибьютор: нет  
 Премьера: нет

*Фильм по одноименной повести К. Филимонова. Абсолютно уверенный в предсказуемости человеческой судьбы, Роман сам становится заложником происходящих вокруг него событий. Рушится его мир, его семья, его бизнес. Он пытается спасти свою последнюю любовь, но в силах ли он сделать это?*

**Семейка Ады**

комедия

**Россия**

Студия: «Колибри» по заказу ЦПШ  
 Места съемок: Москва  
 Автор сценария: Виктория Бугаева  
 Режиссер: Эльдар Салаватов  
 В ролях: Михаил Ефремов, Елена Яковлева, Римма Маркова, Настя Приходько, Илья Филатов, Вера Майорова  
 Слоган: нет  
 Сайт: нет  
 Дистрибьютор: ЦПШ  
 Премьера: нет

*До своей неожиданной кончины бабушка Ада была главой всего семейства. Но и после смерти деловитая старушка не бросает родных на произвол судьбы. Приведение Ады появляется на пороге и сообщает, что в ближайшее время семья может лишиться квартиры.*

**Утомленные солнцем 2**

драма

**Россия**

Студия: «ТриТэ», «Золотой орел»  
 Места съемок: Московская область, Нижегородская область  
 Автор сценария и режиссер: Никита Михалков  
 В ролях: Никита Михалков, Олег Меньшиков, Надежда Михалкова, Виктория Толстогонова, Михаил Ефремов, Дмитрий Дюжев, Андрей Панин.  
 Слоган: нет  
 Сайт: нет  
 Дистрибьютор: нет  
 Премьера: нет

*Героям ленты придется пройти сквозь стекло Великой Отечественной войны, чтобы найти друг друга и попытаться вновь стать счастливыми. Котов после сталинских лагерей попадает в штрафбат, повзрослевшая Надя служит в медсанчасти, Митя вновь становится на пути бывшего комдива, и теперь шансов выжить у Котова практически нет.*

**Нирвана**

драма

**Россия**

Студия: кинокомпания «СТВ»  
 Места съемок: Москва, Санкт-Петербург  
 Автор сценария: Ольга Ларионова  
 Режиссер: Игорь Волошин  
 В ролях: нет  
 Слоган: нет  
 Сайт: нет  
 Дистрибьютор: «Наше кино»  
 Премьера: нет

*Бывает, когда жизнь теряет смысл уже в 20 лет... Алиса живет в провинциальном русском городе. Здесь ей с детства знаком каждый угол. Она наперед знает, какой будет ее жизнь. Однажды утром она решает сбежать, порвать с прошлым, начать все сначала.*

**А ТАКЖЕ:** Сапсан, Дом солнца, Душка, Живи и помни, Кавказский пленный, Обитаемый остров, Парни с MarZ'a, Последний сказочный герой, Тарас Бульба

## МОНТАЖНО-ТОНИРОВОЧНЫЙ ПЕРИОД

**Бес Пор Но**

драма/арт-хаус

**Россия, Украина**  
 Студия: «2 план 2»,  
 «Первое кинопартнерство»  
 Авторы сценария: Егор Головенкин, Рамил Ямалеев  
 Режиссер: Александр Шейн  
 В ролях: Ольга Сумская, Алексей Горбунов, Антон Комяхов, Мирослав Кувалдин  
 Слоган: нет  
 Сайт: www.besporo.ru  
 Дистрибьютор: нет  
 Премьера: нет

*В день своего шестнадцатилетия Макс снимает на камеру мобильного «случайное» видео любовных игр школьников-подростков. Это «бытовое порно» Максудается поставить на производство и начать продавать за рубеж. Так он получит все атрибуты роскоши и многого счастья. Но и с цинизмом, продажной любовью, предательством и жестокостью в виде «бесплатного приложения».*

**Мырра**

лирическая комедия

**Россия**

Студия: MG Media по заказу ЦПШ  
 Авторы сценария: Людмила Пивоварова, Сергей Сергеев  
 Режиссер: Сергей Пикалов  
 В ролях: Наталья Вдовина, Владимир Вдовиченков  
 Слоган: нет  
 Сайт: нет  
 Дистрибьютор: ЦПШ  
 Премьера: нет

*Тридцатилетняя бизнесвумен Лена Чистякова, по прозвищу «Мырра» – сильная женщина и... старая дева. В соответствии с врачебным предписанием она принимает волевое решение родить ребенка.*

**Ванечка**

мелодрама

**Россия**

Студия: «Фонд Михаила Калатозова»  
 Автор сценария: Эдуард Тополь  
 Режиссер: Елена Николаева  
 В ролях: Елена Великанова, Андрей Панин, Максим Галкин, Нина Русланова, Армен Джигарханян  
 Слоган: нет  
 Сайт: www.vanetchka.ru  
 Дистрибьютор: нет  
 Премьера: нет

*Фильм по рассказу Эдуарда Тополя «Сумасбродка». Наивная красавица Надя приезжает в Москву поступать во ВГИК. Но происходит страшное: единственные московские знакомые Нади погибают в автокатастрофе и главная героиня остается в чужом городе с сиротой Ванечкой на руках.*

**Мадонна на асфальте**

мелодрама с элементами политического детектива

**Россия**

Студия: «Союз Навона»  
 Автор сценария: Владимир Наумов, Тонино Гуэрра  
 Режиссер: Владимир Наумов  
 В ролях: Наталья Белохвостикова, Наталья Наумова, Армен Джигарханян  
 Слоган: нет  
 Сайт: нет  
 Дистрибьютор: нет  
 Премьера: нет

*Фильм раскрывает психологическую изнанку жизни сильных мира сего и тех, кто волею судеб с ними сталкивается.*

**Код апокалипсиса (Красивая)**

шпионский боевик

**Россия**

Студия: «Топ Лайн Групп» по заказу Фонда поддержки патриотического кино  
 Автор сценария: нет  
 Режиссер: Вадим Шмелев  
 В ролях: Анастасия Заворотнюк, Владимир Меньшов, Алексей Серебряков, Оскар Кучера, Венсан Перес  
 Слоган: нет  
 Сайт: нет  
 Дистрибьютор: Каропрокат  
 Премьера: октябрь 2007 г.

*По следу террориста по имени Палач ФСБ и ЦРУ пускают своих агентов. Мари несколько лет назад внедрилась в группировку Джаффада. Теперь под новой легендой ей предстоит спасти мир.*

**Стритрейсеры**

остросюжетный боевик

**Россия**

Студия: «Черепаха» по заказу ЦПШ  
 Авторы сценария: Ануш Варданян, Андрей Либенсон  
 Режиссер: Олег Фесенко  
 В ролях: Алексей Чадов, Марина Александрова  
 Слоган: нет  
 Сайт: нет  
 Дистрибьютор: ЦПШ  
 Премьера: нет

*Степан возвращается из армии. Автомастерская его отца теперь принадлежит Докеру, который занимается организацией уличных гонок. Их объединит эта страсть, но и столкновение неизбежно.*

**Любовь и смерть Карениной Анны**

экранизация

**Россия**

Студия: «Синема Лайн»  
 Автор сценария и режиссер: Сергей Соловьев  
 В ролях: Татьяна Друбич, Ярослав Боико, Мария Аниконова, Сергей Гармаш, Олег Янковский  
 Слоган: нет  
 Сайт: нет  
 Дистрибьютор: нет  
 Премьера: нет

*Экранизация романа Льва Толстого*

**Человек-ветер**

поэтическая притча

**Россия**

Студия: ИМР, Киностудия им. М. Горького  
 Авторы сценария: Одельша Агишев, Хуат Ахметов  
 Режиссер: Хуат Ахметов  
 В ролях: Игорь Ясулович, Куандык Кыстыкбаев, Аяна Есмагамбетова  
 Слоган: «Это история о людях, живущих в необъятной казахской степи»  
 Сайт: нет  
 Дистрибьютор: ЦПШ  
 Премьера: нет

*Фильм по рассказу Габриэля Гарсиа Маркеса «Очень старый человек с огромными крыльями». В ауле, затерянный в степи, во время грозы падает старый человек со сломанными в буре большими крыльями. Напуганные жители аула собираются его убить...*

**А ТАКЖЕ:** 1612, 1814, Винт, Георг, Диспетчер, Дом на Лиговке, Никто, кроме нас..., Руд и Сэм, Цветок дьявола

# ЗАВОДЫ – ФИЛЬМАМ, ПРИКЛЮЧЕНИЯ – ГЕРОЯМ, КОМЕДИЮ – ЗРИТЕЛЯМ

Я НАЧИНАЮ НЕРВНИЧАТЬ: ЧТОБЫ НАЙТИ ЗДАНИЕ, В КОТОРОМ РАСПОЛОЖЕН СЪЕМОЧНЫЙ ПАВИЛЬОН, ОСТАЛОСЬ КАКИХ-ТО ПЯТНАДЦАТЬ МИНУТ. ОПАЗДЫВАТЬ НА ИНТЕРВЬЮ – ДУРНОЙ ТОН. ТЕМ БОЛЕЕ, КОГДА ПОГОВОРИТЬ МОЖНО ТОЛЬКО В ПЕРЕРЫВЕ МЕЖДУ СЪЕМКАМИ – НА СЧЕТУ КАЖДАЯ МИНУТА. МЕСТО ДЕЙСТВИЯ ЭТОЙ ДРАМАТИЧНОЙ ИСТОРИИ – МОСКВА, ЛЕНИНСКИЙ ПРОСПЕКТ, ТЕРРИТОРИЯ БЫВШЕГО ЗАВОДА ИМ. СЕРГО ОРДЖОНИКИДЗЕ. В ОДНОМ ИЗ ДЕСЯТКОВ АНГАРОВ И СКЛАДСКИХ ПОМЕЩЕНИЙ СОВЕТСКОГО ЗАВОДА-ГИГАНТА КИПИТ РАБОТА НАД АВАНТЮРНОЙ КОМЕДИЕЙ «КАБЫ». | **Евгения Маврина** |

Что она там именно кипит, я могла бы так и не узнать: проходя мимо седьмого или восьмого дома №15 (без обозначения корпусов или строений), думаешь не о том, как же добраться до места назначения, а как ухитриться вернуться к цивилизации, выбравшись из хитросплетения проездов и проулков. Однако мой марафон завершился вовремя – перерыв еще не начался, когда я, порядком уставшая, сумела добраться до съемочного павильона.

Огромное складское помещение, поделенное на несколько отсеков со множеством комнатук в аппендиксах коридоров. В одном отсеке несколько десятков рабочих делают мебель, декорации и реквизит, сами не зная, для каких проектов. В другом выстроен гостиничный номер, обставленный и убранный донельзя безвкусно: алый атлас на ложе размером с баскетбольную площадку, подиум с шестом, обтянутый алым же бархатом, позолоченные пышногрудые кариагиды, подпирающие голубой потолок. В номере актеры разыгрывают следующую мизансцену: пожилой господин за плечо обнимает фривольного вида девушку, а мужчина «в самом расцвете сил», на проверку оказывающийся депутатом-олигархом, выторговывает девушку за «сто тысяч евро единовремененно». Эдакий Рогожин, покупающий Настасью Филипповну. Деньги демонстри-

рует высокий-стройный-голубоглазый помощник депутата Стасик, и они оказываются настоящими – девушка знает в деньгах толк, так как работала в «обменнике», о чем и сообщает своему пожилому спутнику. Депутат всего лишь предлагает ей отправиться в круиз и добросовестно, с рвением выполнять свои обязанности. Жрица любви просит времени на размышление... Итак, гостиничный номер – апартамент элитного борделя, но кто же те, кого мы в нем видим?

## МНЕ ЗАХОТЕЛОСЬ СДЕЛАТЬ СВОЙ ВТОРОЙ ПОЛНЫЙ МЕТР «КУСТУРИЦЕОБРАЗНЫМ».

Сюжет комедии под рабочим названием «Кабы», второго режиссерского опыта Олега Осипова, разворачивается в наши дни. Отставной разведчик Николай Кузнецов (Валерий Афанасьев, тот самый пожилой господин), много лет проживший в счастливом браке с женой Клавдией (Ела Санько), в один прекрасный день решает сходить «налево». К чему это приведет, Николай Васильевич не мог представить даже в самом страшном сне. Девушка, которую ему предлагают в борделе, оказывается... его собственной внучкой Варей (Анна Антонова). Потрясение, обморок, капельница, слезы, взаимные признания – и все бы закончилось хорошо, но, едва на-



щупав тонкую нить взаимопонимания, деду и внучке придется мобилизовать все свое мужество и отвагу, чтобы вырваться из притона. Преградой на пути к свободе становятся администратор заведения (Павел Майков) и VIP-клиент – депутат-олигарх Арнольд (Алексей Колган). Героев ждут приключения в подземельях Лувра, в мусульманском квартале Парижа и в плену у вьетнамских пиратов.

«Кабы» – проект одного из лидеров теле- и кинопроизводства в России продюсерского центра «ЛЕАН-М», основанного в 2000 году. На его счету такие известные и всенародно любимые сериалы, как «Солдаты», «Счастливы вместе», «Петя Великолепный», «Студенты International», «Папа на все руки», «Бешеная» и «Прапорщик».

Съемки комедии начались 22 марта. А сегодня уже досняли сцену «торгов», и Олег Осипов объявляет перерыв – «календарных полчаса». Самое время побеседовать. Мы с режиссером выходим из

На съемочной площадке «Кабы»

павильона на воздух. Он достает сигарету, собираясь закурить, но не делает этого и незажженной вертит ее в пальцах все время беседы.

**Олег, ваш дебют в полнометражном кино «После жизни» еще не вышел в прокат, а вы уже снимаете новую картину. Расскажите о первом фильме и о том, почему так быстро взялись за второй.**

«После жизни» – это мужская мелодрама. Но это мое личное, совсекретное ее определение, а в афишах эта история будет значиться как триллер. Правда, не мистический, которые сейчас модно делать, а детективно-мелодраматический – там есть и любовь, и детективная «подкладка», которая позволит зрителям, как я надеюсь, с интересом следить за тем, что происходит с нашими главными героями. И заканчивается там все, как ни странно (опять же чуть-чуть в разрез с модой), хорошо.

### Отчего же вас потянуло на комедию?

Мне просто захотелось отойти от готических историй и попытаться сделать свой второй полный метр более веселым, более нарядным и таким «кустурицеобразным». В картине будут моменты, способные, как мне кажется, заставить людей если не расплакаться, то хотя бы сопереживать нашим героям. А им приходится нелегко. Из московского притона они попадают в Париж, в теплую компанию странных людей, затем в парижский мусульманский квартал и в Лувр, после чего оказываются в драгдилерском баре в Голландии. Ну, а развязка истории произойдет во Вьетнаме. И опять – это моя традиция, я маньяк этой идеи – все будет хорошо.

### Съемочную группу ваш оптимистический настрой, наверно, только радует?

Думаю, они его разделяют. Давайте, я вам нашу группу «представлю». Режиссер – я. Автор сценария – он же. Один из сопродюсеров – смотри выше. Другой сопродюсер – мой друг и компаньон, Тимур Вайнштейн. Исполнительный продюсер – великий человек Дима Писарук. Мы с ним на третьей картине работаем – до этого был фильм «После жизни», а еще раньше Дима сделал в нашей компании картину «Бешеная», которую сейчас НТВ ставит в горячий сезон. Я его обожаю. Он не очень

взрослый, но зато очень ответственный и динамичный.

Отдельная благодарность моему ассистенту Таисии Игошиной, которая «сводит» мою личную занятость: никто в связи со съемками не освободил меня от обязанностей продюсера сериалов.

### ДЛЯ МЕНЯ СЪЕМКИ КАРТИНЫ - КАК КУРС ФИТНЕСА.

На этом проекте у меня семейная «шарашка»: художник-постановщик Оля Осипова – моя родная сестра. Она гораздо более маститый киношник, чем я, потому что я все это время занимался телевидением и сериалами, а сестра, как кинохудожник, такими интересными картинами, как «Всадник по имени Смерть» Карена Шахназарова (старинная Москва была построена на «Мосфильме», в том числе и ее руками), «Карнавальная ночь 2» Эльдара Рызанова и «Крайние» Андрея Эшпая, работа над этой картиной сейчас заканчивается.

Другая часть «семейного подряда» – это моя жена, композитор Юта. Она написала потрясающую песню «Кабы», которую я включил в сценарий и которая теперь является частью действия. Она пойдет не как звукофон или иллюстрация, а станет частью происходящего на экране. Мне безумно нравится музыка Юты. Не потому, что она моя жена, а потому, что композитор хороший и песни у нее замечательные.

Режиссер  
Олег Осипов  
и Алексей  
Колган,  
исполнитель  
роли депутата  
Арнольда

Оператором-постановщиком на картине работает Александр Симонов. Его последние достижения – «Груз 200» с Алексеем Балабановым и «Бумер 2» с Петей Бусловым. Саша Симонов – классный. Иногда мы с ним спорим, но чаще соглашаемся друг с другом, и процесс идет вперед. Мне нравится его стиль, мне нравятся его картинки.

Душа нашего проекта – это мой режиссер по актерам Аня Зайцева, директор кастинга. Она замечательный театральный режиссер и собрала замечательный каст, которым я по-настоящему горжусь. Уже четвертый день снимаем, и практика





Анна Антонова,  
исполнительница  
роли Вари

показывает, что мы с Анютой были правы и попали в точку: у нас чудесные дед в исполнении Валерия Афанасьева и Варя, Анюта Антонова, потрясающая бабушка Клавдия, Ела Санько, и отличный высоко играющий второй план – помощник депутата, он же французский разведчик Стас в исполнении Игнатия Акрачкова и сам народный избранник Арнольд – Алексей Колган и Паша Майков, обычно срывающий аплодисменты всей группы своей игрой. Еще Андрей Мерзликин исполняет очень интересную роль. Какую – не могу сейчас продавать. Но это будет бомбой. Ну и, естественно, Сережа Фролов, который играет мента. Мент у нас просто божественный.

#### Собрать всех этих актеров было легко?

Любой кастинг – это ужасно утомительно. Но самый тяжелый момент – когда на фото- или видеопробах нужно сделать выбор. Это для меня просто страшно, потому что мне нравятся мои актеры и актрисы, с ними начинаешь

сживаться, уже строить планы, как их друг к другу пристроить. После чего делать выбор – мука мученическая.

#### Поделитесь впечатлениями от сегодняшних съемок.

Сегодня у нас нелегкий день. Мы чуть-чуть не рассчитали время грима, не думали, что красота Антоновой будет «всестить» столько времени. Вылетели по графику на час с лишком – нервотрепка еще та. К тому же чем лучше актеры, тем, как известно, труднее свести их занятость воедино. Низкий поклон и большая похвала моему второму режиссеру Анне Прошутинской, которая совершает чудеса.

Это еще не очень сложная картина, а ведь чем она сложнее, то есть чем больше мизансцен и чем больше актеров в ней участвуют, тем труднее свести всех в один день. Иногда это просто теоретически невозможно, а на практике как-то все снимается.

#### А как бы вы себя охарактеризовали как режиссера, Олег? Какой вы на площадке?

Ну, вы же видели. Сами что думаете?

**Спокойный очень...**

Спокойный очень?! Отлично! Я это себе запишу где-нибудь... Знаете, я худеть начал. Для меня съемки картины – как курс фитнеса. Пока не снимаю – набираю вес, снимаю – сбрасываю лишние кило. Очень удобно.

Оставляю режиссера, который, наконец, смог спокойно закурить. Через некоторое время актеры начинают репетицию сцены внезапного разоблачения Стаса. Но рассказ об этом мы позволим себе оставить «за кадром». А за кадром фильма «Кабы», к сожалению, останется масса искрометных шуток и феерических импровизаций, витавших на площадке, но на экране наверняка будет ощущаться легкая и теплая атмосфера съемок.

## РАССЛАБЛЯЕМСЯ ПО-КЛУБНОМУ

ОТЕЧЕСТВЕННЫЕ МОЛОДЕЖНЫЕ КОМЕДИИ В ПРОКАТЕ ВЫСТУПАЮТ С ПЕРЕМЕННЫМ УСПЕХОМ. ПРИЧЕМ КАССОВЫЙ «ПЕРЕВЕС» ЯВНО НЕ В ПОЛЬЗУ ЖАНРА: ЗРЕЛАЯ АУДИТОРИЯ ЭТИ ПУСТЫЕ, ПО ЕЕ МНЕНИЮ, ЛЕГКОВЕСНЫЕ ФИЛЬМЫ ПРОСТО ИГНОРИРУЕТ, А АДРЕСНАЯ ДЕЛАЕТ ВЫБОР В ПОЛЬЗУ БОЛЕЕ ПРЕДСКАЗУЕМОГО ПО КАЧЕСТВУ ЗАПАДНОГО ПРОДУКТА. ИЗ КОНТЕКСТА ВЫБИВАЕТСЯ РАЗВЕ ЧТО «ПИТЕР FM», КОТОРЫЙ, ПРАВДА, КОРРЕКТНЕЕ НАЗВАТЬ КОМЕДИЙНОЙ МЕЛОДРАМОЙ. ТАК ИЛИ ИНАЧЕ, БЛИЖЕ К КОНЦУ ГОДА СОСТОИТСЯ ПРЕМЬЕРА ОЧЕРЕДНОГО ПРЕТЕНДЕНТА НА ЗВАНИЕ САМОЙ КАССОВОЙ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖНОЙ ЭКШН-КОМЕДИИ. |Евгения Маврина|

Речь о фильме «Клуб 69», первом опыте продюсерского центра «Эра Водолея» в области производства игрового полнометражного кино. Центр был образован в 2001 году, и в ту пору основной его деятельностью являлось производство документальных фильмов различной тематики. Спустя четыре года компания взялась также за производство анимационных фильмов и только в 2006-м отважилась запустить первый полнометражный игровой проект. О том, как это случилось и каковы амбиции дебютантов, нам рассказал продюсер фильма Дмитрий Писаревский, которого, кстати, можно будет увидеть на экране в одной из эпизодических ролей, как и режиссера, авторов сценария, художника по костюмам и директора картины.

### Дмитрий, как возникла идея фильма «Клуб 69»?

История на удивление простая. Мы в прошлом году работали над анимационным проектом, и судьба свела меня с братьями Свешниковыми, авторами сценариев ко всем трем фильмам популярной мультипликационной трилогии о богатырях («Клуб 69» – их первый шаг в игровом кино, до этого братья Свешниковы занимались только анимацией – Е.М.).

Родилась мысль снять забавное кино и при этом избежать морализаторства, «чернухи», присутствия на экране всяких бешеных спецназовцев, которые сейчас у нас в большой моде. То есть снять просто расслабляющий фильм, ко-

торый захочется пойти посмотреть в выходной день, и на сеансе получится по-настоящему отдохнуть. Мы оперативно – за три дня – расписали общую концепцию проекта (минимум локаций, минимум календарного действия: вся наша история разворачивается в течение ночи в помещении клуба). После чего был приглашен режиссер Сергей Борчуков (в его арсенале сериал и телефильмы – «Клоунов не убивают», «Запомните, меня зовут Rogozin», «Обыкновенные дни»). Он предложил нам актера на главную роль, сказал, что Даниил Белых – тот, кого мы ищем. С Сергеем мы подобрали актеров и группу и отправились в Минск, где приступили к делу.

### КЛУБ 69

жанр экшн-комедия/фантазмагория

студия «Эра Водолея»

авторы сценария Максим и Вадим Свешниковы

режиссер-постановщик Сергей Борчуков

оператор Николай Корнеев

в ролях: Михаил Ефремов, Даниил Белых, Алексей Горбунов, Алексей Огурцов, Максим Браматкин, Александр Яцко, Нонна Гришаева и др.

Костя совершенно неустроен в жизни: на носу свадьба, а вот ни денег, ни работы нет. Но стоит ему разместить в Интернете хитроумно составленное резюме – как его тут же приглашают на должность администратора в клуб. В первую же ночь работы Косте, который, разумеется, имеет весьма слабое представление о своих обязанностях, придется столкнуться с массой проблем. Эту сумасшедшую ночь, сделавшую его другим человеком, Костя вряд ли забудет!

### Согласитесь, историй, подобных вашей, зритель повидал немало...

Я и не говорю, что мы сняли что-то оригинальное.

### Но каков ваш козырь? На чем будете строить рекламную кампанию?

«Будет смешно – приходите!» – вот девиз нашей рекламной кампании. Проще говоря, на юмористической составляющей. Еще раз подчеркну: никого учить жизни мы не собираемся. Проект, надеемся, будет привлекать прежде всего веселостью, бесшабашностью и «незлобностью». Аудитории кинотеатров – зрителям от 15 до 30, учащимся старших классов, студентам, молодым менеджерам – позитив никогда не помешает. К тому же они точно сумеют оценить наш яркий саундтрек, за который отвечала композитор Яна Писаревская и группа «Billy's Band».

К козырям можно причислить и то, что в роли одной из стриптизерш у нас снялась Sexy Лия – ди-джей радио Next: у нас с ними договоренность об информационной поддержке. Также мы планируем привлечь и другие большие радиостанции в качестве информационных спонсоров, да и печатные СМИ не обойдем вниманием. Что касается телевидения, «Первый» и «Россия» уже за-

интересовались нашим продуктом, так что, договорившись с одним из каналов о продаже, мы будем требовать рекламную поддержку.



Продюсер  
Дмитрий  
Писаревский

### То есть особо оригинальничать с продвижением вы не станете, предпочитаете проверенные и действенные методы?

Сейчас рекламные кампании фильмов строятся по принципу «бери больше, кидай дальше». Как-то соригинальничать трудно, и да – мы пойдем по проторенному пути. Во всяком случае, битые машины на эвакуаторах возить по городу точно не будем (*речь о рекламном ходе, использованном во время продвижения фильма «Дура» – Е.М.*). Это было свежо, но, мне кажется, себя не оправдало. Так что наша рекламная кампания будет традиционной: информационная поддержка СМИ, билборды, растяжки-перетяжки, рекламные ролики в кинотеатрах.

### Дистрибьютор уже определен?

Мы только накануне завершили сведение звука и переговоры с дистрибьюторами начинаем буквально со дня на день. Но уже решено, что нашу незатейливую веселую историю выпустим нештучным тиражом в 300–400 копий.





## Илья Муромец – третий и последний

ТРИ ГОДА НАЗАД ПИТЕРСКАЯ СТУДИЯ «МЕЛЬНИЦА» СОЗДАЛА ПЕРВЫЙ РОССИЙСКИЙ МУЛЬТИПЛИКАЦИОННЫЙ БЛОКБАСТЕР – «АЛЕША ПОПОВИЧ И ТУГАРИН ЗМЕЙ». ЭТА ПОЛНОМЕТРАЖНАЯ КАРТИНА, ПРОШЕДШАЯ В ШИРОКОМ ПРОКАТЕ, СТАЛА НАЧАЛОМ ТРИЛОГИИ О РУССКИХ БОГАТЫРЯХ. ЗАВЕРШЕНИЕМ БОГАТЫРСКОЙ ИСТОРИИ СТАНЕТ МУЛЬТФИЛЬМ «ИЛЬЯ МУРОМЕЦ И СОЛОВЕЙ РАЗБОЙНИК», КОТОРЫЙ ЕЩЕ НА СТАДИИ ПРОИЗВОДСТВА РАСКРУЧИВАЕТСЯ С ХАРАКТЕРНЫМ ДЛЯ МАСШТАБНЫХ ПРОЕКТОВ РАЗМАХОМ: ТРЕЙЛЕРЫ ВЫЛОЖЕНЫ В ИНТЕРНЕТЕ, ТАМ ЖЕ ИДЕТ АКТИВНОЕ ОБСУЖДЕНИЕ ФИЛЬМА НА ФОРУМАХ. УЖЕ ИЗВЕСТНА И ДАТА ПРЕМЬЕРЫ – ДАТА ОСОБЕННАЯ: 1 ЯНВАРЯ 2008 ГОДА. ВСЕ ГОВОРИТ О ЖЕЛАНИИ АВТОРОВ СОЗДАТЬ КОНКУРЕНЦИЮ САМЫМ ЯРКИМ ПРОЕКТАМ ПОСЛЕДНЕГО ВРЕМЕНИ. О ПЛАНАХ СОЗДАТЕЛЕЙ ФИЛЬМА НАМ РАССКАЗАЛ АЛЕКСАНДР БОЯРСКИЙ, ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПРОДЮСЕР СТУДИИ «МЕЛЬНИЦА» И ОДИН ИЗ АВТОРОВ СЦЕНАРИЯ КАРТИНЫ. **[Евгения Маврина]**

**«Илья Муромец и Соловей Разбойник» – последняя часть героической трилогии о приключениях богатырей. Ходят слухи, что в ней все богатыри встретятся?**

«Илья Муромец...» – это последняя часть, и продолжения, в котором герои могли бы повстречаться, по всей видимости, не будет. Сюжет фильма, конечно же, опирается на былинку, но это больше, чем просто иллюстрация, – это современное прочтение. Мы не хотим заниматься ни просвещением, ни морализаторством. Главное – чтобы мультфильм было интересно и весело смотреть, что-

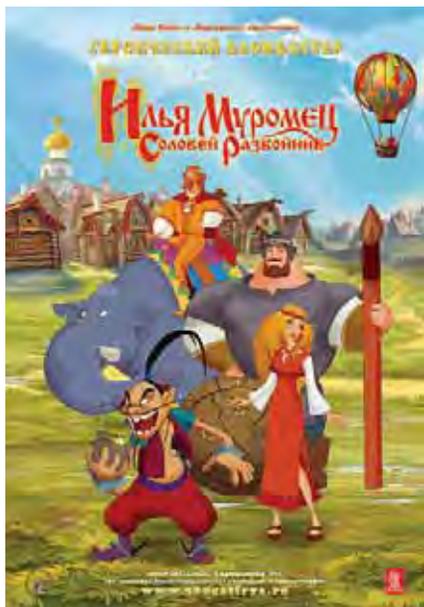
бы он затрагивал душевные струны зрителей.

Если же приоткрывать тайны сюжета, то скажу, что в этой части трилогии Киевский князь из эпизодического персонажа станет полноценно действующим героем второго плана. А произошло это во многом благодаря работе актера Сергея Маковецкого: он сделал своего персонажа ярким и контрастным.

**На паре форумов я с удивлением прочитала жесткую критику будущего фильма от людей, посмотревших его трейлер (он доступен и на сайте сту-**

дии «Мельница», и на сайте Кинокомпании «СТВ»): **ничего нового и захватывающего, создатели жуют все ту же жвачку...**

У каждого художественного произведения есть поклонники и противники – это нормально. Но все-таки поясню: трейлер «Ильи Муромца...» был сделан из материала, который на тот момент был доступен. Я считаю, что качественный трейлер надо создавать как отдельное художественное произведение: писать сценарий, делать раскадровки, рисовать для него анимацию. На такую кропотливую работу не всегда находится время. Возможно, поэтому трейлер «Ильи Муромца...» не так насыщен и динамичен, как хотелось бы. Но, как правило, даже из качественного трейлера сюжет понять практически невозможно. А мы своего зрителя обманывать не хотим, так как относимся к нему с уважением.



**Можно ли сказать, что «Мельница» в работе над богатырской трилогией выработала особый «фирменный» стиль? В «Илье Муромце...» будут какие-то визуальные ноу-хау?**

Фирменный стиль «Мельницы» действительно появился: он виден невооруженным глазом. Тем не менее все части трилогии отличаются друг от друга. Например, в «Илье Муромце...» изобразительный ряд будет намного богаче, чем в предшествующих картинах. Визуальные открытия будут, я уверен в этом.

**На какой стадии находится работа над фильмом сейчас?**

На данный момент большая часть работы уже сделана, и к лету фильм, скорее всего, будет закончен, но премьера планируется на первое января следующего года.

**Это будет «первый мультфильм года»?**

Да, но к подобным слоганам я отношусь с опаской, считаю, что их можно использовать только с долей иронии. Не создатели и дистрибьютор должны решать – «первый» это фильм года или «последний», а зритель, посмотревший картину.

**Какие ошибки проката прошлых частей трилогии вы учтете при продвижении «Ильи Муромца...»?**

Да, к сожалению, ошибки были. Например, «Алеша Попович...» позиционировался как детский мультфильм и было мало уделено внимания тому факту, что это еще и фильм для семейного просмотра. Его крутили в основном на утренних сеансах и не очень долго. Так что прошлый опыт мы будем учитывать. Кстати, узнать реакцию зрителей на основные эпизоды еще не готового «Ильи Муромца...» мы можем уже сейчас – на студии «Мельница» регулярно проходят бесплатные экскурсии, на которые к нам приходят не только дети из школ и детских домов, но и студенты. Заключительным этапом экскурсии является показ мультфильмов в отделе перезаписи на большом экране. Каких – зависит от аудитории. Старшеклассникам демонстрируем первые две части «Ильи Муромца...». Тут мы и видим, что им нравится, а что – не очень.



## РАБОТАЕМ ПРАЗДНИК

В советские времена, как известно, работа кинотеатров со школьниками была частью запланированного и даже рутинного процесса. Киноабонементы в каникулы, тематические показы в течение четвертей, новогодние праздники с просмотром новогодних сказок, встречи со знаменитыми режиссерами и актерами – все это проходило по плану и казалось неизбежным. Но все это легко рухнуло вместе с советской системой кинопроката. А дети остались. Это, конечно, другие дети, но они так же любят кино, и их тоже нужно занимать и развивать, как когда-то и их родителей (все это наблюдения банальные, но от этого не менее важные). И некоторые кинотеатры до сих пор пытаются это делать не только в форме обычного показа редких «фильмов – детям»: устраивают праздники, приглашают режиссеров рассказать о новых фильмах и показать их хотя бы раз, пока прокат детского кино не стал нормой.

По просьбе наших коллег из кинотеатров Челябинска, Нижнего Новгорода и Екатеринбургa журнал решил обратиться к проверенному способу устроить кинопраздник для детей: старейший сотрудник журнала, сценарист по образованию Михаил Абрамович Фридман написал сценарий праздничного спектакля, посвященного двум замечательным советским режиссерам-мультипликаторам.

1 мая 2007 года исполняется 90 лет со дня рождения выдающегося режиссера Федора Савельевича Хитрука. А 20 июня исполнилось бы 80 лет не менее выдающемуся мас-



«Все-таки аниматоры – это маленькие боги, они создают образ и дышат в него жизнь» – Федор Хитрук.

теру мультипликации Вячеславу Михайловичу Котеночкину. «Киномеханик» предлагает отметить эти даты праздником мультипликации, или, как стало принято говорить в последние годы, анимации: поставить небольшой спектакль, в котором в развлекательной форме зрителям будут рассказаны интересные факты жизни и творчества знаменитых художников, а затем показать фильмы, сделавшие их знаменитыми и полюбившиеся нескольким поколениям не только советских детей и не только в России.

Зрителями этого праздника могут быть дети лет 8–12 и их родители. Факты биографии режиссеров подобраны таким образом, чтобы быть понятными детям и интересными взрослым. А шуткам персонажей не улыбнутся только те взрослые, которые боятся показаться своим детям несерьезными.

Уместней всего после спектакля-увентюры показать мультфильмы «История одного преступления», «Винни-Пух», «Винни-Пух идет в гости», «Винни-Пух и день забот» Федора Хитрука и избранные выпуски «Ну, погоди!» Вячеслава Котеночкина.

Мы предлагаем вам два варианта программы показа: каждый рассчитан на 80 минут и в каждом «История одного преступления», как фильм, адресованный в первую очередь взрослым, находится в середине показа, а не в начале или конце (чтобы дети не успели заскучать и не устали). Хотя вы, конечно же, вольны выбирать и сочетать фильмы так, как это будет удобнее вашему кинотеатру и вашим зрителям:

### ФЕДОР САВЕЛЬЕВИЧ ХИТРУК

Родился 1 мая 1917 года в Твери. На киностудию «Союзмультфильм» пришел в 1937 году и проработал там до 1984 года. Сначала в качестве художника-мультипликатора, а потом и режиссера. Поставил огромное количество фильмов, большинство которых стали классикой советской мультипликации и очень любимы несколькими поколениями зрителей. С 1983 г. Хитрук сосредоточивается на преподавании (Высшие курсы сценаристов и режиссеров, анимационное отделение). Воспитал выдающихся режиссеров-аниматоров, формирующих облик современной отечественной анимации. Среди них Александр Петров, Михаил Тумеля, Иван Максимов, Михаил Алдашин, Алексей Харитиди, Алексей Демин и многие другие.

«ИСТОРИЯ ОДНОГО ПРЕСТУПЛЕНИЯ» (1962)  
 «ТОПТЫЖКА» (1964)  
 «КАНИКУЛЫ БОНИФАЦИЯ» (1965)  
 «ЧЕЛОВЕК В РАМКЕ» (1966)  
 «ОТЕЛЛО-67» (1967)  
 «ФИЛЬМ, ФИЛЬМ, ФИЛЬМ» (1968)  
 «ВИННИ-ПУХ» (1969)  
 «ЮНОША ФРИДРИХ ЭНГЕЛЬС» (1970)  
 «ВИННИ-ПУХ ИДЕТ В ГОСТИ» (1971)  
 «ВИННИ-ПУХ И ДЕНЬ ЗАБОТ» (1972)  
 «ОСТРОВ» (1973)  
 «ДАРО ТУБЕ ЗВЕЗДУ» (1974)  
 «ИКАР И МУДРЕЦЫ» (1976)  
 «ОЛИМПИОНИКИ» (1982)  
 «ЛЕВ И БЫК» (1983)

«ПУТЕШЕСТВИЕ В АПРЕЛЬ» (1962)  
 «МЫ ТАКИЕ МАСТЕРА» (1963)  
 «СЛЕДЫ НА АСФАЛЬТЕ» (1964)  
 «ЛЯГУШКА-ПУТЕШЕСТВЕННИЦА» (1965)  
 «МЕЖА» (1967)  
 «ПРОРОКИ И УРОКИ» (1967)  
 «НУ, ПОГОДИ! (Выпуск 1)» (1969)  
 «ФАЛЬШИВАЯ НОТА» (1969)  
 «НУ, ПОГОДИ! (Выпуск 2)» (1970)  
 «НУ, ПОГОДИ! (Выпуск 3,4)» (1971)  
 «НУ, ПОГОДИ! (Выпуск 5)» (1972)  
 «ПЕСНЯ О ЮНОМ БАРАБАНЩИКЕ» (1972)  
 «НУ, ПОГОДИ! (Выпуск 6,7)» (1973)  
 «НУ, ПОГОДИ! (Выпуск 8)» (1974)

«НА ЛЕСНОЙ ТРОПЕ» (1975)  
 «НУ, ПОГОДИ! (Выпуски 9,10)» (1976)  
 «НУ, ПОГОДИ! (Выпуск 11)» (1977)  
 «НУ, ПОГОДИ! (Выпуск 12)» (1978)  
 «КТО ПОЛУЧИТ ПРИЗ» (1979)  
 «НУ, ПОГОДИ! (Выпуск 13)» (1980)  
 «ОН ПОПАЛСЯ!» (1981)  
 «СТАРАЯ ПЛАСТИНКА» (1982)  
 «ПОПАЛСЯ, КОТОРЫЙ КУСАЛСЯ» (1983)  
 «НУ, ПОГОДИ! (Выпуск 14)» (1984)  
 «НУ, ПОГОДИ! (Выпуск 15)» (1985)  
 «НУ, ПОГОДИ! (Выпуск 16)» (1986)  
 «КОТЕНОК С УЛИЦЫ ЛИЗЮКОВА» (1988)  
 «НУ, ПОГОДИ! (Выпуски 17,18)» (1993)

### КОТЕНОЧКИН ВЯЧЕСЛАВ МИХАЙЛОВИЧ

Родился 20 июня 1927 года в Москве. В штат художников киностудии «Союзмультфильм» был зачислен в феврале 1947 года. Пятнадцать лет работал художником-постановщиком, был одним из самых плодовитых мультипликаторов студии. Первый свой самостоятельный фильм поставил в 1962 году. Серия фильмов «Ну, погоди!» принесла Котеночкину славу не только в СССР, но и практически во всех соцстранах. До последнего дня оставался режиссером киностудии «Союзмультфильм». Скончался после тяжелой продолжительной болезни 20 ноября 2000 года.

Подробнее о режиссерах и их фильмах вы можете прочитать на сайте [www.animator.ru](http://www.animator.ru) – Российская анимация в буквах и фигурах

#### 1 ВАРИАНТ:

- «Винни-Пух» (10 мин. 42 сек.)
- «Винни-Пух идет в гости» (10 мин. 3 сек.)
- «История одного преступления» (19 мин. 54 сек.)
- «Ну, погоди!» (выпуск 1, В городе и на пляже) (10 мин. 6 сек.)
- «Ну, погоди!» (выпуск 4, На стадионе) (9 мин. 3 сек.)
- «Ну, погоди!» (выпуск 9, В телестудии) (9 мин. 54 сек.)
- «Ну, погоди!» (выпуск 13, Олимпиада 80) (9 мин. 42 сек.)



«Своей работой я стараюсь помогать ребятам творить добро» – Вячеслав Котеночкин.

#### 2 ВАРИАНТ:

- «Винни-Пух и день забот» (20 мин. 36 сек.)
- «История одного преступления» (19 мин. 54 сек.)
- «Ну, погоди!» (выпуск 3, На дороге) (10 мин. 6 сек.)
- «Ну, погоди!» (выпуск 7, На корабле) (10 мин. 6 сек.)
- «Ну, погоди!» (выпуск 12, В музее) (9 мин. 36 сек.)
- «Ну, погоди!» (выпуск 15, Дом культуры) (10 мин. 3 сек.)

Если в вашем областном кинопрокате не сохранились копии этих фильмов или сохранились, но плохого качества, – советуем обращаться в Стол заказов Госфильмофонда: (495) 546-05-01, (495) 546-05-42

# ВЕСЕЛЫЙ ПЕРЕПОЛОХ | Михаил Фридман |

## Сценарий праздничного представления

### ДЕЙСТВУЮЩИЕ ЛИЦА

ВЕДУЩИЙ

ЗАЯЦ

ВОЛК

ПОЖИЛОЙ БУХГАЛТЕР (далее – П.Б.)

ВИННИ-ПУХ

ПЯТАЧОК

КОТ ЛЕОПОЛЬД

*Зажигается киноэкран, и на нем как увертюра идет монтажная нарезка из фильмов Ф. Хитрука и В. Котеночкина. Эпизоды отбираются по вкусу режиссера постановки с условием, чтобы в них обязательно появились герои нашего спектакля (кроме Кота Леопольда – он, как известно, не является персонажем фильмов юбиляров). Гаснет экран, и в луче прожектора, направленного на сцену, появляется ВЕДУЩИЙ...*

**ВЕДУЩИЙ:** Здравствуйте, дорогие друзья! 1 мая этого года исполняется 90 лет Федору Хитруку, а 20 июня исполнилось бы 80 лет Вячеславу Котеночкину. Это выдающиеся мастера советской мультипликации. Именно мультипликации, а не анимации, как принято нынче говорить. Признаюсь, мои дети и сегодня говорят: «Пойдем смотреть мультики». И среди их самых любимых мультиков – фильмы, созданные Федором Хитруком и Вячеславом Котеночкиным. Давно вошли в каждый дом обаятельный ворчун, простодушный любитель меда Винни-Пух, меланхоличный и мечтательный ослик Иа, шустрый Пятачок и величавый цирковой лев Бонифаций. А популярность Зайца и Волка может смело поспорить с популярностью звезд эстрады. И мы решили: не надо никаких ученых лекций и докладов. Пусть о своих создателях расскажут персонажи их фильмов.

*В зале гаснет свет. Погружается в темноту и сцена. Слышны лишь чей-то веселый хохоток и звуки прыжков. Вспыхивает луч прожектора, и в его свете появляется смеющийся ЗАЯЦ. Он весело прыгает, подтанцовывает и вдруг натораживается. В луче прожектора появляется ВОЛК. Он явно крадется за ЗАЙЦЕМ. Крадучись своей неподражаемой походочкой, подбирается все ближе и ближе. Протягивает плотоядно лапу, усмехается, уверенный в том, что схватил Косого. Но он не видит (а зрители видят), что к нему подбирается ПОЖИЛОЙ БУХГАЛТЕР со сковородкой в руках. Вот он бесшумно подступает к ВОЛКУ и бьет со всего размаха сковородкой. Взревев, ВОЛК подлетает к обидчику.*

**ВОЛК.** Ты кто такой?!

**ПОЖИЛОЙ БУХГАЛТЕР.** Я бухгалтер.

**ВОЛК.** Не было в фильмах Котеночкина Вячеслава Михайловича никаких бухгалтеров.

**П.Б.** Зато есть у Хитрука Федора Савельевича. «История одного преступления»... (Снова замахивается сковородкой.)

**ВОЛК** (убегая, орет). Ну, бухгалтер, погоди!..

*П.Б. стоит, опустив руки, и вдруг видит, что из-за другой кулисы выходят ВИННИ-ПУХ и ПЯТАЧОК. ВИННИ бормочет себе под нос: «Если я чешу в затылке – не беда. В голове моей опилки – да, да, да!» (П.Б. протирает глаза, словно прогоняя сон, но медвежонок и поросенок подходят все ближе.)*

**ВИННИ-ПУХ.** А тут найдется место, где мы сможем подкрепиться?

**ПЯТАЧОК.** Я надеюсь. Сегодня здесь много твоих друзей.

*Услышав человеческую речь из уст медвежонок и поросенка, П.Б. падает почти замертво.*

**ВИННИ-ПУХ.** Пятачок, кто это? Что это?

**ПЯТАЧОК.** Не знаю. Но думаю, это к дождю. Кажется, дождь собирается... (Уходит вместе с Винни.)

**ВЕДУЩИЙ** (в луче прожектора). Тут я должен пояснить, что Пожилого Бухгалтера зовут Василий Васильевич Мамин. Скромный герой «Истории одного преступления». Фильма, который стал режиссерским дебютом Хитрука. 20 с

лишним лет Федор Савельевич работал на студии в качестве художника-аниматора. Профессия аниматора необычайно увлекательная: он придумывает походку героям, их жестикуляцию и гримасы. «Аниматоры – это маленькие боги, – сказал однажды Хитрук. – Они создают образ и вдыхают в него жизнь». Идея поставить самому фильм пришла неожиданно, когда появился смешной и грустный сценарий про тихого, безобидного Василия Васильевича, затравленного хамоватыми, крикливыми соседями. История, рассказанная сценаристом, была до боли знакомая. Нечто подобное переживал сам режиссер в своей квартире. Успех фильма окрылил начинающего режиссера, он работал одержимо. И один за другим вышли на экраны «Топтыжка», «Каникулы Бонифация», «Фильм, фильм, фильм!», «Отелло-67», «Человек в рамке». Хитрук мгновенно стал знаменитым и получил награды самых престижных международных фестивалей. И наконец, на экране появились добродушный ворчун Винни и его верный друг Пятачок. *(Винни-Пух и Пятачок появляются из-за кулисы.)* Поприветствуем их!

**ПЯТАЧОК** *(бодрым голосом)*. Я хочу поздравить всех собравшихся с 90-летием нашего с Винни создателя... дядю Федю. Ой, извините, Федора Савельевича Хитрука. Могу смело сказать, что он один из самых-самых любимых режиссеров. Ведь правда?! *(Обращается в зал)*

**ВИННИ-ПУХ** *(угрюмым баском)*. И я поздравляю. Правда, я на него обижен. Думаю, и вы все со мной согласитесь. Ну почему он сделал только три фильма про меня и моих друзей? Вон Котеночкин аж 18 серий снял про Волка и Зайца. Чем мы с Пятачком хуже? *(Неожиданно.)* Вы меду с собой не прихватили? Никто-никто?... Ну тогда я уйду. *(ВИННИ не успевает уйти, как неожиданно возникает ВОЛК с перевязанной головой. Он пугливо озирается, опасаясь очередного удара.)*

**ВОЛК**. А где этот... со сковородкой?

**ПЯТАЧОК**. Он отдыхает. Ведь ему всю ночь соседи не давали спать.

**ВОЛК**. Назвался бухгалтером, а сам сковородкой по башке. Просто хулиган какой-то.

**ВЕДУЩИЙ** *(смеясь)*. Кто бы говорил! «Хулиган». Вспомни свои приводы в милицию.

*(Слышит хихиканье. Это ЗАЯЦ, заташавшийся за кулисой, не смог удержаться. Зажимает лапкой рот. Не только зрители видят его. Видит и ВОЛК, но не подает вида.)*

**ВОЛК**. Когда это было-то? В первых сериях. Я тогда молодой был, глупый... *(меняя тон)* А вообще-то правда. Зажигал я тогда прикольно! *(Достаёт пачку «Беломора», закуривает папироску.)* Строгие дяди-тети даже хотели запретить показывать меня детям *(противным голосом, подражая критиком)*: «Волк у вас курит, плюется, грубит милиционерам – чему ваш фильм детей учит?»

**ВЕДУЩИЙ**. Откуда у тебя такие подробности?

**ВОЛК**. Не поверите: я однажды присутствовал на заседании такой комиссии. Пробрался незаметно и сел в уголочке. Чуть не выдал себя смехом, когда Котеночкин – он был острым на язык – в ответном слове сказал: «Волка мы перевоспитаем в своем коллективе». *(Громко смеется.)*

**ПЯТАЧОК**. Дружище Волк, вы такой фантазер!

**ВОЛК**. Ничего не фантазирую. Я даже знаю, что озвучивать меня должен был Владимир Высоцкий. Котеночкин настаивал на его кандидатуре. А ему сказали – я сам слышал: «Высоцкий – слишком одиозная фигура». Что это слово означает, не знаю. Но так сказали. Вот Котеночкин и взял Анатолия Папанова. Его знаете, как прозвали? Заслуженный волк СССР. *(Вдруг замолкает и начинает протирать глаза. Потому что на том месте, где стоял ЗАЯЦ, видит... очкастого Зайца. Не может понять, тот ли это Заяц, за которым он охотится. Произносит свое характерное недоуменное «0-о!» Зная повадки Зайца принимать разные обличья, прибегает к хитрости. Медленно, словно вспоминая, говорит)* А вот Зайца озвучивала Клара... забыл фамилию. А, кажется, Румянцева.

**ЗАЯЦ** *(не выдержав, выходит из засады)*. Не Румянцева, а Румянова.

**ВОЛК**. Вот ты и попался! Я и без тебя знаю, что Румянова. *(Пытается поймать его, но тут выходит очкастый Заяц. Закрывает собой «братца».)* Фу, да ты же, братец, не заяц, а Кролик. *(ЗАЙЦУ)* Зачем ты привел этого интеллигента в очках? Он же замучает нас своими нотациями.

**ЗАЯЦ**. Надоело бегать от тебя. Побегай теперь за Кроликом.

**ВОЛК**. Лучше бы ослика Иа позвал с собой. Я бы его повеселил своими приколами. Он, бедняга, такой грустный всегда. А этот *(показывает лапой на Кролика)* зануда ученая. Лорд английский.

**КРОЛИК**. Это вы правильно заметили, сэр. Я действительно родом с туманного Альбиона. Впрочем, как и наш общий друг Винни.

**ВОЛК.** Кто? Винни? Я сейчас умру от смеха! Англичанин с опилками в голове. *(Давится от смеха.)*

**ВИННИ-ПУХ.** Да, с опилками. Но английскими. Кролик, объясни ему.

**КРОЛИК.** Видите ли, уважаемый Волк, все мы – я, Винни, Пятачок и ваш друг Иа – пришли на экран из книги английского писателя Алана Милна. В прошлом году исполнилось ровно 80 лет, как его книга о медвежонке Винни вышла в свет. Она имела бешеный успех. Просто бешеный. Такого успеха писатель Милн не знал всю свою жизнь, хотя писал романы, детективы и пьесы.

**ЗАЯЦ.** А почему моего друга зовут Винни-Пух?

**КРОЛИК.** В Лондонском зоопарке была медведица по имени Виннипег и был белый лебедь по прозвищу Пух. Маленький сын писателя, Кристофер Робин, очень любил смотреть на обоих. В день рождения сына Алан Милн купил ему плюшевого медвежонка, которого Кристофер назвал Винни-Пух. И однажды папа сочинил для ребенка рассказ про Винни. За первым рассказом появился второй, третий. Так и родилась целая книжка. Она моментально разошлась по миру, ее герои заговорили на разных языках земного шара. И на русском в том числе. Пересказал ее замечательный детский поэт, писатель Борис Заходер. *(Поправляет очки.)* И я, как знаток английского, могу авторитетно заявить, что сделал он это блистательно. Кон-ге-ниа-льно!

*(ЗАЯЦ, ВИННИ, ПЯТАЧОК И ВЕДУЩИЙ хлопают в ладоши. ВОЛК кисло морщится.)*

**ВЕДУЩИЙ.** Спасибо вам, уважаемый Кролик, за ваш квалифицированный рассказ.

*(КРОЛИК сдержанно кланяется, как истинный британец.)*

**ПЯТАЧОК** *(торопливо)*. Я хотел бы добавить, что Винни и все мы, его друзья, стали популярны в России не только благодаря Борису Владимировичу Заходеру, но и мультфильмам Федора Хитрука.

**ВИННИ-ПУХ.** А я вот что скажу. Родился я в Англии. Фильмы про меня сделали в Америке на студии Уолта Диснея. Но как только от моего имени замечательный артист Евгений Леонов пропел: «Хорошо живет на свете Винни-Пух...» – я сразу стал навсегда русским.

**ПЯТАЧОК.** И я, и ослик Иа, и даже *(с паузой, глядя на Кролика)* наш уважаемый эрудит Кролик.

*(Тот вежливо, но кисло улыбается – недаром Волк его называл английским лордом.)*

**ВОЛК** *(с плохо скрытой ревностью)*. А мы с Зайцем из какой книги?

**ВЕДУЩИЙ.** Вы не из книги. Просто однажды на студию «Союзмультфильм» пришли молодые писатели-юмористы Александр Курляндский, Феликс Камов и Аркадий Хайт и предложили сценарий о похождениях хулигана Волка. *(ВОЛК вскакивает – до этого он сидел в кресле разваливаясь.)* Да, да – хулигана. Ты сам признался, что в молодости был таким. И добродородного Зайца. *(ЗАЯЦ победно хмыкает.)* Никто, а прежде всего режиссер Вячеслав Котеночкин, не верил в успех ленты. Но она прошла с огромным успехом. Студию завалили письмами с просьбами продолжать «Ну, погоди!».

**ВОЛК.** Это потому, что всем я понравился.

**ЗАЯЦ** *(хихикая)*. Особенно твоя походочка – на полусогнутых!

**ВЕДУЩИЙ.** Это правда. Походка у Волка великолепная. *(ВОЛК прыжком поднимается с кресла и демонстрирует свою великолепную походку.)* Между прочим, тебе ее подарил замечательный художник Виктор Лихачев.

**ВОЛК.** Я ему во многом помог. Я ведь и сам неплохой артист. Да и мой Заяц тоже. Он даже в образе самой Аллы Пугачевой выступал. Помните?

**ЗАЯЦ.** О, это было незабываемо! *(Поет голосом Пугачевой.)* «А ты такой холодный, как айсберг в океане...»

**ВЕДУЩИЙ.** Не случайно зрители не хотели с вами расставаться. И все время требовали продолжение. Котеночкин не раз готов был прервать работу над сериалом. Его ждали другие замыслы. Однажды он получил письмо от зрителя с единственной, написанной крупными буквами фразой: «Ну, Котеночкин, погоди!» *(К ВОЛКУ.)* Не ты ли это письмо написал?

**ВОЛК** *(грустно, искренне)*. Если бы. Я же не Кролик. Я грамоте не обучен.

**ЗАЯЦ.** Подождите, дайте я расскажу про замечательную актрису Клару Румянову. Ее необыкновенный голос легко узнают дети, когда смотрят мультики. Паровозик из Ромашково, Чебурашка, Малыш, друг Карлсона, Котенок, который умел считать до десяти... Да разве перечислишь всех героев мультфильмов, за которых говорила эта актриса. А как она пела! Я благодаря ей даже неаполитанские романсы исполнял. Помните, наверное. *(Пытается спеть несколько тактов «O sole mio». Голос у него срывается на верхних нотах.)* Куда мне! Вдвоем с Klarой Михайловной я бы вытянул. А без нее... К сожалению, нет уже ее на свете. Как и Вячеслава Михайловича Котеночкина.

**ВОЛК.** Ладно, хватит мне зубы заговаривать. Я должен поквитаться с обидчиком. Никому не позволю бить меня по голове сковородкой. *(Напускает грозный вид.)* Где этот бухгалтер?

**ВИННИ-ПУХ.** Мы же тебе сказали: он отдыхает. Ему всю ночь пьяные соседи не давали спать. Орали песни под окнами.

**ВОЛК** (*мстительно*). Песни, говоришь, орали. Мы тоже сейчас дадим концерт.

*(Немая сцена. Все участники спектакля недоуменно смотрят на Волка.)* Гитара у меня всегда с собой. Труба для Зайца тоже найдется. Винни с Кроликом сядут за ударные. *(Ведущему.)* Я надеюсь, в вашем клубе есть ударная установка. *(Ведущий кивает утвердительно.)* Велите вынести ее вместе с моими инструментами.

**ПЯТАЧОК.** А я что буду делать?

**ВОЛК** (*почесав макушку*). А ты... будешь хрюкать. *(Показывает.)* Хрю-хрю-хрю! Громко и музыкально. *(Смеется, довольный собственной шуткой.)*

*(На сцене оживление: рабочие приносят инструменты, новоявленные музыканты расслаиваются, как положено исполнителям. Их расставляет и расслаивает Волк, очень довольный своей ролью. Как дирижер, взмахивает лапами, музыканты дуют, стучат, орут кто во что горазд.)*

**ВОЛК.** Стоп-стоп. Предлагаю спеть под музыку песенку про бухгалтера. *(Напевает.)* «Бухгалтер, милый мой бухгалтер...»

**ВСЕ** (*вразнобой*). Знаем, знаем.

**ВОЛК.** По моему взмаху начинаем с вступления. Три-четыре...

*(Звучит, фальшивя, мелодия, больше похожая на сумбур. И, перекивая музыкантов, Волк истошным голосом орет в микрофон слова этой песни. И как ни странно, его коварный замысел удался: появляется сонный Василий Васильевич, пряча сковородку за спиной.)*

**ВОЛК** (*произносит свое характерное радостное «О-о-о!»*). Милости просим, Василий Васильевич!

*(П.Б., узнав Волка, которого он недавно огрел сковородой, выставляет перед собой свое испытанное оружие. Надо признать, что, несмотря на возраст, фехтует сковородкой он очень грациозно. Волк, в свою очередь, становится в боевую стойку, отчаянно машет лапами по воздуху, нагоняя страху на противника. Кролик и Пятачок бросаются на подмогу пожилому человеку. Волк отшвыривает их. Сам падает. Винни в страхе закрывает лапами лицо. А Зайцу смешно и весело. П.Б. «танцует» возле борющихся, нацеливаясь своей «рапирой» Волку в лоб. И тут появляется грациозный, пластичный Кот Леопольд. Дерущиеся поднимаются, отряхиваются, удивленные приходом незнакомца.)*

**ЛЕОПОЛЬД** (*улыбаясь*). Ребята, давайте жить дружно.

**ЗАЯЦ.** Это же Леопольд! Как вовремя ты пришел, Лепольдик.

**ЛЕОПОЛЬД.** Я всегда прихожу в нужный момент.

**ВОЛК.** Ты чей такой, танцор великолепный? У нас здесь кино, а не балет.

**ЛЕОПОЛЬД.** Умерьте пыл, милейший. Я видел все 18 выпусков «Ну, погоди!» и знаю, что вы – добрый малый, хоть часто стараетесь показаться другим. Я пришел поздравить всех вас, моих друзей, и всех, кто в зале, с днем рождения Федора Савельевича Хитрука и Вячеслава Михайловича Котеночкина. Я очень люблю их замечательные фильмы. Знаю, что их любят дети и взрослые. *(Обращается к залу.)*

*(Винни-Пух и Пятачок выходят вперед)*

**ПЯТАЧОК.** Мы, пока шли с Пухом к вам на праздник, сочиняли шумелки, кричалки, сопелки, пыхтелки. Вот, слушайте:

Шурум-бурум, турум-бурум

Кино мы любим сильно.

Как хорошо, что есть у нас

Любимые мультфильмы.

**ВИННИ-ПУХ.**

Шурум-бурум, турум-бурум.

Все станем в тесный круг.

Как хорошо, что есть у нас

Котеночкин, Хитрук.

*(Участники спектакля кланяются и неторопливо уходят.)*



## АПРЕЛЬ. СМОТРЕТЬ. БОЯТЬСЯ

ТРИЛЛЕР – ЖАНР ПРОСТОЙ: ОН ПРЕСЛЕДУЕТ ОДНУ ЕДИНСТВЕННУЮ ЦЕЛЬ – ВЗВОЛНОВАТЬ ЗРИТЕЛЯ И УДЕРЖАТЬ ЕГО В НАРАСТАЮЩЕМ НАПРЯЖЕНИИ ДО САМОГО ЗАВЕРШЕНИЯ ФИЛЬМА, ГДЕ ПРОИСХОДИТ ДОЛГОЖДАННАЯ РАЗВЯЗКА СЮЖЕТА. |Алексей Сохнев|

Конечно, с хичкоковских времен, когда сложился канон триллера, прошло много времени, отмоталось много километров пленки и триллеры стали разными – психологическими, приключенческими, фантастическими, триллер легко скрещивался с вестерном, романтической комедией, а фильм-нуар некоторые черты триллеров сделал своими опознавательными признаками. Но всегда отли-

чительной особенностью фильмов этого жанра оставалась атмосфера тревожного ожидания (или саспенса) и неявной опасности. На этой почве, кстати, триллеры стали путать с хоррорами – фильмами ужасов (хоррорами). Последние тоже вызывают у зрителя тревогу и напряжение (саспенс), проводя его через страх и агонию героев картины. Однако хорроры главным образом направле-

Лучшие американские триллеры (по версии Американского киноинститута<sup>1</sup>)

№	Название	Год выхода в прокат	Место в рейтинге наиболее кассовых фильмов всех времен	Производственный бюджет, \$ тыс.	Общемировые сборы, \$ тыс.
1	Психо	1960	н/д	806	32 000 <sup>2</sup>
2	Челюсти	1975	58	7000	470 653
3	Изгоняющий дьявола	1973	71	н/д	441 071
4	К северу через северо-запад	1959	н/д	н/д	н/д
5	Молчание ягнят	1991	195	19 000	272 743
6	Чужой	1979	479	11 000	104 932
7	Птицы	1963	н/д	н/д	н/д
8	Французский связной	1971	н/д	н/д	51 700
9	Ребенок Розмари	1968	н/д	н/д	н/д
10	Искатели потерянного ковчега (Индиана Джонс)	1981	88	18 000	384 140

<sup>1</sup> Источники: [www.imdb.com](http://www.imdb.com)., <http://www.filmsite.org/afi100thrillers1.html>

<sup>2</sup> Указаны валовые сборы на внутреннем рынке США.

## Наиболее кассовые триллеры в общемировом кинопрокате

№	Название	Год выхода в прокат	Место в рейтинге наиболее кассовых фильмов всех времен	Место в рейтинге наиболее кассовых фильмов в год выхода в прокат	Производственный бюджет, \$ тыс.	Общемировые сборы, \$ тыс.
1	Код да Винчи /триллер/	2006	21	5	125 000	758 240
2	Челюсти /триллер-хоррор/	1975	58	н/д	7 000	470 653
3	Знаки /фантастика-триллер/	2002	71	6	72 000	408 248
4	Беглец /эксн-триллер/	1993	97	3	н/д	368 875
5	Крепкий орешек -2 /эксн-триллер/	1995	109	10	90 000	361 212
6	Особое мнение /фантастика-триллер/	2002	111	17	102 000	358 373
7	Аполло 13 /эксн- триллер/	1995	113	3	н/д	355 238
8	Основной инстинкт /триллер/	1992	116	9	49 000	352 927
9	Ганнибал /триллер/	2001	118	12	87 000	351 692
10	Скорость /эксн-триллер/	1994	121	8	30 000	350 448

Источники: [www.imdb.com](http://www.imdb.com), [www.boxofficemojo.com](http://www.boxofficemojo.com)

ны на то, чтобы напугать зрителя и вызвать у него панический страх, близкий к переживаниям героев, то есть действуют на зрителя более прямолинейно, чем триллеры.

Большинство триллеров не являются крупнобюджетными фильмами. Из перечня лучших триллеров по версии Американского киноинститута очевидно, что в большинстве случаев великими часто становились картины, новаторские по сюжету и не требовавшие больших вложений в производство. История сама продиктовала формулу успеха: фильм не обязательно должен быть затратным, он должен быть истинным представителем своего жанра. Эмоции зрителя должны нагнетаться неожиданными поворотами сюжета, изобразительными и художественными экспериментами, щекочущей нервы жесткостью, которая вызывает отвращение к злодеям и сочувствие главным героям.

С другой стороны, нельзя не признавать, что триллер стал многолик – достаточно посмот-

реть на перечень наиболее кассовых фильмов этого жанра по общемировым сборам. Самыми доходными становятся гибридные формы триллера и боевика, фантастики или хоррора. А о смешении понятий триллер и хоррор и говорить нечего: именно к жанру хоррор в США отнесен фильм «Шестое чувство», а «Изгоняющий дьявола» включен Американским киноинститутом в перечень лучших триллеров, хотя в других случаях он относится к жанру хоррор. Вероятно, оба случая обусловлены присутствием в фильмах мистики.

Смешение жанров позволяет позиционировать фильм для более широкой аудитории, увеличивать бюджет производства и продвижения. Таким проектам чаще свойственны черты так называемого «большого» кино, а не кино жанрового, ориентированного на нишевую аудиторию. Это игра по-крупному, в которой участвуют очень немногие фильмы, и ставки здесь действительно высоки!



# ИДЕАЛЬНЫЙ НЕЗНАКОМЕЦ

| Елена Писарева |

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ ТРИЛЛЕР

## Что происходит

Руана Прайс, журналистка крупной нью-йоркской газеты, пытается найти человека, который убил ее подругу. Известно, что со своим будущим убийцей девушка познакомилась по Интернету. Нити преступления приводят к мультимиллионеру Харрисону Хиллу, владеющему крупным рекламным агентством. Чтобы найти улики, Руана решает отправиться в увлекательное, но опасное интернет-путешествие.

## Что интересного

Джеймс Фоули – режиссер крайне нестабильный. Количество удачных и неудачных работ среди его драм и триллеров примерно одинаково. Он то борется за «Золотого медведя» на Берлинском фестивале, то номинируется на «Золотую малину» как худший режиссер. Но вот жанр триллера Фоули знает от и до.

Необычна сама структура фильма. Одна история рассказывается здесь разными людьми и каждый раз поворачивается к зрителю новой стороной. Создатели фильма даже сняли три окончания фильма с разными персонажами в роли убийцы, и кого они выбрали для окончательной версии – останется тайной до премьеры.

А вот о том, что Холли Берри, получившая «Оскар» за роль в фильме «Бал монстров», демонстрирует в «Идеальном незнакомце» все новые грани своего таланта, стало известно заранее. Однажды актрисе пришлось играть постельную сцену в одиночестве (так как Уиллис опаздывал на съемки). И Берри справилась блестяще. По крайней мере, после монтажа эпизода влюбленные вместе очень органично выглядели на экране.

Кстати, «Идеальный незнакомец» стал первым фильмом, снятым на месте взорванного Всемирного Торгового Центра. Власти Нью-Йорка долго не разрешали строить специальные павильоны на месте башен-близнецов, но сдались, узнав, что одну из главных ролей в фильме играет Брюс Уиллис.

## Что с этим делать

Триллер «Идеальный незнакомец» обещает стать настоящим кинособытием апреля, и не только из-за звезд в главных ролях, на которых при продвижении, безусловно, нужно делать ставку. Картина сочетает в себе интересную детективную историю, любовную линию, любопытную и пока еще не затасканную тему online-общения, поэтому его аудитория достаточно широка. Если сравнивать «Незнакомца» с другими апрельскими триллерами, то участие Брюса Уиллиса делает фильм более интересным женской аудитории. Кстати, в США фильм получил ограничения по возрасту из-за открытых сцен и сцен насилия.

## автор сценария

ТОДД КОМАРНИКИ

## режиссер

ДЖЕЙМС ФОУЛИ

## оператор

АНАСТАС Н. МИХОС

## композитор

АНТониО ПИНТО

## продюсеры

РОНАЛЬД М. БОЗМАН,  
СТИВЕН ДЖ. ИДС

## в ролях:

БРЮС УИЛЛИС,  
ХОЛЛИ БЕРРИ,  
ДЖОВАННИ РИБИЗИ,  
ГАРИ ДУРДЭН,  
КЛЕА ЛЬЮИС,  
ДЕЙДРЕ ЛОРЕНЦ

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

1 час 49 мин.

мировая премьера

13 апреля 2007 г.

русская премьера

19 апреля 2007 г.

дистрибьютор

BUENA VISTA SONY PICTURES

## узнать о фильме:

Страница фильма в IMDb:

[www.imdb.com/title/tt0457433](http://www.imdb.com/title/tt0457433)

Официальный сайт фильма:

[www.sonypictures.com/movies/perfectstranger](http://www.sonypictures.com/movies/perfectstranger)



# ПАРАНОЙЯ

| Анна Слапня |

ТРИЛЛЕР

## авторы сценария

КРИСТОФЕР Б. ЛЭНДОН, КАРЛ ЭЛЛСВОРТ

## режиссер

ДИ ДЖЕЙ КАРУЗО

## оператор

РОХЕР СТОФЕРС

## композитор

ДЖЕФФ ДЗАНЕЛЛИ

## продюсер

Е. БЕННЕТТ УОЛШ

## в ролях:

ШИА ЛАБЕФ, ДЭВИД МОРС,  
КЭРРИ-ЭНН МОСС, САРА РЕМЕР,  
ХОСЕ ПАБЛО КАНТИЛЛЬО, МЭТТ  
КРЭВЕН, КЭТИ ИММОРДИНО,  
АМАНДА УОЛШ

США, 2007 г.

цв., 1 час 45 мин., 35 мм, Dolby  
Digital EX

мировая премьера

12 апреля 2007 г.

российская премьера

26 апреля 2007 г.

дистрибьютор

UPI-RUSSIA

## узнать о фильме

Страница фильма в IMDb:

[www.imdb.com/title/tt0486822/](http://www.imdb.com/title/tt0486822/)

Официальный сайт фильма (англ.):

[www.disturbia.com/](http://www.disturbia.com/)

## Что происходит

Подростковый возраст – не лучшее время для стрессов. У Кейла умер отец и теперь парень замкнулся в себе и перешел в категорию так называемых «трудных подростков». После нескольких выходов Кейл решением суда заключен под домашний арест на три месяца. Теперь его главное развлечение – наблюдать в бинокль за соседями. Оказывается, не все так спокойно в маленьком американском городке. Кейлу кажется, что в доме напротив живет маньяк-убийца. Вопрос только в том, правда это или паранойя заключенного в собственном доме героя.

## Что интересного

Обыгрывая сюжет «Окна во двор» (1954) Альфреда Хичкока, авторы решили обогатить свой фильм достижениями технического прогресса и модными сегодня мотивами податливости подростковой психики. Но пятьдесят лет назад в распоряжении героев были лишь огромный фотообъектив и стационарный телефон, а у сегодняшних «сыщиков» – цифровые видеокамеры, мобильные с фотоаппаратом, компьютеры... Все это задает совершенно другую природу тревоги. Зритель Хичкока вместе с героями почти весь фильм находился в состоянии мучительного ожидания и внимательного наблюдения за происходящим, зритель Карузо заворожено наблюдает за тем, как в считанные секунды с мобильного на ноутбук передаются фотографии, доказывающие, что предполагаемый маньяк покупает лопату. Или за тем, как видеокамера, направленная в окно, последовательно фиксирует все происходящее.

Но документальная фиксация событий не избавляет людей от паранойи, а быть может, еще больше ей способствует. Героям Хичкока приходилось делать логические умозаключения, чтобы докопаться до правды. Герои Карузо, буквально специализирующегося на криминальных драмах и триллерах – «Море Солтона», «Забирая жизни», «Деньги на двоих», – уже не могут доверять собственной голове. Мир ушел вперед.

## Что с этим делать

«Паранойя», на мой взгляд, любопытна прежде всего как парафраз классики. И в этом плане фильм будет интересен старшему поколению зрителей и киноманам. С другой стороны, Ди Джей Карузо принимал участие в создании сериала «Smallville», демонстрировавшегося на нашем телевидении под названием «Тайны Смолвиля». Это создаст для фильма мистический антураж и поможет привлечь в кинотеатр подростков. Но все же стоит указать, что в сравнении с достаточно мирным фильмом Хичкока в «Паранойе» хватает крови, ужасов и всех прочих атрибутов современного триллера.



# ПЕКЛО

|Евгения Маврина|

НАУЧНО-ФАНТАСТИЧЕСКИЙ ТРИЛЛЕР

## Что происходит

Середина XXI века. Мир потрясает сенсационное открытие: Солнце остывает и процесс этот протекает с невероятной скоростью. Предотвратить катастрофу может лишь мощнейший взрыв на поверхности угасающей звезды. Спасать человечество отправляется экспедиция из 8 человек на космическом корабле «Икарус-2» с огромной партией взрывчатки на борту.

## Что интересного

«Пекло» (слоган фильма – «Грядут темные дни» эффектно играет с оригинальным названием «Sunshine»/«Сияние солнца») – новая совместная работа талантливейшего кинодуэта Бойл-Гарленд. Именно Дэнни Бойл, один из самых интересных современных британских режиссеров, снявший культовую «кислотную» драму «На игле», приобщил писателя Алекса Гарленда к миру кино, взявшись в 1999 г. экранизировать его роман «Пляж». Вместе они работали и над не менее удачной картиной «28 дней спустя» (2002).

И вот союз берет новый рубеж: он предлагает на суд зрителей философскую притчу о вселенском разуме и гармонии бытия, поданную в удобоваримом развлекательном ключе. Да, «Пекло» – не просто очередная пугающая приключенческая история про то, как орудующий на новообретенном корабле маньяк переубедит всех сунувшихся узнать, в чем дело и не нужна ли помощь (подобный сюжет, правда, чаще в «земной адаптации», бытует в десятке третьесортных фильмов, «Корабль-призрак» – яркий тому пример). Это, скорее, лента в духе «Соляриса» Тарковского и «Космической одиссеи 2001» Кубрика, со скидкой на первоочередную задачу Бойла: развлечь зрителя по полной программе. Режиссер недаром говорит, что «духовная составляющая» фильма очень сильна, но его можно рассматривать и как триллер. Даже скромный бюджет в \$10 млн надо отработать.

## Что с этим делать

Фильм удобен для проката. Во-первых, ни в марте, ни в апреле на экран не выходит больше ни одной космической истории. А эта к тому же придется по вкусу как массовому, так и элитарному зрителю. Во-вторых, имена Дэнни Бойла и исполнителя роли одного из астронавтов Киллиана Мерфи, которого режиссер фактически открыл для большого кино в «28 днях...», привлекут стабильный процент аудитории, умеющей ценить хорошие фильмы и мастерскую актерскую игру. К тому же публика, судя по успеху фильмов этого направления, всегда не прочь пощекотать себе нервы апокалипсическими мотивами. Если предварительно в кинотеатре, памятуя о Дне космонавтики, провести ретроспективу отечественных и зарубежных лент о космосе, то касса, как минимум в первый уик-энд, будет обеспечена.

## автор сценария

АЛЕКС ГАРЛЕНД

## режиссер

ДЭННИ БОЙЛ

## оператор

ЭЛЬВИН КЮХЛЕР

## композиторы

КАРЛ ХАЙД,

РИК СМИТ,

ДЖОН МЕРФИ

## продюсеры

ЭНДРЮ МАКДОНАЛЬД,

БЕРНАРД БИЛЬЮ

## в ролях:

КРИС ЭВАНС,

КИЛЛИАН МЕРФИ,

ХИРОЮКИ САНАДА,

РОУЗ БИРН,

МИШЕЛЬ ЙЕО,

КЛИФФ КЕРТИС

ВЕЛИКОБРИТАНИЯ, 2007 г.

цвет., 35 мм, Dolby, 1 час 54 мин.

мировая премьера

5 апреля 2007 г.

российская премьера

19 апреля 2007 г.

дистрибьютор

ФОКС / ГЕМИНИ

## узнать о фильме:

Официальный сайт фильма (англ.):

[www.sunshinedna.com](http://www.sunshinedna.com)

Официальный сайт фильма (рус.):

[www.peklo-film.ru](http://www.peklo-film.ru)

Страница фильма в IMDb:

[www.imdb.com/title/tt0448134](http://www.imdb.com/title/tt0448134)



# ПРЕДЧУВСТВИЕ

| Мария Колодина |

**ТРИЛЛЕР**
**автор сценария**

БИЛЛ КЕЛЛИ

**режиссер**

МЕННАН ЯПО

**оператор**

ТОРСТЕН ЛИППСТОК

**композитор**

КЛАУС БАДЕЛТ

**продюсеры**

 АШОК АМРИТРАДЖ,  
 ДЖЕННИФЕР ГИБГОТ,  
 ДЖОН ДЖ. ДЖЭШНИ,  
 СУНИЛ ПЭРКЭШ,  
 АДАМ ШЕНКМАН

**в ролях:**

 САНДРА БАЛЛОК,  
 ДЖУЛИАН МАКМЭХОН,  
 НИА ЛОНГ,  
 ЭМБЕР ВАЛЛЕТТА,  
 МАРКУС ЛАЙЛ БРАУН,  
 КОРТНИ ТЭЙЛОР БЕРНЕСС

США, 2007 г.

цв., 35 мм, Dolby digital,

1 час 50 мин.

мировая премьера

16 марта 2007 г.

российская премьера

12 апреля 2007 г.

дистрибьютор

КАСКАД

**узнать о фильме:**

Официальный сайт фильма (англ.):

[www.sonypictures.com/movies/premonition](http://www.sonypictures.com/movies/premonition)

Страница фильма в IMDb:

[www.imdb.com/title/tt0477071](http://www.imdb.com/title/tt0477071)
**Что происходит**

В один из сумрачных осенних четвергов молодая домохозяйка Линда Хэнсон узнает о смерти уехавшего в командировку любимого мужа. Но следом наступает... понедельник. Обнаружив супруга живым и здоровым, женщина понимает, что прожила накануне события, которые еще только случатся. Отягощенная предчувствием, Линда решает предотвратить трагедию...

**Что интересного**

«Предчувствие» – дебют немецкого режиссера Меннана Япо в Голливуде. В конце 80-х он начал работу в кинематографе в качестве сотрудника дистрибьюторской компании, в 90-е писал сценарии и снимал короткометражки, сыграл небольшие роли у Питера Гринуэя («Интимный дневник») и Вольфганга Бекера («Гуд бай, Ленин!»), а в 2004-м снял триллер «Без звука», завоевавший специальный приз жюри на фестивале полицейского кино в городе Коньяк и платиновую награду международного фестиваля в Хьюстоне.

Для Билла Келли «Предчувствие» – всего лишь вторая сценарная работа: в конце 90-х он написал сценарий романтической комедии «Взрыв из прошлого» (1999), где у героев складываются не менее странные, чем у Линды Хэнсон, отношения со временем: внушив себе, что началась война, они просидели в бомбоубежище более тридцати лет.

Игра со временем или, точнее, игры времени с героем в «Предчувствии» напоминают уже классическую романтическую комедию «День сурка», культовый триллер «Помни» или прошлогодний «Дежа вю». По оценкам американских критиков, которые увидели фильм еще в середине марта, «Предчувствие» проигрывает и тому, и другому, и третьему. Западные издания признали, что картине недостает драматизма и напряженности действия. Однако это не помешало «Предчувствию» окупить свой бюджет в \$20 млн в первую же неделю проката.

**Что с этим делать**

«Предчувствие» выходит в российский прокат 12 апреля, то есть в один день с другим фильмом, жанр которого обозначен как триллер, – «Три ключа». Если учесть апрельскую атаку триллеров, неопределенное «Предчувствие» со слабой концовкой рискует просто не выдержать конкуренции. Чтобы этого не произошло, следует заранее озоботиться рекламой, которая будет направлена на привлечение в кинотеатры женской аудитории, и сделать основную ставку на имя столь любимой российскими зрителями актрисы Сандры Баллок.



# СТРЕЛОК

| Елена Писарева |

ПОЛИТИЧЕСКИЙ ТРИЛЛЕР

## Что происходит

Безработного снайпера морской пехоты Суэггера просят предотвратить убийство президента США. Согласившись помочь, Суэггер оказывается в центре заговора, одна из целей которого – выдать самого бывшего пехотинца за потенциального убийцу президента.

## Что интересного

«Стрелок» снят по книге Стивена Хантера «Точка столкновения», известной и любимой в США. Главный герой книги, а теперь и фильма – классический персонаж вестернов: бескомпромиссный одиночка с обостренным чувством справедливости. Этот герой без труда может стать любимым не только в Америке.

За переработку книги Хантера в сценарий взялся Джонатан Лемкин. Чтобы лучше понять своего героя, сценарист даже прошел курсы подготовки снайпера на базе морской пехоты (потом на базу попадет и Марк Уолберг, исполнитель главной роли).

Режиссером фильма стал Антуан Фукуа. Его детективная драма «Тренировочный день» собрала в прокате около \$80 млн. Последнее, что видели российские зрители «от Фукуа», – это блокбастер «Король Артур», заработавший в прокате лишь половину своей стоимости. После того как с историческими боевиками у Фукуа не заладилось, режиссер вернулся к детективам, с которыми ему явно везет больше. Результат американские критики оценили как добротный, хотя и не слишком оригинальный. В премьерный уик-энд обогнать «Стрелка» с его \$14,5 млн по кассовым сборам смогли только новички «Черепашки-ниндзя» и работавшие вторую неделю «300 спартанцев».

## Что с этим делать

«Стрелок» – картина для думающих людей, которым мало одного экшна. Присутствие сложной человеческой истории и политических интриг расширяет аудиторию триллера. Это уже не только молодые люди, но и взрослые мужчины, интересующиеся политикой и работой спецслужб. Создатели фильма признаются, что опирались на конспиративные триллеры 70-х годов, а значит, их поклонники тоже окажутся на сеансах «Стрелка». Девушек на фильм можно заманить именем исполнителя главной роли – Марка Уолберга – номинанта на «Оскар» и «Золотой глобус» за роль детектива в фильме «Отступники», который обладает не только привлекательной внешностью, но и прекрасными физическими данными, что позволяет ему самому исполнять в фильме самые сложные трюки.

Жанровая разнородность «Стрелка» и, как следствие, возможность заинтересовать разных зрителей помогут прокату картины, стартующей одновременно с еще двумя триллерами и двумя экшнами.

## авторы сценария

СТИВЕН ХАНТЕР,  
ДЖОНАТАН ЛЕМКИН

## режиссер

АНТУАН ФУКУА

## оператор

ПЕТЕР МЕНЗЕС-мл.

## композитор

МАРК МАНЧИНА

## продюсер

ЛОРЕНЦО ДИ БОНАВЕНТУРА

## в ролях:

МАРК УОЛБЕРГ,  
ДЭННИ ГЛОВЕР,  
МАЙКЛ ПЕНЬЯ,  
КЕЙТ МАРА,  
ЭЛИАС КОТЕАС,  
РОНА МИТРА

США, 2007 г.  
цв., 2 часа 4 мин., 35 мм, Dolby  
Digital  
мировая премьера  
23 марта 2007 г.  
русская премьера  
12 апреля 2007 г.  
дистрибьютор  
UPI-RUSSIA

## узнать о фильме:

Страница фильма в IMDb:  
[www.imdb.com/title/tt0822854](http://www.imdb.com/title/tt0822854)  
Официальный сайт фильма:  
[www.shootermovie.com](http://www.shootermovie.com)



# ТРИ КЛЮЧА

| Мария Колодина |

**МИСТИЧЕСКИЙ ТРИЛЛЕР**

## авторы сценария

 АЛАН Б. МАКЭЛРОЙ,  
ТЕД ДЕККЕР

## режиссер

РОББИ ХЕНСОН

## оператор

СЕБАСТЬЯН МИЛАШЕВСКИ

## композитор

ДЭВИД БЕРЖО

## продюсеры

 РАЛЬФ ВИНТЕР  
ДЖО ГУДМАН,  
БОББИ НЕТЦ

## в ролях:

 МАРК БЛУКАС,  
ДЖАСТИН ВЭНДЭЛЛ,  
ЛАУРА ДЖОРДАН,  
МАКС РЯН,  
БИЛЛ МОСЛИ,  
ТОМ БАУЕР,  
ПРИСЦИЛЛА БАРНС

 США—Польша, 2007 г.  
цв., 35 мм, Dolby digital,  
1 час 41 мин.

 мировая премьера  
5 января 2007 г.  
российская премьера  
12 апреля 2007 г.  
дистрибьютор  
ЛЮКСОР

## узнать о фильме:

 Официальный сайт фильма (англ.):  
[www.foxfaithmovies.com/thr3e/](http://www.foxfaithmovies.com/thr3e/)  
Страница фильма в IMDb:  
[www.imdb.com/title/tt0486028/](http://www.imdb.com/title/tt0486028/)

## Что происходит

Жизни студента семинарии Кевина Пэрсона угрожает опасность: за ним охотится известный психопат, так называемый Загадочный Убийца.

## Что интересного

«Три ключа» — экранизация одноименного бестселлера Теда Деккера, в котором автор в жанре «христианской фантастики» решает проблемы добра и зла, Бога и Дьявола, греха и его искупления. Режиссер фильма Робби Хенсон имел опыт работы с такими темами: в прошлом году в прокат вышел его триллер «Пришествие», где главным двигателем сюжета также являются «дьявольские происки». Российский зритель, возможно, помнит еще и такие работы Хенсона, как вестерн «Армия фараона» и боевик «Метка» с Билли Бобом Торнтоном. Однако дистрибьютор продвигает «Три ключа», козыряя именем одного из самых почитаемых в Голливуде продюсеров. Ральф Винтер (совладелец компании Namesake Entertainment и создатель хитов «Люди X 1, 2, 3», «Инспектор Гаджет», «Стар Трек III, IV, V, VI») стал продюсером триллера, а «Три ключа» — «фильмом от создателей «Люди X».

Производственной базой триллера был город Лодзь (Польша), что позволило создателям уложиться в мизерный по голливудским меркам бюджет \$2,4 млн. Однако прокат фильма в США не окупил даже эти затраты. Возможно, причина заключалась в позиционировании картины как мистического триллера. Присутствие христианской тематики — еще не повод для того, чтобы называть фильм «христианским» или «мистическим». Религиозная составляющая в триллере «Три ключа» проскальзывает лишь в отдельных монологах, да еще при решении некоторых задачек маньяка герои используют цитаты из Евангелия. Фильм Хенсона — в первую очередь триллер, и более уместными аналогиями ему будут фильмы о серийных маньяках вроде «Молчания ягнят» и «Семи».

## Что с этим делать

Зрителю, не читавшему роман «Три ключа», придется быть максимально внимательным: фильм предельно точно воспроизводит все тонкости и детали запутанного сюжета и при просмотре зачастую просто не успеваешь за логикой стремительно развивающегося действия. Однако эта динамичность идет только в плюс творению Робби Хенсона, если сравнить его с «Предчувствием», релиз которого также намечен на 12 апреля. Возможно, для того, чтобы повысить кассовые сборы, имеет смысл перепозиционировать фильм как «экшн-триллер» и обратить внимание будущих зрителей на «издержки» христианской тематики: нетипичное для триллера отсутствие ругательств, обнаженных тел и кровавых сцен, которыми широкий зритель уже, пожалуй, перекормлен.

# КАК ЗАРАБОТАТЬ НА СТРАХАХ

В АПРЕЛЕ ЭТОГО ГОДА, НЕ БОЯСЬ ВЗАИМНОЙ КОНКУРЕНЦИИ, В ПРОКАТ ВЫХОДИТ СРАЗУ 7 ТРИЛЛЕРОВ. СТАНУТ ЛИ «ТЕМНЫЕ ЛОШАДКИ» ФАВОРИТАМИ И СТОИТ ЛИ ИГРА СВЕЧ? |Алексей Сохнев|

## КЛЮЧ К ЗРИТЕЛЬСКОМУ УСПЕХУ

Участники отечественного кинопрокатного рынка отмечают, что триллеры популярны у определенной, уже сформировавшейся категории зрителей, основу которой составляет, конечно же, молодежь. Любителей испугаться привлекает возможность испытать яркие эмоции, которые в повседневной жизни лучше бы и не появлялись. Эта аудитория постепенно обновляется, поскольку с возрастом у многих пропадает интерес к просмотру таких фильмов.

Преимущество, состоящее в наличии постоянной аудитории, является одновременно и недостатком, поскольку зрители искушены в этом жанре и судят фильмы строго, голосуя ногами и кошельками. Именно поэтому в последнее время стали проводиться яркие рекламные кампании, художественные и технические эксперименты, создающие триллеру яркий образ страшного и ужасного, интригующего и захватывающего.

Как и для любого фильма, решающим фактором зрительского успеха в первые дни проката триллера служит правильная кампания по его продвижению. В дальнейшем же главную роль перенимает «сарафанное радио», привлекающее или отталкивающее от кинотеатров зрителей, не посетивших кинотеатры в первую неделю.

Триллер, как жанровое кино, требует прямого маркетинга: доведения рекламной информации до целевого потребителя актуальными для него средствами. В условиях переизбытка разнородной информации только прямое общение кинотеатра с потенциальным зрителем может привлечь его в кинотеатры.

Еще одной особенностью работы с триллерами является значительное предложение фильмов этого жанра на рынке. Регулярно выходят как крупнобюджетные, так и

малобюджетные триллеры, большинство которых представляет собой переложение уже встречавшихся в том или ином виде сюжетов. Задача прокатчика и кинотеатра здесь – выделить потенциальные «звездочки», которые станут популярными у определенной категории зрителя. Для кинотеатра вопрос, что продвигать, имеет не меньшее значение, чем вопрос, как продвигать.

**«ПОСТОЙТЕ, МЫ ЖЕ ПРОФЕССИОНАЛЫ!» – ХОТЕЛОСЬ ВОСКЛИКНУТЬ НА ВЕЧЕРНЕМ СЕАНСЕ ТРИЛЛЕРА «ПАРАНОЙЯ» ОТ UPI.**

Беседы с участниками прошедшего в марте кинорынка приводят к выводам о том, что некоторые кинотеатры в России взрастили собственную аудиторию для различных жанров кино, в том числе и для триллеров. Директоры кинотеатров, лично расположенные к фильмам этого жанра, готовы работать с ними и делают это эффективно, находя правильный подход к зрителю. Многие директора и руководители кинотеатров, ответственные за репертуарное планирование, сами очень бояться смотреть триллеры и фильмы ужасов. «Постойте, мы же профессионалы!» – хотелось воскликнуть на вечернем сеансе триллера «Паранойя» от UPI, когда наши коллеги-женщины убежали из зала. Они делали это вовсе не потому, что уже успели оценить фильм с точки зрения коммерческого потенциала и не нашли в нем ничего привлекательного для зрителя, а просто по причине охватившего их страха из-за происходящего на экране.

В ходе проката важно учитывать и местные особенности зрительских предпочтений. Несколько наших собеседников прямо отмечали, что восточнее Урала триллеры и хорроры зритель воспринимает очень хорошо, что положительно сказывается на

валовых сборах по результатам кинопоказа. По признанию директора компании «Люксор фильм» Сергея Сорочкина, триллеры пользуются сверхпопулярностью, например, в Якутии. Как известно, якутские продюсеры, довольно интенсивно развивающие региональное кинопроизводство, тоже уделяют пристальное внимание этому жанру. Триллер/хоррор местного производства «Тропа смерти» в 2006 г. только за первую неделю проката в Якутске окупил свой производственный бюджет, и в настоящее время его авторы снимают сиквел «Тропа смерти 2. Искупление».

Не исключено, что цифры не отражают реальную популярность триллеров в отечественном прокате, поскольку в некоторых кинотеатры фильмы этого жанра могут не доходить из-за предпочтений ответственных за репертуарное планирование. Так, может, кинотеатрам стоит попробовать? Ведь если аудитория воспримет такой фильм и пойдет на него, успех может быть впечатляющим.

## АПРЕЛЬСКИЙ КОШМАР

Из 33 фильмов, запланированных к выходу в кинопрокат в апреле 2007 г., – 7 триллеров и 4 фильма ужасов, то есть в целом больше трети от общего числа новых картин. Определение нашими прокатчиками жанра весьма условно, поскольку во многих случаях фильм заявлен в США как хоррор, тогда как у нас он назван, например, мистическим триллером. Перепозиционирование позволяет ориентироваться на более широкую аудиторию, поскольку жанр фильма ужасов более специфичен, чем триллер. В целом в нашей стране триллеры и хорроры для массового зрителя, а иногда и для кинопрокатчиков – примерно одно и то же. То есть конкурировать в апреле между собой будут все 11 фильмов.

Судя по всему, конкуренция между этими фильмами не будет осмысленной, поскольку прокатчики не предлагают кинотеатрам никаких специальных механизмов продвижения триллеров и хорроров. Для отечественных прокатчиков это обычный продукт,

Триллеры, выходящие в кинопрокат на территории России в апреле 2007 г.

№	Название	Дата выхода в прокат в России	Прокатчик в России	Дата выхода в прокат в США	Производственный бюджет	Валовые сборы в США/ в мире, \$ тыс.
1.	Заброшенный дом	05/04/07	Пирамида	23/02/07	3 млн. евро	1 255*/н.д.
2.	Три ключа	12/04/07	Люксор	07/01/07	\$ 2400 тыс.	978 / н.д.
3.	Предчувствие	12/04/07	Каскад	16/03/07	\$ 20 000 тыс.	21 012*/ 1 985*
4.	Белый шум 2: Сияние	19/04/07	Пирамида	07/01/07 (Вкб)	н/д	не вышел в прокат / 1,3 млн. фунтов в Вкб
5.	Идеальный незнакомец	19/04/07	BVSP	13/04/07	н/д	не вышел в прокат
6.	Невидимый	26/04/07	Парадиз	27/04/07	н/д	не вышел в прокат
7.	Паранойя	26/04/07	UPI	13/04/07	н/д	не вышел в прокат

\* Прокат не завершен.

Источники: [www.imdb.com](http://www.imdb.com), [www.boxofficemojo.com](http://www.boxofficemojo.com), данные компаний.

весьма специфичный по своему содержанию, но способный сам по себе привлечь целевого зрителя в кинотеатры. Задействуются обычные для среднебюджетных фильмов каналы рекламы: радио- и наружная реклама, флаеры и плакаты. Среди новаторских способов привлечения зрителей – работа в блогах и форумах, где инициируются обсуждения каких-либо тем, сюжетов или конкретных фильмов. Именно данный способ представляет собой ноу-хау прокатных компаний, поскольку таким образом целевая аудитория охватывается практически полностью. Считается, что в Интернете проводит время наиболее активная молодежь, ориентированная на жанровое кино, в том числе на триллеры, и способная привести в кино менее активных друзей. Однако творческие, нестандартные рекламные кампании по продвижению жанровых фильмов в России по-прежнему практически отсутствуют. Как не вспомнить здесь фильм «Ведьма из Блэр», когда внимание американской общественности привлек показанный на ТВ псевдодокументальный фильм и объявления о якобы пропавших молодых людях и девушках. Фильм собрал в американском прокате около \$140 млн, а в общемировом – почти \$250 млн при производственном бюджете \$35 тыс. и расходах на рекламу около \$15 млн.

В ситуации стандартного подхода к проектам со стороны прокатчиков инициатива переходит непосредственно к кинотеатрам. Творческие рекламные кампании способны привлечь молодежную аудиторию, которую необходимо заинтересовать сюжетом, обстоятельствами съемок, затрагиваемыми проблемами, атрибутами, имеющими отношение к фильму. Например, для продвижения «Ведьмы из Блэр» как атрибуты фильма использовались сделанные из веток члечовки и узоры в форме колдовских знаков.

Любой нетрадиционный подход действует на зрителя во много раз сильнее обычной полиграфической продукции. Можно придумать особенные символы для фильма и даже выйти с инициативой их применения к прокатчику. Если же

прокатчик не поддерживает выдвинутую инициативу, – постараться применить ее у себя или в сотрудничестве с другими кинотеатрами. В конце концов, каждый сам создает свой успех.

#### **ТВОРЧЕСКИЕ, НЕСТАНДАРТНЫЕ РЕКЛАМНЫЕ КАМПАНИИ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ ЖАНРОВЫХ ФИЛЬМОВ В РОССИИ ПО-ПРЕЖНЕМУ ОТСУТСТВУЮТ.**

В ситуации острой конкуренции фильмов одного жанра у разных прокатных компаний именно специальные механизмы продвижения могут стать для кинотеатров основным критерием выбора. Как выяснилось в результате нашего небольшого исследования, сегодня такой подход прокатчиками еще не применяется. Однако все может и должно измениться очень скоро, поскольку именно к этому подталкивает растущая конкуренция на рынке.

Обычного ки-арта и роликов оказывается недостаточно. Особенно это относится к кинопрокатным компаниям, традиционно занимающимся этим жанром. Если прокатчик и сотрудничающие с ним кинотеатры хотят осуществить прорыв и сделать выдающиеся сборы, важно применить нетрадиционный подход к продвижению фильма. По сути, все триллеры и хорроры обладают массой схожих признаков и зритель просто не может понять, чем один отличается от другого.

Из приведенных примеров видно, что практически во всех случаях, чтобы добиться исключительных результатов, необходимо проявить инициативу и предложить зрителю нестандартную рекламу и информацию, позволяющую ему выделить фильм и обратиться на него более пристальное внимание. На мой взгляд, больше усилий по нестандартному и творческому продвижению жанровых фильмов стоит прикладывать не только кинотеатрам, но и прокатчикам, подходы которых во многих случаях универсальны как для крупнобюджетных экшн-фильмов, так и для нишевых триллеров. Разница должна проследиваться не только в масштабах рекламных кампаний, но и в способах взаимодействия с потенциальным зрителем.

## ВАКАНСИЯ НА ТРИЛЛЕР

НАЧИНАЯ С 5 АПРЕЛЯ, С ДИСТАНЦИЕЙ В ДВЕ НЕДЕЛИ, КИНОКОМПАНИЯ «ПИРАМИДА» ВЫПУСТИТ ТРИ ТРИЛЛЕРА – «ЗАБРОШЕННЫЙ ДОМ», «БЕЛЫЙ ШУМ 2: СИЯНИЕ» И «ВАКАНСИЯ НА ЖЕРТВУ». ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР КОМПАНИИ ГЕОРГИЙ НЕРСЕСОВ ПОДЕЛИЛСЯ СВОИМИ СООБРАЖЕНИЯМИ ОБ ОСОБЕННОСТЯХ РАБОТЫ С ФИЛЬМАМИ ЭТОГО ЖАНРА. |Алексей Сохнев|

### Неизменное присутствие триллеров в пакете «Пирамиды» – это осознанная политика компании?

У нас исторически сложились хорошие деловые отношения с прокатчиками жанрового кино, такими как Screen Gems (Sony), Lions Gate, что и влияет на наполнение репертуара. А успешность подобных фильмов в прокате делает наше сотрудничество взаимовыгодным.

### Screen Gems или Lions Gate делятся с вами специфическими технологиями продвижения своих фильмов?

Взаимодействие с зарубежными правообладателями проходит по позиционированию фильмов на местном рынке: совместно мы определяем целевую аудиторию картин, жанр, содержательные акценты продвижения. Что касается самого продвижения, то в этом процессе слишком много локальной специфики, которую зарубежный правообладатель не может учесть в своих рекомендациях. Они предоставляют нам ки-арт, пресс-релизы, но даже их таг-лайны мы часто перефразируем с учетом специфики русского языка и зрительского восприятия.

На особенности продвижения фильма влияют прежде всего характеристики самого продукта. Когда мы в прошлом году запускали первую часть «Хостела», ничего, кроме фразы «Квентин Тарантино представляет», до премьеры не работало (*Квентин Тарантино был продюсером фильма своего друга режиссера Эли Рота – А.С.*). После премьеры самым сильным стимулом для раскрутки картины стало сумасшедшее «сарафанное радио», сложившееся, в частности, благодаря прессе США,

которая писала о фильме не иначе как о «самом страшном фильме десятилетия».

### С чем связано различное жанровое позиционирование трех триллеров, выпускаемых вашей компанией в ближайшее время: «Заброшенный дом» – мистический триллер, «Белый шум 2: Сияние» – мистический психотриллер и «Вакансия на жертву» – саспенс-триллер?

Наша цель заключается в том, чтобы зритель не воспринимал фильмы, выходящие с коротким временным промежутком, а также стилистически и жанрово близкие друг другу, как совершенно одинаковые. Например, «Заброшенный дом» обозначен

### ТАГ-ЛАЙНЫ МЫ ЧАСТО ПЕРЕФРАЗИРУЕМ С УЧЕТОМ СПЕЦИФИКИ РУССКОГО ЯЗЫКА.

как мистический триллер. Его русское название не вполне соответствует оригинальному «Abandoned» (то есть «заброшенный», «покинутый»), что сделано специально для лучшего восприятия зрителем и точно отражает содержание, поскольку действие картины почти полностью происходит в одном доме российской глубинки.

### Этим названием вы хотели вызвать у зрителей ассоциацию с другими популярными триллерами – сразу вспоминается, например, «Призрак дома на холме».

Да, мы попытались использовать еще и «генетическую память жанра» у зрителя и привлечь его в кинотеатры по ассоциации с прошлыми, понравившимися ему филь-

мами. Мы ориентируемся именно на поклонников триллеров, поэтому, как только у нас появляются трейлеры к фильмам, мы стараемся разместить их перед показом картин близкого жанра. Так хотелось, чтобы перед «Заброшенным домом» кинотеатры показывали ролик «Белого шума 2» и «зацепили» целевого зрителя.

**В выпуске одножанровых фильмов за столь короткий промежуток времени есть свой риск...**

Безусловно, но такие сроки диктуются общими принципами работы в сфере кинопроката. Мы не хотим отставать от даты начала проката в США и не пытаемся позиционировать картины вместе, а представляем их как совершенно самостоятельные продукты.

Жанр сиквела «Белого шума» определен нами как мистический психотриллер (в международном прокате фильм обозначен как «хоррор/триллер». – А.С.). Поначалу мы хотели обозначить его как психологическую драму, но на драму зритель не ходит вообще – и мы этого не сделали. От «Заброшенного дома» он отличается тем, что рассматривает философские вопросы жизни после жизни. И это тоже можно использовать в процессе продвижения фильма. Например, мы решились

на новацию и перевели второе название «Light» как «Сияние», сделав отсылку к фильму Стенли Кубрика «Сияние» (хотя «light» с английского переводится скорее как «свет»). Эту ассоциацию нельзя назвать спекулятивной, поскольку она отражает представления обоих режиссеров о мире, лежащем за гранью жизни. Отсюда и смысловой текст на постере «Белого шума» о том, что человек может увидеть во время клинической смерти. Наша прокатная компания делает акцент на этой теме и будет опираться на нее в процессе продвижения.

**Чем будет отличаться продвижение каждого из триллеров?**

Прежде всего масштабами, которые будут увеличиваться по нарастающей. «Заброшенный дом» выйдет приблизительно 100 копиями. «Белый шум 2» – тиражом раза в два больше. «Вакансию на жертву» будем стараться довести до 270 копий. Это большие проекты, и единственное, что нам может помешать, – значительная конкуренция на рынке.

В продвижение каждого следующего фильма будет вкладываться больше средств, чем в продвижение предыдущего, поскольку коммерческий потенциал каждого следующего нашего фильма выше.



«Заброшенный дом» не станет коммерческим хитом на российском рынке, хотя это крепкий фильм и у него есть дополнительный прокатный плюс: действие картины происходит в России. «Белый шум 2» име-

### **МЫ ХОТЕЛИ ОБОЗНАЧИТЬ ФИЛЬМ КАК ПСИХОЛОГИЧЕСКУЮ ДРАМУ, НО НА ДРАМУ ЗРИТЕЛЬ НЕ ХОДИТ ВООБЩЕ.**

ет историю, хотя позиционируется как самостоятельный продукт вне строгой связи с первой частью картины. Сюжет, безусловно, похож, но фильм более серьезен по своему содержанию. Наконец, «Вакансия на жертву» – это продукт самой крупной мировой студии, системно работающей в жанре хоррор / триллер, поэтому и коммерческий потенциал этого фильма выше.

### **Какие-либо параметры продвижения уже известны?**

Целевая аудитория фильмов жанра триллер – люди в возрасте 14–35 лет – наиболее активная часть киноаудитории. Для этой части зрителей наиболее эффективные каналы продвижения – телевизионные каналы «Муз ТВ» и MTV, федеральные радиостанции формата «Динамит FM», «Максимум», и, конечно же, Интернет. Присутствие глобальной рекламы на федеральных телеканалах в случае проката жанровых фильмов не обязательно. Она возможна на таких фильмах, как, например, «Другой мир 2», который представляет собой смешение нескольких жанров и ориентирован на широкую аудиторию. Для наших фильмов эффективным средством донесения до зрителей нужной информации служит реклама в печатных изданиях, реклама в кинотеатрах (стенды, постеры, флаеры и др.).

### **Предполагаете ли вы проводить какие-то специальные акции по продвижению фильмов совместно с кинотеатрами?**

Мы предусмотрели некоторые мероприятия. Кроме того, делаем довольно много

сувенирной продукции, в том числе футболок. Ключевую роль в представлениях о фильме все равно сыграет мнение зрителя, поскольку после первого уик-энда все зависит от «сарафанного радио». Поэтому важно заранее настроить его на нужную волну. Здесь очень многое зависит от самих кинотеатров: отдел рекламы и продвижения, который всегда есть в крупном кинотеатре, может на месте провести «мозговую штурм» и реализовать дополнительные рекламные мероприятия. А личная симпатия к фильму со стороны директора кинотеатра или ответственного за его продвижение может обеспечить значительно большую кассу, чем это было бы в любом другом случае. Я говорю это, опираясь на собственный опыт: в свое время решил поэкспериментировать и поставил в своем кинотеатре значительным количеством сеансов фильм «Птицы» Жака Перрена. И мой эксперимент удался – бокс-офис был на уровне «выше среднего», то есть зритель оказался готов смотреть не только голливудское кино. Так могут экспериментировать все кинотеатры, самостоятельно дорабатывая ролики и адаптируя или изготавливая другие рекламные материалы.

### **ПРИСУТСТВИЕ ГЛОБАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ НА ФЕДЕРАЛЬНЫХ ТЕЛЕКАНАЛАХ В СЛУЧАЕ ПРОКАТА ЖАНРОВЫХ ФИЛЬМОВ НЕ ОБЯЗАТЕЛЬНО.**

### **Как вы думаете, кинотеатры различают выходящие в апреле триллеры?**

Мы надеемся, что они отличают один фильм от другого. Мы прикладываем максимум усилий для этого. Запрограммировать что-либо очень сложно – многое зависит от самой картины, и неизвестно, что для зрителя в конкретный момент станет наиболее привлекательным. Мы выпустим меморандум для кинотеатров, в котором будут содержаться основные предложения по продвижению и прокату наших фильмов. Надеемся, что он поможет кинотеатрам в работе.

# ЛЕГКО ЛИ БЫТЬ МОЛОДЫМ В ПРОКАТЕ

| Лера Бахтина |

*Продолжаем публикацию исследования особенностей проката фильмов о молодом современномнике, начатую в предыдущем номере «Кинемеханика» (№3, 2007).*

## ПРОКАТ КАК СТИХИЯ

До проката в ноябре трагикомедия «Граффити» успела удачно выступить и получить призы на не слишком громких, зато «зрительских» фестивалях: «Серебряная ладья» Выборгского «Окно в Европу» и «Лучший фильм программы» «Арт-линия» фестиваля газеты «МК» «Московская премьера». И тот, и другой – призы зрительских симпатий. Что же, зрительский интерес к картине обеспечен?

Режиссер «Граффити» Игорь Апасян снял выстраданное и пережитое высказывание о современном художнике и современных людях, населяющих нестоличную Россию, их взаимоотношениях и долге творца. И несмотря на то что герой – студент-художник – у Апасяна находит свое призвание и смысл творчества, пожив и поработав в деревне. «Граффити» режиссер считает фильмом не массовым, а фестивальным и адресованным самой разной аудитории.

Продюсер Максим Хусаинов также подчеркивает особый «формат» фильма, хотя и переживает, что на фестивале «Московская премьера» «Граффити» попал в программу «Арт-линия», притом что сходный по теме-идее «Остров» Лунгина вошел в главную программу «Великолепная семерка».

В результате вполне ожидаемо за прокат «Граффити» взялся дистрибьютор, который умеет работать с артхаусными картинками, – кинокомпания «Парадиз». «Парадизу», как и дистрибьюторам «Живого», хотелось раздвинуть рамки артхаусного проката. И то, что главным героем фильма был молодой человек, не стало руководством к поиску аудитории. Целевой аудиторией был признан зритель, неопреде-

ленный по возрасту, но заинтересованный в неголливудском, другом, озадачивающем проблемами кино.

Поэтому специфической работы с молодым зрителем почти и не было, если не считать создания не слишком изобретательного и насыщенного сайта фильма и показ роликов «Граффити» во время матчей Лиги Чемпионов (данные предоставлены службой продвижения и маркетинга кинокомпания «Парадиз»).

В первый ноябрьский уик-энд «Граффити» 98 копиями заработал \$187 тыс. (\$1908 на копию). Трагикомедия Игоря Апасяна заняла 7-ю позицию и из других премьер уик-энда обошла «Сенсацію» (правда, у той 10 экранов и \$133 тыс., то

## О ФИЛЬМАХ О МОЛОДЕЖИ

*Надежда Борисовна Быстрова, директор, «Синема Парк», Санкт-Петербург*

**«КОНЕЧНО, МЫ БУДЕМ ПРОКАТЫВАТЬ ФИЛЬМЫ О МОЛОДЕЖИ! ХОТЯ ОНИ НЕ ГАРАНТИРУЮТ КАССУ. НАПРИМЕР, ОТ «ЖАРЫ» ОЖИДАНИЕ БЫЛИ ОГРОМНЫЕ, ПЕРВЫЙ УИК-ЭНД ФИЛЬМ ОТРАБОТАЛ ХОРОШО, А ПОТОМ – РЕЗКИЙ СПАД. ПОТОМУ ЧТО КИНО ЭТО НИ О ЧЕМ, «ДУБЛЬ ДВА», «ПИТЕР FM».**

есть наработка равна \$13 299). В следующий уик-энд теми же копиями фильм собрал еще \$147 тыс. (наработка \$1503) и достойно отступил на 8-е место (-21,51%), задвинув на 9-е и 10-е новичков – «Агент 117» и «Бесстрашный». Общий итог \$492 тыс. не покрыл бюджета картины, оставил среди создателей фильма легкое недовольство, прикрытое пониманием трудностей рыночной ситуации. Не слишком довольны или совсем недовольны прокатом и работавшие с «Граффити» кинотеатры: мало рекламы, почти отсутствовала

поддержка дистрибьюторов. В опросе «Кинемеханика» из шести расписавших по сеансам кинотеатров – пять недовольных (Улан-Удэ, Челябинск, Санкт-Петербург, Волгоград и Москва («МДМ-кино») и один довольный (Рязань). Откуда же взялся этот единственный? Объяснение просто: фильм снимался в Рязанской области, о чем местная пресса сообщала не раз, а на премьеру приехали продюсер и актеры, то есть стихийно были отработаны два этапа грамотного продвижения фильма.

#### О ФИЛЬМАХ О МОЛОДЕЖИ

*Алена Прохорова, помощник генерального директора, «Фитиль», Москва*

**«ОБЯЗАТЕЛЬНО БУДЕМ ПРОКАТЫВАТЬ ФИЛЬМЫ О МОЛОДЕЖИ! МОЛОДЕЖИ СТАЛО ИНТЕРЕСНО СМОТРЕТЬ «КИНО ПРО СЕБЯ». ДАЖЕ ЕСЛИ СЕЙЧАС НЕ МНОГО ХОДЯТ, МЫ ДУМАЕМ, ТЕНДЕНЦИЯ БУДЕТ РАЗВИВАТЬСЯ».**

Но вновь кинопрокат дает лишь промежуточный результат: DVD продаются активно (как говорит Максим Хусаинов, «по прогрессирующей»), а права на телепоказ купил Первый канал. На форумах зрители восхищенно восклицают: «Потрясение... Вчера весь день с этим фильмом. Сначала смотрел сам, потом по возвращении домой жены и 15-летнего сына посадил смотреть их, а поздно вечером увидел их, пересматривающих фильм еще раз. Давно так ничего не цепляло» (обсуждение «Граффити» на сайте [www.rus kino.ru](http://www.rus kino.ru)). Фильм потихоньку, без усилий прессы и дистрибьюторов, находит и своего зрителя, и свою копейку.

#### ЛОВУШКА ДЛЯ АРТ-ХАУСА

Если «Граффити» на фестивалях был отмечен зрителями, то «Свободное плавание» стал настоящим любимцем фестивалей и премий. Призами «За лучший фильм» и «Лучшую режиссуру» осыпали его на смотрах в России (и в Польше). А Мостра – Венецианский кинофестиваль – удостоил показа в программе «Горизонты». Критики писали о «Свободном плавании» или восторженно, или вдумчиво-уважительно: «лучший» и «едва ли не лучший фильм года», «хороший, если не шедевр», «лучшее из всего, что сделал российский кинематограф за последнее время»... Авторы газеты «Коммерсантъ» посвятили фильму не меньше четырех публикаций. Режиссера не раз лестно сравнивали с Трюффо, Джармушем, Каурисмяки, Иоселиани. Казалось бы, ошибиться можно только в итоговых цифрах сборов, но уж сомневаться в успехе проката просто нелепо. Но так кажется только непосвященным в особенности отечественного проката.

«Свободное плавание» стартовало 9 ноября 2006 г. на 19 копиях и заработало \$11 589. На 22 февраля в копилке дистрибьюторов оказалось чуть больше миллиона рублей. «Полный провал», – спокойно прокомментировал ситуацию Антон Мазуров, креативный директор «Кино без границ» – дистрибьютора фильма.

Не слишком довольны прокатом и кинотеатры: в опросе «Кинемеханика» – «Орленок» (Нижний Новгород), «Буревестник» (Ростов-на-Дону) и «Фитиль» (Москва). «Мы рассчитывали на больший интерес со стороны зрителей, но не знаем, почему этот фильм не имел успеха, хотя имя

В опросе «Кинемеханика» участвовало 20 кинотеатров – 11 региональных, 6 московских, 3 подмосковных: кинотеатр «Пламя», Новокузнецк; развлекательный центр «Фабрика кино», Улан-Удэ; киноцентр «Спутник», Можга; сеть кинотеатров «Премьер-зал», Екатеринбург; развлекательный центр «Мегаполис», Челябинск; сеть кинотеатров «Синема Парк», Санкт-Петербург; кинотеатр «Орленок», Нижний Новгород; кинотеатр «Космос», Оренбург; кинотеатр «Дружба», Рязань; кинотеатр «Киномакс», Волгоград; кинотеатр «Буревестник», Ростов-на-Дону; кинотеатры «МДМ-кино», «Бумеранг», «Родина», «Фитиль», «Энтузиаст» (Москва); кинотеатры «Щелково» (Щелково), «Кунцево» (Кунцево), «Союз» (Балашиха).

режиссера хорошо известно», – жалуется Ирина Каллистова, специалист по репертуарному планированию «Орленка».

Хотя Ирина Кранк, директор «Буревестника», замечает: «Да, этот фильм не дал больших сборов, но мы не проявляем неудовольствия. «Свободное плавание» – кино для думающего зрителя, оно недоступно поверхностному пониманию», – и организовала рекламу фильма в газетах, журналах, интернет-порталах, конкурсы и приглашение режиссера Бориса Хлебникова на премьеру картины, что «вызвало большой резонанс».

#### О ФИЛЬМАХ О МОЛОДЕЖИ

*Ирина Юрьевна Каллистова, специалист по репертуарному планированию, «Орленок», Нижний Новгород*

**«КОНЕЧНО, БУДЕМ ПРОКАТЫВАТЬ ТАКИЕ ФИЛЬМЫ, ВЕДЬ МОЛОДЕЖЬ – САМАЯ АКТИВНАЯ АУДИТОРИЯ».**

Конечно, репутация прессы и наград может быть скомпрометирована, но неудели у «Свободного плавания» действительно меньше зрителей, чем хотя бы у скептически встреченного прессой «Граффити»? Возможно, в «Кино без границ» не учли потенциал фильма Игоря Апасяна, если решили выпустить фильм Бориса Хлебникова след в след на неделю позже. А ведь «Граффити» и «Свободное плавание» сняты об одном и том же – о поиске молодым человеком самого себя (хотя «молодым» можно взять в скобки), и к тому же, да простят меня столь непохожие авторы, с использованием родственных приемов: преувеличение, абсурд, гротеск, персонажи-типажи (даже маски), финал-метафора. А может быть, «самый лучший дистрибьютор из тех, кто занимается ограниченным прокатом» (как назвала «Кино без границ» Ирина Кранк) напрасно внял философским обобщениям автора и отказался нацеливать фильм на таких же, как Леня, ребят – они могли бы увидеть в непrikaанном герое себя.

Кино для молодежи, похоже, становится модным, как говорят, трендом. Осенью 2006 года прошли два фестиваля молодежного кино, почти одновременно и оба впервые: Московский Открытый фестиваль молодежного кино «Отражение» (в Зеленограде) и Всероссийский кинофестиваль для подростков и юношества «...надцатилетние» (в Москве). А в разговоре с «Киномехаником» помощник генерального директора кинотеатра «Фитиль» Алена Прохорова заметила, что «молодежи стало интересно смотреть «кино про себя». Даже если сейчас не много ходят, мы думаем, тенденция будет развиваться».

Однако это самое общее место – молодежь как основная аудитория кинотеатров – в работе учитывают далеко не все прокатчики. А режиссерам и продюсерам в творческом угаре попросту не до этого. Дистрибьюторы рассуждают в категориях «блокбастер» и «арт-кино», а проблемы проката последнего объясняют новым языком культуры под названием «гламур» и недостатком рекламы. А если разоткровенничают, то и вовсе сравнивают фильм с родным ребенком, а прокат – со школой для дебилов.

Со стороны же, с позиции журналиста, кажется, что проблемы проката фильмов происходят от того, что, занимаясь оборотом произведений искусства, сам прокат остается обычной перепродажей товара посредникам. И только когда продвижение и прокат фильма становятся отдельным, хорошо продуманным и построенным производением – возникает ситуация успеха. Иногда, правда, прокат-произведение оказывается интересней самого фильма. Но это, как говорится, уже другая история.

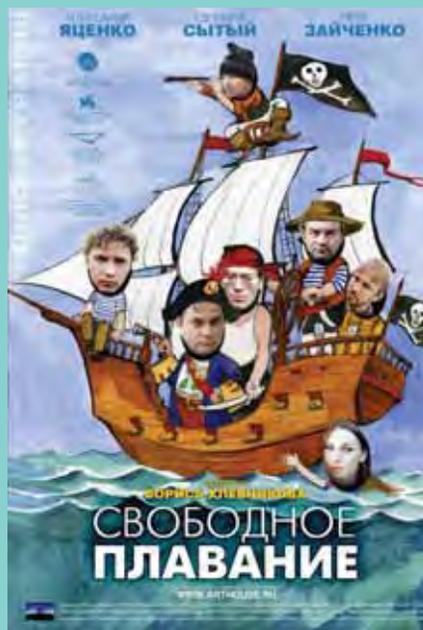
*В работе над материалом принимала участие Елена Озерова*

*В статье использованы данные агентства Metropolitan E.R.A. и «Бюллетеня кинопрокатчика»*

## СВОБОДНОЕ ПЛАВАНИЕ

### ДОСЬЕ

бюджет: не разглашается  
 дата начала показа трейлеров в кинотеатрах:  
 26 октября 2006 г.  
 премьера: 09.11.2006 г.  
 максимальное количество копий: 19  
 касса 1-го уик-энда: \$11 589 (308 499 руб.)  
 наработка на копию: \$610 (16 237 руб.)  
 общие сборы: \$75 тыс. (1 974 769 руб.)  
 количество недель в прокате: до 18 февраля  
 выход на DVD: 12 декабря 2006 г., «Мистерия DVD»  
 страница фильма на сайте «Кино без границ»:  
[www.arthouse.ru/movie.asp?Code=PLAVANIE](http://www.arthouse.ru/movie.asp?Code=PLAVANIE)  
 производство: кинокомпания «Коктебель»  
 дистрибьютор: «Кино без границ»  
 режиссер: Борис Хлебников  
 продюсер: Роман Борисевич



## ГРАФФИТИ



### ДОСЬЕ

бюджет: \$800 тыс.  
 таг-лайн: «На фоне дураков четче хорошие люди прорисовываются»  
 дата начала показа трейлеров в кинотеатрах:  
 05.10.2006 г.  
 премьера: 02.11.2006 г.  
 количество копий: 98  
 касса 1-го уик-энда: \$187 тыс. (4 993 740 руб.)  
 наработка на копию: \$1908 (50 957 руб.)  
 общие сборы: \$493 тыс. (12 994 875 руб.)  
 количество недель в прокате: 3  
 выход на DVD: 7 декабря 2006 г., Paradise Digital  
 права на ТВ-премьеру купил Первый канал  
 официальный сайт: [www.graffitifilm.ru](http://www.graffitifilm.ru)  
 производство: кинематограф «Третье Тысячелетие»  
 дистрибьютор: «Парадиз»  
 режиссер: Игорь Апасян  
 продюсер: Максим Хусаинов

## ЛАВРЫ

- «Лучший фильм года» и «Лучший режиссер» 9-й национальной премии кинокритики и кинопрессы «Белый слон»-2006
- Приз за «Лучшую режиссуру» на 17-м Открытом российском фестивале «Кинотавр», Сочи-2006
- Приз фонда Андрея Тарковского на 14-м Фестивале российского кино «Окно в Европу», Выборг-2006
- Приз кинокритики и кинопрессы «За тонкую ироническую комедию» на фестивале «Улыбнись, Россия!», Астрахань-2006
- Приз за «Лучший фильм» (конкурс фильмов стран Восточной и Центральной Европы) на Международном кинофестивале в Варшаве-2006
- Фильм-участник программы «Горизонты» МКФ в Венеции-2006

## ГОВОРЯТ

«Всякий затыжной панорамный план (вроде маневров пакета) оборачивается феерией ровно за полминуты до того, как зритель заскучает...»

*Сергей Суняков, www.gazeta.ru*

«В своем одиночном плавании Хлебников ни на кого не оглядывается, он делает даже не авторское, но исключительно индивидуальное кино. Столь же сосредоточенное, как и сизифов труд его героя.»

*Евгений Гусятинский, «Ведомости»*

«Свободное плавание» – пожалуй, лучшее из всего, что сделал российский кинематограф за последнее время. Абсурдистский комикс оказался страшнее любой чернухи, смешнее любой ернической комедии и правдивее любого документального кино.»

*Екатерина Барабаш, «Независимая газета»*

«Фильм для «своих», понимающих. Впрочем, круг этих своих в данном случае широк. Тут и киноманы, которые увидят в Хлебникове Джармуша и пр. И интеллектуалы. И любители ненавязчивого юмора. И радеющие о судьбах России. И все, кто сторонится мейнстрима – как в кино, так и в жизни.»

*Юрий Гладильщиков, «Известия»*

## ЛАВРЫ

- Приз «Серебряная ладья» на 14-м Фестивале российского кино «Окно в Европу», Выборг-2006.
- «Лучший фильм программы «Арт-линия» 4-го фестиваля отечественного кино «Московская премьера»-2006.
- «Лучший фильм программы» на 10-м фестивале российского кино «Синемания», Самара-2006.
- Приз им. Валерия Фрида «За драматургию фильма» на 12-м МКФ фильмов о правах человека «Сталкер»-2006.
- Участник основного конкурса 19-го МКФ в Токио-2006
- Участник МКФ в Сеуле-2006

## ГОВОРЯТ

«Современная поучительная трагикомедия.»

*Станислав Ростоцкий, «Время новостей»*

«Вам, поклонники Дмитрия Астрахана!»

*Василий Корецкий, Timeout*

«Педагогическая комедия про современную городскую молодежь и русскую глубинку... Все от-

веты на сложные вопросы очевидны. Провинция ожидаемо колоритна и честно работает главным развлечением.»

*Александр Стрелков, «Ведомости»*

«...ближе к финалу ярмарочный алкогольно-почвеннический хоровод сбавляет обороты и обрывает местами корявым, но неожиданно уместным и честным трагическим пафосом. Которого в российском деревенском кино не случилось лет тридцать.»

*Сергей Суняков, www.gazeta.ru*

«Граффити» задевает, как ни странно, упущенными возможностями.»

*Ольга Шервуд, «7 новостей»*

«Станным образом пошлости в фильме не то чтобы нет, но она так спрессована и густо замешана, что начинает пузыриться какой-то почти художественной энергией.»

*Андрей Плахов, «Коммерсантъ»*

## ПРИЗНАЮТСЯ

**Борис Хлебников, режиссер «Свободного плавания»**

**Почему вы взяли снимать историю о молодом современнике?**

Мне сложно ответить на этот вопрос, потому что я себе так задачу не формулировал. У меня не было цели снять фильм о молодом современнике.

**А как вы формулировали задачу?**

Если и формулировал, то, пожалуй, так: сделать фильм о том, как человек долго-долго готовится к поступку.

**А то, что вашему герою нет двадцати, – случайность?**

Дело в том, что начало и финал истории я увидел и услышал в том самом городе, который стал потом местом действия фильма. Так что, пожалуй, это случайность.

**Тогда, как вы прокомментируете контекст, в котором оказывается ваш фильм среди фильмов о**



**молодых современниках: «Живой», «Хоттабыч», «Граффити»?**

Я абсолютно нормально чувствую себя в этом контексте, ко всем фильмам я отношусь с большим уважением, кроме «Граффити». Я понимаю, что есть фильмы талантливые и неталантливые – это нормально, когда что-то получается, а что-то нет. Но «Граффити» мне кажется фильмом подлым, лживым и вредоносным.

**Довольны ли вы прокатом фильма?**

В данном случае я слушаю, что говорит продюсер. А он говорит, что доволен прокатом. Точнее, с нашим фильмом произошло то, чего он и ожидал. Мне кажется, что пришло время для более изобретательных схем проката. Кино начинает довольно резко разделяться на группы и подгруппы, для каждой из них нужна отдельная схема проката.

На примере собственного фильма я с огромным недоумением понял, что журналы и газеты на прокат совершенно не влияют. Меня это даже удивило: пресса о фильме была хорошая, но фильму это никак не помогло. Примерно то же самое было с картиной Кирилла Серебренникова «Изображая жертву». И это

## ПРИЗНАЮТСЯ

**Игорь Апасян, режиссер фильма «Граффити»**

**Почему вы взяли снимать историю о молодом современнике?**

Наверное, пришло время что-то сказать о современной реальности. Наверное, накопилось. А как рассказать о реальности, не показав того, кто эту реальность творит? Или находится накануне такого творчества...

**Довольны ли вы прокатной судьбой фильма «Граффити»?**

Вы знаете, да, доволен. Почему доволен – это особый разговор, требующий большего формата.

Хотя наша картина и получила три приза зрительских симпатий на разных фестивалях, я понимаю, что она не совсем массовая и массового проката у нее не будет. Фестивальный зритель – особый, он специально приходит посмотреть и обсудить. Зритель прокатный – молод и в основном пока еще видит в кино только повод: укрыться от дождя или



снега, встретиться с девчонкой или парнем, попить пива и потискаться, не роняя поп-корн, в полутемном зале, заодно и поржать над «приколами»... ну, и так далее. И ни в коем случае не «грузиться» – «загрузов» у него и в жизни хватает. Случаются, конечно, исключения...

Одно тешит тщеславие: в российском прокате на фоне остальных отечественных блокбастеров проваливаются Вуди Аллен, Алехандро Гонсалес Иньярриту, Педро Альмодовар... Ну и я с ними *(смеется)*.

**Максим Хусаинов, продюсер фильма «Граффити»**

**Что привлекло Вас в проекте «Граффити»: тема (история молодого современника), имя режиссера, коммерческий потенциал?**

И первое, и второе. Сценарий был просто великолепный, а Игоря Апасяна я знаю еще со студенческой скамьи, хотя это наша первая совместная работа. Надеюсь, не последняя.

Что касается коммерции... Не знаю, мы не планировали особенного коммерческого успеха, хотя он, по сути, состоялся. Фильм неплохо прокатили по России, продажа на DVD движется по прогрессирующей, «Граффити» имеет неплохую фестивальную

не претензия к конкретному прокатчику (у нас ведь прокатчики были разные – а результат одинаковый). Это показывает, что только ТВ может влиять на прокатную судьбу фильма.

**И со следующим фильмом вы постараетесь попасть на ТВ?**

Нет, это невозможно с бюджетом моих фильмов. Это другая история, и не я этим занимаюсь. Сейчас работает одна тупая схема – проката блокбастеров. А с остальным кино никто не знает, что делать. Хотя есть масса примеров, как прокатывается другое кино в Европе и Америке. У нас молодой кинопрокат, он пока не научился гибкости. Нужно изобретать новые схемы проката и применять свою к каждому конкретному фильму.

**Роман Борисевич, продюсер фильма «Свободное плавание»**

**Что привлекло вас в проекте: тема (история молодого современника), имя режиссера, коммерческий потенциал?**

Меня привлекло имя режиссера, а точнее не имя, а сам режиссер – Борис Хлебников.

**Насколько коммерчески выгодным оказался проект?**

Проект оказался коммерчески выгодным ровно настолько, насколько и предполагалось. Это фестивальное кино, и коммерческая выгода здесь не главное.

**Почему для проката картины вы обратились именно к кинокомпаниям «Кино без границ»?**

Как мне кажется, это единственная кинопрокатная компания, которая при выборе своего репертуара на первое место ставит качество и художественную ценность фильма.

**Возьметесь ли снова за эту тему специально и станете ли работать с этим режиссером?**

Данная тема не является для меня основополагающей при выборе фильма. Важна история и то, как эту историю видит режиссер. Пока мне нравится, как Борис Хлебников видит те истории, которые мы делаем.



судьбу, в том числе и зарубежную, права на телепоказ купил Первый канал. В общем, для фильма нашего формата – это уже неплохо.

**В чем состояли главные успехи и ошибки при производстве и прокате фильма?**

Ошибки, конечно, понимаешь, но, к сожалению, задним числом. Мне показалось, что рекламная кампания «Граффити» развивалась вяловато. Видимо, работать с картиной такого формата было определенным риском, а прокатчики не хотели рисковать и понадеялись на «сарафанное радио». Но мы всецело им доверяли.

**Почему же для проката картины вы обратились именно к кинокомпаниям «Парадиз»?**

Нас привлекли профессиональная подготовка специалистов компании и круг фильмов, которые они прокатывают, – в основном это серьезное кино. В «Парадизе» сразу оценили нашу картину и в очереди первыми оказались. А я с детства не люблю очередей.

**Возьметесь ли вы снова за эту тему специально и станете ли работать с Игорем Апасяном?**

А мы с Игорем находимся накануне запуска в производство нового проекта на молодежную тему. Предварительное название проекта – «Калифорния-рай», но это будет фильм совсем не про Америку.

**Армен Бадалян, программный директор кинокомпания «Парадиз» – дистрибьютора фильма «Граффити»**

**Почему ваша компания взялась прокатывать «Граффити»?**

Кинокомпания «Парадиз», как правило, берет прокатывать фильмы, если они ей самой нравятся. К «Граффити» у президента нашей компании появился интерес еще на стадии создания фильма: в какой-то момент «Парадиз» даже стал соинвестором этой картины. Поэтому все факторы (тема фильма, режиссер, коммерческий потенциал ленты) были интересны продюсеру, который является и руководителем дистрибьюторской компании. Когда же работа над фильмом была завершена и показана работникам «Парадиза», все в компании приняли ее и посчитали нужным дать возможность показать

**Антон Мазуров, креативный директор компании «Кино без границ» – дистрибьютора комедийно-го комикса «Свободное плавание»**

**Почему кинокомпания «Кино без границ» взялась прокатывать этот фильм?**

По очень простой причине: это хорошая картина. Можно еще добавить: потому, что никто не взялся ее прокатывать. Когда хорошую картину никто не берет, значит, ее должно прокатывать «Кино без границ». Для этого мы существуем.

Хлебников по-своему наследует Иоселиани, а мы не только прокатываем фильмы Отара Иоселиани, но



и продюсировали его последний фильм. Нам это близко. Кстати, на прошедшем фестивале в Гетеборге в ретроспективе лучших фильмов, побывавших на этом смотре за 30 лет его существования, показывали картину Отара Иоселиани «Фавориты луны» (она была здесь в 1985-м), а в программе дебютов на приз Ингмара Бергмана – «Свободное плавание» Хлебникова. Судьбы этих режиссеров сошлись и в прокате, и на этом фестивале.

**Довольны ли вы результатами проката «Свободного плавания»?**

Когда другие дистрибьюторы отказывались от проката «Свободного плавания», то объясняли это отсутствием у картины прокатного потенциала. И мы тоже его не видели, но видели качество картины. Результат же проката можно определить просто – полный провал: никто не пришел.

**Несмотря на хорошую прессу о фильме?**

Несмотря на чудесную прессу и большее количество копий, чем планировалось сначала (фильм вышел на 19 копиях). Картина все равно собрала меньше, чем комедия «Сады осенью» Отара Иоселиани, работавшая всего лишь тремя копиями.



фильм как можно шире, не только из интересов соинвестора, но и потому, что картина показалась нам любопытной.

**Довольны ли вы результатами проката?**

Только в определенной степени. Картина хорошо воспринималась аудиторией, но нам казалось, что у нее есть потенциал гораздо более массового спроса. Иногда приходится смиряться с реалиями рынка – и дистрибьюционный результат проката, к сожалению, не блестящий: очень трудно работать на рынке, перенасыщенном предложением. Даже имея достаточно идейную оснащенность, ее сложно реализовать материально.

Но пусть результат оказался не таким блестящим и на орбиту массового спроса нам выйти не удалось, мы довольны тем, что показали фильм настолько широко, насколько могли. Сужать прокат «Граффити» до формата арт-кино было бы неправильно.

**Какие особенности проката фильма о молодом современнике вы обнаружили?**

Трудно ответить, потому что я не делю зрителей на молодых и немолодых современников и фильмы по этому же принципу не разделяю. Для меня существует кино либо талантливое, либо бесталанное. В данном случае – картина о молодом человеке, которую Игорь Апасян сделал талантливо. Но я думаю, что картины должны быть интересны всякому зрителю, неважно, какого он достатка и возраста.

**Станет ли «Парадиз» вновь работать с фильмом на такую тему или с новой картиной этого режиссера?**

Если Игорь снимет талантливую картину – почему бы и нет, и не важно, на какую тему она будет. Поймите, трудно действовать в формулах. Мы никогда не отказываемся от фильма, если он является художественно состоявшимся, а мы можем дать ему широкий прокат.



Больше всего она собрала в кинотеатре «5 звезд Новокузнецкая». Это лучший артхаусный кинотеатр в России, кинотеатр европейского уровня: картины здесь идут до тех пор, пока собирают хотя бы минимум зрителей – 20 человек в зале, до полугода. И еще хорошие сборы были у фильма в Екатеринбурге, в кинотеатре «Салют», – это самая интересная, развивающаяся площадка, где, с точки зрения артхауса, не дремлют.

В остальных местах людей, увидевших ролик, фильм не привлек. (Обычно мы как прокатная компания ролик делаем сами, но Боря Хлебников сделал с режиссером Александром Зайцевым свою версию ролика. Я не скажу, что был им доволен, но это был выбор режиссера.) И даже региональный зритель не захотел увидеть то, в чем он живет, – тот же Мышкин и Кашин. Да что Мышкин, если даже в Ярославле ни один кинотеатр не захотел прокатывать «Свободное плавание».

**Чем вы объясняете для себя такую реакцию – особенностями зрителя или ошибками в работе компании?**

Можно объяснять такую реакцию тем, что осень в прокате была забита российским арт-кино. И несмотря на то что «Свободное плавание» по качеству выше, чем «Изображая жертву» и «Эйфория», зрителю картина была уже неинтересна. Избытка вычурных и необычных лент зритель не выдерживает. Даже на тестовой площадке, какой для нас является «Музей кино», фильм собрал в 4 раза меньше, чем на любом другом тестовом сеансе. Картина не попала во время или попала невовремя.

Ошибка же нашей компании было большее, чем нужно, количество копий. Кроме того, картина не была сконцентрирована на старте. У нее был удачный плакат, но нам не нужно было показывать ролик. К тому же мы чуть затянули выход фильма – выпускать

«Свободное плавание» нужно было раньше (хотя бы до «Эйфории», пусть и после «Изображая жертву»).

Отклик зрителя – хорошая штука, хотя приходит не всегда. Для зрителя мы все сделали честно, пусть у нас никогда не будет артхаусной рекламы и не будут на артхаусный фильм мощным потоком выливаться деньги – это нереалистично. И если зритель все-таки не идет на наш фильм – тем хуже для него. Кстати, сейчас «Свободное плавание» прекрасно продается на DVD.

**Использовали ли вы специфические виды продвижения фильмов о современниках для их ровесников?**

Мы продвигали «Свободное плавание» как грустную комедию из нашего времени. Но не уверен, что это помогло. Для российского кинозрителя, который сейчас ходит в кинотеатры, интересно то, что оторвано от реальности. Современный бум в кино начался с фантастических триллеров. Даже «Жара» (если говорить о последних лидерах проката) оборачивает реальную действительность в конфетную обертку, которую зритель и готов воспринимать. У Хлебникова ритмика другая – антигламурная. А гламур – одна из основных тенденций в культуре, один из ключевых каналов, который зрителю понятен и который он воспринимает.

**Станете ли вы вновь работать с фильмом на такую тему или с новой картиной режиссера Хлебникова?**

Мы специально тему не ищем, а с Хлебниковым работать будем: он очень перспективный режиссер и мне очень симпатичен как человек. Сейчас он делает картину про гастарбайтера по сценарию того же Саши Родионова с Евгением Сытым в главной роли (на его импровизациях в роли бригадира Рослова во многом построено «Свободное плавание»). Мы ищем не тему, а авторов. Они нам интересны.

