

КИНОМЕХАНИК

№ 5/2008

ИНДЕКС 70431
ISSN0023-1681

ВЫХОДИТ С АПРЕЛЯ 1937 ГОДА

Учредитель журнала
«Кинемеханик»
Российское агентство
«Информкино»**Главный редактор**
Регер Ирина Равильевна**Заместитель главного редактора**
Бахтина Валерия Геннадьевна**Над номером работали:**
Елена Биберман, Маргарита
Ермакова, Максим Крикливец,
Лора Кыт, Фаина Новоселова,
Елена Писарева, Екатерина
Самылкина, Валентина
Семичастная, Борис
Сорокоумов, Сергей Сычев,
Михаил Фридман**Верстка**
Александр СвистаковПодписано в печать
17.04.2008 г.
Тираж 2500 экз.
Адрес редакции:
Россия, 119017, Москва,
ул. Б. Ордынка, 43.
Тел.: (495) 951-46-96
Тел./факс: (495) 951-11-33.
kinomehanik@ra-informkino.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 Издательский дом
«Партнер», г. Москва, Кера-
мический проезд, д. 49, стр. 1
тел. (495) 951-76-90Оформить подписку на
журнал можно по каталогу
ОАО «Роспечать».
Подписной индекс – 70431.
Подписка оформляется
с любого месяца

Уважаемые коллеги!

Майский праздник весны и труда редакция журнала «Кинемеханик» отмечает в начале апреля – теплые дни, удивляющие старожилов, как всегда не помятых подобного, принесли ощущение весны, а работа над главной темой номера – прокат анимационного кино – ощущение праздника.

Во-первых, нет дефицита анимационных проектов (и отечественных, и зарубежных). В работе у наших аниматоров находится около 20 больших фильмов, поэтому «горячие титры» оказались заполнены свежими полнометражными мультиками разной степени готовности. Зарубежные анимационные ленты выходят в майские уикенды, о способах работы с ними рассуждают наши журналисты в рубрике *«Концепты и рецепты»* (отечественные мультфильмы ввиду переноса релиза сюда не попали). А лучшие отечественные короткометражки, показанные на Суздальском фестивале анимационного кино, **Екатерина Самылкина** предлагает объединять в программы и не бояться показывать – читайте ее обзор *«Суздаль: старые широты, новые расширения»*.

Во-вторых, количество новых и уже побывавших в прокате проектов дало достаточную пищу для размышления о качестве как самих фильмов, так и их продвижения. Именно этой теме посвящена рубрика *«Драйв-тест»* со статьей **Екатерины Самылкиной «Анимация на большом экране: тенденции и проблемы»** и интервью с участниками процесса. А вот формулу работы с авторской мультипликацией выводили **Сергей Сычев** и представители RUSCICO в интервью, посвященном прокату классических мультфильмов Хаяо Миядзаки.

В майском «Кинемеханике» чувствуется предвкушение перемен, которые неизбежны в результате новейших технических революций. О конкуренции новых технологий и форматов читайте в обзоре **Бориса Сорокоумова «Война оптических технологий: продолжение следует»**, а о ежедневной работе уже победивших – в рассказе **Валентины Семичастной «Цифра как реальность»**.

Читайте также в майском номере о том, как можно расписывать залы, не приезжая на кинорынки, делать бизнес из удовольствия и исследовать предпочтения зрителей по шкале Лайкерта – советы практиков и обзоры теоретиков.

Чтобы довести размышления до афоризма – нам достаточно месяца.

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

*С уважением,
главный редактор Ирина Регер*

БИЗНЕС-КОД ДЕНЬГИ И СТУЛЬЯ

3 Автоматизируй это
Быть ли автоматизированной росписи?



8 Дама бальзаковского
возраста с высшим
образованием
*Портрет работника
современного
кинотеатра кисти
социолога*

VIP-МЕСТО

14 Бизнес из удовольствия
*Как управлять
американским
независимым
многозальником*



ТЕХНО-ПАРК

ПРЯМАЯ ПЕРСПЕКТИВА

20 Война оптических
технологий: продолжение
следует



24 «Цифра» как
реальность
*Новое оборудование в
действии*

30

 Новости D-Cinema

МАСТЕР-КЛАСС

32 Азбука кинопоказа.
Зрительный зал. Часть 2

ПАБЛИК- ПЛЕЙСМЕНТ ЗАЛ ОЖИДАНИЯ

36 Шкала Лайкерта
*Инструментарий
практика*

КИНО-БРЕНД

КИНОФАБРИКАТЫ

44 Горячие титры.
*Полнометражная
анимация*

КЛУБНАЯ КАРТА

48 Суздаль: старые
широты, новые
расширения
*13-й Открытый
российский фестиваль
анимационного кино –
лучшие фильмы, рабочие
программы*

54 Нелегкий труд веселой
забавы
*Мультипликация в
советском прокате*

КОНЦЕПТЫ И РЕЦЕПТЫ

58 Май. Полный
анимационный
64 Формула RUSCICO:
непривычное кино
*Как прокатывать
зарубежный
полнометражный
мультфильм*

ДРАЙВ-ТЕСТ

68 Анимация на большом
экране: тенденции и
проблемы



АВТОМАТИЗИРУЙ ЭТО

ЕЩЕ 15–20 ЛЕТ НАЗАД ДЛЯ РЕШЕНИЯ САМОГО ПРОСТОГО ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ВОПРОСА ОБЯЗАТЕЛЬНО ТРЕБОВАЛОСЬ ЛИЧНОЕ ПРИСУТСТВИЕ СОТРУДНИКА ИЛИ ХОТЯ БЫ ЕГО ТЕЛЕФОННЫЙ ЗВОНОК. ПОЛУЧЕНИЕ ИНФОРМАЦИИ ИЛИ СОВЕРШЕНИЕ НЕСЛОЖНОЙ ОПЕРАЦИИ ЗАНИМАЛО ЗНАЧИТЕЛЬНОЕ ВРЕМЯ. СТРЕМИТЕЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ ИНТЕРНЕТА СДЕЛАЛО ДОСТУПНЫМИ, ПРАКТИЧЕСКИ МГНОВЕННЫМИ И УДОБНЫМИ ПОЧТИ ВСЕ ВИДЫ КОММУНИКАЦИИ БЕЗ НЕОБХОДИМОСТИ ЛИЧНОГО ПРИСУТСТВИЯ ОДНОЙ, ОБЕИХ ИЛИ НЕСКОЛЬКИХ СТОРОН ПОЧТИ ВЕЗДЕ И ПОЧТИ ВСЕГДА. ПРИЧЕМ «ПОЧТИ» – ВРЕМЕННОЕ ЯВЛЕНИЕ. |Ирина Ререр|

Сегодня, наверное, нет ни одной области, где бы ни пытались применять и внедрять системы автоматизирования рабочих процессов для удобства, быстроты, контроля и исключения человеческого фактора. Общение постепенно уходит в «паутину», дружеские обсуждения – в блоги, деловые встречи заменяются автоматизированными программами.

Кинотеатры тоже переживают бум автоматизации: автоматизируют системы управления, бронирования и продажи билетов, работу кафе, ресторанов, системы мониторинга рекламы, кадровую работу и систему учета. Специалисты даже шутят, что кинотеатр будущего будет работать без персонала.

Летом прошлого года в Санкт-Петербурге на II Международном Форуме «Российское кино» Алексей Рязанцев, генеральный директор компании «Каро Премьер», в ходе своего выступления высказал предположение, что не за горами время, когда и роспись фильмов будет полностью автоматизирована и, как следствие, необходимость в Кинорынке сегодняшнего формата отпадет. Спустя пять месяцев мы не только обсуждаем переход традиционного Кинорынка в трехразовый формат, но и знакомимся с пилотным продуктом – новой интерактивной системой взаимодействия прокатчиков и кинотеатров ProKino.biz.

Возможно ли, а главное, нужно ли автоматизировать процесс росписи и букинга, требует ли этого рынок сегодня – этими вопросами мы задались вместе с разработчиками и потенциальными потребителями столь актуального продукта.

КАК ЭТО РАБОТАЕТ?

Программа ProKino.biz представляет собой сайт в Интернете, для работы на котором кинотеатр или прокатчик должен зарегистрироваться и получить логин и пароль. Человек со стороны пока пользоваться данной программой не может, однако в будущем, уверяют разработчики, не исключено создание гостевого раздела для людей, которые имеют отношение к кинобизнесу, но не являются работниками кинотеатра или представителями прокатных организаций. В программе возможны различные формы доступа: например, руководитель прокатной компании видит все кинотеатры, а менеджер – только те, с которыми работает непосредственно он.

Пилотная версия программы в течение нескольких месяцев выполняла одну стандартную функцию традиционного рынка – предоставляла полную информацию о фильмах (с изменениями и дополнениями). По словам руководителя проекта ProKino.biz Владимира Елистратова, существующая программная разработка уже позволяет прокатчику в режиме реального времени выложить в сеть на сайт ProKino.biz даты релизов фильмов и сопроводить их той информацией, которую он имеет (постеры, ролики и т.д.). Дополнительный инструмент – ProKino Informer, который показывает мгновенные изменения информации «корректировка названия, изменение даты релиза» и работает по принципу Mail.ru Agent, то есть держит кинотеатры в курсе всех новостей. На сегодняшний день программный продукт не позволяет разместить все материалы в нужном качестве, и разработчики вынуждены давать

ссылки на FTP прокатчиков, однако для пилотного проекта и апробации сервиса это не так уж принципиально.

В будущем сервисы программы должны соответствовать всем стадиям, которые необходимы жизненному циклу фильма в прокате: от его продажи и продвижения до сбора кассовых данных. Некоторые услуги, безусловно, будут стоить денег, например букинг-конструктор (заменитель нынешней системы росписи). Но первый пилотный и уже доступный сервис Informer всегда останется бесплатным для пользователей ProKino.biz.

НУЖНО ЛИ ЭТО СЕГОДНЯ?

Жизнеспособность любого сервиса определяется его соответствием двум ключевым параметрам: необходимости усовершенствования существующих отношений на рынке и адекватности новой услуги запросам будущих пользователей.

Анализируя потребность рынка кинопроката в автоматизации, то есть в усовершенствовании процессов букинга и росписи, можно уверенно сказать, что такая существует. Информация о фильмах, выходящих в прокат, меняется мгновенно, а опоздание с ее получением осложняет и тормозит работу. Традиционные кинорынки уже не в состоянии быть единым звеном для решения данной проблемы. Собственно роспись как функция рынка постепенно уходит в прошлое. Участники-покупатели все чаще отмечают, что плани-

СОБСТВЕННО РОСПИСЬ КАК ФУНКЦИЯ РЫНКА ПОСТЕПЕННО УХОДИТ В ПРОШЛОЕ

рование и роспись (работа, которую с успехом можно выполнять и на местах) – не единственная и не самая важная цель их приезда на Кинорынок. А его организаторы в свою очередь заявляют о смене приоритетов мероприятия. Все это позволяет сделать вывод: потребность усовершенствовать работу существует (как минимум – ускорить получение информации, как максимум – облегчить ее анализ).

Об адекватности новой услуги мы говорили непосредственно с потенциальными клиентами ProKino.biz. На сегодняшний день существует множество версий автоматизированных и даже бумажных форм ведения данных по фильмам, которые используются локально либо прокатными организациями, либо кинотеатрами.

В БУДУЩЕМ СЕРВИСЫ ПРОГРАММЫ ДОЛЖНЫ СООТВЕТСТВОВАТЬ ВСЕМ СТАДИЯМ, КОТОРЫЕ НЕОБХОДИМЫ ЖИЗНЕННОМУ ЦИКЛУ ФИЛЬМА В ПРОКАТЕ: ОТ ЕГО ПРОДАЖИ И ПРОДВИЖЕНИЯ ДО СБОРА КАССОВЫХ ДАННЫХ

Может ли программа автоматизации, например такая как ProKino.biz, стать полноценной заменой ручной росписи и работы букера – об этом мы спросили трех крупных букеров, каждый из которых отвечает за роспись нескольких многозальных кинотеатров.

Мирза Алиев, генеральный директор государственного производственного кино-видеопредприятия Ленинградской области

Этого не может быть, так как не может быть никогда. Если бы мы с вами рассуждали о возможности существования такой программы, например, в Европе, то я сказал бы «да». У нас в стране это невозможно по ряду объективных причин. Например, я очень тщательно готовлюсь к Кинорынкам, к росписи. Приезжаю на рынок, расписываю, возвращаюсь домой – и все летит в тартарары. Релизы переносят, меняются все данные, и вся работа идет коту под хвост. Помимо этого, у каждого региона и кинотеатра сейчас существуют еще и свои предпочтения: жанровые, территориальные... Как все это многообразие условий свести к одному алгоритму? Точнее, свести можно, но экономии времени, ради которой это все задумывается, к сожалению, не будет. На листочке, в голлове я сделаю роспись быстрее, чем это сможет программа, сводя всю исходную, бесконечное количество раз меняющуюся информацию в единое целое. Программа решает только один локальный вопрос, а целый комплекс проблем останется не-

решенным. Поэтому я и говорю, что у нее нет пока радужных перспектив. Тем более что мы все в той или иной форме используем различные варианты ускорения работы: у кого-то свои программы, у кого-то разработанные формы.

Кроме того, сегодня ручной вариант не заменить автоматизацией из-за безобразного состояния самого кинорынка. Его участники сами сознательно все рушат. Посмотрят, как расписали их фильм, сравнят с другими – и меняют даты.

Но! Отрицательный результат – это тоже очень полезный результат. Он помогает выявить неудачные моменты и ошибки. В целом я хочу отметить позитивность данной идеи.

Екатерина Давыдкина, менеджер по кинопрокату ООО «Киномакс-Стройзаказчик»

Для кинотеатров это не актуально. Всю информацию о фильме можно взять на www.kinopoisk.ru. Я так и делаю.

На данный момент особо нужной информации, которую нельзя было бы найти в Интернете, у ProKino.biz нет. Насколько программа будет развиваться и что она сможет предложить, будет видно. Пока это очередной сайт с информацией о фильмах. Все о будущих премьерах наши кинотеатры узнают в Интернете, а директор по прокату работает напрямую с кинопрокатными компаниями, которые регулярно высылают обновленные релизы. Поэтому услугами ProKino.biz ему пользоваться незачем.

Владимир Жуков, директор «Волгоградской кинокомпании дистрибуции и менеджмента»

Данная программа, несомненно, удобна с точки зрения получения оперативной информации о репертуарных планах различных компаний. Но есть одно «но». На текущий момент уже существует множество различных изданий, которые берутся публиковать информацию о релизах. Однако нередки случаи, когда она оказывается неточной или изменения сообщаются неоперативно.



К тому же часто игнорируется разное время выхода фильмов в Москве и в регионах.

Если создатели программы ProKino.biz смогут предоставлять оперативную и точную информацию о репертуаре большинства компаний, я, конечно, буду пользоваться данным сервисом. Правда, пока в проекте участвуют только два дистрибьютора.

Использование же программы ProKino.biz в качестве замены процесса бучинга представляется мне невозможным. Дело в том, что переговоры кинотеатра и прокатной компании нельзя автоматизировать. Это очень сложный процесс, в ходе которого компании и кинотеатры подчас оказывают друг на друга давление. Можно ли автоматизировать межгосударственные переговоры? То же самое и с бучингом.

Разработчики программы, которые видят процесс изнутри, могут считать, что они уже справились с главными функциональными задачами и теперь дело за малым – привлечь клиентов и усовершенствовать под них некоторые опции. А вот кинотеатры, оказывается, не стремятся решать глобальные вопросы бучинга с помощью машин и хотя бы не утопичных услуг, а всего лишь автоматизации механической и однообразной работы.

Другие участники кинопроката – дистрибьюторы – признают пользу некоторых функций новой программы, но не слишком торопятся оказывать поддержку программе. Мы задали вопросы представителям двух кинопрокатных компаний, первыми откликнувшихся освоить пилотную версию ProKino.biz.

Инна Славовская, коммерческий директор компании Top Film Distribution

Почему компания Top Film Distribution согласилась участвовать в пилотной версии программы ProKino.biz?

Идея показалась нам интересной, и, если когда-нибудь программа заработает в полную силу, она существенно облегчит нашу работу. К тому же приятно помочь хорошим людям продвинуть свой продукт на рынок.

Как программа уже сейчас помогает работе компании?

Избавляет от необходимости рассылок...

Может ли программа заменить работу букера?

Нет.

Насколько перспективна и жизнеспособна программа ProKino.biz?

Все зависит от активности людей, продвигающих эту программу.

Будет ли Top Film Distribution способствовать вовлечению других дистрибьюторов и кинотеатров в работу данной программы? А если спустя какое-то время количество участников – прокатчиков и кинотеатров – не изменится, вы откажетесь от услуг ProKino.biz?

В наши задачи не входит промоушн программы. Но мы с удовольствием поддержим своим участием ее развитие, а также желаем удачи разработчикам проекта в продвижении и развитии.

Андрей Радько, директор по кинопродкату компании «Централ Парнершип»

Почему компания «Централ Парнершип» согласилась участвовать в пилотной версии программы ProKino.biz?

Наша компания согласилась участвовать только в той части программы, которая касается информирования наших клиентов о планируемом репертуаре и его изменениях. На большее мы пока не готовы,

так как нам до конца не понятны принципы действия программы, безопасность и многое другое.

Что уже сейчас кажется удобным, необходимым и выгодным для работы вашей компании?

Как я уже сказал, нам удобно именно то, что информация, которую мы размещаем, доходит именно до тех, кто в ней заинтересован в первую очередь, то есть до владельцев и директоров кинотеатров.

Может ли программа помочь или заменить работу букера? Если да, то в чем?

Работу букера (честно говоря, это слово мне очень не нравятся, и поэтому специалисты нашей компании называются координаторами, и это более верно) заменить нельзя никакой программой. Это же специалист по продажам, и во всем мире представители этой профессии в любом виде бизнеса ценятся очень высоко. Личный контакт и умение его налаживать ничем не заменишь. Что касается разгрузки от лишнего документооборота, то программа может быть полезной как для дистрибьютора, так и для показчика.

Насколько перспективна и жизнеспособна программа ProKino.biz или ее аналоги в будущем?

Здесь можно говорить только общими фразами: полезна, если будет работоспособна. А развитие информационных технологий, конечно же, будет подталкивать к созданию и ее аналогов, и принципиально других программ.

Будет ли «Централ Парнершип» способствовать вовлечению других дистрибьюторов и кинотеатров в работу данной программы или спустя какое-то время, если количество участников – прокатчиков и кинотеатров – не изменится, откажетесь от услуг ProKino.biz?

Вовлекать в работу другие дистрибьюторские компании мы не можем и не будем. Это задача разработчиков. Мы мо-

жем поделиться своим опытом работы в ней и своими мыслями относительно ее будущего, но не более того. Давайте не будем торопиться и посмотрим, как будет развиваться программа. Ведь она двухсторонняя, то есть зависит не только от наполнения базы данных дистрибьюторами, но и от заинтересованности кинотеатров.

ЕСТЬ ЛИ БУДУЩЕЕ?

Есть ли будущее у автоматизированной росписи? Скорее да, но далекое. Рынки постепенно перейдут на формат работы по западным образцам, что вовсе не исключит участия в них и представителей кинотеатров. Личные контакты будут по-прежнему стоить дорого, а умение вести переговоры и выбирать лучшее – баснословно дорого. Но вот документооборот уйдет в нишу автоматизированных сервисов.

Так есть ли будущее у программы ProKino.biz? На сегодняшний день главная задача ее разработчиков – показать необходимость в аккумулировании информации о фильмах в едином ресурсе, создать удобные условия для наполнения портала информацией в режиме реального времени (что означает самое непосредственное участие прокатных организаций). И первые шаги уже сделаны. Однако пока всего лишь две компании пользуются ProKino Informer. Другие прокатные структуры не торопятся менять отла-

женный, пусть громоздкий и несовременный, процесс работы.

Руководитель проекта ProKino.biz Владимир Елистратов сетует: «Распространение программы идет не так быстро, как нам хотелось бы – у прокатных организаций просто руки не доходят зарегистрироваться. Но мы добились главного – о нас уже знают».

Сегодня разработчики программы придумали манок для привлечения внимания прокатчиков к своей разработке. Заключается он в том, что сайты дистрибьюторов, которые все равно наполняются и поддерживаются сотрудниками компаний, могут быть технически увязаны с программой ProKino.biz. Если прокатчики признают целесообразность и «завяжут» свои сайты с автоматизированным сервисом, то это будет означать, что добавление информации на сайт прокатчика автоматически приведет к появлению новых данных в ProKino.biz.

Владимир Елистратов считает, что когда в систему войдут все крупные кинопрокатные организации, за ними автоматически потянутся и более мелкие компании-дистрибьюторы и кинотеатры. С другой стороны, чем больше кинотеатров начнут пользоваться сервисом – а на сегодняшний день, по данным компании, на сервере уже 50 зарегистрированных кинотеатров (255 залов), – тем быстрее сервис станет интересен прокатным компаниям. Такая вот взаимная зависимость...

ОАО «Кинокомплект» & «Триа-Синема»

Поставка кино- и видеооборудования для кинотеатров

НАШИ УСЛУГИ:

- Кинопроекторы, видеопроекторы
- Экраны, источники света, отражатели
- Запасные части и другое кино-технологическое оборудование.
- Видеостудия – полный спектр услуг
- Монтаж, ремонт, контрольно-наладочные работы.

НАШИ КОНТАКТЫ:

Тел/факс (045) 369-70-63

моб.8-916-578-44-28

E-mail: kinocomplect@yandex.ru

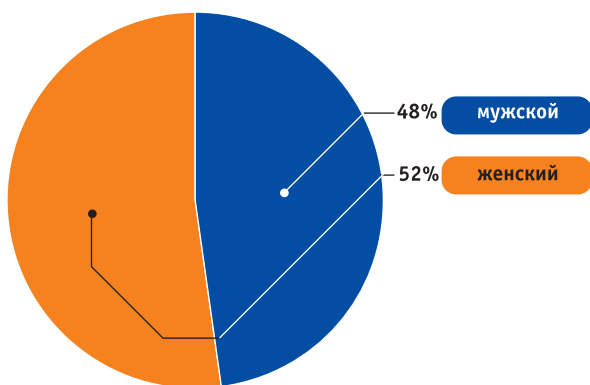
triacinema@yandex.ru

ДАМА БАЛЬЗАКОВСКОГО ВОЗРАСТА С ВЫСШИМ ОБРАЗОВАНИЕМ

Социально-демографический портрет кинотеатра¹

КАДРЫ – ЭТО НЕ ТОЛЬКО ГЛАВНЫЙ РЕСУРС ЛЮБОГО ПРЕДПРИЯТИЯ, НО И ЕГО ЛИЦО. ТО, КАКИМ МЫ ВИДИМ ПРОДУКТ ИЛИ УСЛУГУ НА ВЫХОДЕ, ВО МНОГОМ ОПРЕДЕЛЯЮТ СТОЯЩИЕ ЗА НИМИ ЛЮДИ. МЫ РЕШИЛИ СОСТАВИТЬ ПОРТРЕТ КИНОТЕАТРА, ИССЛЕДОВАВ СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ЕГО КЛЮЧЕВЫХ РАБОТНИКОВ. **[Ирина Регер, Фаина Новоселова]**

ПОЛ



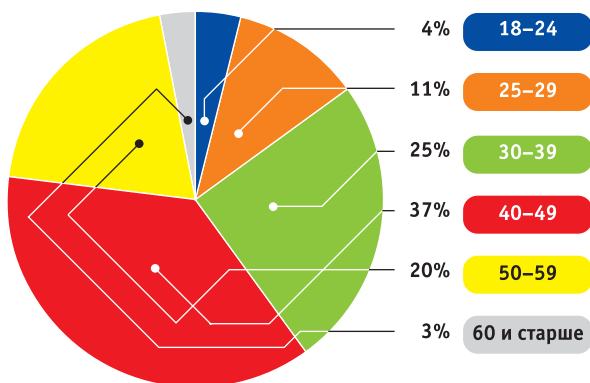
Современный портрет места, где показывают кино, составлен по социально-демографическим данным ключевых работников 78 кинотеатров со всех уголков страны (общее количество залов – 242, общее количество человек – 391).

Первая деталь, которая обращает на себя внимание, – в кинотеатре работают преимущественно женщины. Перевес специалистов-женщин хотя и не принципиален – 55,1% (204) женщин против 44,9% (187) мужчин, – но присутствует.

И если в общей массе специалистов этот перевес не кажется значительным, то, рассматривая соотношение мужчин и женщин по ключевым позициям в учреждениях показа, его невозможно не заметить. Менеджеры по рекламе (34 женщины против 12 мужчин) и администраторы (73 женщины против 56 мужчин), директора (43 женщины против 35 мужчин), менеджеры по маркетингу (11 женщин против 4 мужчин) и менеджеры по прокату (27 женщин против 19 мужчин) – вот наиболее «женские» специальности в кинотеатрах.

А главный инженер составляет исключение, это обычно «мужская» специальность, и среди ее представителей, как и следовало ожидать, наблюдается резкий перевес в сторону мужчин (61 мужчина против 16 женщин).

ВОЗРАСТ



¹ При подготовке материала использованы данные социологического исследования «Кадровый рынок современной системы кинопоказа». Результаты исследования были частично представлены на обучающем семинаре «Кадровый аспект современного кинотеатра», проходившем в рамках 74-го Российского Международного Кинорынка в марте 2008 г.

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ СПЕЦИАЛИСТОВ ПО ПОЛУ



В современных российских и мировых условиях, когда женщине труднее добиваться назначения на топ-должности как в бизнесе, так и в политике, рынок кинопоказа выглядит весьма прогрессивным.

Второй деталью портрета современного кинотеатра является возраст его работни-

ков. Как видно из диаграммы, молодые специалисты – не самая многочисленная группа среди сотрудников учреждений кинопоказа. Специалистов в возрасте до 30 лет из общего числа – всего 69 человек. Возрастной профиль среднего работника кинотеатра варьируется от 30 до 59 лет (все в этой

CINEMECCANICA



СЕРВИС

ОБОРУДОВАНИЯ
ДЛЯ КИНОПОКАЗА

- Договор сервисного обслуживания на 6 или 12 месяцев
- Тарифные планы от «Эконом» до «ВИП»
- Комплексные профилактические ТО
- Замена изношенных деталей и механизмов при ТО без дополнительной оплаты*
- Обслуживание в экстренных ситуациях
- Мобильный телефон персонального специалиста*
- Оперативная поставка запчастей по гарантийному письму
- Скидки на приобретение запчастей*
- Ремонт Dolby-процессоров и усилителей
- Предоставление исправного оборудования на период ремонта*
- Подготовка и сопровождение проведения ответственных кинопоказов
- При поставке и установке кинооборудования компанией «Кинокомфорт» – один год сервисного обслуживания по тарифу «ВИП» БЕСПЛАТНО

* Подробности предоставления услуги - в Регламенте сервисного обслуживания

Специалисты по сервису КИНОКОМФОРТ проходят обязательные периодические мастер-классы повышения квалификации на заводе CINEMECCANICA, Милан, Италия



OSRAM X-TREME LIFE
Лампы OSRAM

- новая серия
- гарантия от 1500 часов
- все модели
- всегда в наличии
- скидки от 2-х ламп

кинокомфорт™

первоклассное оборудование для цифровых и 35-мм кинотеатров

119991 ● Москва ● ул. Мосфильмовская ● 1 ● «МОСФИЛЬМ» ● главный корпус
Телефон/факс ● (495) 507 4000 ● www.kinocomfort.ru

На правах рекламы

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ СПЕЦИАЛИСТОВ ПО ВОЗРАСТУ



группе – 380 человек) с преобладанием 40–49 лет (175 человек). С одной стороны, такой возрастной критерий работников кинотеатра можно расценивать как безусловный плюс: у сотрудников уже есть жизненный и профессиональный опыт. С другой стороны, небольшой, по сравнению с количеством специалистов возраста 40–59 лет, процент молодежи можно расценивать и как бесспорный минус: информационное пространство меняется со скоростью света, и чтобы уследить за нововведениями, нужна мобильность и восприимчивость к переменам, что свойственно именно молодым.

При рассмотрении возрастных параметров отдельных должностей нужно отме-

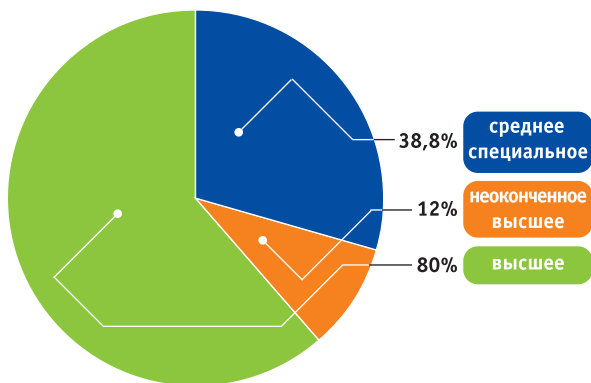
тить, что более молодой состав наблюдается среди таких должностей, как менеджеры по прокату, рекламе и маркетингу. Это можно объяснить и относительно недавним появлением таких позиций в структуре кинотеатра, и характеристикой должностных обязанностей данных профессий.

Заметим, что самый большой процент людей старшего возраста занимают позиции «директор» и «главный инженер». Среди них есть небольшой процент специалистов старше 60 лет. Такое распределение весьма логично и объяснимо. Обе должности трудно заменимы, требуют высокой квалификации и продолжительного опыта работы.

Третьим параметром портрета кинотеатра является образование. Советское прошлое в данном случае сыграло свою неоченимую роль. Большая часть специалистов кинотеатров имеет высшее образование (всего 357 человек). Небольшой процент работников имеет среднее специальное образование (36 человек, 8%), в основном это главные инженеры. В остальных случаях рассматривать соотношение должности и образования в отдельной диаграмме не имеет смысла, поскольку разительных отличий не обнаруживается.

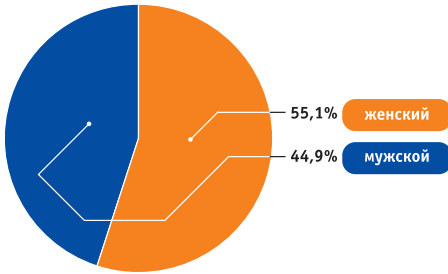
Ниже представлены портреты отдельных должностей по трем ключевым параметрам: пол, возраст и наличие образования, включая перечень профилей образования по каждой должности.

ОБРАЗОВАНИЕ

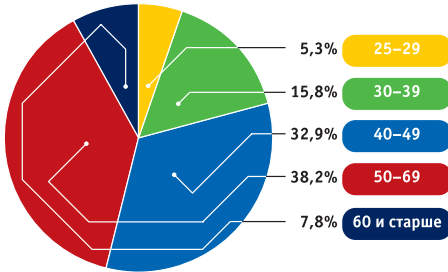


ПРОФИЛЬ ДИРЕКТОРА

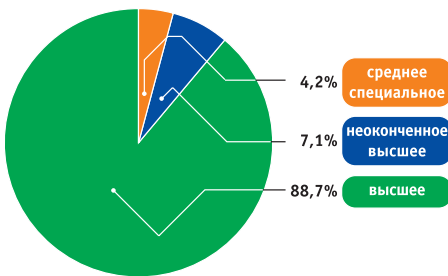
ПОЛ



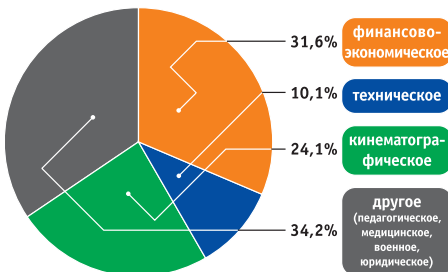
ВОЗРАСТ



ОБРАЗОВАНИЕ

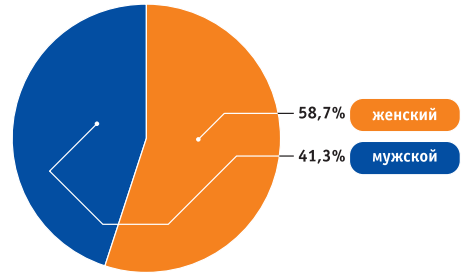


НАПРАВЛЕННОСТЬ ОБРАЗОВАНИЯ

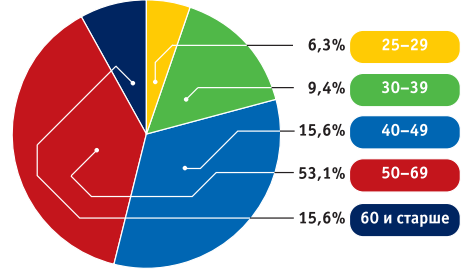


ПРОФИЛЬ МЕНЕДЖЕРА ПО ПРОКАТУ

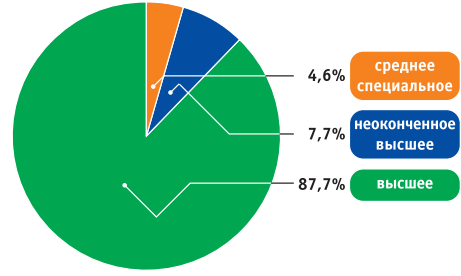
ПОЛ



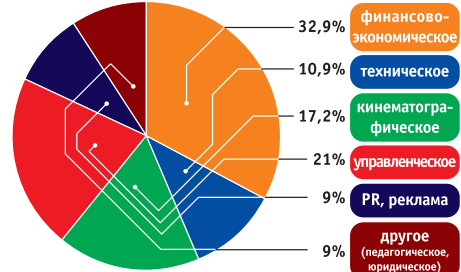
ВОЗРАСТ



ОБРАЗОВАНИЕ

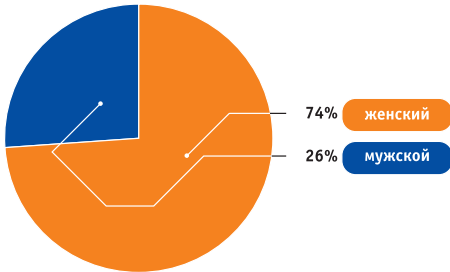


НАПРАВЛЕННОСТЬ ОБРАЗОВАНИЯ



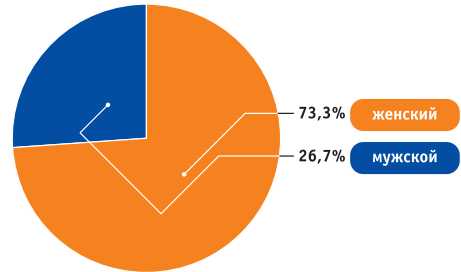
ПРОФИЛЬ МЕНЕДЖЕРА ПО РЕКЛАМЕ

ПОЛ

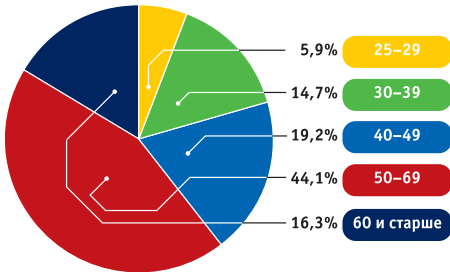


ПРОФИЛЬ МЕНЕДЖЕРА ПО МАРКЕТИНГУ

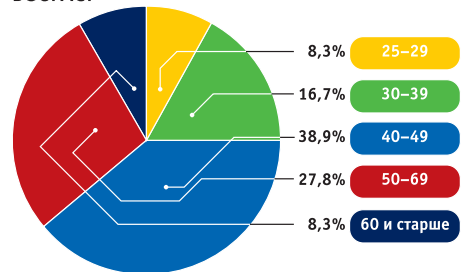
ПОЛ



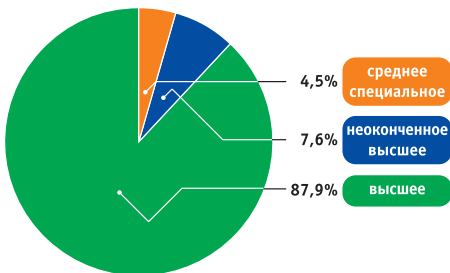
ВОЗРАСТ



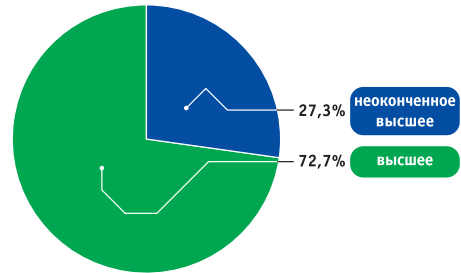
ВОЗРАСТ



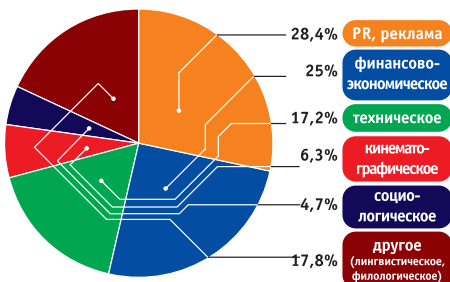
ОБРАЗОВАНИЕ



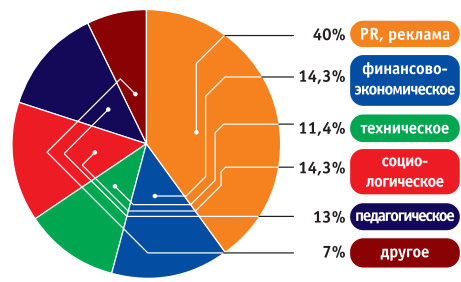
ОБРАЗОВАНИЕ



НАПРАВЛЕННОСТЬ ОБРАЗОВАНИЯ

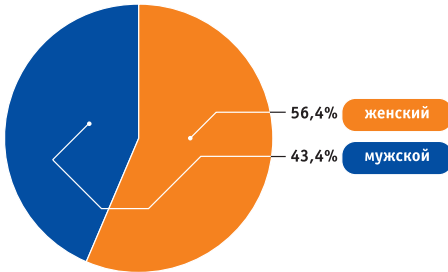


НАПРАВЛЕННОСТЬ ОБРАЗОВАНИЯ

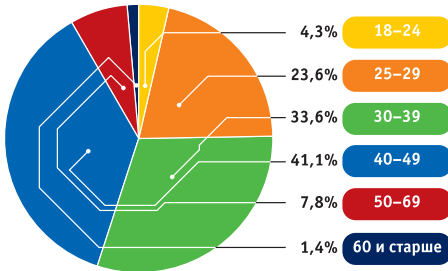


ПРОФИЛЬ АДМИНИСТРАТОРА

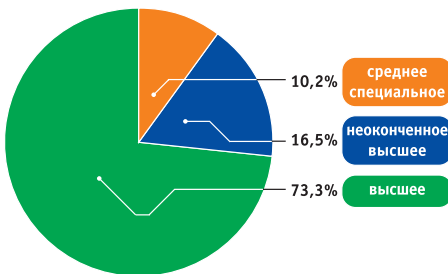
ПОЛ



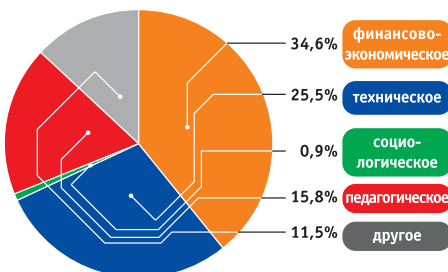
ВОЗРАСТ



ОБРАЗОВАНИЕ

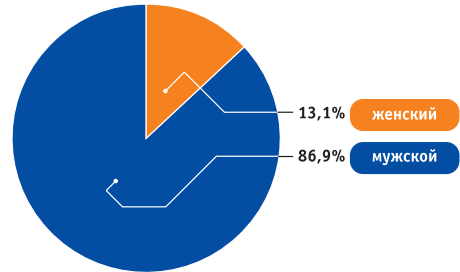


НАПРАВЛЕННОСТЬ ОБРАЗОВАНИЯ

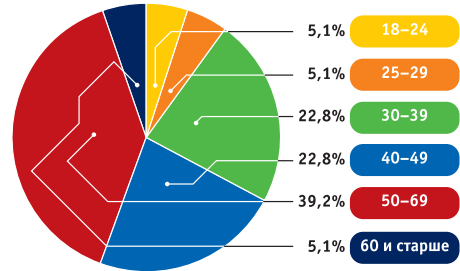


ПРОФИЛЬ ГЛАВНОГО ИНЖЕНЕРА

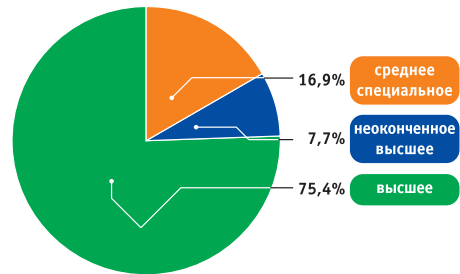
ПОЛ



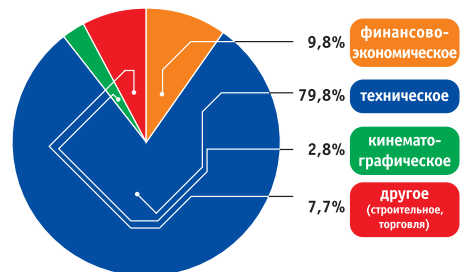
ВОЗРАСТ



ОБРАЗОВАНИЕ



НАПРАВЛЕННОСТЬ ОБРАЗОВАНИЯ





БИЗНЕС ИЗ УДОВОЛЬСТВИЯ

ИЗВЕСТНО, ЧТО АМЕРИКАНЦЫ ОБОЖАЮТ БОЛЬШИЕ ВЕЩИ – БОЛЬШИЕ ПОРЦИИ ЕДЫ, БОЛЬШИЕ АВТОМОБИЛИ, БОЛЬШИЕ ДОМА. НО КОГДА ДЕЛО ДОХОДИТ ДО ОДНОГО ИЗ ИХ ЛЮБИМЫХ РАЗВЛЕЧЕНИЙ – ПРОСМОТРА КИНОФИЛЬМОВ, МНОГИЕ ПРЕДПОЧИТАЮТ ПОТРАТИТЬ НА БИЛЕТ СВОИ ДОЛЛАРЫ НЕ В МУЛЬТИПЛЕКСЕ С ГИГАНТСКИМИ ЭКРАНАМИ, А В НЕБОЛЬШОМ КИНОТЕАТРЕ ЗА УГЛОМ. ЗНАКОМЫЕ ЛИЦА, РЕДКИЕ КИНЕМАТОГРАФИЧЕСКИЕ УДОВОЛЬСТВИЯ И УНИКАЛЬНЫЙ ИНТЕРЬЕР – ВСЕ ЭТО СОСТАВЛЯЮЩИЕ МАЛЕНЬКОГО КЛАССИЧЕСКОГО АМЕРИКАНСКОГО КИНОТЕАТРА. |Елена Биберман|

Согласно оценкам Cinema Treasures, в Соединенных Штатах существует приблизительно 16 150 классических кинотеатров, также называемых palaces («дворцами»). Штаты Калифорния (1755) и Нью-Йорк (1694) имеют самое большое число кинотеатров такого типа. Опытом управления классическим кинотеатром – независимым восьмизнальным Spectrum в городе Олбани (столице штата Нью-Йорк) – делится его соучредитель и совладелец **Аннетт Нэйнс**.

У вас один из самых известных кинотеатров на территории Олбани, население которого насчитывает 1 150 000 человек. Как появился ваш кинотеатр?

Кинотеатром владеем мы с мужем и еще одна пара. Мы открыли его в 1983 году. Это был типичный кинотеатр 1940-х годов, он назывался «Делаверским театром», а в фойе сохранился оригинальный дизайн в стиле ар-деко.

Почему вы решили заняться кинотеатральным бизнесом? Вы об этом всегда мечтали?

Нет, владение и управление кинотеатром – это не то, о чем я мечтала, когда была маленькой. Я родилась в Бронксе (штат Нью-Йорк), но еще в раннем возрасте переехала в город Покипси (в том же штате). В Олбани я поступила в университет (New York State University at Albany) и осталась

в этом городе навсегда. Я с детства любила кино. Когда мне и моему мужу было уже под тридцать и мы гадали, чем нам стоит серьезно заняться, мы припомнили, что нам обоем всегда нравились небольшие кинотеатры, которые прокатывали арт-кино. Мы подумали и решили, что Олбани нуждается в маленьком арт-кинотеатре.

Карьеру в кинобизнесе мы начали, купив за очень небольшие деньги маленький кинотеатр на 183 места около реки Гудзон в городе Ренселер (штат Нью-Йорк). Ремонт помещения сделали вместе с друзьями, переименовали его в «Третий уличный театр» и начали показывать арт-кино в комфортной, расслабляющей атмосфере. Мы показывали такие классические картины, как «Король сердец», «Мой ужин с Андрэ», «Возвращение семерых из Сикокуса» Джона Сэйлза, фильмы Трюффо, Куросавы, Годара и Фассбиндера. Мы принимали знаменитых гостей, например французского режиссера Аньес Варда, драматурга Эжена Ионеско и комика Пола Залуа.

ВСЕ СЕТЕВЫЕ КИНОТЕАТРЫ ОДИНАКОВЫЕ, А МЫ ОТЛИЧАЕМСЯ ОТ НИХ. АТМОСФЕРА SPECTRUM – ЭТО СТИЛЬ АР ДЕКО, ХУДОЖЕСТВЕННАЯ ГАЛЕРЕЯ. МЫ ПРОВОДИМ БЕСЕДЫ С НЕЗАВИСИМЫМИ КИНОПРОИЗВОДИТЕЛЯМИ, И ЭТО НЕОТЪЕМЛЕМАЯ ЧАСТЬ НАШЕГО РЕПЕРТУАРА

Ни у кого из нас не было опыта управления кинотеатром – мы всему учились по ходу дела. Бизнес рос постепенно, пока однажды не стал приносить прибыль. Тогда мы переехали в Олбани и в 1983 году смогли купить старый «Делаверский театр». В то время это был однозальный. Мы медленно расширялись до теперешнего формата (восемь экранов), но все же сохранили индивидуальность. Spectrum – очень редкое явление американского кинорынка: большинство кинотеатров в Америке – это сетевые мультиплексы в торговых центрах. А кинотеатров, находящихся в собственности независимых владельцев, очень немного. Люди говорят нам все время, что это



Аннетт Нэйнс, соучредитель и совладелец Spectrum'a

именно то, что им нравится. В основном все сетевые кинотеатры одинаковые, а мы отличаемся от них.

Кино какого рода показывают в вашем кинотеатре?

Мы показываем репертуар из голливудских фильмов для взрослых – интеллектуальные ленты, независимые американские картины и иностранные фильмы. Зарубежные ленты по сравнению с другими кинотеатрами мы показываем часто. В отличие от обычных американских кинотеатров, у нас в репертуаре от 15% до 20% кинофильмов иностранного производства.

Из каких стран они прибывают к вам?

Мы показываем французские, испанские, немецкие, китайские, японские и некоторые латиноамериканские фильмы. Я помню, несколько лет назад у наших зрителей была популярна чешская мелодрама «Kolya». Иногда мы показываем и российские картины.

Как вы выбираете, какие фильмы показать? И кто их выбирает?

С течением времени этот процесс менялся. Когда мы только начинали, просто брали картины, которые нам нравились. Теперь мы имеем дело с дистрибьюторами. По договору с некоторыми из них мы должны показывать каждый их фильм. Но наши дистрибью-



юторы в основном предлагают кинофильмы, которые мы любим, – ленты, ориентированные на серьезную аудиторию, – более умные, более провокационные, более изощренные – кино, содержащее душу.

Как вы можете охарактеризовать ваши отношения с дистрибьюторами?

Как это принято в бизнесе, дистрибьюторы получают процент от проката фильмов. На первой неделе показа это очень высокий процент (иногда 70%, хотя обычно – 50%), в последующие недели процент снижается (приблизительно до 35%). Такая схема позволяет кинотеатрам в США зарабатывать деньги, если кино прокатывается в течение долгого времени. Если кино продолжает прокатываться на четвертой неделе, мы, кинотеатр, можем делать 65%.

Сегодня цена взрослого билета в нашем кинотеатре – \$8,50. В 1980-х она со-

ставляла приблизительно \$4,75. Цена увеличилась, но билеты в Spectrum все равно намного дешевле, чем билеты в кинотеатрах в торговых центрах.

Вы ходите в кинотеатры ваших конкурентов, чтобы посмотреть кино?

По правде говоря, кинофильмы, которые мы не показываем, но которые я хочу посмотреть, я беру напрокат. Это потому, что я действительно не люблю кинотеатры в торговых центрах. Но большинство картин, которые я хочу увидеть, мы показываем, а это приблизительно 97% фильмов нашего репертуара.

Сколько посетителей у Spectrum'а? И каков его типичный зритель?

У нас приблизительно 250 000 посетителей в год, и это число варьируется в течение года. Например, январь – обычно самое прибыльное время года, а апрель – период затишья.

Наши зрители – интеллектуальные, образованные люди. Среди них представители разных возрастов – от студентов средней школы до пожилых людей. Пожилых зрителей в нашем кинотеатре довольно много, потому что они не любят ходить в торговые центры. Но я не сказала бы, что они составляют большинство. Скорее большинство – это зрители между 35 и 55 годами, и наша аудитория в целом старше, чем средний посетитель кинотеатров по стране. Хотя мы постоянно пробуем привлечь более молодых людей.

ГРАФИК 1. ОБЩЕЕ ЧИСЛО КИНОЗРИТЕЛЕЙ И ВХОДНАЯ ПЛАТА, 2002–2006 гг.

Согласно одному из исследований, проводимых Motion Picture Association Worldwide Market Research and Analysis в 2007 г., средний американец смотрит около пяти кинофильмов в год, в то время как средний кинозритель смотрит приблизительно восемь картин.



Сейчас мы работаем над страницей нашего кинотеатра в Facebook, популярной социальной сети.

Кажется, это хорошая идея – использовать новые технологии, чтобы привлечь молодую аудиторию. Что вы думаете о цифровом кинематографе? Есть ли залы с цифровой проекцией в Spectrum’е?

У нас есть цифровой звук, но работают не цифровые проекторы, а 35-мм. Приобрести цифровые проекторы прямо сейчас для нас финансово затруднительно, но мы ожидаем, что, как и на все технические новинки, цена на них в конечном счете снизится. И тогда мы сможем показывать фильмы и в «цифре».

Однако наши 35-мм проекторы не очень старые. У нас три аппаратных будки, восемь проекторов (у каждого зала – собственный), и все они соединены между собой. Когда проекторы ломаются, мы сами чиним их и, конечно, проводим общее обслуживание.

Сколько у вас работает киноmechanиков и как выстроено их расписание? Как вы принимаете их на работу?

Сейчас у нас работают четыре киноmechanика. И только один из них – по четкому расписанию. Кинотеатр работает с полудня до полуночи каждый день – получается много рабочих часов.

Для найма и поиска киноmechanиков мы пользуемся услугами профсоюза киноmechanиков.

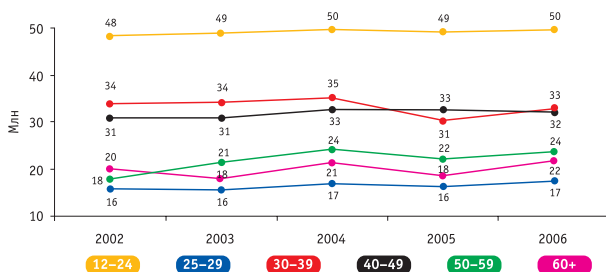


Один из наших киноmechanиков работает с нами почти с первого дня существования кинотеатра. Второй – уже около 8 лет, а двое других – недавно. Из двух новых один раньше уже работал в кинотеатре, а другой нет, но был очень заинтересован в обучении. Это наш первый киноmechanик-женщина. Обучение проводит профсоюз и обычно без отрыва от работы, таким образом киноmechanик не нуждается в стипендии.

Один вопрос, который, как мне кажется, будет интересен многим киноmechanикам: как в вашем кинотеатре наказывают киноmechanиков за ошибки? В России есть кинотеатры, которые, например, вычитают из зарплаты киноmechanиков сумму нанесенного ущерба.

Интересный вопрос. Обычно мы не наказываем наших киноmechanиков, хотя недавно одного пришлось уволить. Он пропуская свои смены, и даже когда ему было сдела-

ГРАФИК 2. ПОСЕТИТЕЛИ КИНОТЕАТРОВ ПО ВОЗРАСТНЫМ ГРУППАМ, 2002–2006 гг.



Как показывает график, большинство кинозрителей находятся в возрасте между 12 и 24 годами. Общее количество кинозрителей в течение прошлого расчетного года (2006) составило 175 миллионов, а общее количество выручки равнялось \$1,3 млрд.



но предупреждение, продолжал не ходить на работу, так что некому было показывать кино и мы понесли финансовые потери. А до этого у нас никогда не было никаких серьезных неприятностей с киномеханиками.

Сколько у вас служащих и кто они?

У нас 35 служащих, в основном студенты. Мы также нанимаем людей по совместительству, они работают во время уикендов.

Участвуете ли вы (или другие члены коллектива) в специализированных мероприятиях, конференциях или выставках?

Наши киномеханики не посещают ни конференций, ни выставок. Мой муж и наш партнер раньше посещали Show East – конференцию владельцев кинотеатров Восточного побережья. Она проходила в Атлантик-Сити (штат Нью-Джерси), но теперь проводится в Орlando (штат Флорида). Есть также Show West, которая проводится в Лас Вегасе, это конференция для кинопредпринимателей Западного побережья.

Посещение Show East было полезным для работы?

Там показывали много кинофильмов, иногда можно было познакомиться с новым оборудованием.

Что, как вам кажется, отличает Spectrum от его конкурентов?

Мы являемся независимым кинотеатром. Это означает, что владельцы нахо-

дятся здесь, в театре, тогда как большинство других кинотеатров являются сетевыми, они нанимают случайных работников, и владельца никогда нет рядом. Мы смотрим на наш театр как на социальный ресурс: всегда жертвуем билеты всем видам благотворительных аукционов и лотерей, устраиваем художественные показы и слайд-шоу в нашем фойе.

Атмосфера Spectrum – это стиль ар-деко, в нашей художественной галерее проходят слайд-шоу, на которых демонстрируются работы местных художников. Наша закусочная предлагает большой выбор выпечки, кофе, чая и попкорна. Мы проводим особые мероприятия – беседы с независимыми кинопроизводителями, и это неотъемлемая часть нашего репертуара. Многие посетители нашего кинотеатра общаются здесь со своими друзьями. Spectrum – это своего рода место встреч. В то же время мы поощряем наших служащих к просмотру фильмов и общению со зрителями. Мы делаем это, потому что наши клиенты часто задают им вопросы и хотят обсудить с ними увиденную ленту.

Таким образом, у нас действительно более дружественная, более ориентированная на общение атмосфера, чем у кинотеатров в торговых центрах. Конечно, мы, как владельцы, тоже не всегда находимся в самом кинотеатре. Но было время, когда мы работали на кассах. Теперь, правда, этого уже не делаем. Однако мы доступны, всегда поблизости, отвечаем на телефонные звонки. А кто знает главу Regal Cinemas?

В нашем быстро меняющемся мире найдется ли место для маленьких кинотеатров в будущем?

Я думаю, в этом мире больших домов, магазинов, ресторанов, театров есть люди, которые ищут чего-то более интимного и дружелюбного. Я уверена в этом, потому что посещаемость нашего кинотеатра увеличивается каждый год.



ВОЙНА ОПТИЧЕСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ: ПРОДОЛЖЕНИЕ СЛЕДУЕТ

ПРОИЗОШЛО СОБЫТИЕ, КОТОРОГО ЖДАЛИ МНОГИЕ ПОКЛОННИКИ ФОРМАТОВ ВЫСОКОЙ ЧЕТКОСТИ. ПОБЕДУ В ПЯТИЛЕТНЕЙ ВОЙНЕ ОПТИЧЕСКИХ ФОРМАТОВ ОДЕРЖАЛ BLU-RAY DISK – ДЕТИЩЕ ИНЖЕНЕРОВ SONY. СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ РАЗНЕСЛИ ЭТУ ВЕСТЬ ПО ВСЕМУ СВЕТУ. КТО-ТО РАДОСТНО ВЗДОХНУЛ, КТО-ТО ПОЖАЛЕЛ О СВОЕМ ВЫБОРЕ В ПОЛЬЗУ ВЫСОКОЕМКОГО ФОРМАТА DVD. НО, КАК ОКАЗАЛОСЬ ВПОСЛЕДСТВИИ, ТОЧКУ В ЭТОЙ ИСТОРИИ СТАВИТЬ ЕЩЕ РАНО. **[Борис Сорокоумов]**

Двадцатый век, оставшийся в мировой истории не только ядерным, но и электрическим веком, знает немало примеров конкурентной борьбы производителей новых форматов носителей информации. Широкому распространению бытового формата VHS препятствовал формат Betamax, предложенный Sony в 1975 г. Они мало отличались друг от друга по качеству картинки и по вместимости, но кассета VHS была несколько большего размера. В те годы судьба из-

делия Sony была предreshена, вероятно, тогда, когда появилась кассета VHS, на которую можно было записать до 10 часов видео со скоростью SLP/EP. Конечно, качество изображения от этого нещадно страдало, но с потребительской точки зрения было намного рациональнее потратить 5 долларов на десятичасовую кассету VHS, нежели 10 долларов на пятичасовую кассету Betamax.

В 1980 г. Sony и Philips разработали, а впоследствии модернизировали ком-

пакт-диск (CD). Приход оптических дисков практически полностью изменил политику производителей бытовой аудио- и видеопродукции и оставил в прошлом ленточные носители и оборудование для работы с ними.

В 2002 г. компании Hitachi, LG, Matsushita (Panasonic), Thomson, Philips, Samsung, Sharp, Sony и Pioneer решили создать новый формат, отличный от DVD. Однако вскоре между ними произошел раскол: одна сторона предложила доработать красный лазер, другая взялась за разработку абсолютно нового сине-фиолетового лазера. Впоследствии формат доработанного красного лазера назовут HD DVD, а сине-фиолетового – Blu-ray. Позже будет создана Ассоциация Blu-ray (BDA), в которую войдут Apple, Dell, Hitachi, HP, JVC, LG, Mitsubishi, Panasonic, Pioneer, Philips, Samsung, Sharp, Sony, TDK и Thomson.

Существует масса других примеров борьбы видеоформатов: MMCD и SD (DVD), MiniDisc и MP3, DVD-R/RW и DVD+R/RW. Японская компания SONY до сих пор не могла похвастаться успешной политикой в борьбе с конкурентами. До сих пор.

КОНКУРЕНТЫ СДАЮТ ПОЗИЦИИ

В конце февраля 2008 г. Toshiba Corporation анонсировала пересмотр всемирной стратегии компании в области HD DVD и приняла решение об отказе от дальнейших разработок, производства и продаж HD DVD-проигрывателей. Данное решение было обусловлено последними крупными изменениями на рынке.

HD DVD был разработан как формат, способный предложить пользователям недорогую возможность доступа к высококачественному контенту в высоком разрешении и подготовить их к растущей цифровой конвергенции потребительской электроники и IT-индустрии.



«Мы тщательно проанализировали долгосрочный эффект от продолжения так называемой «войны форматов» и пришли к выводу, что быстрое решение по этому вопросу окажет наибольшую помощь в развитии рынка, – сказал Ацуташи Нишида, президент и исполнительный директор Toshiba Corporation. – Мы осознаем, что не оправдали надежд компаний и, что более важно, пользователей. Но реальные возможности массового рынка контента высокого разрешения все еще остаются неохваченными, и Toshiba способна и намерена приложить все свои умения, технологии и интеллектуальную собственность для воплощения идеи полной цифровой конвергенции».

Toshiba будет продолжать инновационное развитие в широком спектре технологий, способствующих продвижению контента высокого разрешения на массовый рынок. Это включает в себя флэш-память типа NAND высокой емкости, жесткие диски миниатюрных форм-факторов, видеопроцессоры новых поколений, беспроводные технологии и технологии кодирования информации. Компания намерена сделать ряд анонсов относительно дальнейшей стратегии в конвергенции этих технологий.

Toshiba приостановила поставки своих HD DVD-проигрывателей, полностью прекратив продажи к концу марта 2008 г. Данное решение не окажет



какого-либо эффекта на отношение Toshiba к стандартному формату DVD, и компания намерена продолжать продажи DVD-проигрывателей и рекордеров. Toshiba намерена работать над развитием DVD-индустрии как один из членов DVD-форума – международной организации более чем с 200 компаниями-участницами. Toshiba намерена принимать участие в его работе в вопросах обсуждения и определения оптимальных для потребителей и индустрии в целом форматов оптических дисков.

ВСЕ БОЛЕЕ ФИОЛЕТОВО

Технология Blu-ray имеет ряд преимуществ перед своим конкурентом. В их числе емкость одного слоя Blu-ray, составляющая 25 Гбайт, в то время как HD DVD может вместить лишь 15 Гбайт информации. Бесспорно, успеху во многом способствовал выпуск популярной игровой приставки Sony PlayStation 3, оснащенной приводом Blu-ray. Sony пожертвовала первым местом на рынке игровых консолей, дав возможность уйти вперед Microsoft с Xbox и отложив запуск долгожданной PlayStation 3, именно для того, чтобы дождаться Blu-ray-привода и выйти на рынок уже с его поддержкой. Получилось, что вместе с игровой консолью нового поколения потребитель получал и самый дешевый Blu-ray-плеер. Итог – 10 миллионов

проданных приставок! А Microsoft, являющаяся одним из ключевых партнеров Toshiba, так и не решилась встраивать в свою приставку Xbox-поддержку HD DVD. Привод предлагалось покупать отдельно.

В первые дни нового 2008 г. на формат Blu-ray перешла крупнейшая киностудия Warner Brothers. Теперь свои фильмы высокой четкости она будет выпускать только в формате Blu-Ray, а не в обоих форматах, как это было ранее.

В 2007 г. о полном переходе на Blu-ray уже заявили компании Walt Disney, Twentieth Century Fox, Metro-Goldwyn-Mayer и Sony Pictures. После решения Warner Brothers перейти на работу с форматом Blu-ray 70% всей кинопродукции будет выпускаться на Blu-ray-дисках. И это еще не все. Как сообщает газета «Financial Times», кинокомпания Paramount Pictures согласно контракту вправе отказаться от использования HD DVD, если Warner Brothers перейдет на Blu-ray.

LENOVO ПРИНИМАЕТ ЭСТАФЕТУ

На этом можно было бы поставить точку в истории противостояния двух оптических форматов HD, если бы она не получила неожиданного развития. Празднование окончательной победы над земляком-конкурентом прервала крупная китайская компания Lenovo, спустя две недели сообщившая о покупке всего HD DVD-бизнеса у Toshiba и желании уже самостоятельно выпускать соответствующую продукцию на мировой рынок.

Lenovo уже имеет опыт спасения проектов с сомнительными перспективами. В 2005 г. компания купила бизнес персональных компьютеров у IBM, став со временем крупнейшим производителем ПК.

О финансовых моментах сделки с Toshiba известно очень мало, говорится лишь, что Lenovo не только не за-

платит Toshiba, но и получит от нее около \$500 млн для дальнейшего развития бизнеса.

Ранее информационное аналитическое агентство Nikkei Business Daily сообщило, что с отказом от бизнеса HD DVD убытки Toshiba достигнут 100 миллиардов японских иен (\$986 млн). Согласно прогнозу того же агентства, годовая операционная прибыль компании (с марта 2007 г. по март 2008 г.) составит 250 миллиардов японских иен (\$2,47 млрд). Сразу после публикации скорректированного прогноза акции Toshiba понзились в цене на 2,3%.

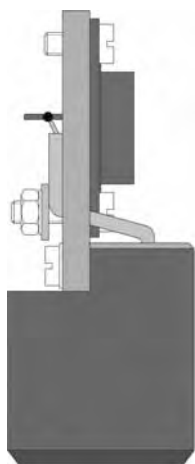
ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Нынешний Blu-ray-диск не особенно привлекает рядовых потребителей: он стоит на 5–10 долларов дороже DVD, а стоимость Blu-ray-плеера в 10–15 раз больше цены обычного DVD-проигрывателя. Диски HD DVD подходят по цене, но возможных покупателей отталкивает дороговизна проигрывателей.



К тому же для того, чтобы оценить преимущества формата HD, нужен дорогой телевизор с большим экраном и соответствующим разрешением. Готов ли потребитель заплатить такую цену за билет в разрекламированный мир высокой четкости?

При подготовке статьи использована информация сайтов www.toshiba.com.ru, www.nni.nikkei.co.jp, www.computerra.ru, www.rambler.ru



На правах рекламы

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

- Не требуют доработки кинопроекторов и звукоусилительной аппаратуры
- Сохраняются все характеристики сквозного звукового тракта и методы настройки аппаратуры
- Предусмотрена регулировка для выравнивания сигналов с постов
- Комплекуются одно- или двухканальными фотоусилителями
- Быстрая установка. Простая настройка
- Ресурс 25000 часов

*Подробные инструкции по установке и юстировке системы прилагаются.
Возможно изготовление аналогичных комплектов для других кинопроекторов.*

ВНИМАНИЕ, ИЗМЕНИЛИСЬ ТЕЛЕФОНЫ!

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

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

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

ЗАО НИКФИ, КБ модернизации кинопроекторов



«ЦИФРА» КАК РЕАЛЬНОСТЬ

СКОРО МИНЕТ ДЕСЯТЬ ЛЕТ, КАК МЫ ЖИВЕМ В XXI ВЕКЕ, ХОТЯ МЫ НЕ ЧАСТО ВСПОМИНАЕМ ОБ ЭТОМ. ЖИЗНЬ НАПОЛНЕНА ПРИМЕТАМИ И СОБЫТИЯМИ, К КОТОРЫМ МЫ ПРИВЫКЛИ В ВЕКЕ XX. И ВСЕ ЖЕ ИНОГДА ПРОИСХОДЯЩЕЕ ЗАСТАВЛЯЕТ НАС ОТЧЕТЛИВО ОЩУТИТЬ, ЧТО МЫ СУЩЕСТВУЕМ В НОВОМ ВЕКЕ. С 1 НОЯБРЯ 2007 Г. САМЫЙ БОЛЬШОЙ ИЗ ШЕСТИ КИНОЗАЛОВ КИНОТЕАТРА «ЛЮКСОР» В ОТРАДНОМ, ВМЕЩАЮЩИЙ 384 ЗРИТЕЛЯ, ОБОРУДОВАН ЦИФРОВЫМ КИНОПРОЕКТОРОМ «CHRISTIE» ДЛЯ ДЕМОНСТРИРОВАНИЯ ШИРОКОЭКРАННЫХ, КАШЕТИРОВАННЫХ И 3D-ФИЛЬМОВ. НЕСМОТРИ НА НЕБОЛЬШОЙ СРОК РАБОТЫ ОБОРУДОВАНИЯ, ОПРЕДЕЛЕННЫЕ ВПЕЧАТЛЕНИЯ О НЕМ В КИНОТЕАТРЕ УЖЕ СЛОЖИЛИСЬ. ОЗНАКОМИТЬСЯ ВПЛОТНУЮ С НОВОЙ АППАРАТУРОЙ В РАБОЧИХ УСЛОВИЯХ, ПОГОВОРИТЬ С ЛЮДЬМИ, ЕЕ ЭКСПЛУАТИРУЮЩИМИ, ОЦЕНИТЬ ВПЕЧАТЛЕНИЯ С ПОЗИЦИИ ЗРИТЕЛЯ И РАССКАЗАТЬ ОБО ВСЕМ УВИДЕННОМ И УСЛЫШАННОМ Я ОТПРАВИЛАСЬ В ЦИФРОВОЙ КИНОЗАЛ ВМЕСТЕ С НАУЧНЫМ СОТРУДНИКОМ НИКФИ ЮРИЕМ ЧЕРКАСОВЫМ. В КИНОАППАРАТНОЙ НАС ЖДАЛ КИНОИНЖЕНЕР СТАНИСЛАВ ЗАГОНОВ. |[Валентина Семичастная](#)|

Кинотеатр «Люксор» (Отрадное), как теперь принято, расположен на втором этаже большого торгового центра. В цифровом зале приятный кондиционированный климат, хорошая картинка, четкий разборчивый звук нормальной громкости. Шестикиловаттная ксеноновая лампа создает световой поток, обес-

печивающий на 12-метровом перламутровом экране яркость 60–70 кандел.

Новая техника пока никаких нареканий не вызывает и выглядит удачным приобретением. Работа проходит на хорошем уровне, вмешательство потребовалось лишь однажды – в самом начале эксплуатации. Тогда негативно проявился «чело-

веческий фактор»: при посменном чередовании сеансов в режимах 2D и 3D кино-механики забывали включить дополнительное оборудование для стереопоказа – сказались отсутствие опыта. Больше казусов не случилось.

100% КАЧЕСТВА

Первое, что тотчас бросается в глаза, – это высочайшее качество изображения на экране. Цифровая технология в принципе исключает обычные при традиционном пленочном показе дефекты: повреждение изображения (царапины) и неустойчивость изображения на экране¹. Качество демонстрируемой в кинотеатре копии фильма полностью соответствует качеству оригинала, созданного киностудией.

Разумеется, в отдельных кинотеатрах обычное демонстрирование фильмов на киноплёнке идет на очень высоком уровне – так, как и должно быть если ни во всех, то хотя бы в абсолютном большинстве кинотеатров. (Остальные кинотеатры, возможно, недостаточно хорошо работают!) Однако в цифровом показе качество картинки выше, чем в самых выдающихся традиционных кинозалах. И чуткий (или опытный) наблюдатель, даже не отдавая себе в том отчет, ощутит это. Пусть порой фильм так увлекает, что, внимая происходящему, зритель почти не обращает внимания на досадные обстоятельства и любые помехи. Все же, нередко бывая в кинотеатрах, он рано или поздно обратит внимание на яркость экранного изображения, полное отсутствие дефектов изображения, равномерность освещенности экрана и комфортность наблюдения затемненных или, напротив, очень ярких сцен. То есть на особенности цифровой технологии, подмечаемые и зрителем, и специалистом.

Для последнего особенности цифровой проекции проявляются буквально в первые минуты рабочего дня. Эксплуатационники при «цифре» забыли магические слова «Т01», «Т02» и обозначающие их действия. Киномеханику надо лишь тряпочкой смахнуть пыль с корпуса кинопроектора. Все остальное, когда потребуется, сделает киноинженер. К примеру, по мере запыления-загрязнения оптики пройдет по ней мягкой кисточкой. Если обнаружит на оптике жировые пятна (необыкновенный и крайне нежелательный случай – к оптике руками не прикасаются и практически не притрагиваются вообще), специальной жидкостью их удалит. Очистит при необходимости отражатель (во время замены лампы) и заменит ксеноновую лампу также инженер.

УПРАВЛЯЕТСЯ ИНТЕЛЛЕКТОМ

Следующая броская и нетипичная черта новой техники – это реализованная в цифровом кинопроекторе система автоматического управления (САУ) проектором. Цифровому кинопоказу присущи такие яркость и равномерность освещенности экрана, которые практически нереальны в пленочном показе. Та и другая аппаратура имеет принципиально разный класс, и специалисты, работающие, как в Отрадном, одновременно на пленке и на «цифре», это остро ощущают. За десятилетия работы с киноплёнкой отечественные киномеханики привыкли очень хорошо отстраивать аппаратуру и добиваются замечательных результатов. Однако САУ цифровым проектором смело можно назвать интеллектуальной – регулирование на таком же уровне вручную, да на пленочном проекторе, вероятно, едва ли получится. «Впрочем, пытаться надо, и успешные попытки будут, хотя с аналоговыми проекторами достичь близких результатов намного сложнее», – говорит Станислав Загонов.

¹ Неустойчивость изображения (особенно вертикальная) в настоящее время почти всегда бывает вызвана некачественной печатью фильмокопий. Безусловно, каждый аналоговый проектор привносит некоторую вертикальную неустойчивость, однако ее можно отрегулировать, сделав малозаметной на экране. От неустойчивости, внесенной печатью, лекарства нет.



Кинотеатр
«Люксор»
в Отрадном

Система самостоятельно справляется с передачей и очень ярких сцен фильма, и обычных, и затемненных. Словом, реагирует согласно сюжету фильма, по ходу дела меняя мощность лампы. Происходит это потому, что большинство цифровых копий несут информацию о световом и цветовом пространстве фильма, а САУ командует работой проектора в соответствии с этой информацией. Именно таким образом достигается требуемое, и на экране зритель видит непосредственно то, что стремился ему показать режиссер: яркость, цветность, контрастность, эффекты, звук.

В систему управления внедрен и алгоритм поддержания уровня освещенности. Срок службы ксеноновой лампы в цифровом проекторе относительно невелик, при полной мощности (6 кВт) он составляет в среднем 600 часов. Объяснение тут простое: лампа обеспечивает высокий уровень освещенности, то есть те самые 60–70 кандел яркости².

При установке каждой новой лампы киноинженер сообщает САУ требуемую от лампы мощность и отдает команду поддерживать необходимый уровень освещенности экрана. В ходе эксплуатации по мере падения светоотдачи система самостоятельно поднимает мощность, благодаря чему в конце срока

эксплуатации лампа светит с той же самой яркостью, что и в начале, сохраняя постоянный уровень освещенности экрана в течение всего рабочего периода лампы, правда, платит за качество укороченной жизнью.

Системе управления ориентировочно задают количество рабочих часов, которое ожидается от лампы. Когда срок приближается, автоматика посылает на экран контроллера сообщение о необходимости замены лампы. Тем не менее в ожидании ключевого момента целесообразно постоянно контролировать работу лампы. Это несложно: на экран контроллера выводятся актуальные значения тока, напряжения и мощности лампы. Утром, включив кинопроектор, киноинженер проверяет рабочие значения параметров, зафиксированные накануне перед выключением проектора. Ориентируясь по этим данным (конкретно – по нарастанию мощности), инженер кинотеатра определяет нужный момент и производит замену ксеноновой лампы, не дожидаясь появления информационного сообщения о достижении срока замены лампы. Надо сказать, что лампы различаются по своим эксплуатационным характеристикам и некоторые экземпляры способны успешно работать дольше заявленного срока.

Нам показалось странным, что в САУ проектором не встроен блок анализа текущих значений тока, напряжения и мощности лампы, формирующий тревожный сигнал. Подобная доработка незначительно увеличила бы стоимость аппаратуры, но, дублируя человека, повысила бы надежность работы. Однако Станислав Загонов не согласился с таким замечанием, напомнив, что существует требование производителя – использовать строго определенные высоконадежные ксеноновые лампы и не

² Бдительный Юрий Черкасов посетил кинотеатр днем в середине рабочей недели. Он лично замерил освещенность экрана привезенным с собой яркомером.

превышать гарантированную наработку ламп более чем на 20%, а контроллер получает огромный массив информации о работе абсолютно всех систем кинопроектора, вплоть до числа оборотов вентиляторов охлаждения. По словам киноинженера, для эксплуатирующего персонала актуальна именно информация об отработанных часах. Ему виднее.

СВОИМИ РУКАМИ

При отсутствии движущихся элементов, вибраций и прочих факторов, способствующих разрегулированию, вмешиваться в работу цифрового кинопроектора практически не требуется. В сопроводительной документации к проектору ее составители настоятельно советуют при первых намеках на нарушение работы любого узла или элемента вызывать специалистов по настройке и регулировке от производителя. Все, что нужно от эксплуатационников, – это вовремя очистить или заменить воздушные фильтры, заменить ксеноновые лампы, регулировать освещенность и следить за соблюдением климатических условий работы проектора. Особенно строго надо наблюдать за температурой окружающей среды – в аппаратной не должно быть слишком тепло.

Мощная ксеноновая лампа заметно нагревает пространство вокруг себя. Ради стабильной работы кинопроектора предпринимаются всевозможные меры. Так, не далее двух метров от фонаря кинопроектора должен быть установлен дополнительный вентилятор, удаляющий из фонаря горячий воздух. Без этого вентилятора лампу включить невозможно, он же охлаждает кинопроектор в течение 10 минут после включения лампы. Впрочем, в корпусе проектора размещены еще три вентилятора.

Основная часть кинопроектора – цифровая головка, ксеноновая лампа и система жидкостного охлаждения – ус-



Экран контроллера и колодки подключения размещены на тыловой части корпуса

тановлена на постаменте, в котором находятся выпрямитель (7 кВт) и источник бесперебойного питания. Если подача электроэнергии к кинопроектору неожиданно прекращается, как порой и случается, данное устройство в течение 10 минут обеспечивает питание контроллера и охлаждение кинопроектора, то есть предотвращает перегрев аппаратуры. В систему охлаждения ксеноновой лампы заливают этиленгликоль, на 50% разбавленный дистиллированной водой.

Заменить ксеноновую лампу предельно просто. Похоже, что для удобства эксплуатирующего персонала в проекторе предусмотрено все. С левой стороны проектора боковая дверца открывает весь отсек, в котором находится ксеноновая лампа. После того как ослаблены два винта, крепящие контакты на аноде и катоде, контакты легко снять. Катодный конец лампы надо вывернуть из крепления, затем лампу извлечь. Разумеется, при этой операции соблюдаются все предписанные и всем известные правила техники безопасности.

Сначала пробовали использовать «родную» лампу «Christie», но сейчас установили «Osram» для цифровых кинопроекторов. Эта лампа безупречно отработала уже 550 часов. В остальных кинопроекторах кинотеатра (аналоговых) установлены лампы «Osram» мощностью 3 и 4 кВт, в одном зале – 2 кВт.



К лампам этой марки в кинотеатре давно привыкли: они доступны, надежны, удобны и практически не вызывают нареканий.

РАБОТАЕМ В 3D

На передней части станины закреплен блок для работы кинопроектора в режиме 3D (стерео). Его включают при демонстрации стереофильмов для передачи на эмиттер сигнала, управляющего работой активных стереочков (система NuVision). Переход в стереорежим не связан, как было привычно, со сменой оптики и подстройкой аппаратуры: киноинженер нажимает на контроллере соответствующую кнопку и включает дополнительное оборудование, все остальное делает автоматика. Фильм, записанный в системе 3D, посылает на обычный (не металлизированный, как этого требует традиционное стереокино) киноэкран сигналы для левого и правого глаза. Сепарацию выполняют очки.

Демонстрируемый фильм поступает в кинопроектор с видеосервера Doremi DCP-2000. На сервере в данный момент лежали пять фильмов, два из которых (анимационный «В гости к Робинсонам» и «Штрам», у которого параллельно имеется 2D-версия на пленке) предназначены для стереопоказа, но вооб-

ще-то количество хранимых фильмов обратно пропорционально зависит³ от их продолжительности.

Фильмы в кинотеатр привозят на жестких дисках. Их переносят на сервер DCP-2000 в реальном времени. Цифровые копии поступают от тех же дистрибьюторов, которые осуществляют прокат пленочных копий.

ЧТО МОЖНО И НЕЛЬЗЯ С «ЦИФРОЙ»

Цифровому оборудованию нужны под киноаппаратные значительно меньшие площади, чем пленочному, оно позволяет иметь очень небольшой обслуживающий штат. Резко уменьшается количество необходимых кинотеатру фильмокопий. Закачка цифровой копии в сервер, разумеется, занимает такое же время, что и демонстрация фильма, но ведь приемка пленочной копии – тоже не моментальное, трудоемкое дело. Правда, перекинуть пленку в другой кинозал можно быстрее, чем перенести на другой сервер цифровую копию, но это – мелочь, которую вполне можно предусмотреть заранее. Другое дело, что кинотеатр может беспокоить невысокая рентабельность сеанса. При снижении посещаемости фильма пленочную копию можно отправить в зал меньшей вместимости, а цифровой зал – тоже самый большой, но и единственный, так что приходится мириться с его частичным заполнением.

Зато (и это большой плюс) цифровое оборудование позволяет проводить разнообразные мероприятия (презентации, трансляции популярных спортивных событий и прочие), используя практически любой источник внешнего сигнала: телевизионную трансляцию, DVD-плеер и так далее. К презентации с использованием DVD-проигрывателя и преобразователя внешних сигналов готовятся сегодня в кинотеатре.

Сервер DoReMi DCP-2000, с которого происходит воспроизведение цифровых копий кинофильмов

³ Продолжительность фильма соразмерна объему записанной по фильму информации. Объем 3D-фильма, по меньшей мере, удваивается по сравнению с его же «плоским» вариантом.

ПРОМЕЖУТОЧНЫЕ ИТОГИ

В настоящий момент еще рано категорично заявлять о высокой надежности установленного в кинотеатре цифрового оборудования, но ожидать такую надежность можно с большой вероятностью. Ожидание это подпитывает аналогия с персональными компьютерами: высоконадежные устройства ошибаются в миллиарды раз реже, чем их пользователи, если не вторгаться в специфические области, доступные только специалистам, не пытаться с налета и без основательных базовых знаний «улучшать» свой ПК, если предварительно изучать инструкции к программам, которые предполагается использовать, и не нарушать правила эксплуатации. Даже о сроках службы и надежности ксеноновых ламп применительно к цифровому проектору пока еще преждевременно говорить что-то определенное, потому что работает всего лишь вторая лампа и в кинотеатре еще не собрана объективная статистика, а «фирменные» статистические данные могут носить субъективный характер и желательно их подкрепить собственными наблюдениями и выводами.

В самом кинотеатре отношение к цифровой проекции нельзя назвать стопроцентно однозначным. Здесь, как и в каждом собрании специалистов во всем мире, в некоторых умах существует убеждение, что пленка лучше. Что же, еще недавно изображение на экране, созданное аналоговыми кинопроекторами, во много раз превосходило по своим параметрам изображение, спроецированное дискретной (цифровой) аппаратурой. Но цифровая техника стремительно развивается, ежегодно ее характеристики вдвое-втрое улучшаются, очень быстро ликвидируя отставание. Трудно спорить с тем фактом, что в некоторых случаях высококачественная пленка, снятая высококачественной аппаратурой и правильно



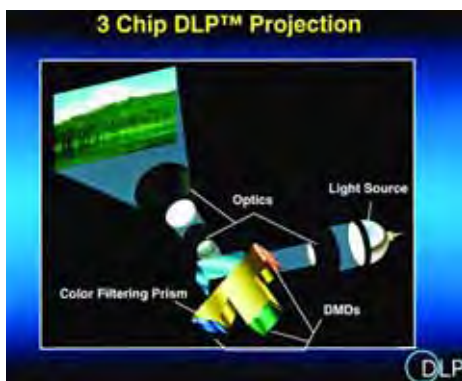
**Вентилятор
дополни-
тельного
охлаждения**

но обработанная, позволит показать на экране картинку лучшую, чем то цифровое изображение, которое в кинотеатрах имеется сегодня и сейчас. Но это – идеал, практически недостижимый в прокате. Всегда и повсеместно даже самые великолепные прокатные копии существенно ему уступают. Реально кинотеатральное цифровое изображение оказывается по техническим параметрам оптимальнее пленочного. Раньше или позднее, на время или навсегда, но цифра неизбежно заменит пленку. Не будем касаться изобразительных возможностей и эмоционального воздействия цифровых фильмов – эти темы лежат вне нашей компетенции. А наше дело – установить кинотехнику нового поколения в кинотеатрах и приветствовать кинозрителей словами: «Добро пожаловать в кинотеатр XXI века!»

**Киноинженер
Станислав
Загонов около
цифрового
кинопроектора**



НОВОСТИ D-CINEMA



10 ЛЕТ В ИНДУСТРИИ КИНО

Технология DLP Cinema в этом году отмечает 10 лет работы в киноиндустрии. В настоящее время в мире более 6000 кинозалов оснащены DLP-кинопроекторами. Это единственная используемая в кинотеатрах технология, которая позволяет демонстрировать трехмерные фильмы в цифровом формате с использованием одного проектора. В США сегодня более 1200 кинозалов предлагают кинопоказ в формате Digital 3D, и их число будет расти по мере распространения цифровых проекционных систем IMAX Corporation.

НОВЫЙ ЦИФРОВОЙ ПРОЕКТОР ОТ CHRISTIE

На ежегодной североамериканской выставке ShoWest 2008 (США, Лас-Вегас) компания Christie Digital представила новый цифровой проектор CP2000-M. На сегодняшний день это самый компактный DLP Digital Cinema проектор в мире.

CP2000-M разработан в соответствии с требованиями DCI и ориентирован на малые залы с шириной экрана до 9 м. В проекторе, созданном на основе 0,98-дюймовой DLP Digital Cinema технологии, используется ксеноновая лампа CDXL-20SD на 2000 Вт, в то время как ближайшие проекторы из линейки CP используют лампу на 3000 Вт.

Разрешение 2048:1080 пикселей. Также Christie Digital осуществила модернизацию ранее выпущенных проекторов линейки CP: CP2000-SB, CP2000-XB. В элементе призмы блока DMD был применен новый тип стекла, что позволило увеличить световой поток более чем на 20% при использовании прежнего типа лампы.



REALD XL ДЛЯ КИНОЭКРАНОВ БОЛЬШИХ РАЗМЕРОВ

Компания RealD представила на ShoWest 2008 свою новую разработку – технологию RealD XL для киноэкранов больших размеров. Новая технология позволяет проецировать с помощью одного проектора трехмерные фильмы на киноэкраны шириной более 18 м. Впервые технология RealD XL была опробована 5 ноября 2007 г. на премьере фильма «Беовульф» в Лос-Анджелесе.

В рамках ShoWest в кинозале Paris Las Vegas Theatre Des Arts на 18-метровом экране с помощью RealD XL и DLP-проектора был показан ролик нового анимационного фильма компании DreamWorks «Монстры против Пришельцев» и специальный 3D-ролик летнего 2D-релиза DreamWorks «Кунг-фу Панда».

В том же кинозале был организован показ в формате RealD 3D с использованием RealD XL – это был фильм New Line Cinema «Путешествие к центру Земли 3D».

Технология RealD XL будет поставляться вместе с системой RealD 3D для больших кинозалов в 2008 г.

ЦИФРОВОЙ IMAX БУДЕТ ПОСТРОЕН НА ТЕХНОЛОГИИ DLP CINEMA

Компания Texas Instruments объявила о том, что системы цифровой проекции IMAX для коммерческих кинозалов будут представлять собой сочетание собственной технологии IMAX и проекционного решения DLP Cinema, преобразуя IMAX Experience в цифровой формат. Компания IMAX надеется, что переход на цифровой формат поможет повысить доходность киностудий и кинотеатров IMAX. Открытие цифровых кинозалов мотивируется увеличением числа фильмов, выпускаемых в формате 3D. Стереформат стимулирует рост прибыли всей индустрии, вновь завоевывая интерес кинозрителей.

Компания IMAX была лидером в области 3D-контента, особенно с момента выхода в 2005 г. фильма «Полярный Экспресс: IMAX 3D Experience», собравшего в кинотеатрах IMAX по всему миру более \$65 млн. Блокбастер «Беовульф: IMAX 3D Experience» собрал \$25 млн, или более \$185 000 в среднем на экран.

НОВАЯ ВЕРСИЯ СПЕЦИФИКАЦИИ DCI

7 марта 2008 г. Digital Cinema Initiatives, LLC (DCI) приняла новую версию Спецификации – Version 1.2. В новой версии учтены все ошибки, выявленные в предыдущей Спецификации – Version 1.1.



НОВАЯ СИСТЕМА ДЛЯ ДЕМОНСТРАЦИИ 3D

Компания Christie представляет новую экономичную и гибкую систему для демонстрации трехмерного цифрового кино Christie 3D2P. По мощности система равна двум DLP Cinema проекторам Christie и обеспечивает в два раза большую яркость при проекции на киноэкраны любого размера.

Первые системы Christie 3D2P установлены в кинозалах знаменитой сети Krikorian Premiere Theatres (США) и успешно используются для демонстрации новинок 3D Digital Cinema. Они не только обеспечивают высокую гибкость в работе кинотеатра, но и исключают необходимость уплаты взносов за дополнительное оборудование, являясь законченным 3D-решением.

«Мы выбрали проекционную технологию «два в одном» Christie 3D2P, потому что с ее помощью можем показывать 3D-фильмы в любом кинозале комплекса, не беспокоясь о яркости изображения на киноэкране, – отмечает исполнительный вице-президент Krikorian Theatres Тодд Каммингс. – Один из дистрибьюторов сообщил нам, что посредством использования поляризационных очков они хотят увеличить яркость своих 3D-фильмов более чем на 30%. Только проекционная технология «два в одном» может решить эту задачу. Система с одним проектором не сможет обеспечить достаточную яркость при проекции на экран большого размера».

С Christie 3D2P могут использоваться любые цифровые проекторы Christie. В то же время проекторы линейки Christie CP2000 совместимы с современными технологиями трехмерного показа от других производителей.

По данным сайтов www.dcinematoday.com,
www.digitalcinema.ru, www.kinoproekt.ru

АЗБУКА КИНОПОКАЗА. ЗРИТЕЛЬНЫЙ ЗАЛ. ЧАСТЬ 2*

ЗВУКОВАЯ СИСТЕМА THX (THX SOUND SYSTEM) БЫЛА СОЗДАНА В ДОПОЛНЕНИЕ К НОВЕЙШИМ ТЕХНОЛОГИЯМ ФИРМЫ DOLBY LABORATORIES, КОТОРЫЕ ПОЗВОЛИЛИ ВОСПРОИЗВЕСТИ КИНЕМАТОГРАФИЧЕСКИЙ ЗВУК С НАИЛУЧШИМ КАЧЕСТВОМ И МАКСИМАЛЬНО БЛИЗКО К ТОМУ, ЧТО ЗАДУМАЛИ СОЗДАТЕЛИ ФИЛЬМА. НО ЕСЛИ DOLBY LABORATORIES СОСРЕДОТОЧИЛА СВОИ УСИЛИЯ НА ЗАПИСИ ЗВУКА К ФИЛЬМУ И ЕГО ИЗВЛЕЧЕНИИ СО ЗВУКОВОЙ ДОРОЖКИ (ЭТИ ПРОЦЕССЫ ПРИНЯТО НАЗЫВАТЬ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ЦЕПОЧКОЙ «А»), ТО ОТДЕЛЕНИЕ THX ИЗ СОСТАВА LUCASFILM ОБРАТИЛОСЬ К ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ЦЕПОЧКЕ «В» – УСИЛИТЕЛЯМ МОЩНОСТИ, АКУСТИЧЕСКИМ СИСТЕМАМ И ПРИНЦИПАМ ИХ РАЗМЕЩЕНИЯ И, НАКОНЕЦ, К АКУСТИЧЕСКОЙ ОБРАБОТКЕ САМОГО ПРОСТРАНСТВА ПРОСЛУШИВАНИЯ (ЗРИТЕЛЬНОГО ЗАЛА). |Максим Крикливец|

Широкие возможности для качественного звуковоспроизведения, предоставленные современной киноиндустрии новыми технологиями Dolby Laboratories, требовали срочной стандартизации качества самих условий, в которых проводится кинопоказ, то есть самого кинозала. Огромные усилия и результат работы большого количества людей, трудившихся при озвучивании кинофильма, могут быть если и не сведены на нет, то существенно испорчены неподходящей акустикой зрительного зала или работой не совсем нужной для кинопоказа звукоусилительной аппаратуры. Да мало ли может быть технических причин, способных помешать донести до зрителя все задумки звукорежиссера фильма?! Представьте, что один и тот же фильм на одинаковой аппаратуре демонстрируется в совершенно разных зрительных залах, например, один зал рассчитан на 200 посадочных мест, а другой – на 700. Надеюсь, не надо объяснять, что оба зала будут существенно отличаться по акустическим характеристикам. Даже если предположить, что время реверберации (RT-60) в обоих залах близко по значению, все равно ощущения при прослушивании будут разными. Это обусловлено целым рядом причин. Двух одинаковых залов просто не бывает. Приведу пример из личного опыта, который позволяет судить об этом наиболее наглядно.

Несколько лет назад при реконструкции кинотеатра «Искра» в городе Уфе к основному зданию кинотеатра были пристроены три одинаковых зрительных зала. В новых залах совпадало почти все: и размеры, и число зрительских мест, и их расположение, и размер экрана. Акустическая обработка и декоративная отделка всех трех залов была выполнена однотипно. При первом взгляде казалось, что все сделано под копирку, различие только в цвете – зеленый, сиреневый и фиолетовый. К моменту акустической на-

стройке в залах уже были установлены одинаковые акустические системы, а в аппаратной стояли одинаковые рековые стойки с усилителями и процессорами. Скажу честно, по окончании настройки все предполагали получить приблизительно одинаковые

ОГРОМНЫЕ УСИЛИЯ И РЕЗУЛЬТАТ РАБОТЫ БОЛЬШОГО КОЛИЧЕСТВА ЛЮДЕЙ, ТРУДИВШИХСЯ ПРИ ОЗВУЧИВАНИИ КИНОФИЛЬМА, МОГУТ БЫТЬ ЕСЛИ И НЕ СВЕДЕНЫ НА НЕТ, ТО СУЩЕСТВЕННО ИСПОРЧЕНЫ НЕПОДХОДЯЩЕЙ АКУСТИКОЙ ЗРИТЕЛЬНОГО ЗАЛА ИЛИ РАБОТОЙ НЕ СОВСЕМ НУЖНОЙ ДЛЯ КИНОПОКАЗА ЗВУКОУСИЛИТЕЛЬНОЙ АППАРАТУРЫ

* Продолжение. Начало см.: Киномеханик. 2008. № 2, 3, 4.

значения прежде всего на эквалайзерах (именно этими приборами корректируется звучание акустических систем и как бы подгоняется под существующую акустику зала). Не стану говорить, что настройки были совершенно разными, но они существенно отличались во всех трех залах. Причем отличались так, что это невозможно было списать на естественный разброс, зависящий от точки установки измерительного микрофона, на допустимые отклонения при изготовлении динамиков и колонок или на другие естественные неточности. Наше общее недоумение развеял главный инженер кинотеатра Рамиль Вилевич Фарвазетдинов: действительно, все три зала были спроектированы одинаковыми, но при строительстве пришлось вносить в проект некоторые изменения. Например, в двух залах появились не запланированные ранее вентиляционные шахты, дополнительные короба и другие конструктивные изменения. Причем все они были незаметны из зала, так как находились за экраном и были закрыты занавесом и обрамлением экрана.

Вот пример того, как даже небольшие конструктивные изменения, относящиеся к заэкранному пространству, способны серьезно повлиять на общую звуковую картину. В приведенном случае и зал, и заэкранное пространство – это единое помещение. Законы физики, относящиеся к распространению звуковой волны в помеще-

**МОЖНО С УВЕРЕННОСТЬЮ СКАЗАТЬ,
ЧТО ДВУХ ОДИНАКОВЫХ ЗАЛОВ НЕ БЫВАЕТ**

нии, работают и в зрительном зале, и за экраном как в едином объеме.

Если в кинотеатре «Искра» разница была в звучании звукоусилительного оборудования в почти одинаковых залах, то можно себе представить, как сильно будет различаться звучание саундтрека одного и того же фильма в разных залах при использовании разного оборудования. Такие условия просто не дадут использовать в полной мере все возможности многоканальных звуковых систем.

Максим Крикливец
Инсталляционно-звуковая Лаборатория

КИНОТЕАТРЫ
СТРОИТЕЛЬСТВО И РЕКОНСТРУКЦИЯ
СЕРВИС И РЕМОНТ
МОБИЛЬНЫЕ КИНОТЕАТРЫ

ДОМАШНИЕ СИСТЕМЫ
ДОМАШНИЕ КИНОТЕАТРЫ
АКУСТИКА HI-END
СПЕЦИАЛЬНЫЕ СИСТЕМЫ

ЗВУКОВОЕ ОБОРУДОВАНИЕ
КЛУБНАЯ АКУСТИКА
РАСПРЕДЕЛЕННЫЕ СИСТЕМЫ
МОБИЛЬНЫЕ КОМПЛЕКТЫ

ПРОЕКТИРОВАНИЕ
КОМПЬЮТЕРНОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ
АКУСТИЧЕСКИЙ РАСЧЕТ ПОМЕЩЕНИЙ
КОНСУЛЬТАЦИЯ

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

Именно это и послужило причиной масштабных исследовательских работ в указанной области. Конечно, при разработке многоканальных звуковых систем компания Dolby Laboratories определила основные критерии и требования к зрительному залу, принципам размещения акустических систем и т.д., позволяющие создать приемлемые условия для их использования. Этими требованиями чаще всего пользуются при оборудовании кинозалов, поскольку они являются наиболее эффективными и доступными.

Система THX не содержит никаких принципиально новых технологий, тем не менее она запатентована. Патент THX является компиляцией новейших теорий и разработок в звукотехнике. Над проектом работала большая группа известных инженеров: Тьяля (Nevill Thiele) и Смола (Richard Small) занимались разработками по акустическому оформлению громкоговорителей, Кил (Don Keele) из фирмы JBL – разработками по рупорам с постоянной направленностью, Линквиц (Siegfried Linkwitz) исследовал теорию влияния кроссоверов на характеристики направленности акустической системы, а также многие другие талантливые инженеры-электронщики. Основной задачей главного конструктора и технического директора Томлинсона Холмена было объединение этих новшеств в единый проект с одновременным внедрением в него собственных разработок. В конце концов ему удалось справиться с этой сложной задачей и зарегистрировать патент в США. Даже журнал «JASA» (журнал Американского акустического общества) был вынужден признать успех нового явления – системы THX. Но на этом работа не была закончена, предстоял длительный процесс внедрения новых разработок в массовый кинематограф.

Важным фактором было то, что вокруг проекта сплотились хорошие специалисты и инженеры-энтузиасты. С большим энтузиазмом они принялись доказывать студиям монтажа и перезаписи звука и кинотеатрам, не имевшим в то время специализированного оборудования, необходимость перестройки всей техно-

логической цепочки в киноиндустрии, связанной со звуком, чтобы зритель смог «почувствовать разницу». THX-кинотеатры – это лучшее, если вообще не единственное, место, где зритель слышит звук именно таким, каким он был первоначально записан. А THX Group, создавшая THX Theatre Sound System (систему звука THX в кино), продолжает совершенствовать свою концепцию. В отличие от рекомендаций, разработанных Dolby Laboratories, требования норм THX существенно строже и жестче.

Владельцам кинотеатров выгодно получить сертификат THX – это привлекает зрителей, но обязанностей это тоже прибавляет. Несмотря на то что количество кинотеатров с установленным в них современным звуковым оборудованием Dolby, DTS и т.п. в мире очень велико, это не означает, что все они соответствуют требованиям программы THX. Сертификация зала кинотеатра по нормам THX причисляет его к лучшим в мире, но дело это дорогостоящее и хлопотное. И даже после получения сертификата специалисты компании проводят ежегодные проверки на соответствие своим стандартам. В настоящее время около тысячи кинотеатров во всем мире с гордостью демонстрируют сертификат THX. В маленькой Исландии таких кинотеатров пять, правда, в Бельгии и Голландии – ни одного, как, впрочем, и в огромной России.

Является ли THX единственной гарантией высокого качества показа фильмов? Вряд ли. Помимо того что не все сертифицированные THX – кинотеатры одинаковы, существуют еще и другие комплексы кинотеатрального оборудования, отвечающие самым высоким требованиям, но не прошедшие контроль по программе THX (и не желающие этого). Это, например, HPS-4000, Kintek и некоторые другие. Созданные по аналогии с сертификацией THX, они не уступают ей в требовательности и строгости. Правда, все же THX Theatre Sound System остается самой популярной и распространенной системой в мире и не собирается сдавать своих лидирующих позиций.

ШКАЛА ЛАЙКЕРТА

МЫ ПРОДОЛЖАЕМ ОБЗОР СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ МЕТОДИК, КОТОРЫЕ МОГУТ ОКАЗАТЬСЯ ПОЛЕЗНЫМИ ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ КИНОТЕАТРАЛЬНОЙ АУДИТОРИИ И ЕЕ ПРЕДПОЧТЕНИЙ. НА ЭТОТ РАЗ ОСТАНОВИМСЯ НА ТЕСТОВОЙ ТРАДИЦИИ В СОЦИОЛОГИИ И РАССМОТРИМ СВЯЗАННУЮ С НЕЙ ЭФФЕКТИВНУЮ МЕТОДИКУ – ШКАЛУ ЛАЙКЕРТА. | Фаина Новоселова |

Шкала Лайкерта (англ. – Likert scale) – один из основных типов шкал для измерения установок респондента, предложенный в 1932 г. Ренсисом Лайкертом (Ликертом). Термин «шкала Лайкерта» относится как к шкалам, которые были сконструированы самим Лайкертом, так и ко всем шкалам такого типа. Шкала Лайкерта называется также методом суммируемых оценок Лайкерта. Она позволяет оценить выраженность установки и сравнивать установки разных людей по интенсивности.

Шкала Лайкерта обычно представляет собой таблицу с пятью вариантами ответов (от полного согласия до полного несогласия), однако возможно использование и других вариантов. Данный тип шкал является широко распространенным в маркетинговых исследованиях.

Можно сказать, что Лайкерт предложил эффективный и в то же время легко реализуемый «вручную» (без использования ЭВМ) подход, который в более серьезном виде, опирающемся на строгие математические гипотезы и менее структурирующей реальность, заложен в факторном анализе.

СУЩНОСТЬ ШКАЛЫ ЛАЙКЕРТА

Методика «шкала Лайкерта» основывается на существовании не только наблюдаемых исследователем переменных (которые он и измеряет), но и латентной переменной – скрытой величины, которую нельзя наблюдать непосредственно. Однако при этом ее характеристики являются определяющими по отношению к явно наблюдаемым величинам.

Иначе говоря, при помощи латентной переменной мы можем представить весь процесс целиком, в противном же случае нам могли бы быть доступны только некоторые детали, да и то лишь те, что лежат на поверхности.

Например, исследователю нужно узнать, почему респонденту понравился (или не понравился) определенный фильм. Можно предположить, что мнение респондента обусловлено участием в картине его любимого актера-звезды или ему очень нравится этот жанр и т.д. Такие предположения логичны и закономерны, но есть случаи, когда ни одно из них не работает в полной мере, то есть существует другой, скрытый фактор, заставивший респондента ответить: «Фильм понравился». Скажем, картина, о которой спрашивает интервьюер, затрагивает тему одиночества, а в личной жизни интервьюируемого незадолго до этого произошел трагический случай, приведший к потере любимого человека, что в определенной мере повлияло на восприятие фильма. Без учета этого фактора исследование было бы неполным и однобоким.

Измерение латентной переменной необходимо для того, чтобы проникнуть в суть изучаемого явления или процесса, а не руководствоваться сугубо здравым смыслом (в чем иногда упрекают социологов). Это позволяет «докопаться» до таких вещей, которые при измерении одних только наблюдаемых переменных не могли прийти в голову исследователю (но при этом являются ключевыми для понимания изучаемого феномена как целостной системы).

Лайкерт предложил строить фрагмент анкеты, направленный на измерение латентной переменной, в виде таблицы, строкам которой отвечают наблюдаемые переменные, а столбцам – значения этих переменных.

Алгоритм построения шкалы Лайкерта предусматривает проведение пилотажного исследования, в процессе которого осуществляется отбор наблюдаемых признаков. А именно, в итоговую анкету необходимо включить только те признаки, значения которых соотносятся с суммой значений всех остальных. Например, первоначально исследователь по тем или иным причинам решил, что на качество услуг кинотеатра влияет длительность работы директора в данном учреждении. Но проведя пилотажное исследование, пришел к выводу, что это не так. Таким образом, «проба почвы» позволила избежать включения в итоговое исследование переменной, не согласующейся с остальными.

НАИБОЛЕЕ ПОПУЛЯРНЫЙ СПОСОБ ИЗМЕРЕНИЯ ЛАТЕНТНОЙ ПЕРЕМЕННОЙ И ЕГО ОПАСНОСТИ

В эмпирических социологических исследованиях измерение латентной переменной, как правило, осуществляется

следующим образом. Опытный социолог должен знать, что прямой, так называемый «лобовой», вопрос не может быть эффективным, а потому в анкету вместо него вводится ряд других, кос-

ЛАЙКЕРТ ПРЕДЛОЖИЛ ЭФФЕКТИВНЫЙ И В ТО ЖЕ ВРЕМЯ ЛЕГКО РЕАЛИЗУЕМЫЙ «ВРУЧНУЮ» (БЕЗ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЭВМ) ПОДХОД, КОТОРЫЙ В БОЛЕЕ СЕРЬЕЗНОМ ВИДЕ ЗАЛОЖЕН В ФАКТОРНОМ АНАЛИЗЕ.

венных, вопросов, которые помогают исследователю определить то, что его на самом деле интересует. При этом каждый из этих вопросов фиксирует своя наблюдаемая переменная. Типы шкал всех этих переменных обычно считаются одинаковыми – номинальными или порядковыми.

Рассмотрим случай *порядковой шкалы*. В этой ситуации значение латентного признака для конкретного респондента, как правило, получается в результате суммирования ответов этого респондента на указанные вопросы (то есть суммирования значений наблюдаемых переменных). Например, применительно к латентной переменной «удовлетворенность от посещения кинотеатра» описанная

СОВЕРШЕНСТВУЕМ АНКЕТУ

Для того чтобы строящаяся для шкалы Лайкерта анкета была корректной, исследователю нужно ответить на следующие вопросы.

■ Первый вопрос. *Существует ли одномерная латентная переменная, которую мы намереваемся измерить?*

Соотношение каждого наблюдаемого признака с суммой остальных означает, что для измерения латентной переменной будут использоваться наблюдаемые признаки, которые образуют неразрывную связь, своего рода «пучок». Это дает основание полагать, что за наблюдаемыми переменными действительно стоит некий скрытый фактор.

■ Второй вопрос. *Верно ли отобраны наблюдаемые переменные?*

Та же связь, о которой только что было сказано, свидетельствует и о том, что выбранные нами наблюдаемые переменные имеют отношение к одной и той же латентной.

■ Третий вопрос. *Какова форма связи наблюдаемых переменных с латентной?*

О суммарной связи наблюдаемых признаков в рассматриваемом «пучке» мы судили по наличию соотношения между каждым признаком и суммой всех остальных. Это свидетельствует о том, что как раз сумма значений наблюдаемых признаков отвечает значению латентной переменной.

процедура будет означать обращение к респонденту с просьбой сказать, устраивает ли его цена билета, симпатичен ли ему обслуживающий персонал, комфортны ли сиденья и т.д. Другими словами, одну «большую» удовлетворенность мы как бы «расчлняем» на определенное количество «маленьких». Каждый вопрос в таких случаях чаще всего сопровождается набором возможных ответов, соответствующих, скажем, традиционной пятибалльной шкале: от «совершенно не

ГЛАВНАЯ ПРОБЛЕМА – ИССЛЕДОВАТЕЛЬ НЕ ВСЕГДА МОЖЕТ ТОЧНО ОЦЕНИТЬ, КАКОЙ ВКЛАД В ОБЩУЮ КАРТИНУ ВНОСИТ НЕПОСРЕДСТВЕННО ДАННАЯ ПЕРЕМЕННАЯ. КАК РЕЗУЛЬТАТ – ИСКАЖЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

удовлетворяет» до «полностью удовлетворяет» и т.д. Далее мы полагаем, что максимальной удовлетворенности от посещения кинотеатра соответствует совокупность максимальных баллов (то есть ответов по всем вопросам), а минимальной удовлетворенности, наоборот, совокупность минимальных баллов, а в промежуточном случае удовлетворенность тем больше, чем больше суммарный балл. Сумма «маленьких» удовлетворенностей составляет одну «большую».

Латентная переменная, измеренная подобным образом, называется обычно *социо-*

логическим индексом. Несмотря на то что описанный подход довольно часто используется в эмпирической социологии, он далеко не всегда оправдан, поскольку в нем имеется много скользких моментов. Главный из них – это то, что исследователь не всегда может точно оценить, какой вклад в общую картину вносит непосредственно данная переменная. Как результат – недооценка одних факторов и переоценка других, что приводит к искажению результатов.

Это было осознано известными исследователями еще в 1920–1930-х годах, вследствие чего было предложено несколько видов шкал (одной из них и является шкала Лайкерта), которые позволили реализовать подходы, внешне похожие на описанный, но включающие в себя некоторые критерии, делающие шкалу теоретически более обоснованной. На эти критерии социологи-практики, к сожалению, не обращают должного внимания, что приводит к тому, что выводы из проводимых исследований не всегда корректны, а это снижает общую ценность исследования.

НЕОБХОДИМОСТЬ КОРРЕКТНОГО ОТБОРА НАБЛЮДАЕМЫХ ПРИЗНАКОВ

Социолог обычно обращает внимание на то, что наблюдаемые переменные должны иметь отношение к измеряемой латентной характеристике. Но делается

ВЫИГРЫВАЕМ ПО ОЧКАМ

Из вышеперечисленного можно сделать вывод, что идея Лайкерта очень схожа с идеями, заложенными в факторном анализе. Однако в отличие от этого метода, позволяющего получить точные данные в ходе сложных математических процедур, шкала Лайкерта обеспечивает высокую точность, оставаясь довольно простым методом.

Отличия же состоят в следующем:

■ В шкале Лайкерта изначально предполагается, что фактор всего один (в факторном же ана-

лизе количество факторов не задается априори, а определяется характером статистических данных).

■ **Вместо анализа корреляционной матрицы производится оценка силы соотношения каждого из признаков с суммой значений всех остальных.**

■ **Значение фактора определяется как сумма значений наблюдаемых переменных** (в линейном факторном анализе задействована взвешенная сумма; вес определяется характером данных и несет содержательный смысл, в том числе помогает интерпретировать найденные факторы).

это кустарным способом, что совсем непродуктивно. Исследователь поступает следующим образом: он просто включает в анкету вопросы обо всех факторах, которые, как ему кажется, могут влиять на латентную переменную. Никакой проверки соответствующих предположений при этом не производится. Иными словами, правильность инструмента сбора данных определяется только здравым смыслом и научным опытом исследователя. От ошибок же он в данной ситуации не застрахован.

НАЛИЧИЕ СВЯЗИ МЕЖДУ НАБЛЮДАЕМЫМИ ПРИЗНАКАМИ – ЭТО НЕОБХОДИМОЕ УСЛОВИЕ СУЩЕСТВОВАНИЯ ЛАТЕНТНОЙ ПЕРЕМЕННОЙ И УДАЧНОСТИ ВЫБОРА ОТРАЖАЮЩИХ ЕЕ ВОПРОСОВ В АНКЕТЕ

Изучая, скажем, отношение респондентов к конкретному кинотеатру, можно включить в анкету вопрос об удовлетворенности качеством еды в кинобаре. На первый взгляд такой вопрос выглядит вполне естественно. Однако он тут же может быть оспорен: не менее естественным представляется и утверждение о том, что в среднем посетители кинотеатра прекрасно сознают, что во всех кинобарах (если рассматривать современные кинотеатры) качество еды примерно одинаково, и поэтому соответствующий фактор не играет никакой роли в формировании у человека состояния удовлетворенности или неудовлетворенности кинотеатром в целом.

Что касается формы зависимости латентной переменной от наблюдаемых признаков, то здесь используется, как правило, лишь один способ избежать простого сложения значений наблюдаемых характеристик: при суммировании эти характеристики взвешиваются. Вес при этом, как правило, определяется также лишь на основе здравого смысла исследователя (правда, иногда для этой цели специально привлекают экспер-

тов). И тем не менее исследователь снова не застрахован от ошибок.

Следует помнить, что наличие связи между наблюдаемыми признаками – это необходимое условие существования латентной переменной и удачности выбора вопросов в анкете, отражающих ее. Если такой связи не наблюдается, то есть два пути: мы должны либо отвергнуть гипотезу о существовании той переменной, измерение которой является нашей главной целью, либо скорректировать систему рассматриваемых наблюдаемых признаков таким образом, чтобы связь появилась (скажем, отбросить признаки, не связанные с другими). Именно такая идея заложена в широко известной шкале Лайкерта.

ПРОЦЕСС СОЗДАНИЯ ШКАЛЫ ЛАЙКЕРТА

Процесс создания данной шкалы включает следующие шаги:

- 1) формирование широкого множества высказываний, выражающих различные нюансы мнений по избранной проблеме;
- 2) отбор высказываний, их редактирование в целях исключения туманностей и двусмысленностей;
- 3) оценка (обычно по 5-балльной шкале) оставшихся в списке высказываний испытуемыми из выборки на основании их собственного мнения (согласия-несогласия с утверждениями);
- 4) статистическая обработка оценок;
- 5) формирование итоговой шкалы, в которую включаются пункты, по которым обнаружены наиболее сильные расхождения в оценках испытуемых с самыми низкими и самыми высокими итоговыми оценками из всей выборки.

В основе шкалы Лайкерта лежит допущение того, что каждое утверждение, включенное в шкалу, – это функция одного и того же параметра установки. Именно это позволяет использовать для измерения отношения сумму оценок по отдельным пунктам шкалы.

Процедура измерения каждой позиции заключается в оценке респондентом степени своего согласия или несогласия с набором утверждений с помощью градуированного набора высказываний (где 1 балл означает полное несогласие или неодобрение; 2 – несогласие; 3 – безразличие; 4 – согласие и 5 – полное согласие). Конечный шкальный балл вычитывается как сумма полученных баллов по всем признакам, и именно он является оценкой позиции данного человека.

К преимуществам шкалы Лайкерта относится сравнительная легкость конструирования: утверждения отбираются лишь на основе их внутренней согласованности; кроме того, не требуется экспертной группы. Еще один плюс – сравнительная простота процедуры для респондента.

Пример использования. В контексте маркетингового проекта «Выбор кинотеа-

тра» проиллюстрировано применение шкалы Лайкерта для оценки отношения респондентов к кинотеатру X.

Инструкция респонденту.

Ниже перечислены различные мнения о кинотеатре X. Определите, пожалуйста, насколько Вы согласны или не согласны с каждым из них, используя следующую шкалу:

К ПРЕИМУЩЕСТВАМ ШКАЛЫ ЛАЙКЕРТА ОТНОСИТСЯ СРАВНИТЕЛЬНАЯ ЛЕГКОСТЬ КОНСТРУИРОВАНИЯ. ЕЩЕ ОДИН ПЛЮС – СРАВНИТЕЛЬНАЯ ПРОСТОТА ПРОЦЕДУРЫ ДЛЯ РЕСПОНДЕНТА

- 1 – абсолютно не согласен;
- 2 – не согласен;
- 3 – затрудняюсь ответить (нейтральное отношение);
- 4 – согласен;
- 5 – полностью согласен.

№ п/п		Абсолютно не согласен	Не согласен	Затрудняюсь ответить	Согласен	Полностью согласен
1	В кинотеатре X часто показывают интересные фильмы					
2	В кинотеатре X плохое обслуживание					
3	Мне нравится смотреть фильмы в кинотеатре X					
4	В кинотеатре ограниченный выбор фильмов по отдельным жанрам					
5	Расписание сеансов кинотеатра X ужасно					
6	Кинотеатр X – место, где смотрят фильмы все мои друзья					
7	Мне не нравится реклама кинотеатра X					
8	Кинотеатр X предлагает широкий выбор фильмов					
9	Кинотеатр X устанавливает разумные цены на билеты					

Анализ. Для проведения анализа каждому утверждению присваивается количество баллов: от -2 до +2 или от 1 до 5. Анализируются оценки по отдельным пунктам (профильный анализ) или общая (итоговая) оценка, рассчитанная для каждого респондента суммированием оценок по отдельным пунктам.

ДЛЯ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ОБЩЕГО КОЛИЧЕСТВА БАЛЛОВ, ПОСТАВЛЕННОГО КАЖДЫМ РЕСПОНДЕНТОМ ДЛЯ КАЖДОГО КИНОТЕАТРА, ВАЖНО ИСПОЛЬЗОВАТЬ ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНУЮ ПРОЦЕДУРУ ОЦЕНКИ, ЧТОБЫ ВЫСОКИЙ (ИЛИ НИЗКИЙ) БАЛЛ ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНО СООТВЕТСТВОВАЛ БЛАГОПРИЯТНОМУ ОТВЕТУ

Предположим, что в примере с кинотеатром шкала Лайкерта используется для измерения отношения посетителей к кинотеатру X и кинотеатру Y. В рамках профильного анализа сравниваются два кинотеатра по средним оценкам респондентов для каждого пункта, таких как качество фильмов, обслуживание и разнообразие репертуара. Методика итоговой оценки распространена шире других, поэтому шкалу Лайкерта часто называют итоговой шкалой. При этом подходе для определения общего

количества баллов, поставленного каждым респондентом для каждого кинотеатра, важно использовать последовательную процедуру оценки, чтобы высокий (или низкий) балл последовательно соответствовал благоприятному ответу. Для этого присваиваемые отрицательным ответам баллы должны подсчитываться после «переворачивания» шкалы.

Заметим, что при отрицательном утверждении согласие отражает неблагоприятный ответ, а при позитивном – благоприятный. Соответственно «полному согласию» с положительным утверждением и «абсолютному несогласию» с негативным утверждением присваивается по пять баллов. В представленной выше шкале при условии, что большее количество баллов свидетельствует о более благоприятном отношении респондентов к объекту исследования, баллы, поставленные за вопросы 2, 4, 5 и 7, должны трансформироваться в противоположные. Подсчитывается общее количество баллов, поставленных каждым респондентом каждому кинотеатру. Респондент наиболее благоприятно относится к кинотеатру, набравшему наибольшее количество баллов.

Достоинства шкалы Лайкерта:

- ее легко составлять и использовать (в том числе не нужна экспертная группа);
- респонденты быстро схватывают принцип ее заполнения, что позволяет использовать шкалу Лайкерта при опросах, проводимых по почте, телефону или при личных беседах.

Недостатки шкалы Лайкерта:

- долгий процесс обработки данных;
- большой промежуток времени, требуемый для заполнения анкеты, по сравнению с другими детализированными шкалами, поскольку респондентам приходится читать каждое утверждение;

- при большом количестве вопросов – монотонность, приводящая к потере внимания и концентрации респондента.

Модификации шкалы Лайкерта

- Это метод вынужденного выбора по Лайкерту (отсутствует нейтральная категория) и метод лиц (Faces approach). Последний рассчитан на неграмотных респондентов и основан на использовании в качестве делений шкалы символических изображений лица – от улыбающегося до выражающего неодобрение. Надежность шкал Лайкерта составляет величину порядка 0,90, а полученные с их помощью результаты соотносятся с результатами по шкалам Терстоуна порядка 0,80.

ПОДГОТОВИТЕЛЬНЫЙ ПЕРИОД

Спец@гент Караваяев
(Приключения
милионера
Караваяева)

анимация

Россия

Студия: Свердловская
киностудия
Автор сценария: нет
Режиссер: нет
Роли озвучивают: нет
Слоган: нет
Афиша: нет
Сайт: нет
Дистрибьютор: нет
Премьера: нет

*Полнометражная анима-
ционная приключенческо-
детективная история с
головокружительными
погонями и трюками,
главным героем которой
выступает милиционер
Караваяев.*

В поисках
капитана Гранта
анимация

Россия

Студия: «Эра Водолея»
Авторы сценария: Вадим и
Максим Свешниковы
Режиссеры: Вадим и
Максим Свешниковы
Роли озвучивают: нет
Слоган: нет
Афиша: нет
Сайт: нет
Дистрибьютор: нет
Премьера: нет

*Трем братьям-пороссятам
придется пройти через
множество испытаний и
обрести дружную семью.*

Василиса и серый волк
анимация

**Россия**

Студия: «СТВ», «Мельница»
Автор сценария:
Александр Боярский
Режиссер: Илья Максимов
Роли озвучивают: нет
Слоган: нет
Афиша: нет
Сайт: нет
Дистрибьютор:
«Наше кино»
Премьера: 2009 г.

*Увлекательная история от
создателей богатырской
трилогии, в которой героев
русских народных сказок
ждут новые приключения,
опасности и забавные
ситуации.*

Кин-Дза-Дза
анимация

Россия

Студия: «РИТМ»
Авторы сценария: Георгий
Данелия, Андрей Усачев,
при участии Александра
Адабашьяна и др.
Режиссер: Татьяна Ильина
Роли озвучивают: Николай
Губенко, Александр
Адабашьян, Андрей
Леонов, Галина Данелия,
Георгий Данелия
Слоган: нет
Афиша: нет
Сайт: нет
Дистрибьютор: нет
Премьера: нет

*Сценарий мультфильма
написан по мотивам
художественного фильма
«Кин-дза-дза!», но
ориентирован на детскую
аудиторию и иностранных
зрителей.*

А ТАКЖЕ В ПОДГОТОВИТЕЛЬНОМ ПЕРИОДЕ: *Антикиллер Данилы Корецкого, Баксы, Бледный город, Блюз-кафе!, Брестская крепость, Бубен, Барабан, Быть или не быть, В России идет снег, Варвара, Ведьмин век, Верное сердце, Видный мозг, Волейбол, Волчок, Восток есть восток, Время ненавидеть грех, Все девушки любят джаз, Герой, которого все ждали, Гоголь. Ближайший, Головоломка, Дальний свет, Дом, Домовой 2, Жизнь Шаумяна, Жила-была одна баба, Журов, Забытые в Сибири, Иван Грозный и Метрополит Филипп, Исповедь 100-килограммовой бабочки, Испытание, Каденци, Карантин, Киллер и папарацци, Кинооператор, Красная вода, Кромовь, Крылья, Кто стучится в дверь ко мне, Лабиринт, Лучшее время года, Мойщики, Мужской сезон 2: Время гнева, Мужчина в доме, Мустанг, На Таймыр, Над городом, Наперегонки со смертью, Не спать, Неплохие ребята, Номер 13, Одноразовый агент, Очень русское кино 2, Петя по дороге в царство небесное, Плесень, Плутон, Под знаком тибетской свастики, Полиграф, Праздник урожая, Призраки, Прощание, Прянички, Рита, Самая красивая 2, Севастополь, Семейка Ады, Сердце Пармы, Скалолазка и запретный источник, Скалолазка и камень судьбы, Скоро весна, Сны, Степан Разин, Стерва для чемпиона, Танк, Убить короля, Ушебти, Хан, Хорошая погода, Цель, Черный ангел, Чужая, Японцы*

данные на 10.04.2008 г.

СЪЕМОЧНЫЙ ПЕРИОД

данные на 10.04.2008 г.

Боги Зеленой планеты
анимация**Россия**

Студия: «Мастер-Фильм»
Автор сценария: Андрей Соломатин
Режиссер: Андрей Соколов
Роли озвучивают: нет
Слоган: нет
Афиша: нет
Сайт: нет
Дистрибьютор: нет
Премьера: нет

Возвращаясь на землю, космический корабль сделал вынужденную посадку на девственную планету, которую предшественники назвали Зеленой. Здесь героев ожидают невероятные приключения: потеря вездехода и встреча с динозаврами, знакомство с дикарями-людоедами, которые принимают их за посланцев небес, и благополучное освобождение из плена.

Звездные собаки: Белка и Стрелка
анимационная комедия**Россия**

Студия: «Центр национального фильма», Федеральное агентство по культуре и кинематографии
Автор сценария: нет
Режиссер: Святослав Ушаков
Роли озвучивают: Евгений Миронов, Инга Стрелкова-Оболдина, Елена Яковлева, Сергей Гармаш и др.
Слоган: нет
Афиша: нет
Сайт: нет
Дистрибьютор: нет
Премьера: 2009 г.

Цирковая собака Белка мечтает летать под куполом цирка. Дворняжка Стрелка думает лишь о том, где бы ей достать очередную косточку. Ее друг крыс Ленья, как может, помогает ей в этом земном занятии, но в душе остается неисправимым романтиком. Когда Стрелка и Ленья организуют очередную аферу, чтобы достать себе пропитание, на их головы сваливается цирковая ракета с красавицей Белкой. С этой случайной встречи и начинается покорение космоса...

Ангелочек
анимация**Россия**

Студия: «Центр национального фильма», Федеральное агентство по культуре и кинематографии
Автор сценария: Залина Бидеева
Режиссер: Залина Бидеева
Роли озвучивают: нет
Слоган: нет
Афиша: нет
Сайт: нет
Дистрибьютор: нет
Премьера: 2008 г.

История о том, как игрушка – маленький восковой ангелочек – перевернула все в душе мальчика, лишенного материнской любви.

Последний сказочный герой
анимация**Россия**

Студия: «Эра Водолея»
Авторы сценария: Вадим и Максим Свешниковы
Режиссеры: Вадим и Максим Свешниковы
Роли озвучивают: нет
Слоган: нет
Афиша: нет
Сайт: нет
Дистрибьютор: нет
Премьера: нет

Сказочная история об обычном мальчишке Сереже, волею судьбы попавшем в мир сказок, который стоит на грани полного исчезновения. В сказочном мире он пройдет долгий путь, найдет новых друзей, узнает горечь предательства и защитит весь сказочный мир, став последним сказочным героем...

А ТАКЖЕ В СЪЕМОЧНОМ ПЕРИОДЕ (АНИМАЦИЯ):

Гофманиада, Киф с планеты Дара, Кукарача, Похождения бравого солдата Швейка, Сапсан

А ТАКЖЕ В СЪЕМОЧНОМ ПЕРИОДЕ: *Антикиллер 3: Сумеречная зона, Безопасные связи, Варенье из сакуры, Ваша остановка, мадам!, Вий, Дау, Живи и помни, Зверобой, История любви, или Новогодний прикол, Каменная башка, Квартирантка, Клан Лысых Холмов, Мачеха, Мираж, Морфий, Московские истории, На море 2, Небо над Кандагаром, Непобедимый, Очень русский детектив, Пассажирка, Пыль времени, Ретушер, Следы на песке, Специалист, Тучи над холмом, Утопленные солнцем 2, Хоккеисты, Чудо, Шультез, Я вас жду ...*

МОНТАЖНО-ТОНИРОВОЧНЫЙ ПЕРИОД

данные на 10.04.2008 г.

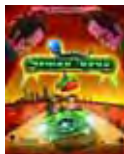
День рождения Алисы
анимация**Россия**

Студия: «Мастер-Фильм»
 Авторы сценария: Андрей Житков, Андрей Саломатов, Сергей Серегин
 Режиссер: Сергей Серегин
 Роли озвучивают: Евгений Стычкин, Яся Николаева, Алексей Колган, Роман Стабуров и др.
 Слоган: нет
 Афиша: нет
 Сайт: www.alisaselezneva.ru
 Дистрибьютор: нет
 Премьера: начало 2009 г.

Рассказ о необыкновенных приключениях девочек Алисы и ее друга – маленького археолога Рррр, которые попадают в прошлое далекой чужой планеты Колеида.

Алиса и Рррр проявляют мужество, смекалку и выдержку, учатся не падать духом в самых безнадежных ситуациях и узнают, что такое настоящая дружба.

А в результате им удается изменить ход истории и вернуть к жизни целую планету!

Чужая куча
анимация**Россия**

Студия: RFG (ROSPOfilm Group), STEP by STEP, студия анимации «Флэшкафе» и киностудия «21-е творческое объединение»
 Авторы сценария: Александр Карпов, Илья Малкин, Илья Никитин, Павел Судаков
 Режиссеры: Илья Никитин, Илья Малкин, Павел Судаков
 Роли озвучивают: Александр Карпов, Алексей А. Петрухин, Алексей Колган, Петр Федоров, Андрей Бархударов, Сергей Бурунов, Людмила Ильина
 Слоган: нет
 Афиша: нет
 Сайт: нет
 Дистрибьютор: нет
 Премьера: нет

Однажды два друга, Эл и Макс, поймали на удочку чемодан с кучей денег. Но два бессовестных и жестоких головореза должны вернуть потерянные баксы своему Босу, кровожадному генералу Жо.

Про Федота-стрельца, удалого молодца
анимация**Россия**

Студия: «СТВ»
 Авторы сценария: Людмила Стеблянко, Роман Смородин
 Режиссер: Людмила Стеблянко
 Роли озвучивают: нет
 Слоган: нет
 Афиша: нет
 Сайт: нет
 Дистрибьютор: «Наше кино»
 Премьера: 1 января 2009 г.

Экранизация блистательной сказки Леонида Филатова, для работы над которой были привлечены одни из самых талантливых аниматоров студии «Мельница».

Приключения Аленушки и Еремы
анимация**Россия**

Студия: Продюсерский центр «Парадиз»
 Авторы сценария: Андрей Гончаров, Константин Мулин
 Режиссер: Георгий Гитис
 Роли озвучивают: Антон Макарский, Инна Гомес, Мария Голубкина, Рената Литвинова, Сергей Чонишвили, Александр Наумов
 Слоган: нет
 Афиша: нет
 Сайт: нет
 Дистрибьютор: «Парадиз»
 Премьера: 23 октября 2008 г.

Аленушка и Ерема полюбили друг друга, но, чтобы быть вместе, им придется преодолеть много препятствий. Коварный Рыцарь и вороватый Воевода строят козни, а Аленушка нечаянно заколдовала Ерему, накормив его волшебными яблоками...

А ТАКЖЕ В МОНТАЖНО-ТОНИРОВОЧНОМ ПЕРИОДЕ (АНИМАЦИЯ):

Приключения доисторического мальчика

А ТАКЖЕ В МОНТАЖНО-ТОНИРОВОЧНОМ ПЕРИОДЕ:

2-АССА-2, Амулет, Артефакт, Багровый цвет снегопада, Без вины виноватые, Bravo, Лауренсия!, Братья Карамазовы, Буги на костях (Спиляги), В гостях у \$казки, В июне 41-го, В поисках т.А.Т.У., Вареники с вишней, Васька, Властимир, Влюбленный прапорщик, Возьми меня с собой, Волки, Дистанция, Домовой, Золотой ключик, Золушка 4x4, Все начинается с желаний, Иванов, Игра, Кабы, Кислород, Колчак, Красный жемчуг любви, Мальтийский крест, Мишень, Мырма, Неидеальная женщина, Никто, кроме нас, Новогодние подарки, Обитаемый остров, Обитаемый остров. Фильм второй, Обстоятельства, Однажды в провинции, Освоение жизни, Отцы и дети, Платон, Пророк: миссия пятого ангела, Ранний рассвет, Розыгрыш, С.С.Д., Сердце врага, Сиделка, Скрипка Страдивари, Тени Фаберже, Треск, Три девочки, Трое с площади Карронад, Трудно быть Богом, Тюльпан, Царапина, Черные следопыты, Чизкейк



СУЗДАЛЬ: СТАРЫЕ ШИРОТЫ, НОВЫЕ РАСШИРЕНИЯ

ТРИНАДЦАТЫЙ ОТКРЫТЫЙ РОССИЙСКИЙ ФЕСТИВАЛЬ АНИМАЦИОННОГО КИНО БРАЛ ЧИСЛОМ. ВО-ПЕРВЫХ, ГРУСТНЫМ ПОРЯДКОВЫМ НОМЕРОМ – ЭТО ПЕРВЫЙ ФЕСТИВАЛЬ БЕЗ АЛЕКСАНДРА ТАТАРСКОГО, ЕГО БЕССМЕННОГО ПРЕЗИДЕНТА. ВО-ВТОРЫХ, ЧИСЛОМ ПРЕДСТАВЛЕННЫХ РАБОТ. ЗА ЧЕТЫРЕ ДНЯ В СУЗДАЛЕ БЫЛО ПОКАЗАНО 85 МУЛЬТФИЛЬМОВ (ЕСЛИ СЧИТАТЬ ТОЛЬКО КОНКУРСНУЮ ПРОГРАММУ). ФЕСТИВАЛЬ ПЕРЕД ВЫБОРОМ: ТО ЛИ ПРОДЛЕВАТЬ СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ТО ЛИ УЖЕСТОЧАТЬ ОТБОР.

| Екатерина Самылкина |

Увеличилось и число призовых номинаций. Впервые вручался приз за лучший полнометражный мультфильм, потому что впервые за год было произведено достаточное количество работ такого формата для создания отдельной конкурсной программы. Правда, один из трех полнометражных мультфильмов – «Ролли и эльф. Невероятные приключения» – наполовину финский. В Финляндии про Ролли сочиняют сказки (в них Ролли и его народ противостоят эльфам, но побеждает дружба), пишут песни и снимают фильмы. В фильме и полнометражную анимацию он вместе со своим создателем *Аллу Туппурайне* перебрался из детского телесериала. Мультфильм «Ролли и эльф. Невероятные

приключения» создавался на российской студии «Солнечный дом – ДМ» с участием российского режиссера *Андрея Игнатенко*, и в этой картине можно обнаружить

НОВЫЙ ГЕРОЙ, ПОЯВИВШИЙСЯ СРЕДИ ТРАДИЦИОННЫХ, ИНОГДА ФОЛЬКЛОРНЫХ ПЕРСОНАЖЕЙ (РОЛЛИ-ТРОЛЛИ, ЭЛЬФЫ), ХАРАКТЕРИЗУЕТ И РОССИЙСКУЮ ПОЛНОМЕТРАЖНУЮ АНИМАЦИЮ

проблемы важные и для российского маленького зрителя. Конечно же, это борьба добра и зла, конечно же, проблема гигиены, решенная в мультфильме не без влияния Духа Сауны, но самое важное, что хочется отметить, – как мягко, изящно и смешно подана проблема национализма.

Народец Ролли гордится неряшливостью (а на самом деле просто боится помыться), грубостью и умением напугать нероли (которые на деле оказываются смешными, а не страшными). Когда эльфийка Милли рассказывает о беде, постигшей ее народ (лес и все живущие в нем стали превращаться в камень), Ролли восклицает: «Но ролли не помогают каким-то гоблинам!» Однако лес – общий и с общей бедой пришлось бороться вместе.

Новый герой, появившийся среди традиционных, иногда фольклорных персонажей (ролли-тролли, эльфы), характеризует и российскую полнометражную анимацию. Так, «Элька» Владимира Сакова – внук Умки, что, впрочем, не акцентируется. Он противопоставит Каю и Герде, которых довольно непривычно видеть в качестве отрицательных персонажей. Как и в мультфильме «Ролли и эльф», в «Эльке» находят отклик сложности современной цивилизации – экология, глобализация и американское влияние, или, как его еще называют, «однополярность мира». Действие, надо сказать, происходит в полярных кругах, и сложные слова обретают понятное ребенку визуальное воплощение, как и дружба – «дружкой» называется тоннель между двумя полюсами, который не всем дано видеть¹.



Кадр из мультфильма «Баба Ежка и другие» (2008)

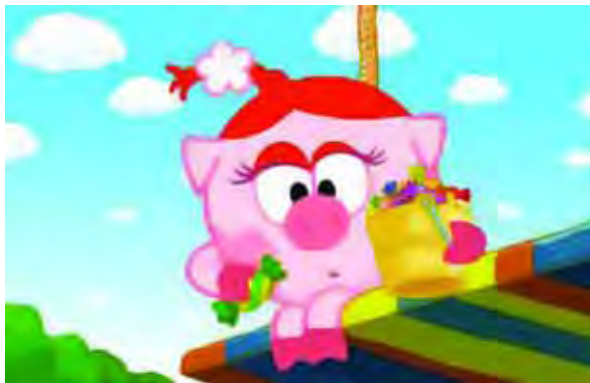
Выигравшая приз в номинации «полнометражный мультфильм» «Баба Ежка и другие» Валерия Угарова (чья кончина – еще одна потеря российской анимации в этот тринадцатый год фестиваля) – самая традиционная из трех полнометражных картин. В ней герои русского фольклора – Баба Яга, Леший, Змей Горыныч и другие – выступают в своих привычных амплуа. На каждого дается «досье», если вдруг современный ребенок не очень хорошо знает традиционных сказочных персонажей. Не обошлось и без обязательных деталей вроде блюдецка с голубой каемочкой. Принцип стабильности, неизменности сказки заложен и в сюжете: маленькая Ежка, напортачив по незнанию и неумению пользоваться волшебной атрибутикой, должна

ПРЕДАЛАГАЕМЫЕ ПРОГРАММЫ ДЛЯ КИНОТЕАТРОВ ПО ФИЛЬМАМ СУЗДАЛЬСКОГО ФЕСТИВАЛЯ. ДЕТСКАЯ:

- «Мышонок и Лис», режиссер Ольга Чернова, 5 мин. 33 сек., кинокомпания «29 февраля»
- «Заяц-слуга», режиссер Елена Чернова, 13 мин., Большая анимационная студия «Пилот»
- «Маленькая Василиса», режиссер Дарина Шмидт, 15 мин. 30 сек, студия анимационного кино «Мельница»
- «Куйгорож», режиссер Сергей Меринов, 13 мин., Большая анимационная студия «Пилот»
- «Про Мыху», режиссер Константин Арефьев,

- 13 мин., студия «Центр национального фильма»
 - «Гордый мыш», режиссер Наталья Березовая, 13 мин., Большая анимационная студия «Пилот»
 - «Чепоги», режиссер Леон Эстрин, 13 мин., Большая анимационная студия «Пилот»
 - «Рыбак Оскус-Оол», режиссер Алексей Демин, 13 мин., Большая анимационная студия «Пилот»
 - «Ну вот еще», режиссер Сергей Айнутдинов, 13 мин., Большая анимационная студия «Пилот»
- Продолжительность программы – 1 час 52 мин.

¹ Об актуальности анимации режиссер Владимир Саков рассказал в интервью, которое можно прочитать в рубрике «Драйв-тест» на стр. 70–72.



восстановить прежние отношения между Емелей и Шукой, Иваном-Царевичем и им самим (Ежка случайно раздвоила его)... Ощущение обращенности в прошлое усиливается тем, что мультфильм снят на пленку.

Очень смешными оказались аллюзии на знаменитый фильм Юрия Норштейна в одной из серий «Смешариков» – «Ежик в туманности» Дениса Чернова.

ПЕРВЫЙ РАЗ ПОЯВИЛАСЬ НА СУЗДАЛЬСКОМ ФЕСТИВАЛЕ КОНКУРСНАЯ ПРОГРАММА ДЕБЮТНЫХ ФИЛЬМОВ – И ОКАЗАЛАСЬ ОЧЕНЬ СИЛЬНОЙ

Чуждые по эстетике (короткометражка Чернова сделана с характерным для всего сериала визуальным примитивизмом), мультфильмы сходятся в поворотах сюжетных коллизий. Современный Ежик оказался загнанным сначала в туманность, а потом и в речку волею ам-

Кадр из мультфильма «Роман в письмах» (2007)

бициозного режиссера кролика Кроша. Призом же за лучший сценарий отметили другую серию – «Роман в письмах» режиссера Алексея Горбунова и сценариста Алексея Лебедева. В этом мультфильме безответная любовь и письма к возлюбленной «в стол» постепенно становятся самоценными, так что реальная возлюбленная отходит на второй план. Интересная, полная цитат литературная основа – то, на что «западают» в детском сериале взрослые (которые, впрочем, часто жалуются на его агрессивно яркую рацветку). «Смешарики» – это, наверное, самый коммерчески успешный российский анимационный проект последних лет (по сумме показателей), название которого стало брендом, охватывающим практически все виды товаров для детей (от игрушек до эскимо и даже обуви). У пятилетних малышей герои мультика пользуются прямо-таки бешеной популярностью. Закономерно создание полнометражных «Смешариков» – предполагается, что они выйдут в конце 2009 года.

Однако приз за лучший сериал получили гораздо менее известные широкой аудитории и более эстетские «Колыбельные мира» Елизаветы Скворцовой. Среди новых мультфильмов этого цикла, пока еще не завершенного, – лихая «Американская» и задумчиво-лиричная «Эвенкийская колыбельная».

ПРЕДАЛАГАЕМЫЕ ПРОГРАММЫ ДЛЯ КИНОТЕАТРОВ ПО ФИЛЬМАМ СУЗДАЛЬСКОГО ФЕСТИВАЛЯ. ВЗРОСЛАЯ:

- «Человек с ветром в голове», режиссер Хихус (Павел Сухих), 5 мин., Школа-студия анимационного кино «ШАР», творческое объединение «Люди мертвой рыбы»
- «Луна/Марс», режиссер Владлен Барбэ, 23 мин., студия «Классика»
- «Три истории любви», режиссер Светлана Филиппова, 11 мин. 40 сек., «Рор Туту Фильм»
- «Он и она», режиссер Мария Муат, 13 мин., студия «Пчела»

- «Меню», режиссер Аида Зябликова, 13 мин., ФГУП «ТПО «Киностудия Союзмультфильм»
 - «Дворник на Луне», режиссер Константин Голубков, 7 мин., Школа-студия анимационного кино «ШАР»
 - «Реанимация. Красные башмачки», режиссер Хихус (Павел Сухих), 2 мин. 57 сек., НО Фонд социально-культурных программ «Губерния»
- Продолжительность программы – 1 час 16 мин.

Последняя, кстати, на контрапункте с функцией «усыплять» сделана из кофе.

Первый раз появилась на Суздальском фестивале конкурсная программа дебютных фильмов – и оказалась очень сильной. В ней был показан мультфильм «*Про Мыху*» *Константина Арефьева*: заглавная героиня помимо традиционных мышиных талантов обладает недюжинными музыкальными способностями, и на почве любви к музыке она подружилась с Кохой и Собакищем, которых жители дома вообще-то отправляли найти и обезвредить Мыху. «Мышиная» тема продолжилась и в картине «*Мышонок и Лис*» по известной сказке Виталия Бианки. Но фаворитом (в первую очередь для детей семи-восьми лет) стал мультфильм «*Маленькая Василиса*» *Дарины Шмидт*, стилизованная под лоскутное шитье увлекательная (гэг за гэгем) сказка о том, как маленькая девочка Василиса, очень любившая поиграть (в том числе с Медведем и Мышкой), сбежала от Бабы-Яги. Роли Медведя и Бабы-Яги, кстати, озвучивали известные режиссеры-аниматоры Сергей Меринов и Константин Бронзит. Этот мультфильм не только получил приз «за лучший дебют», но и был признан лучшим фильмом для детей.

В основном конкурсе **гран-при и первое место профессионального рейтинга** получил мультфильм **Ивана Максимова «Дождь сверху вниз»** – эта история



Кадр из мультфильма «Маленькая Василиса» (2007)

продолжает серию «Сожительство с капризной природой», начатую «Ветром вдоль берега».

Как обычно широко, была представлена «Гора самоцветов». В осетинской сказке «*Гордый мыш*» *Натальи Березовой* мышонок хочет жениться на дочери самого сильного. Он идет к Солнцу, Луне, Ветру... (причем у всех этих могуществ-

БУМ В АВТОРСКОЙ АНИМАЦИИ СТАЛ НАКРЫВАТЬ И КОММЕРЧЕСКУЮ. НА СМОТРЕ БЫЛИ НЕ ТОЛЬКО МУЛЬТФИЛЬМЫ, ИНТЕРЕСНЫЕ ДЕТЯМ, И РАБОТЫ ДЛЯ ТЕХ, КТО В АНИМАЦИИ ИЩЕТ ПРОИЗВЕДЕНИЯ ИСКУССТВА, НО И ФИЛЬМЫ, КОТОРЫЕ С УДОВОЛЬСТВИЕМ ПОСМОТРЯТ ОБЫЧНЫЕ ВЗРОСЛЫЕ ЗРИТЕЛИ

венных существ колоритные лица кавказской национальности). Но самыми сильными, приходит к выводу амбициозный герой, являются мыши! И женится

ПРЕДАЛАГАЕМЫЕ ПРОГРАММЫ ДЛЯ КИНОТЕАТРОВ ПО ФИЛЬМАМ СУЗДАЛЬСКОГО ФЕСТИВАЛЯ. ВЗРОСЛАЯ:

- «**Бедный Йорик**», режиссер Сергей Гордеев, 18 мин., *НО Фонд социально-культурных программ «Губерния»*
- «**Сорочьи сплетни**», режиссер Наталья Рысс, 13 мин., *ФГУП «ТПО «Киностудия Союзмультфильм»*
- «**Полярная яма**», режиссер Алексей Алексеев, 2 мин., «*Баестардс*»
- «**Мальчик**», режиссер Дмитрий Геллер, 16 мин., *студия «А-фильм»*

- «**Потерянное время в Клеркенвелле**», режиссер Алексей Будовский, 3 мин. 55 сек., *Figli Migli Productions*
 - «**Колыбельная**», режиссер Андрей Золотухин, 14 мин., *студия «А-фильм»*
 - «**Дождь сверху вниз**», режиссер Иван Максимов, 7 мин. 45 сек., *НО Фонд социально-культурных программ «Губерния»*
- Продолжительность программы – 1 час 15 мин.



он на мышке, к вящей радости матери. Счастливым браком заканчивается и тувинская сказка *«Рыбак Оскус-Оол»* Алексея Демина, в которой звучат настоящие тувинские песни. Счастье бедняка – мечты о богатстве и большом доме – оборачивается счастьем иметь большую семью в корейской сказке *«Чепози»* Леоны Эстрина. Те же мечты о богатстве – только так, чтобы ничего не делать, – побудили героев *«Куйгорожа»* Сергея Меринова обратиться к нечистой силе, полусове-полузмее Куйгорожу, который до

Кадр из мультфильма *«Дождь сверху вниз»* (2007)

того любил работать, что когда Старик и Старуха не нашли ему нового занятия, разнес все хозяйство в пух и прах. А в сказке *«Ну вот еще»* Сергея Айнутдинова все наоборот: сварливая жена, попав в подземный мир к чертям, завела там свои порядки, до того суровые, что черти ее обратно домой вернули, да еще и золота дали мужу, чтобы принял ее. Среди мультфильмов *«Горы самоцветов»* выделялся кукольный *«Заяц-слуга»* – о находчивом бедняке, чей дом сгорел, а богатые соседи только посмеялись над его несчастьем. Действие этой татарской сказки происходит на круглой сцене, которая вертится вокруг своей оси, – такой маленький театр на экране.

В отличие от затейливо народного *«Зайца-слуги»* другой кукольный фильм основной программы – *«Он и она» Марины Муат* – благородно изыщен. В мультфильме по мотивам гоголевских *«Старосветских помещиков»* выстроен тихий, полупрозрачный мирок, пленяющий деталями – скляночками кладовой, продавленным стульчиком... Невероят-

КУДА ОБРАЩАТЬСЯ:

■ Большая анимационная студия «Пилот»

Адрес: 123423, Москва, Карамышевская наб., д. 44, 10-й этаж
Телефон/факс: (495) 540-57-07
E-mail: office@pilot-film.com

■ Школа-студия «ШАР»

Адрес: 125040, Москва, Ленинградский просп., 21
Телефон: (495) 614-40-71
E-mail: valcool-shar@yandex.ru

■ Студия анимационного кино «Мельница»

Адрес: 192019, Санкт-Петербург, ул. Мельничная, д.4
Телефон: (812) 567-15-52
Факс: (812) 567-85-06
E-mail: info@melnitsa.com

■ Студия «Центр национального фильма»

Адрес: 125445, Москва, Валдайский проезд, 16
Телефон/факс: (495) 455-9213
E-mail: cnf@cnf.ru, service@cnf.ru, lusien@cnf.ru

■ Студия «Классика»

Адрес: 103051, Москва, Лихов пер., 6
Телефон: (495) 209-40-84
Факс: (495) 209-40-84
E-mail: common@studiodclassica.ru

■ ФГУП «ТПО «Киностудия Союзмультфильм»

Адрес: 127006, Москва, ул. Долгоруковская, д.25
Телефон: (499) 978-04-20
E-mail: info@smfanima.ru, studiosmf@mtu-net.ru

но нежная и трогательная история предназначена школьникам (проект «Русская классика детям»), но, конечно же, влюбила в себя и взрослых.

Некоторые картины, показанные на фестивале, по сложности восприятия не уступали артхаусным фильмам. Таков «Мальчик» Дмитрия Геллера – предсмертные видения старого коня. Такова «Колыбельная» Андрея Золотухина – фильм-переживание, напоминающий тяжелый сон. Таковы психоделические «Сорочьи сплетни» Натальи Рысс.

По итогам фестиваля можно сказать, что бум в авторской анимации стал накрывать и коммерческую. На смотре были не только мультфильмы, интересные детям, и работы для тех, кто в анимации ищет произведения искусства, но и фильмы, которые с удовольствием посмотрят обычные взрослые зрители. Например, «Луна/Марс» Владлена Барбэ – ироничный 3D-мультфильм об обыкновенных людях с космическими наклонностями: мама-лунатик, папа-марсианин, сын, соответственно, страдает бес-



Кадр из мультфильма «Человек с ветром в голове» (2007)

сонницей. Или «Человек с ветром в голове», где слова «ветер в голове, ни одна мысль не задерживается» обрели яркое визуальное воплощение – вентилятор в черепной коробке. Эта идея помогла создать забавную сатиру на современное общество.

А для того чтобы фильмы Суздальского фестиваля преодолели цеховые границы и стали частью большого проката, мы составили из лучших из них три программы – детскую, взрослую и артхаусную. Работайте!

КУДА ОБРАЩАТЬСЯ:

■ НО Фонд социально-культурных программ «Губерния»

Адрес: 123242, Москва, ул. Дружинниковская, 15, офис 707
Телефон: (495) 255-96-84
Факс: (495) 232-54-71
E-mail:

■ Студия «А-фильм»

Адрес: 620075, Екатеринбург, пр. Ленина, 50
Телефон: (3432) 55-00-94, 55-24-92
Факс: (3432) 55-00-94
E-mail: a-film@sky.ru

■ «Баестардс»

Адрес: H-1014 Budapest, Szinház U.5-9
Телефон: (+36) 13-75-86-48
E-mail: info@studiobaestarts.com

■ Кинокомпания «29 февраля»

Адрес: 620027, Екатеринбург, ул. Луначарского, 212, оф. С-500
Телефон: (343) 257-51-52
E-mail: 29f@mail.ru

■ «Рор Туту Фильм»

Адрес: Windmuhlen str. 31b – 04107 Leipzig
Телефон: (+ 49) (0) 341 / 99 38 107,
(+ 49) (0) 341 / 55 03 784
E-mail: info@poptutufilm.de

■ Студия «Пчела»

Адрес: 119992, Москва, Лужнецкая наб., 8, оф. 10
Телефон: (495) 248-27-15,
8-925-364-34-72
E-mail: pchelanima@mail.ru

Кадр из мультфильма Федора Хитрука
«Фильм, фильм, фильм» (1968)



НЕЛЕГКИЙ ТРУД ВЕСЕЛОЙ ЗАБАВЫ

ЕСЛИ ВЕРИТЬ ИЗВЕСТНОЙ ПЕСНЕ, ВО ВРЕМЕНА СОВЕТСКОЙ ВЛАСТИ МЫ БЫЛИ «ВПЕРЕДИ ПЛАНЕТЫ ВСЕЙ В ОБЛАСТИ БАЛЕТА». С ПОЛНОЙ УВЕРЕННОСТЬЮ МОЖНО ДОБАВИТЬ СЮДА ЕЩЕ НАШЕ МУЛЬТИПЛИКАЦИОННОЕ КИНО. СОВЕТСКАЯ МУЛЬТИПЛИКАЦИЯ – ЯВЛЕНИЕ СОВЕРШЕННО ОСОБЕННОЕ ПО РАЗНООБРАЗИЮ ТЕХНИКИ, СМЕЛОСТИ ЭКСПЕРИМЕНТА, ПРОРИСОВКЕ ДЕТАЛЕЙ, ДУШЕВНОСТИ. ПОЭТОМУ ТАК ХОЧЕТСЯ СМОТРЕТЬ И ПЕРЕСМАТРИВАТЬ СТАРЫЕ ЛЕНТЫ РИСОВАННОГО КИНО «ЗОЛОТОГО ВЕКА» СОВЕТСКОЙ МУЛЬТИПЛИКАЦИИ, СОХРАНЯЮЩИЕ СВОЮ ВОЛШЕБНУЮ СИЛУ. |**Михаил Фридман**|

ОДИН ИЗ ВОЛШЕБНИКОВ ПО ФАМИЛИИ КОТЕНОЧКИН

...Было это в 1971 г. В Москве шумел очередной Московский МКФ, в рамках которого проходил смотр детских фильмов – с вручением премий и призов. Переполненный зал Дворца пионеров на Ленинских горах благодарно встречал лауреатов. Хотя и довольно сдержанно, без бурных проявлений чувств. Но вот на сцену поднялся мало кому знакомый, высокий худой мужчина, не похожий ни на режиссера, ни тем более на красавца-актера. Однако стоило ведущему объявить его фамилию, зал буквально взорвался криками и восторгами. Сходившая со сцены грациозная красавица-итальянка, мировая знаменитость Джина Лолобриджида, получившая приз за участие в фильме «Приключения Пинноккио», была явно обижена – в свой адрес она таких оваций не слышала. Разуме-

ется, ее очень заинтересовала личность этого скромного с виду мужчины. Откуда ей в ее Италии было знать, что это Вячеслав Котеночкин – режиссер самого-самого лучшего мультяка «Ну, погоди!». На тот момент уже вышли четыре выпуска уморительной охоты Волка на Зайца.

В КИНОТЕАТРАХ, ГДЕ МУЛЬТФИЛЬМЫ ПОКАЗЫВАЛИ ПЕРЕД СЕАНСОМ ОСНОВНОЙ КАРТИНЫ ВМЕСТО КИНОЖУРНАЛА, ДЕЛО ДОХОДИЛО ДО КУРЬЕЗА: ЛЮДИ ПОСЛЕ «УВЕРТЮРЫ», ТО БИШЬ ПОСЛЕ МУЛЬТИКА, ПОКИДАЛИ ЗАЛ

К сожалению, в советское время не велась статистика просмотра мультфильмов, ведь они, если это были не полнометражные фильмы, чаще всего прокатывались программами, сборниками. Зато у нас есть уникальные данные, собранные за последние 10 лет информационно-

аналитической компанией «Дубль-Д», которые дают точные цифры показа отечественных мультфильмов по основным телевизионным каналам (при этом не учитывались кабельные каналы, а также каналы «Звезда», «Столица» и т.п.). Вот как они выглядят:

«Ну, погоди!» (18 выпусков) был показан 1300 раз!

«Конек-Горбунок» (1947 года создания) – 380 раз.

Три выпуска «Простоквашина» («Трое из Простоквашино», «Каникулы в Простоквашино», «Зима в Простоквашино») – 316 раз.

«Винни-Пух» (три выпуска) – 264 раза.

«Маугли» – 220 раз.

«Бременские музыканты» – 154 раза.

«38 попугаев» – 135 раз.

«Аленький цветочек» – 83 раза.

«Тайна третьей планеты» – 82 раза.

Вот такая востребованность у незабываемых лент советской мультипликации!

ФИЛЬМ – НЕ ТАБУРЕТКА, ТЕМ БОЛЕЕ КРИВАЯ

Это не мое сравнение. Так однажды высказался известнейший режиссер Гарри Бардин, удивительный мастер, доказавший своими фильмами «Конфликт», «Тяп-ляп, маляры», «Брэк!», «Банкет», что не бывает в природе мертвого и не поддающегося одушевлению материала, будь то пластилин, обычные спички, проволока или столовые приборы с салфетками. Так вот, в одном телевизионном интервью он сказал, что людям посторонним вряд ли известно, что 10-минутный мультфильм делается девять месяцев, как вынашивается ребенок. Это табуретку можно сделать за один час – косая, кривая, сидеть можно, и ладно. Но если сделанный за девять месяцев фильм, как кривая табуретка, то зачем он нужен, такой фильм?!

На киностудии «Союзмультфильм», выдвигавшей свои первые фильмы-плакаты уже в конце 1936 г., кривых табуреток никогда не делали. Хотя основу творческого кол-



Вячеслав
Котеночкин,
режиссер

лектива студии составили энтузиасты мультипликации, пришедшие из разных объединений и артелей художников, все они были мастерами высочайшего уровня. Тут невозможно не вспомнить Леонида Амальрика, Ивана Иванова-Вано, Зинаиду и Валентину Брумберг, Михаила Цехановского, Льва Агаманова, Бориса Дежкина. Классики советской мультипликации. Это у них учились мастерству мэтры 60–70-х Роман Качанов, Федор Хитрук, Вячеслав Котеночкин.

СЧАСТЛИВЧИК, ОН СМОТРЕЛ «ИСТОРИЮ ОДНОГО ПРЕСТУПЛЕНИЯ»!

Ежегодно «Союзмультфильм» выпускал до 35 рисованных и кукольных фильмов. И конечно, значительная часть из них – фильмы для детей. Разумеется, проблема проката стояла перед руководством студии. К тому же мультфильмы снимали и на республиканских киностудиях, а показы-

Кадр из
мультфильма
«Бременские
музыканты»
(1969)





вать их, кроме как на телевизионном экране, было негде. Да и на телевидении мультфильмами в основном затыкали паузы между передачами. По собственному опыту знаю, как мы иногда задерживались у экрана только потому, что на нем неожиданно возникал любимый или незнакомый мультик. А в кинотеатрах, где мультфильмы показывали перед сеансом основной картины вместо киножурнала, дело доходило до курьеза: люди после «увертюры», то бишь после мультика, покидали зал. Удивительно, при почти полном отсутствии рекламы, не говоря уже про модный ныне «пиар», люди знали о том, что появился какой-то мультфильм, который надо обязательно посмотреть. Так было на моей памяти с фильмом Федора Хитрука «История одного преступления». Не поверите, мы гонялись за ним, мы искали его в репертуарах московских кинотеатров. Счастливики, видевшие его,

Кадр из мультфильма «История одного преступления» (1962)

Кинотеатр «Баррикады» сегодня



взвлек пересказывали его содержание, как детективы Жоржа Сименона.

Лишь в дни школьных каникул на утренних и дневных сеансах обязательно появлялись сборные программы мультфильмов. Разумеется, никакого отчета не требовалось по каждому фильму, программа оценивалась (деньгами и временем) скопом. Поэтому нет статистики показов короткометражных фильмов (а их, конечно, гораздо больше, чем полнометражных). Хотя эти сборные программы распространялись по всей стране и показывались бесчисленное количество раз. Правообладатель и заказчик был один – государство, карман тоже один, поэтому подобные мероприятия было легко организовать.

В МОСКВЕ, НА БАРИКАДНОЙ

И все-таки настал однажды счастливый день для всех любителей мультфильмов – а среди них взрослых было едва ли не больше, чем детей, – когда открыл свои двери московский кинотеатр «Баррикады». Кинотеатр, в котором показывали только мультики, свои и зарубежные. Кстати, именно в «Баррикадах» в 70-е годы впервые в СССР начали показывать японские полнометражные фильмы.

Здесь любители мультипликации могли не только смотреть фильмы, но, как выяснилось однажды, и заказывать продолжение понравившихся фильмов. Такое произошло после оглушительного успеха «Бременских музыкантов». На имя директора кинотеатра пришло множество писем, в которых зрители требовали показать продолжение приключений странствующих музыкантов. Письма передали в дирекцию киностудии «Союзмультфильм», и режиссер Василий Ливанов вместе с поэтом Юрием Энтиным и композитором Геннадием Гладковым сочинили вторую серию. Правда, в ней музыкальную партию Трубадура вместо Олега Ануфриева спел популярнейший тогда певец Муслим Магомаев.

Режим работы «Баррикад» строился таким образом: на утренних и дневных сеансах шли фильмы для детей, а на вечерних – мультфильмы для взрослых. Это были в основном полнометражные картины. Такие, как французский «Король и птица», японский «Корабль-призрак», американский «Алиса в стране чудес». Особо хочется вспомнить премьеру советско-румынского фильма «Мария, Мирабела», потому что деятельное участие в ее организации совместно с работниками кинотеатра «Баррикады» принимали сотрудники нашего объединения «Союзинформкино». На пресс-конференцию, проводившуюся в помещении на Большой Ордынке, прибыл Йон Попеску-Гопо, знаменитый на весь мир режиссер, сценарист, художник. Он в то время был вице-президентом Международной ассоциации мультпликационного кино. А как художник обладал множеством международных премий, с одинаковым успехом снимая игровые и мультипликационные фильмы. Кстати, «Мария, Мирабела», хотя и получила первый приз на XXII Междуна-



Йон Попеску-Гопо, режиссер

родном кинофестивале детских фильмов в Италии (Джиффон, 1982) по разделу мультипликации, была картиной, в которой мультипликация соединялась с игровыми эпизодами. До сих пор звучат с эстрады и в эфире волшебная музыка из этого фильма, написанная композителем Евгением Дога, и песни, исполненные Леонидом Серебренниковым.

22 мая 2003 г. после нескольких лет капитальной перестройки снова заработал любимый детворой кинотеатр. Как дань старым добрым временам, когда «Баррикады» были специализированным экраном, в день открытия показали полнометражный диснеевский фильм «Книга джунглей» по книге Р. Киплинга. Но праздник кончился быстро. Сегодня «Баррикады» показывают мультики в лучшем случае только в дни школьных каникул. И то лишь на утренних и дневных сеансах.

НА УТРЕННИХ И ДНЕВНЫХ СЕАНСАХ ШЛИ ФИЛЬМЫ ДЛЯ ДЕТЕЙ, А НА ВЕЧЕРНИХ – МУЛЬТФИЛЬМЫ ДЛЯ ВЗРОСЛЫХ. ЭТО БЫЛИ В ОСНОВНОМ ПОЛНОМЕТРАЖНЫЕ КАРТИНЫ

типликационного кино. А как художник обладал множеством международных премий, с одинаковым успехом снимая игровые и мультипликационные фильмы. Кстати, «Мария, Мирабела», хотя и получила первый приз на XXII Междуна-

МАРИЯ, МИРАБЕЛА

автор сценария ЙОН ПОПЕСКУ-ГОПО
 режиссеры ЙОН ПОПЕСКУ-ГОПО, НАТАЛЬЯ БОДЮЛ
 оператор-постановщик АЛЕКУ ПОПЕСКУ
 оператор по мультипликации БОРИС КОТОВ
 художники ЛЕВ МИЛЬЧИН, ВИКТОР ДУДКИН,
 ЙОН ПОПЕСКУ-ГОПО
 композитор ЕВГЕНИЙ ДОГА
 в ролях: ДЖИЛЬДА МАНОЛЕСКУ, МЕДИ МАРИНЕСКУ, ЙОН
 ПОПЕСКУ-ГОПО, ИНГРИД ЧЕЛИЯ И ДР.
 роли озвучивали: МАРИЯ ВИНОГРАДОВА, ЛЮДМИЛА
 ГНИЛОВА, НАТАЛЬЯ ГУРЗО, КЛАРА РУМЯНОВА, ГЕОРГИЙ
 ВИЦИН, РОГВОЛД СУХОВЕРКО
 «Молдова-филм», «Союзмультфильм» (СССР), «Творческая
 студия 5» (Румыния), 1982 г., цв., 7 ч.



МАЙ. ПОЛНЫЙ АНИМАЦИОННЫЙ

|Лера Бахтина|

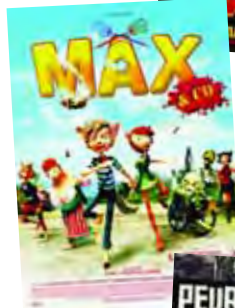
В моем детстве из телевизионных развлечений были две главные радости – «Будильник» в 9.30 каждое воскресенье и мультики. Мультики мы с сестрой отслеживали в телепрограмме и подчеркивали карандашом или ручкой. И всегда высчитывали их продолжительность. К 10-минутным мы относились как к норме. Мультики короче казались просто оскорблением: стоит ли травить душу, если всего на пять минут? А вот если мультик был больше 10 минут – это был наш маленький праздник. Поэтому когда я в первый раз смотрела «Приключения Нильса с дикими гусями», то никак не могла поверить, что он все не заканчивается и не заканчивается, а я могу смотреть его и смотреть до самого конца. Потрясение хронометражом было первым впечатлением от полнометражных мультфильмов, хотя и обозначения такого я в свои 5–6 лет не знала.

Вторым потрясением стало осознание, что полнометражный мультфильм может быть не интересным, но и трагическим. Это осознание пришло в конце 1980-х после японского мультфильма «Босоногий Ген» – о маленьком мальчике и его семье, выживших после бомбардировки в Хиросиме.

Третье потрясение случилось, когда в России наступили новые кинематографические времена и слово «мультипликация» почти вытеснилось словом «анимация», а «мультик» стало почти неприлично произносить. После просмотра в 2003 г. фильма Сильвена Шоме «Трио из Бельвилля» оказалось, что полнометражная анимация тоже может быть авторской, то есть непрямолинейной, своеобразной, спорной, странной...

Приятно было бы добавить в этот ряд потрясений что-нибудь с отечественными координатами. Да, в общем-то, можно признаться, что появившийся в 2004-м полнометражный мультфильм «Алеша Попович и Тугарин Змей» порадовал тем, что его было действительно любопытно смотреть и за него почти не было стыдно (если бы не конь Алеши с его подковами, скопированный с осла из «Шрэка»). Да и «Незнайка и Барabas» (тот же 2004-й) демонстрировал желание авторов экспериментировать в детском жанре.

Но пока отечественные полнометражные мультфильмы слишком стараются доказать свое право на существование. Их авторы слишком заметно просчитывают составляющие успеха. А может, просто конвейер еще не налажен: запланированные даты старта переносятся по 2–3 раза (и «Эльки», и «Кракатука», и «Лягушачье рая»). Поэтому на следующих пяти страницах наши авторы рассматривают прокатные перспективы исключительно зарубежных полнометражных анимационных фильмов ближайшего месяца.





ВЕДЬМИНА СЛУЖБА ДОСТАВКИ

АНИМАЦИЯ, ФЭНТЕЗИ [Маргарита Ермакова]

**автор сценария
и режиссер**

ХАЯО МИЯДЗАКИ

оператор

СИГЭО СУГИМУРА

композиторы

СИДНИ ФОРЕСТ,

ДЖО ХИСАИСИ

художник

ХИНОСИ ОНО

продюсеры

ХАЯО МИЯДЗАКИ,

ДЖЕЙН ШЕНБЕРГЕР,

ТОСИО СУЗУКИ,

МОРИХИСА ТАКАГИ и ДР.

Япония, 1989 г.

цв., 35 мм, Dolby, 1 час 43 мин.

мировая премьера

29 июля 1989 г.

российская премьера

15 мая 2008 г.

дистрибьютор

RUSCICO

узнать о фильме:

Страница фильма на фан-сайте

Миядзаки (англ.):

www.nausicaa.net/miyazaki/kiki/

Страница фильма в IMDb:

imdb.com/title/tt0097814/

Что происходит

Кики уже 13 лет, и по давней традиции ведьм она должна покинуть родной город, чтобы отточить свое мастерство и начать самостоятельную жизнь. После долгого пути девочка-колдунья со своим котом Дзи-дзи попадает в большой красивый город у моря, где и начинает работать, открыв ведьмину службу доставки покупок.

Что интересного

В основе «Ведьминой службы доставки» – детская книга Эйко Кадоно, известнейшей в Японии писательницы и обладательницы нескольких литературных наград: премии Нома за детскую литературу, японской премии Андерсена и других.

Однако Миядзаки вольно обошелся с первоисточником: он добавил несколько ключевых сцен, что в корне изменило сюжет. После этого в простой на первый взгляд сказке акцентировались универсальные темы – одиночество и неуверенность в своих силах. По словам Миядзаки, Кики – собирательный образ провинциалки, осваивающейся в большом городе.

Действие картины происходит в вымышленном городе Кориико, на улицах и площадях которого можно встретить черты Стокгольма, Парижа и даже Милана. Чтобы создать его, Миядзаки и члены съемочной группы специально путешествовали по Европе.

В работе над «Ведьминой службой доставки» Миядзаки продолжил сотрудничество с композитором Джо Хисаиси, помогавшим ему создать «Небесный замок Лапута» (1986). Очень эффектным оказалось использование в саундтреке песен японской поп-певицы Юми Араи, популярной в 1980-е («Записка помадой» и «В облаке нежности»).

Картина была чрезвычайно популярна и успешна в прокате как на родине, так и за рубежом. Сборы «Ведьминой службы...» в Японии за 1989 г. составили около \$18,1 млн. В 1997 г. фильм был выпущен в прокат в США – это был первый совместный проект студии Гибли (Studio Ghibli) и студии Уолта Диснея. В промежутке между этими датами картина получила множество местных и международных призов.

Что с этим делать

Фильмы Миядзаки хорошо известны в России и имеют преданных фанатов. Но целевая аудитория «Ведьминой службы...» намного шире группы поклонников режиссера: этот фильм из тех, которые с интересом смотрят и дети, и их родители. А сверхпопулярная в наше время тема детей-волшебников сможет привлечь дополнительное количество юных зрителей.

Показывайте в фойе кинотеатра другие фильмы Миядзаки на DVD или видео, организуйте продажу или раздачу сувениров с колдовской тематикой – все это создаст нужную атмосферу и привлечет случайных посетителей кинотеатра.



КУНГ-ФУ ПАНДА

|Лиза Сезонова|

АНИМАЦИЯ, СЕМЕЙНЫЙ, БОЕВИК, КОМЕДИЯ

Что происходит

Необычный и невероятно ленивый панда по имени По в одночасье круто меняет жизнь: согласно старинной легенде именно он избранный Воин Дракона, а значит, должен спасти Долину и всех ее жителей от коварного и злого леопарда Тай Лунга. Однако для этого ему необходимо овладеть искусством кунг-фу, в чем прожорливому медвежонку поможет великолепная пятерка: Тигрица, Журавль, Богомол, Змея и Обезьяна, а также мудрый наставник Шифу. Однако По только тогда станет Воином, когда найдет силу в своей слабости...

Что интересного

Увлечение искусными азиатскими поединками все еще в силе: вспомните хиты последних лет – и азиатские («Крадущийся тигр, затаившийся дракон», «Герой», «Дом летающих кинжалов»), и голливудские (все «Матрицы», «Убить Билла»). Не удивительно, что компания DreamWorks выбрала для своего нового блокбастера китайский антураж.

Анимационный 3D-фильм от создателей «Шрэка» и «Мадагаскара» обещает много захватывающих боевых сцен и великолепные спецэффекты. Создатели вовсе не стремились сделать пародию на популярные «восточные» фильмы, в которых герои зависают в воздухе и владеют немислимыми приемами боя. Напротив, «Кунг-фу Панда» – дань уважения этому жанру. Не случайно, что одного из героев озвучивает Джеки Чан, главный специалист Голливуда по единоборствам. Остальным персонажам также достались звездные голоса – Анджелины Джоли, Люси Лиу, Дастина Хоффмана. Правда, наши зрители после дубляжа картины услышат их российских собратьев, имена которых пока хранятся в тайне. Утечка информации коснулась лишь имени Михаила Галустяна, по некоторым источникам, озвучившего панду По.

В одном из интервью глава DreamWorksAnimation Джефффри Катценберг признался, что для их студии «Кунг-фу Панда» – ударный проект года: «В нем сфокусированы лучшие качества нашей анимации – дерзкий юмор для всех возрастов, фантастическая «картинка» и эмоциональный сюжет с душевной изюминкой. Мы показали «Панду» на тестовых предпросмотрах – эффект оказался ошеломительным».

Что с этим делать

Выходящий в аккурат к летним каникулам – 5 июня – фильм не сможет не собрать полные залы. На картину можно смело идти всей семьей. Мальчикам с папами будет, наверное, чуть интереснее смотреть за драками, нежели мамам и дочкам, но последние не устоят перед обаянием главного героя, как когда-то поддались чарам Шрэка.

Кстати, поклонники картины смогут не расставаться с полюбившимися героями и после сеанса: по мотивам ленты выйдет также компьютерная игра.

авторы сценария

ДЖОНАТАН АЙБЕЛ,
ГЛЕНН БЕРГЕР,
ЭТАН РАЙФФ И ДР.

режиссеры

МАРК ОСБОРН,
ДЖОН СТИВЕНСОН

оператор

ЙОНГ ДУК ДЖУН

композитор

ХАНС ЦИММЕР

продюсеры

ДЖОНАТАН АЙБЕЛ,
ГЛЕНН БЕРГЕР,
МЕЛИССА КОББ

США, 2008 г.

цв., 35 мм, Dolby, 1 час 33 мин.

мировая премьера

5 июня 2008 г.

русская премьера

5 июня 2008 г.

дистрибьютор

UPI

узнать о фильме:

Официальный сайт (англ.):

www.kungfupanda.com/

Страница фильма в IMDb:

www.imdb.com/title/tt0441773/



МАКС И ЕГО КОМПАНИЯ

[Лена Писарева]

АНИМАЦИЯ, КРИМИНАЛЬНАЯ КОМЕДИЯ

авторы сценария

КРИСТИН ДОРИ,
ЭММАНУЭЛЬ СЭЛИНДЖЕР

режиссеры

ФРЕДЕРИК ГИЙОМ,
СЭМЮЭЛЬ ГИЙОМ

оператор

РЕНАТО БЕРТА

композитор

БРЮНО КУЛЕ

продюсеры

КАРОЛА ЭШ,
РОБЕРТ БОНЕР,
ДЖЕРЕМИ БУРДЕК

Франция-Великобритания-
Швейцария-Бельгия, 2007 г.
цв., 35 мм, Dolby Digital,
1 час 16 мин.

мировая премьера

11 июня 2007 г.

российская премьера

1 мая 2008 г.

дистрибьютор

ЛЮКСОР

узнать о фильме:

Официальный сайт фильма (фр.):
www.maxandco-lefilm.com
Страница фильма в IMDb:
www.imdb.com/title/tt0959324/

Что происходит

С детства Макс мечтал найти своего отца – знаменитого певца Джонни Бигуда, исчезнувшего вскоре после рождения сына. В 15 лет Макс отправляется на поиски и оказывается в городке Сен-Хилер, где есть завод по производству мухобоек и изобретатель, который разводит мух-мутантов, чтобы завод мог бесперебойно работать. Макс и его новые друзья решают спасти город от мух, безумного изобретателя и коварных владельцев завода. Но нужно найти и Джонни Бигуда!

Что интересного

Полнометражный мультфильм «Макс и его компания» похож на большой эксперимент. Начнем с того, что команда, работавшая на съемках, подобралась весьма разношерстная. Бельгийцы братья Гийом – совсем новички в мире кино: на счету Фредерика – одна короткометражка, Сэмюэль же дебютировал в работе над «Максом и его компанией». Неопытных режиссеров поддерживал опытнейший оператор – швейцарец Ренато Берта, работающий в кино с конца 1960-х годов. А музыкальное сопровождение для мультфильма написал Брюно Куле, создавший музыку для доброй сотни французских фильмов.

Съемки кукольного мультфильма в эру цифровых технологий тоже кажутся экспериментом. Но интернациональная команда не побоялась «кукольных» трудностей и сняла потрясающе качественный мультфильм по старинке. Конечно, изображение обрабатывалось на компьютере, да и куклы уже не те – современные производственные технологии позволяют делать персонажей с большими возможностями движения: это уже не однообразно хлопающие ресницы, а полноценная мимика куклы нового поколения.

В 2007 г. «большое коллективное приключение», как называли работу над фильмом его создатели, было оценено жюри самого престижного международного анимационного фестиваля – в Аннеси: фильм получил приз в категории «Лучший фильм». Затем мультфильм «Макс и его компания» был показан на фестивалях в Локарно, Торонто и вышел в прокат в Европе.

Что с этим делать

В России мультфильм стартует спустя почти год после фестивальной премьеры (что, конечно, осчастливило «пиратов»). Однако премьера в Первомайские праздники – неплохой ход: у родителей наверняка найдется время на то, чтобы провести часок-другой вместе с детьми в вашем кинотеатре. К тому же качественный сценарий гарантирует, что взрослому не будет скучно (да и французский юмор, которым наполнен фильм, нашим зрителям дорог еще со времен Луи де Фюнеса и Пьера Ришара). А детям понравится история про забавных зверушек, решающих вполне взрослые проблемы.



СТРАХ ТЕМНОТЫ

[Евгения Маврина]

АНИМАЦИЯ, АЛЬМАНАХ, ХОРРОР

Что происходит

Прикосновение лапок паука к коже... Необъяснимые звуки в темной спальне... Ощущение чужого присутствия в, казалось бы, пустом доме... Шприц с огромной иглой – все ближе и ближе... Отвратительное Нечто в банке с формальдегидом... Оскалившийся, вот-вот готовый напасть пес...

Что интересно

Шестеро признанных во всем мире художников-графиков, карикатуристов и авторов комиксов впервые объединили усилия, решив рассказать о своих фобиях и кошмарах, которые с детства знакомы и понятны почти каждому. Один из главных ужасов всех времен и народов – страх темноты – дал название циклу из шести новелл. Каждая выполнена в своей уникальной технике, но неизменно в классической стильной черно-белой гамме. Именно эти первозданные цвета наиболее точно отражают глубинность архетипических страхов человека. Кроме того, они позволяют сконцентрироваться на мастерстве художников, форме и содержании, не отвлекаясь на яркие колористические приманки, хотя «скучные» черный и белый предлагают их едва ли не больше (игра света и тени, неисчерпаемость полутонов и т.п.).

Преимущественно рисованные от руки и двухмерные, новеллы принадлежат разным жанрам. Так, создатель популярных комиксов Чарльз Бернс предлагает детективно-эротический триллер, базирующийся на стереотипах американской поп-культуры. Кристиан Хинкер, прославившийся под псевдонимом Блатч, создает поэтический танцевальный кошмар в классической манере. График, специалист по шрифтам Пьер ди Сциульо, очевидно, вдохновленный экспериментами немецких экспрессионистов (в частности, Вальтера Рутмана), вовлекает зрителя в головоломный визуальный аттракцион. А Мари Кайю обращается к японской мультипликационной традиции аниме.

Местами комичные, местами действительно пугающие, вызывающие чувство омерзения и раздражения, 13-минутные параноидальные мультзариновки – пример талантливой и увлекательной артхаусной анимации.

Что с этим делать

«Страх темноты» – кино не для детей. Его аудитория – подростки, молодые люди и «продвинутые» взрослые.

Прокат родственного «Персеполиса», увы, был провальным и не может служить ориентиром. «Страх темноты» невесомее собрата-первопроходца, и на это нужно делать ставку: преподнесите его как арт-развлечение, своего рода «комнату страха».

авторы сценария

ДЖЕРРИ КРАМСКИ,
МИШЕЛЬ ПИРУ,
РОМЕЙН СЛОКОМБ,
БЛАТЧ,
ЧАРЛЬЗ БЕРНС,
ПЬЕР ДИ СЦИУЛЬО

режиссеры

БЛАТЧ,
ЧАРЛЬЗ БЕРНС,
МАРИ КАЙЮ,
ПЬЕР ДИ СЦИУЛЬО,
ЛОРЕНЦО МАТТОТТИ,
РИЧАРД МАКГУАЙР

композиторы

ЛОРЕН ПЕРЕЗ ДЕЛЬ МАР,
ДЖОРДЖ ВАН ДАМ,
БОРИС ГРОНЕМБЕРГЕР,
РЕНЕ ОБРИ

продюсеры

КРИСТОФ ЯНКОВИЧ,
ЖЕНЕВЬЕВА ЛЕМАЛЬ,
АЛЕКСАНДР ЛИППЕНС И ДР.

Франция, 2007 г.
ч/б., 35 мм, Dolby, 1 час 18 мин.

мировая премьера

21 октября 2007 г.

российская премьера

22 мая 2008 г.

дистрибьютор

РУССКИЙ РЕПОРТАЖ

знать о фильме:

Официальный сайт фильма (англ., фр.):
www.FearsOfTheDark-themovie.com



ШЕПОТ СЕРДЦА

| Лора Кыт |

АНИМАЦИЯ, ДРАМА
автор сценария

ХАЯО МИЯДЗАКИ

режиссер

КОНДО ЁСИФУМИ

оператор

КИТАРО ТАКАСАКА

композитор

ЮДЗИ НОМИ

продюсеры

ХАЯО МИЯДЗАКИ

ТОСИО СУДЗУКИ

Япония, 1995 г.

цв., Dolby Digital, 1 час 51 мин.

мировая премьера

15 июля 1995 г.

российская премьера

29 мая 2008 г.

дистрибьютор

RUSCICO

узнать о фильме:

Страница фильма на фан-сайте

Миядзаки (англ.):

www.nausicaa.net/miyazaki/mimi/

Страница фильма в IMDb:

imdb.com/title/tt0113824/
Что происходит

В огромном индустриальном городе в тесной квартире с родителями и старшей сестрой живет девочка-подросток Сидзуку. Она читает книги запоем, сочиняет песни и мечтает о таинственном Сэйджи Амасаве – это имя она встречает в каждом формате выбранной ею книги в школьной библиотеке. Именно он поможет Сидзуку понять многое о себе самой, обрести цель и смысл жизни и станет ее первой любовью.

Что интересного

Романтическое аниме «Шепот сердца» как нельзя лучше характеризует творчество студии Гибли (Studio Ghibli), появившейся в 1985 г. для создания исключительно полнометражных аниме-фильмов. К 1995 г. Studio Ghibli имела репутацию студии двух режиссеров – Миядзаки и Такахаги, работающих с блестящей командой, в которую входил и аниматор Кондо Ёсифуми. Он был на десять лет младше Миядзаки и долгое время проработал художником-постановщиком ключевых проектов студии. Его первым самостоятельным режиссерским опытом стал «Шепот сердца» – экранизация одноименной манги Аой Хираги (и, к сожалению, последним: в 1998 г. Ёсифуми умер от аневризмы).

Сценарий к фильму написал Хаяо Миядзаки, он же сделал и раскадровку картины. Именно поэтому «Шепот сердца» обычно относят к «фильмам Миядзаки». Лента не стала столь же популярной, как вышедшее накануне аниме самого Миядзаки «Порко Россо» (1992) или как следовавшая за ней «Принцесса Мононоке» (1997). Все-таки девичья история с акцентом на любовных переживаниях не всякому понравится. Однако это не помешало ленте оказаться в рейтинге лучших анимационных фильмов в IMDb на девятом месте.

Заметим также, что «Шепот сердца» – это первый фильм в истории Studio Ghibli, в котором использовалась компьютерная графика, и один из первых фильмов в истории японского кино, для которого звук был записан в системе Dolby Digital.

Что с этим делать

Неделей раньше «Шепота сердца» в прокат выходит еще один продукт Studio Ghibli, фильм Миядзаки-режиссера «Ведьмина служба доставки» (1989). Но это вряд ли собьет интерес к «Шепоту сердца», скорее подогреет: аниме затягивает, его стоит смотреть фильм за фильмом, погружаясь в этот особенный и увлекательный мир – фантастический и настоящий одновременно.

А 29 мая имеет неоспоримый козырь для выпуска анимационного продукта – вот-вот начнутся летние каникулы. И хотя в этот день стартует несколько комедий и пара семейных фильмов, «Шепот сердца» – лучший выбор, который можно порекомендовать родителям в качестве подарка своим детям на окончание учебного года.

ФОРМУЛА RUSCICO: НЕПРИВЫЧНОЕ КИНО

КОМПАНИЯ RUSCICO НЕ ТАК ДАВНО ЗАЯВИЛА О СЕБЕ КАК О СЕРЬЕЗНОМ КИНОПРОКАТЧИКЕ И СДЕЛАЛА ЭТО ВЕСЬМА ЯРКИМ СПОСОБОМ. ВЫПУСК В КИНОПРОКАТ ВСЕХ ФИЛЬМОВ ХАЯО МИЯДЗАКИ – БЕСПРЕЦЕДЕНТНЫЙ ШАГ, КОТОРЫЙ ПОКАЗЫВАЕТ, ЧТО ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ РЫНОК ДОРОС ДО ЭКСПЕРИМЕНТОВ И ДЕМОСТРАЦИИ УВАЖЕНИЯ К КЛАССИКЕ ПРОШЛЫХ ЛЕТ (ЧТО ДО НЕДАВНЕГО ВРЕМЕНИ ВСТРЕЧАЛОСЬ ТОЛЬКО ЗА РУБЕЖОМ).

СТРАТЕГИЮ ПРОКАТА ФИЛЬМОВ НА БОЛЬШОМ ЭКРАНЕ И DVD КОММЕНТИРУЮТ ПРЕДСТАВИТЕЛИ КОМПАНИИ RUSCICO – РУКОВОДИТЕЛЬ ОТДЕЛА РЕКЛАМЫ И PR ЮЛИЯ СКРИПЧЕНКО И РУКОВОДИТЕЛЬ МЕЖДУНАРОДНОГО ОТДЕЛА АЛЕКСЕЙ БУРЗЯНЦЕВ. **|Сергей Сычев|**

Идея выпустить в прокат фильмы Хаяо Миядзаки кажется очень необычной. Как она появилась?

Юлия Скрипченко (Ю.С.): Мы давно вынашивали эту идею. Нам хотелось показать российскому зрителю, что аниме не ограничивается тем ширпотребом, которым переполнено телевидение, есть еще и

НАМ ХОТЕЛОСЬ ПОКАЗАТЬ РОССИЙСКОМУ ЗРИТЕЛЮ, ЧТО АНИМЕ НЕ ОГРАНИЧИВАЕТСЯ ТЕМ ШИРПОТРЕБОМ, КОТОРЫМ ПЕРЕПОЛНЕНО ТЕЛЕВИДЕНИЕ, ЕСТЬ ЕЩЕ И КЛАССИКА. МИЯДЗАКИ, «ЯПОНСКИЙ ДИСНЕЙ», – ДОСТОЙНЫЙ ОБРАЗЕЦ.

классика. Миядзаки, «японский Дисней», – достойный образец. Этот выбор отражает стратегию нашей компании: если хотите, нам интересно такое кино, которое несет культуру. Поэтому мы выпускаем на DVD много и зарубежной, и отечественной киноклассики.

Алексей Бурзянцев (А.Б.): Долгое время фильмы Миядзаки в России не были доступны. У студии «Гибли» был контракт на мировую дистрибьюцию с компанией «Дисней» на все ленты, кроме «Принцессы Мононоке», права на которую принадлежат «Мирамаксу». Россия и еще несколько стран в сеть распространения не попали. «Гибли» прокатывали свои фильмы только в Японии. В результате фильмы Миядзаки у нас не были изданы. Как только выяснилось, что есть возможность купить на них пакетные права, мы сразу за

нее ухватились. Не так много великих режиссеров, права на все фильмы которых можно заполучить разом. Причем мы сразу решили прокатывать не одного Миядзаки, а всю студию «Гибли», которая является самобытным культурным явлением. Единственный фильм «Гибли», который мы пока не купили, – это «Война Тануки в эпоху Помпоко».

Ю.С.: Нужно сказать, что мы начали работу со студией «Гибли» с фильма Горо Миядзаки «Сказания Земноморья». Для нас было очень важно зарекомендовать себя перед японцами исполнительными и обязательными партнерами, так как они всегда требуют максимального согласования по всем вопросам: ки-арт, дубляж, обложка DVD и его содержание и т.д. А к пакету с

РЫНОК КИНОПРОКАТА ПЕРЕНАСЫЩЕН НАСТОЛЬКО, ЧТО ДАЖЕ В КИНОТЕАТРАХ, ГДЕ ДУМАЮТ О ДЕТСКОЙ АУДИТОРИИ, ПРОБИТЬСЯ К ЗРИТЕЛЮ СЛОЖНО. КИНОТЕАТРОВ БОЛЬШЕ НЕ СТАНОВИТСЯ, А НА РЫНОК ПРИХОДЯТ ВСЕ НОВЫЕ ИГРОКИ

фильмами Хаяо Миядзаки мы присоединили еще несколько мультфильмов студии «Гибли», где он является продюсером.

Насколько оправдан дубляж аниме для российского проката?

Ю.С.: Когда в середине прошлого года мы совместно с телеагентством «Русский репортаж» прокатывали фильм «Навиская из Долины ветров», то делали

дубляж и выпустили фильм на тридцати копиях. При таком количестве копий дубляж имеет смысл. Другое дело, что выпускать подобные фильмы следует более ограниченно. Многие кинотеатральные сети в стране работают только с премьерными, новыми фильмами. Мультфильмы Миядзакэ этот ценз, понятно, не проходят. Только немногие арthouseные кинотеатры готовы брать их к себе в репертуар. С региональными кинотеатрами можно работать вторыми и третьими экранами, и это более финансово целесообразно.

Кроме того, у регионов есть интерес в отношении показов мультфильмов Миядзакэ в рамках фестивалей. Для фильма «Небесный замок Лапута», который мы выпустили в феврале на трех копиях, мы сделали субтитры для 35-мм пленки, а также дубляж для показа мультфильма в DVD-залах, а впоследствии для выпуска на DVD. «Мой сосед Тоторо» повторил этот опыт. Единственное отличие состояло в том, что для этого мультфильма мы сделали не дубляж, а закадровый перевод. Что касается «Ведьминой службы доставки», то это будет ясно после росписи и получения результатов проката предыдущих картин. На трех копиях «Лапута» собрал около \$17 тысяч, что при минимальном рекламном бюджете, по крайней мере, не убыточно.

Участвует ли в продвижении фильмов японское посольство?

Ю.С.: Пока мы с ним не работали, но думаем о том, чтобы обратиться в посольство Японии с предложением о сотрудничестве. Зато совместно с кинотеатром «35 мм» мы планируем провести фестиваль Миядзакэ ближе к осени.

Несколько картин Миядзакэ уже были в российском прокате. На них вы права перекупили?

Ю.С.: Нет, у нас нет прав на «Унесенных призраками» и «Шагающий замок



Юлия Скрипченко,
руководитель
отдела
рекламы и pr
RUSCICO

Хаула». Зато мы планируем получить права на готовящийся к выходу новый фильм Миядзакэ.

Как отреагировали кинотеатры на предложение показать старые мультфильмы?

Ю.С.: Кинотеатры, специализирующиеся на арthouse и детском кино, с удовольствием взяли в прокат мультфильмы Миядзакэ. Это, конечно, кинотеатр «35 мм», «Художественный», а также «Родина» в Санкт-Петербурге. К отказу сетевых кинотеатров, которые работают только с премьерными фильмами, мы были готовы.



Алексей Бурзянцев,
руководитель
международного
отдела
RUSCICO



Но ведь фильмы Миядзакки вполне массовые, а вовсе не артхаусные!

Ю.С.: Все равно у них своя ниша. Даже с другими мультфильмами, выходящими в прокат, Миядзакки конкурировать сложно. Одна из проблем состоит в том, что многие мультфильмы Миядзакки имеют хронометраж до двух часов, а детям не всегда легко выдерживать столько времени в зрительном зале. Другая – некоторые фильмы Миядзакки больше понятны взрослым.

К тому же рынок кинопроката перенасыщен настолько, что даже в кинотеатрах, где думают о детской аудитории, пробиться к зрителю сложно. Сегмент детского кино заполнен до отказа, как и артхаусный. Кинотеатров больше не становится, а на рынок приходят все новые игроки, и даже компании-мейджоры открывают соответствующие отделы. Нашей компании уже десять лет, но прокатом мы плотно начали зани-

Кадр из фильма «Ведьмина служба доставки» (1989)

Кадр из фильма «Шепот сердца» (1995)



маться только два года назад, до этого мы выпускали в кинопрокат не более одного-двух фильмов в год. Основной вид нашей деятельности всегда был связан с DVD.

Наша тактика сейчас: лучше мы поставим фильм меньшим количеством копий, но так, чтобы сеансов было много и наработка на копию была максимальной.

Концепция RUSCICO в отношении выпускаемых фильмов часто вызывает недоумение. Почему выбраны именно эти картины и как с ними работать? На моей памяти первый раз эти вопросы возникли, когда вы выпустили «Живой лес» – странноватый испанский мультфильм с очень своеобразными шуточками. Не могли бы вы прокомментировать программную политику компании?

Ю.С.: «Живой лес» нам показался хорошим мультфильмом. Кинотеатры до сих пор помнят о нем, спрашивают. Вышел он в конце 2003 г., и результаты его проката оказались достаточно хороши, чтобы мы могли сейчас планировать выпуск продолжения под названием «Дух живого леса». Он будет еще более динамичным и зрительским.

Мы стараемся соблюдать баланс между стоимостью прав и качеством фильма. Хочется покупать интересное, концептуальное, запоминающееся кино в разумных финансовых пределах. Нам приходится искать свою нишу на перенасыщенном рынке. В кино очень мало противоречивых, сложных фильмов. Хороший пример – «Лабиринт фавна».

Навскидку среди ваших картин можно выделить две линии – авторская анимация и триллеры с мистической составляющей...

Ю.С.: Не только. У нас был еще фильм «Долина цветов», который не

подходит под эти определения. Мы стараемся не ограничивать себя жанровыми рамками.

А.Б.: В отношении анимации мы приглядываемся и к европейским, и к азиатским фильмам. В прошлом году, например, мы выпустили французский мультфильм «Азур и Азмар» и корейский «Девочка-лисичка». Европейское кино, которое мы показываем, тоже неоднородно. Во-первых, это артхаус, куда попадают, например, фильмы Гильермо дель Торо, Темура и Гелы Баблуани. Во-вторых, европейское кино, которое находится на грани артхауса и мейнстрима: «Долина цветов», «Воин Севера» и другие. Эти фильмы своеобразны, но не содержат в себе серьезного коммерческого потенциала. Выпуская их, мы рассчитываем просто позна-

МЫ СТАРАЕМСЯ СОБЛЮДАТЬ БАЛАНС МЕЖДУ СТОИМОСТЬЮ ПРАВ И КАЧЕСТВОМ ФИЛЬМА. ХОЧЕТСЯ ПОКУПАТЬ ИНТЕРЕСНОЕ, КОНЦЕПТУАЛЬНОЕ, ЗАПОМИНАЮЩЕЕСЯ КИНО В РАЗУМНЫХ ФИНАНСОВЫХ ПРЕДЕЛАХ. НАМ ПРИХОДИТСЯ ИСКАТЬ СВОЮ НИШУ НА ПЕРЕНАСЫЩЕННОМ РЫНКЕ

комить зрителя с непривычным для него кино. Своего зрителя оно все равно находит. Также мы занимаемся прокатом в формате «паблик видео», предоставляя копии фильмов тем кинотеатрам, у которых есть возможность показывать фильмы с видеоносителей¹. Здесь уже наш каталог намного шире.

Занимаетесь ли вы кинопрокатом за рубежом?

А.Б.: В основном, конечно, это дистрибуция DVD, хотя периодически совместно с нашими партнерами мы организуем кинопрокат классики советского кинематографа в разных странах, но это очень ограниченные релизы на одной-двух копиях. Также участвуем в ор-



Кадр из фильма «Ведьмина служба доставки» (1989) ганизации ретроспектив отдельных режиссеров в рамках различных фестивалей. Например, в настоящий момент мы готовим ограниченный прокат в Японии фильма Тенгиза Абуладзе «Покаяние».

Каковы основные кинорелизы RUSCICO на будущее?

Ю.С.: Весь этот год у нас «забит» Миядзаки и другими фильмами студии «Гибли». Потом выйдут «Дух живого леса» и американская комедия «Дорога на троих».

А.Б.: Скорее всего «Дорога на троих» выйдет в формате «паблик видео», даже 35-мм копии его не существует. Запланированных названий пока нет. На Каннском кинорынке мы, возможно, подпишем контракты по прокату новых фильмов.

Кадр из фильма «Шепот сердца» (1995)



¹ Подробнее о принципах работы компании RUSCICO в сфере «паблик видео» читайте на сайте www.ra-informkino.ru

АНИМАЦИЯ НА БОЛЬШОМ ЭКРАНЕ: ТЕНДЕНЦИИ И ПРОБЛЕМЫ

2007 ГОД ПОКАЗАЛ, ЧТО ИНТЕРЕС К ОТЕЧЕСТВЕННОЙ АНИМАЦИИ ЕСТЬ, ПРИЧЕМ НЕ ТОЛЬКО К СЕМЕЙНОЙ, НО И К ДЕТСКОЙ. «ЭЛЬКА» И «БАБКА ЕЖКА» ЗАИНТЕРЕСОВАЛИ ДЕТЕЙ, НЕСМОТЯ НА ТО, ЧТО У ЭТИХ ФИЛЬМОВ НЕ БЫЛО ТАКОЙ РЕКЛАМЫ, КАК У СЕМЕЙНОГО «ИЛЬИ МУРОМЦА...». ПОСЛЕДНИЙ, СОБРАВШИЙ В ПРОКАТЕ БОЛЕЕ 230 МИЛЛИОНОВ РУБЛЕЙ, СВОЕЙ ПОПУЛЯРНОСТЬЮ ОБЯЗАН ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТИ, С КОТОРОЙ КОМПАНИЯ «НАШЕ КИНО» ВЫПУСКАЛА МУЛЬТФИЛЬМЫ ПРО БОГАТЫРЕЙ. В ИТОГЕ У ЭТОГО ПРОДУКТА СОЗДАЛАСЬ РЕПУТАЦИЯ, ЗРИТЕЛЬ ЗНАЕТ, ЧЕГО ЖДАТЬ. А ДЕТСКОМУ ПОЛНОМЕТРАЖНОМУ КИНО ЕСТЬ, С ЧЕГО БРАТЬ ПРИМЕР.

[Екатерина Самылкина, в работе над интервью принимала участие Евгения Маврина]

Проблема привлечения аудитории – это в немалой степени проблема создания адекватного просмотру мультфильма контекста. В самом деле, почему потенциальным зрителям должно быть удобнее и приятнее идти в кинотеатр, а не покупать «пиратский» DVD? Только потому, что второе – незаконно? Преимущества большого экрана, атмосферы коллективного просмотра и возможности для детей поиграть друг с другом после сеанса – не очевидны. Но если зритель прочувствует это, придя в кинотеатр на отечественный мультфильм в первый раз, вероятность того, что он вернется, больше.

Дело, конечно же, еще и в качестве мультфильмов. Широко известно, что российская авторская анимация на подъеме: призы на фестивалях, мировая известность, но на коммерческий кинематограф, то есть на реальную возможность для детей увидеть хороший мультфильм, это пока не сильно влияет. Причин несколько.

Во-первых, умение режиссера хорошо (и красиво!) рассказать историю за десять минут вовсе не гарантирует, что он сделает то же самое за семьдесят пять минут, как отметил Сергей Сельянов на заседании «круглого стола» анимационного фестиваля в Суздале. Это, кстати, относится и к короткометражному, и к полнометражному игровому кино. Есть в анимации и кадровая проблема, которая касается не только ре-

жиссеров, но и художников, аниматоров. Как говорилось на том же «круглом столе», у каждого продюсера, который занимается анимацией, есть блокнот, куда выписано десять–пятнадцать фамилий. Это одни и те же специалисты, кочующие с одного мультфильма на другой. Кадровый голод осложняется еще и тем, что очень мало людей задерживается в своих специальностях, почти все хотят быть режиссерами.

ШИРОКО ИЗВЕСТНО, ЧТО РОССИЙСКАЯ АВТОРСКАЯ АНИМАЦИЯ НА ПОДЪЕМЕ... НО НА КОММЕРЧЕСКИЙ КИНЕМАТОГРАФ, ТО ЕСТЬ НА РЕАЛЬНУЮ ВОЗМОЖНОСТЬ ДЛЯ ДЕТЕЙ УВИДЕТЬ ХОРОШИЙ МУЛЬТФИЛЬМ ЭТО ПОКА НЕ СИЛЬНО ВЛИЯЕТ. ПРИЧИН НЕСКОЛЬКО

Во-вторых, узнаваемый, авторский изобразительный стиль короткого мультфильма очень сложно перенести в полный метр. Какая-то часть зрительского внимания при просмотре эстетически ценного мультфильма направлена на любование самим изображением, как гравюрой или фреской. Но поддерживать такое любование больше одного часа, все равно что привязать человека к стулу перед картиной Кандинского, – не каждый выдержит.

В-третьих, у аниматоров сейчас весьма широкие возможности создавать свои произведения за государственный счет и удовлетворять свои потребности в самовыражении без учета дальнейшей зрительской судьбы мультфильмов.

Чтобы как-то привлечь зрителей к полнометражным отечественным мультфильмам, в их содержании используется опора на предыдущий зрительский опыт, не обязательно связанный с анимацией. Персонажи «богатырской трилогии» «Мельницы» – герои русского фольклора, как и Бабка Ежка. Элька – внук Умки – перевоспитывает неожиданно вредных Кая и Герду...

Но вот предыдущий прокатный опыт задействован в очень малой степени. Практически утеряна ниточка, связывающая нынешний отечественный прокат с советским. Ведь тогда у школьников всей страны была возможность в каникулы пойти утром и днем в кинотеатр и увидеть сборник анимации. У многих ли детей сейчас есть такая возможность? И не считают ли школьники, что «боевики – это круто», пренебрегая российскими мультфильмами лишь потому, что взрослым недосуг прививать им иные ценности? В случае с детьми это не столько дело вкуса, сколько дело привычки.

Другой «пережиток» советской эпохи, легко ушедший в небытие у нас, – показ мультфильма или документальной картины перед полнометражным фильмом – вполне успешно действует в европейских странах. В истории мирового кино вечным памятником спору режиссеров нежанрового кино и владельцев кинотеатров остался случай французской «группы тридцати», которая в пятидесятые годы отстаивала права короткометражных фильмов доходить до киноэкранов. Среди протестовавших кинематографистов тогда были Ален Рене, Альбер Ламорис, Жан Митри... Тридцать человек было только вначале, потом число режиссеров, операторов, художников увеличилось в несколько раз. Сплочение, имевшее экономическую подоплеку, вылилось в сильное художественное движение, предвосхитившее приход «новой волны». Очевидно, что отечественным творцам такая консолидация не под силу, и вопрос, дойдет ли их произведение



Кадр из фильма «Илья Муромец и Соловей-разбойник» (2007)

до зрителя, для них менее значим. Эта позиция тоже оправдана: каждый должен делать свое дело, и прокатом нужно заниматься не режиссерам с операторами, а продюсерам с дистрибьюторами.

Собственно, традиция показывать короткометражный мультфильм перед полнометражной игровой картиной еще сохраняется на фестивалях. Так, к примеру, составляет программу фестиваль немецкого кино, который организует кинотеатр «35 мм». А кинокомпания «Абсолют Фильм» попытается распространить такой опыт на более широкую аудиторию уже этой весной: кинокомпания предлагает показывать полнометражный фильм «Блаженная» Сергея Струсовского вместе с короткометражным анимационным фильмом-притчей «Колокольчик». И пока этот сектор только формируется, очень важно не бояться делать первые шаги.

Кадр из фильма «Элька» (2006)



ВЛАДИМИР САКОВ: «ОЧЕНЬ МАЛО РЕЖИССЕРОВ ДЕЛАЮТ ПОЛНОМЕТРАЖНЫЕ МУЛЬТФИЛЬМЫ, НА ЭТО ЕЩЕ РЕШИТЬСЯ НАДО»

Почему вы начали заниматься «Элькой»?

В последние годы предложений по созданию полнометражной анимации не было и, несмотря на то что студия «Тема» ориентирована на производство сериалов, большей частью приходилось заниматься рекламой. Поэтому предложение поработать над «Элькой» мне показалось безумно интересным – детский проект, детские персонажи. И тема увлекательная – экология, политическая ситуация в стране. Хотелось сделать по-настоящему детское кино. Меня много ругали взрослые, но я видел, что дети смотрят фильм не отвлекаясь.

Вы заявляли «Эльку» как семейное или как детское кино?

Он создавался как семейный фильм, но, может быть, моменты, ориентированные на взрослых, не совсем получились. Было сложно, мы шли в потемках. Одни говорили – никакого оружия, другие требовали больше агрессии, хотя бы на уровне сленга. Надо было найти золотую середину. Но с детьми мы точно не ошиблись. Меня лично как режиссера это очень радует.

С чем связана антиамериканская риторика в фильме?

Некоторые символы могут быть восприняты как антиамериканские, но мы этого смысла не закладывали. Мы призываем к дружбе.



Владимир Саков, режиссер мультфильма «Элька»

Однако так или иначе все отрицательные персонажи – западные: Макси Маус, Кай и Герда...

Но в итоге они все стали положительными! Наверное, подсудно в сознании нашего поколения существует ощущение, что некая опасность идет оттуда. В фильме показано, что это дутая опасность, а тоннель дружбы – символ единения. Я не уходил бы так далеко в политику: когда начинаешь рассуждать, получается заумно. Дети же воспринимают все намного проще: было страшно – стало нестрашно. Если бы этого не было в фильме – не было бы конфликта, исчезла бы драматургия. Внутреннее желание пойти Западу навстречу связано с разрушением конструкций, созданных старой идеологической системой. Вот это столкновение здесь и проявилось.

Элька – внук Умки. Почему в современной анимации не получается создать оригинальный, совсем новый персонаж, а приходится опираться на уже придуманные и популярные образы?

Режиссерам, сценаристам, продюсерам подавай Чебурашку, Незнайку... Тогда зрители пойдут в кино, хотя бы чтобы сравнить со старым вариантом – чисто коммерческий ход. Все боится, что на афишах будет написано незнакомое имя.

Мы же не представляли Эльку внуком Умки, только в самом фильме выясняется, что между ними есть какая-то связь. Мы

хотели создать именно уникальный персонаж и немножко пострадали из-за этого – не смогли опереться на прошлые чужие заслуги.

Почему готовый фильм не выходил в прокат в течение года?

Продюсеры и прокатчики не очень хорошо знают, как показывать такое кино, им не хватает опыта. Они размышляли, когда лучше показывать «Эльку»: в апреле – но фильм про зиму. Потом решили – в каникулы, в июне, затем переставили на ноябрь. Вот год и прошел в рассуждениях.

Как подавать продукцию, идущую из-за рубежа, профессионалы уже знают. А к отечественному продукту есть недоверие, легче и выгоднее поставить «Шрэка». В отечественную анимацию приходится вкладываться без возможности просчитать результат. Про «Эльку» неоднократно говорили, что его можно было прокатать более эффектно. Продажа DVD показала, что люди этот фильм прекрасно принимают – спрос превысил все поставленные планки, на дисках заработали больше, чем на кинопрокате, что вообще нонсенс.

Значит, можно ждать «Эльки 2»?

Я надеюсь. Если им заинтересовалась такая компания, как Art Pictures Studio, значит, у них есть какие-то мысли по этому поводу. Они должны проанализировать ситуацию и предложить новую идеологию проекта. Господдержки, кстати, у нас не было. Нам отказали по не совсем понятной для нас причине. Насколько мне известно, в год государство финансирует 12 полных метров. Но анимации очень мало выходит. «Элька» был сделан на частные деньги, уникальность проекта еще и в этом. А ведь он поднимает социальные проблемы, и было немало пунктов, которые могли бы быть поддержаны государством.

ЭЛЬКА



ДОСЬЕ

таглайн – «Наш мультфильм для всей семьи»
российская премьера – 25 октября 2007 г.
количество копий на первой неделе проката – 165
касса 1 уикенда – 7,315 млн руб. (\$0,295 млн), 7-я позиция
наработка на копию – 0,044 млн руб. (\$0,002 млн)
общие сборы – 16,081 млн руб. (\$0,644 млн)
выход на DVD – 15 ноября 2007 г., компания «Мистерия звука»
официальный сайт фильма – www.elka-mult.ru
производство – «Art Pictures Studio», «Элизиум», «Тема»
дистрибьютор – «Панорама кино»
режиссер – Владимир Саков
продюсеры – Михаил Энтин, Дмитрий Рудовский

При подготовке досье использованы данные Бюллетеня кинопрокатчика

Какова пропорция между коммерческой составляющей в «Эльке» и потребностью творческой самореализации? Такой конфликт возникал?

Я занимаюсь режиссурой больше двадцати лет и никогда не берусь за проект, который не удовлетворяет меня на сто процентов с творческой точки зрения. Ограничения и сложности только побуждают к деятельности, придают остроту и интерес. Я преклоняюсь перед Норштейном, но сколько лет можно делать одну картину?! Перегорает творческая ниточка, все вокруг меняется. Всегда видно, когда произведение сделано на одном дыхании. Хорошее направление, хорошая идея требуют быстрого и точного исполнения – это и есть творческая задача. Режиссер, да и любая творческая личность, не может работать, как ремесленник. Если мне дают установку, я ее творчески преобразую. Я уверен, что, сидя в подвале, ни с кем не общаясь и не имея никакого социального заказа, нельзя сделать что-то действительно эпохальное. Микеланджело расписывал Сикстинскую капеллу по заказу, разве от этого его произведения менее гениальны?! Нет, конечно. Видишь себя в этом – берись и делай, не видишь – отказывайся. Прежде всего должна быть заинтересованность. Когда делаю – должно быть интересно мне, а когда отдаю – должно быть интересно зрителю. Думать о зрителе, а не о кучке критиков, которые меня похвалят, – это и есть истинная позиция художника.

Вы довольны, как приняли фильм дети. А тем, как приняла его фестивальная публика?

«Эльку» показывали в Суздале в последний день. Аниматоры очень любят дружить, что связано с обильными возлияниями. Так что до последнего дня не все «дожили»... И потом, у «Эльки» слава коммерческого кино, а это почему-то считается обидным (да, мы делали мультфильм за деньги и для денег, но обращаемся к детям – что в этом обидного?). Однако все, кто сидели, в зале, кричали «Браво!» и ап-

лодировали, поздравляли меня. Я не слышал плохих отзывов. У нас конкуренции-то никакой почти не было, кроме «Бабки Ежки...». «Ролли и эльф» – это финский заказ. У «Бабки Ежки...», вышедшей после «Эльки», судьба была получше. Прокатчики потом говорили – мы на вас попробовали, сделали выводы. Так, давайте делать много фильмов и давайте вы, кинотеатры, наконец, научитесь их правильно показывать. А мы будем учиться делать полнометражные мультфильмы правильно. Мне учиться не стыдно, хотя я считаю себя профессиональным режиссером. Ведь очень мало режиссеров делают полнометражные мультфильмы, на это еще решиться надо.

Как бы вы хотели, чтобы кинотеатры прокатывали мультфильмы?

Широко. У меня очень большие претензии к рекламной кампании, которая проводилась перед выходом «Эльки». В центральных кинотеатрах были аншлаги, а в периферийных сидели по два-три человека. Я хочу знать, почему это происходит? Кинотеатры тоже должны заниматься подачей фильма. Мультипликация – особый случай, ее рекламная кампания отличается от обычной.

По итогам, в чем вы видите главную удачу и главный промах «Эльки»?

Главная удача – то, что он вышел в прокат. Он выполнен на высоком художественном уровне. Себя хвалить не могу, но помимо меня над ним еще двести человек работали. Мы доказали, что в Москве можно делать кино на таком уровне. Ну, а неудача... То, что его не прокатывали, как хотелось бы, можно назвать неудачей, но, я так понимаю, других вариантов не было. Проект с самого начала сам себя кормил. Однако своего ресурса не хватило, чтобы провести рекламную кампанию. Если б ее провели, не факт, что она отбилась бы. Мы и не ждали, что «Элька» выстрелит, как блокбастер. И первый «Шрэк» прокатывался хуже последующих. Теперь главное – не останавливаться.

АНДРЕЙ ИВАНОВ: «НУЖНО ПОЙМАТЬ СВОЮ АУДИТОРИЮ»

Почему вы решили прокатывать «Эльку»?

Анимация идет в кинотеатрах лучше, чем игровые детские картины, потому что дети лучше ее воспринимают. Полнометражной анимации не так много. После «Эльки» мы выпустили мультфильм «Бабка Ежка и другие», а скоро выйдет третий сборник «Горы самоцветов». Главная трудность отбора в том, что наша основная аудитория – дети 5–12 лет, для них мало что сейчас делается.

В «Эльке» есть недостатки. Но этот фильм позволил понять, что аудитория, которая хочет смотреть детскую анимацию, есть, а предложить ей почти нечего. Сборы детских мультфильмов пока небольшие, но в будущем этот сектор способен приносить доход.



Андрей Иванов,
генеральный директор компании «Панорама кино»

«Элька» – это ведь первый успешный детский мультфильм в России. Успех был неожиданным?

Нет, то, что мы планировали, мы и собрали. Конечно, хотелось чуть больше. Но мы считаем, что при 160 копиях итоговые 15–16 миллионов рублей – нормальный результат. Причем «Бабка Ежка...» вышла на 135 копиях, но за счет того, что к ней подтянулись более качественные кинотеатры, сборы оказались на 25–30% больше, притом что рекламы было меньше, чем у «Эльки».

Какие недостатки, существенные для проката, вы можете отметить в содержании «Эльки»?

Вторая половина мультфильма мне кажется сложноватой для восприятия, она смазывает впечатление. Введены

ГОВОРЯТ

«Беда отечественных полнометражных фильмов – их качество... на экране появляются вялые, инфантильные, сомнительные по вкусу, лишённые ярких персонажей фильмы. Такие, как «Элька». Или пафосные полотна, как «Князь Владимир». Ощущение, что короткий мультик взяли за уши и натянули на хронометраж «большого фильма». Или не слишком интересное игровое кино «перерисовали». Хотя понятно, что анимационная картина строится совсем по другим законам.»

Лариса Малюкова, специально для журнала «Итоги»

«Нужно предупредить, что «Элька» не из тех анимационных лент, которые легко и с неподдельным интересом сможет высидеть взрослый зритель. Мультфильм режиссера Владимира Са-

кова явно рассчитан на самых юных посетителей кинотеатров...»

С визуальным рядом и озвучкой, впрочем, в фильме все в порядке. Даже для человека, далекого от искусства анимации, будет очевидно, что фильм сделан на высоком профессиональном уровне, с применением компьютерной 3D-графики.»

Екатерина Чен, «Газета»

«Единственный, кто в этом мультфильме-катастрофе способен вызвать симпатию, это эпизодический полярик с бородою Папы из «Простоквашино», отчаянно пуляющий из ракетницы в воздух под романтическую балладу «Тебе нужен отпуск».»

Софья Сапожникова, специально для журнала «Афиша»

классические персонажи Кай и Герда, с которыми надо быть очень осторожными, их отношения искажены по сравнению с андерсеновским источником. Может быть, надо было усилить линию «Элька – внук Умки». Были жалобы на то, что некоторые персонажи не очень узнаваемы – пингвины, например. Но для первого опыта результат вполне приличный. Наверное, в работе над продолжением «Эльки» эти недостатки будут учтены.

Неблагоприятно на прокате сказалось и то, что целый год «Элька» был готов, но не выходил на экраны. Основная же проблема «Эльки» и «Бабки Ежки...» в том, что их ставили в выходные на дневные сеансы, соответственно, би-

«ДЕТСКАЯ АНИМАЦИЯ – ЭТО ДОЛГОИГРАЮЩИЙ ПРОДУКТ, ЕГО НЕЛЬЗЯ ПОКАЗЫВАТЬ ТОЛЬКО ДВА УИКЕНДА. ЕГО МОЖНО ДЕРЖАТЬ ХОТЯ БЫ МЕСЯЦ, ПУСТЬ ТОЛЬКО ОДНИМ ИЛИ ДВУМЯ СЕАНСАМИ», – АНДРЕЙ ИВАНОВ

леты были на 20–30% дешевле. А если мы выходим в каникулы, как было с «Элькой», то вынуждены конкурировать с американским продуктом, который выпускают в это же время. А кинотеатры, естественно, больше берут американские мультфильмы. Но появление интереса к российской анимации – уже хороший знак.

«Бабка Ежка и другие», получается, продолжает тенденцию наследственности новых персонажей, наметившуюся в «Элке»...

Нет, материала, персонажей, сюжетов хватает. Конечно, нашу анимацию, кроме разве что «Ильи Муромца...», нельзя сравнивать с американской. Но, извините, у нас и производственные бюджеты разные: \$1,5–2 млн против \$50 млн и больше. Однако мы отчетливо почувствовали, что на российскую анимацию есть зрительский спрос. Сейчас рисуется восемь полнометражных мультфильмов, ка-



кие-то из них выйдут в этом году, четыре находятся в запуске – процесс пошел. Хотя все продюсеры в один голос говорят: рисовать надо два-три года, стоимость \$3–5 млн, а собираем, дай Бог, миллион. Такая неадекватность пугает, и они хотят рисовать фильмы, которые будут идти полным экраном.

Насколько успех мультфильма зависит от содержания, а насколько – от продвижения?

Все-таки содержание тоже важно. Даже по своему ребенку вижу: «Элька» ему нравится – посмотрел два раза, а «Бабку Ежку...» он смотреть не хочет, хотя она прошла в кинотеатрах лучше. Потому что «Элька» интереснее для мальчиков – всякие технические штуки, роботы, а в «Бабке Ежке...» – нечистая сила, магия... Нельзя пренебрегать содержанием.





Продвижение же важно не в смысле громадных рекламных бюджетов. Нужно поймать свою аудиторию, донести до нее, что мультфильм выходит на экраны. Есть ряд не слишком затратных, но значимых вещей. Например, родители должны знать, что в определенном кино-театре каждую неделю в это время показывают мультфильм для детей, и не задумываясь, видел ли он рекламу этого продукта. Именно детский мультфильм, потому что анимация бывает разная и не всегда адресована детям. Нарисовать можно и «Девятую роту» или «Самый лучший фильм», и они тоже будут пользоваться бешеной популярностью. У детской анимации, рассчитанной на 5–12-летних, сборы, конечно же, меньше, чем у семейного кино.

«Элька» рассчитана на 5–12-летних?

Думаю, да. Но родителям тоже должно быть интересно. «Простоквашино» же смотрели все, но детям оно интересней. Например, мы будем позиционировать третью «Гору самоцветов» как детский

анимационный альманах, но я считаю, что родителям тоже любопытно будет его посмотреть. Во-первых, это сказки разных народов. Во-вторых, это интересные истории. Один из пяти мультфильмов третьего выпуска мы смотрели всей компанией, кому ни показывали – всем очень нравится. Это «Шейдулла-лентяй». Он очень смешной, с хорошим сценарием. Как про «Илью Муромца...» все говорят: там весьма скромная анимация, но очень смешной сценарий.

Кроме стабильности есть ли еще что-то, что вы как прокатчик ждете от кино-театров?

Увеличения продолжительности показов. Все-таки детская анимация – это долгоиграющий продукт, его нельзя показывать только два уикенда. Его можно держать хотя бы месяц, пусть только одним или двумя сеансами. Это вообще проблема всего полного метра – две недели, и фильм ушел.

Другая проблема состоит в том, что, хотя мы предоставляем кинотеатрам самые разные рекламные материалы, они смотрят на рекламу детского кино довольно скептически. Беда с продюсерами – они никогда не готовят выход мультфильма по полной программе. Я не говорю про «СТВ» и «Наше кино», они трепетно относятся к своим проектам, но другие, независимые, продюсеры только в самом конце пути что-то начинают делать для продвижения. А нужно все время, пока делается фильм, этим заниматься, а значит, заранее отдавать фильм дистрибьюторам.

ЛАВРЫ

- Гран-при Всероссийского фестиваля визуальных искусств «За разработку нового российского анимационного образа детского героя» (2006).
- Приз «За лучший персонаж детского анимационного кино» на Международном фестивале детского анимационного кино (2006).

- Участник российской программы 29-го МКФ (2007).
- Участник конкурсной программы V фестиваля отечественного кино «Московская премьера» (2007).
- Участник конкурсной программы XIII открытого российского фестиваля анимационного кино в Суздале (2008).

АЛЕКСАНДР БОЯРСКИЙ: «НАША ЗАДАЧА – СДЕЛАТЬ КАЧЕСТВЕННЫЙ И ИНТЕРЕСНЫЙ ФИЛЬМ И СДЕЛАТЬ ЕГО ВОВРЕМЯ»

Александр, являясь одновременно сценаристом и продюсером картины, а также с учетом опыта проката предыдущих частей героической трилогии, скажите, закладывали вы в сценарий «Илья...» элементы, рассчитанные на коммерческий успех?

Закладывали, конечно. Но мы не рассуждали примерно так: вот сейчас мы пошутим для маленьких, а теперь для взрослых. Мы не делили нашу аудиторию. Просто многое зависит от отношения к словосочетанию «коммерческий успех». На мой взгляд, успех фильма, в том числе и коммерческий, обеспечивает очень простая вещь: он должен быть интересен многим. Вот, собственно, и весь секрет.



Александр Боярский, сценарист и продюсер героического блокбастера «Илья Муромец и Соловей-разбойник»

Как размышления о грядущем прокате сочетались с творческими амбициями, самовыражением?

Наша задача – сделать качественный и интересный фильм и сделать его вовремя. Это самое главное. На больших проектах, когда уже началось производство, нет времени сомневаться и метаться. Место творческим поискам – в начале работы, на подготовительном этапе. Конечно, бывает, что приходится что-то переделывать, исправлять, когда кому-то в голову приходит замечательная идея. Если есть время, почему бы нет? Это, кстати, плюс анимации. Попробуйте переснять сцену в игровом кино, когда декорации разобраны, а артисты заняты. Но, повторюсь, если позволяется время.

ГОВОРЯТ

«Все выстрелило в нужном направлении и угодило в точку. «Мельничные» богатыри стали одним из самых успешных отечественных анимационных проектов, что пошло им лишь на пользу: от серии к серии проект набирал все больше красок, деталей и подвижных планов. Сейчас «Три богатыря» – это мультяшная вселенная, полностью укомплектованная для дальнейшего развития».

Иван Куликов, Газета.ру

«Наш ответ «Шрэку» – персонажи русских былиных существуют в донельзя модернизированном комедийном пространстве, перемежая геройские подвиги с шутками и плясками. Причем получается у них довольно симпатично».

Станислав Ф. Росточкин,
«Время новостей»

«От набора пародий на прославленные кинообразы создатели трилогии окончательно перешли к энциклопедии русской жизни. В жанре, само собой, лубка».

Владимир Лященко, специально для «Афиши»

«И вот же что досадно – не занимать авторам ни воображения, ни чувства юмора, и слогом былинным они вполне овладели, ...но сюжет, развивающийся между этими удачными моментами, скроен на скорую руку».

Надежда Заварова, Кинокадр.ру

«Патриотическое воспитание малышни здесь ограничивается восхвалением русского богатыря с широченными плечами и малюсенькой, забитой суевериями головой. Впрочем, как и в предыдущих экранизациях древнерусских былин, куда более выигрышная роль в мультфильме отведена не главному герою, а его волшебному коню».

Анна Федина, «Известия»

ИЛЬЯ МУРОМЕЦ И СОЛОВЕЙ-РАЗБОЙНИК



ДОСЬЕ

таглайн – «Новогодний героический блокбастер»
российская премьера – 27 декабря 2007 г.
количество копий на первой неделе проката – 522
касса 1 уикенда – 32,188 млн руб. (\$1,311 млн), 3-я позиция
наработка на копию – 0,062 млн руб. (\$0,002 млн)
общие сборы – 235,824 млн (\$9,649 млн), фильм входил в десятку лидеров проката на протяжении пяти недель
выход на DVD – 17 января 2008 г., компания «Союз Видео»
официальный сайт фильма – ilya.zbogatirya.ru
производство – компания «СТВ», студия «Мельница»
дистрибьютор – «Наше кино»
режиссер – Владимир Торпочин
продюсеры – Сергей Сельянов, Александр Боярский

При подготовке досье использованы данные Бюллетеня кинопрокатчика

Оказался ли проект коммерчески выгодным? И насколько, в сравнении с двумя первыми частями?

Да. Судите сами: «Алеша...» собрал \$1,7 млн, «Добрыня...» – \$3,6 млн, а «Илья...» – \$9,7 млн. Это примерно, я не помню точных цифр. Но я не стал бы умалять успех первых двух фильмов. Не следует забывать о разнице в количестве копий, об общей тенденции роста кассовых сборов и, наконец, о том, что успех «Ильи Муромца...» в значительной степени опирается на успех предыдущих двух фильмов.

Каковы были особенности проката «Ильи...»? Какие плюсы и минусы вы выделили бы?

Это вопрос к нашим прокатчикам – кинопрокатной группе «Наше кино». Я лично доволен, считаю, что они сработали очень хорошо.

Были совершены какие-то ошибки при работе с картиной? И что вы назвали бы в числе удач?

Вряд ли назову какие-нибудь ошибки... Ну, может быть, вот что: в предыдущих фильмах мы, пожалуй, отводили меньшую роль музыке, и напрасно. В числе удач – артисты, чьими голосами разговаривают наши герои. Мне всегда нравилось, как они рабо-





тают, но «Илья...», мне кажется, вышел наиболее выразительным в этом отношении.

Что, по возможности, сделали бы по-другому?

Я не принадлежу к тем людям, которые говорят, что все переделали бы и сняли заново. Конечно, есть какие-то сцены, которые можно было бы сделать более выразительными. Но в целом я не стал бы ничего трогать.

Что будет учтено вами на будущее?

Мы стремились и будем стремиться существенно повысить роль подготови-

тельного периода. К сожалению, это не так просто, как кажется на первый взгляд.

Что изменилось с момента выхода на экраны страны первого полнометражного мультфильма? Наблюдаете ли вы какие-то прокатные тенденции?

Естественно, и, думаю, не я один. Совершенно очевидно, что у зрителя проснулся интерес к отечественным мультипликационным фильмам. Очень важно не обмануть ожидания зрителей и снимать качественные и интересные фильмы.



ИРИНА БЕДЕРМАН: «МУЛЬТФИЛЬМЫ ЛЕГЧЕ ПРОКАТЫВАТЬ, ЧЕМ ЖАНРОВОЕ КИНО»

Почему вы стали прокатывать мультфильм «Илья Муромец и Соловей-разбойник»?

Потому что компания «Наше кино» является официальным дистрибьютором компании «СТВ», которая вместе со студией «Мельница» работала над мультфильмом. В любом случае мы считаем важным поддерживать развитие отечественной анимации и думаем, что все анимационные фильмы питерской студии «Мельница», с которой сотрудничают наши лучшие аниматоры, такие как Константин Бронзит, Илья Максимов, достойны зрительского внимания. Доказательство – любовь зрителей и кассовый успех таких фильмов компании, как «Карлик Нос», «Алеша Попович и Тугарин Змей», «Добрыня Никитич и Змей Горыныч», «Илья Муромец и Соловей-разбойник».

Какие особенности вы можете выделить в прокате полнометражных мультфильмов?

Мне кажется, мультфильмы легче прокатывать, чем жанровое кино. Потому что это семейный просмотр, ребенок плюс родители. Потом, удобный хронометраж: 75-минутный мультфильм легче поставить в сетку кинотеатра, чем двухчасовой фильм.

Ребенок плюс родители – это уже результат, а как сделать, чтобы они вообще пришли?

Снять хороший мультфильм – это раз. Сделать достойную рекламную кампанию, направленную не только на детскую и подростковую аудиторию, но и на взрослого зрителя – это два. «Илья Муромец...» уже была создана репутация благодаря «Алеше Поповичу...» и «Добрыне Никити-



Ирина Бедерман, исполнительный директор и директор по связям с общественностью компании «Наше кино»

чу...». Мультфильм позиционировался как продолжение трилогии о былинных богатырях. Удачным моментом было то, что «Илья...» вышел в школьные каникулы.

Как вы считаете, реклама полнометражной анимации должна быть точечной или максимально широкой?

Все зависит от того, какой именно анимационный фильм прокатывает компания.

В одном случае кампания может быть точечной. Скажем, если этот мультфильм рассчитан не на широкую аудиторию, а на более узкий круг, как, например, «Трио из Бельвилля» – замечательный мультфильм французских аниматоров, который был в программе Каннского фестиваля 2003 г. Если же это фильм для широкой аудитории, который интересен всем, как «Мадагаскар», «Илья Муромец и Соловей-разбойник» или «Ходячий замок» Хаяо Миядзакэ, кампания должна быть максимально широкой.

Но, как правило, мультфильмы интересны всем, они позитивны и поэтому должны быть направлены на более широкую аудиторию.

