

КИНОМЕХАНИК

№ 6/2009

ИНДЕКС 70431
ISSN0023-1681

ВЫХОДИТ С АПРЕЛЯ 1937 ГОДА

Учредитель журнала
«Кинотехника»
Российское агентство
«Информкино»**Главный редактор**
Ирина Регер**Над номером работали:**
Ольга Баженова, Полина Рехман,
Руслан Сарваров, Александр
Зенин, Борис Сорокоумов,
Виктория Картунова, Мирослава
Цапко, Лиза Сезонова, Ольга
Галицкая, Владислав Шувалов,
Михаил Фридман, Анна Гудкова,
Екатерина Самылкина**Верстка**
Любовь Игонина,
ООО Издательский дом
«Партнер»**Корректурa:**
Надежда Сопова
Татьяна УвароваПодписано в печать 25.05.2009 г.
Тираж 2500 экз.
Адрес редакции:
Россия, 119017, Москва,
ул. Б. Ордынка, 43.
Тел.: (495) 951-46-96
Факс: (495) 951-11-33
kinomehanik@ra-informkino.ru**Отдел рекламы**
Ольга Семченко
Тел.: (495) 951-11-33, 959-47-58
olga@ra-informkino.ru,
informkino@ra-informkino.ruОтпечатано в типографии:
ООО Издательский дом
«Партнер», г. Москва, Керами-
ческий проезд, д. 49, стр. 1,
тел. (495) 951-76-90Оформить подписку на жур-
нал можно по каталогу
ОАО «Роспечать»
Подписной индекс – 70431.
Подписка оформляется
с любого месяца

Дорогие друзья и коллеги!

Есть кризис или нет, но главный национальный киносмотр страны – Открытый российский кинофестиваль «Кинотавр» – не собирается сдаваться и празднует двадцатилетний юбилей. Редакция «Кинотехника» не могла остаться в стороне – июньский выпуск журнала мы посвящаем отечественному кино, которое, уверенны, не пропадет из ваших залов.

В рубрике *«Концепты и рецепты»*, где впервые не разбирается текущий репертуар месяца, **Ольга Галицкая** и **Анна Гудкова** анализируют программу основного конкурса фестиваля «Кинотавр», собравшую в 2009-м исключительно премьеры.

Руслан Сарваров и **Александр Зенин**, входящие в команду технической поддержки нынешнего фестиваля «Кинотавр» и Российского Международного Кинорынка, раскрывают подробности работы этой службы в рубрике *«Прямая перспектива»*.

В рубрике *«Кинофабрикаты»* **Лиза Сезонова** делится рецептами свободного творчества от Дмитрия Орлова, побывав на съемках его картины «Московский фейерверк».

В продолжение публикаций по результатам исследования, выполненного ОАО «Информкино», альтернативными данными о состоянии конкурентоспособности российских фильмов делится **Мирослава Цапко** в рубрике *«Тест-граунд»*.

Полина Рехман в рубрике *«1000 и 1 зал»* предлагает взглянуть на соседние территории и начинать знакомить вас с кинотеатральным рынком Африки.

А Борис Сорокоумов в рубрике *«Шоу-рум»* вместе с вами совершит виртуальную прогулку по специализированным интернет-ресурсам, на которых кинотехники со всего мира обсуждают проблемы и делятся опытом.

Формулу успешного корпоративного сайта можно использовать для привлечения зрителей в кинотеатры, выводит **Виктория Картунова** в рубрике *«Зал ожиданий»*.

Читайте также на страницах июньского «Кинотехника» продолжение путешествия в «сердце» звукового процессора, обзор перестроенного российского кино от **Михаила Фридмана**, подробности странствий Сергея Дебижева по Камбодже и многое другое.

Чтобы довести размышления до афоризма – нам достаточно месяца.

Чтобы ухватить суть текущих дел – вам достаточно «Кинотехника»

*С уважением,
главный редактор Ирина Регер*

БИЗНЕС-КОД ДЕНЬГИ И СТУЛЯ

3 Летний алгоритм



Особенности работы кинотеатров в летний период

1000 И 1 ЗАЛ

10 Обзор кинотеатрального рынка Африки. Часть 1

ТЕХНО-ПАРК ПРЯМАЯ ПЕРСПЕКТИВА

16 Техническая служба: стражи кино. Часть 1



Работа технической службы на фестивалях, рынках, ярмарках

20 Новости D-Cinema

ШОУ-РУМ

22 Друг сердечный. Часть 3

Анатомия центрального звукового прибора киноаппаратной

24 Виртуальные прогулки
Что обсуждают киномеханики в Сети?

ОБРАТНАЯ ПЕРСПЕКТИВА

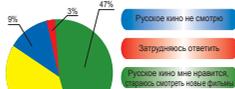
32 Автоматизация перехода с поста на пост

ПАБЛИК-ПЛЕЙСМЕНТ ЗАЛ ОЖИДАНИЙ

34 Интернет на службе у кинотеатров

ТЕСТ-ГРАУНД

40 В фокусе российское кино



КИНО-БРЕНД КИНОФАБРИКАТЫ

44 Играть с настроением!
Дмитрий Орлов снимает кино о том, как снимать кино



48 Колесо времени в сезон дождей



Возвращение Сергея Дебижева в игровой кинематограф

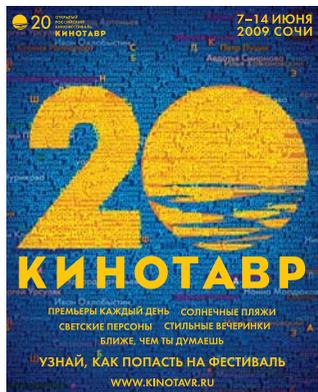
КЛУБНАЯ КАРТА

52 Латинофiesta-2009: праздник активного зрителя

57 Интереснее, чем жить
Кино перестроенных времен

КОНЦЕПТЫ И РЕЦЕПТЫ

60 Время начинать новую жизнь
«Кинотавру» 20 лет: обзор фильмов главного кинотеатра страны



ЛЕТНИЙ АЛГОРИТМ

В РЯЗАНСКОМ КИНОТЕАТРЕ СЕТИ «ЛЮКСОР» СМОГЛИ СДЕЛАТЬ ТАК, ЧТОБЫ ЗРИТЕЛИ НАСЛАЖДАЛИСЬ И КИНО И ЛЕТОМ ОДНОВРЕМЕННО. В ИЮНЕ ТАМ СТАРУЕТ АКЦИЯ «КИНО ПОД ОТКРЫТЫМ НЕБОМ». ПОДРОБНОСТИ В ИНТЕРВЬЮ С СОТРУДНИКОМ PR-СЛУЖБЫ КИНОКОМПАНИИ «ЛЮКСОР» ОЛЬГой ГАТАУЛЛИНОЙ | **Ольга Баженова** |

Ольга, считаете ли вы лето сложным сезоном для кинопроката? Существует ли в кинотеатральной сети особый, «летний», режим работы?

В киносети «Люксор» как такового перехода на летний режим работы не существует. Хотя определенные сезонные особенности мы учитываем. Лето – время каникул для детей и студентов. Соответственно, это отражается на формировании репертуара: выпускаем больше релизов, рассчитанных именно на эту аудиторию, в том числе анимацию.

1 июня – День защиты детей. В наших кинотеатрах будет проходить акция: при покупке билетов мы будем дарить подарки всем детям.

1 июля мы планируем провести большую премьеру фильма «Ледниковый период 3: Эра динозавров» в кинотеатре «Люксор Ясенево». Праздник будет проходить на улице. Мы планируем завлечь на него семьи с детьми, подростков. Для самых маленьких будем проводить конкурс рисунков на асфальте и выбирать лучший «портрет» динозавра. Уже есть договоренность с мастерами музея ледяных скульптур. Прямо на празднике на глазах зрителей они вырежут из глыбы льда фигуру одного из персонажей «Ледникового периода». В рамках премьеры будет проходить концерт, а вечером для молодежи – скейт-шоу и фаершоу.

А вообще, у нас существует программа работы с детской аудиторией и мероприятия проходят круглый год. В основном в рамках премьер крупных мультипликационных рели-

зов, на которые мы зовем аниматоров и готовим программы с конкурсами, представлениями, воздушными шарами и подарками. На стойках в фойе у нас всегда лежат детские журналы, с которыми мы сотрудничаем: «Классный журнал», «ГЕОленок». По выходным с 12 до 14 часов у нас проходят детские сеансы. Как правило, показываем мультфильмы, и не только текущего репертуара, но и самые популярные кинорелизы прошлого года: «Макс и Ко», «Охотники на драконов».

Есть ли в вашей сети летние предложения (летние кафе, площадки под открытым небом, премьеры фильмов на открытом воздухе)? Есть ли сложности в их организации?

Да, мы не первый год делаем летом премьеры фильмов на открытом воздухе. Основная сложность в том, что они на порядок масштабней обычных премьер и, соответственно, дороже. Необходимо заказать сцену, аппаратуру. Такие акции требуют продолжительной предварительной рекламной кампании. Продолжительность таких премьер минимум три часа. На них мы обычно приглашаем музыкальные группы, популярных исполнителей, команды КВН. Если это отечественные релизы, то почти всегда стараемся привезти на премьеру исполнителей главных ролей, чтобы зрители могли пообщаться с ними, взять автографы. В кинотеатр «Люксор Рязань» мы приглашали и Гошу Куценко, и Евгения Цыганова. В Воскресенск приезжал



Ольга Гатауллина, сотрудник PR-службы кинокомпании «Люксор»



Вадим Галыгин. В итоге такие премьеры становятся пусть локальными, но настоящими праздниками. Они привлекают внимание к кинотеатру, повышают популярность наших новых многозальников в Рязани и Воскресенске.

Летних кафе в нашей сети, к сожалению, нет, но зато есть летнее меню

Премьера фильма «Два мира» в кинотеатре «Люксор Отрадное»

в «L-safe» наших кинотеатров: начиная от окрошки и заканчивая фруктовыми салатами и прохладительными коктейлями.

Как появилась идея акции «Кино под открытым небом»?

Идея витала в воздухе очень давно, и сейчас мы готовы ее реализовать. Идея по-своему уникальна и необычна, рассчитана именно на летний сезон. В московских кинотеатрах сделать что-то подобное не получалось. Были сложности при переговорах с владельцами ТЦ. Когда начинали думать о репертуаре, сразу наталкивались на проблемы с прокатными правами на выбранные релизы. А подобная акция подразумевает, что просмотры будут открытыми, без покупки билетов. Поэтому мы даже думали попробовать крутить наши старые отечественные картины, которые уже являются общественным достоянием. Кроме того, на таком мероприятии

1. Считаете ли вы лето сложным сезоном для кинопроката? Существует ли в вашем кинотеатре (сети) особый, «летний», режим работы? Дает ли летний сезон дополнительные возможности для привлечения зрителей в кинотеатры?

2. Есть ли в вашем кинотеатре (сети) дополнительные летние услуги (кафе, открытые площадки, другое)?

3. Проводятся ли в вашем кинотеатре (сети) специальные сезонные (летние) акции, мероприятия для привлечения аудитории?

АНДРЕЙ КОЛЕСНИЧЕНКО, менеджер по кинопрокату сети «Премьер-зал» (г. Екатеринбург)

1. С начала летних каникул в кинотеатрах нашей сети заметно увеличивается утренняя и дневная посещаемость, соответственно мы стараемся ставить в расписание более ранние сеансы. Хотя принципиального перехода на летний режим работы у нас не существует. К тому же летом в прокат выходят лучшие блокбастеры, поэтому я не считаю, что летние месяцы – сложный сезон для работы.

2. В нашем кинотеатре «Знамя» есть замечательное кафе «Чаплин». Летом на его базе мы открываем дополнительную летнюю площадку. Она пользуется большой популярностью.

3. Ежегодно в начале летних каникул происходит сильный приток детской публики. Многие приходят группами по заявкам. Поэтому мы стараемся по возможности ставить в сетку как можно больше детских фильмов и плотно работать со школами и детскими лагерями. Прошлым летом, например, к нам в нашу сеть в Екатеринбург приезжала «Кунг-Фу Панда». Этот мультфильм мы представляли по-особенному, со специальными программами, конкурсами, тем самым привлекая дополнительную аудиторию в кинотеатры. Дети были в восторге. На подобных мероприятиях у нас обычно присутствует фотограф. Сделанные фотографии мы размещаем затем на нашем корпоративном сайте. Сейчас аналогичный подход мы применяем для представления анимационной ленты «Вверх».

намного сложнее организовать соответствующую охрану.

Какую цель вы преследуете, организуя подобную акцию?

Сделать такой крупный и необычный проект – само по себе здорово. Это колоссальный опыт. Интересно и то, что мы тут выходим первооткрывателями. До нас подобного никто не делал, по крайней мере на моей памяти. Конечно, одна из наших целей – организовать и разнообразить досуг для публики. В конце июня молодежь, как правило, еще не разъезжается из городов. То, что многие празднично шатаются по улицам, – известная проблема. Так что организовать для них активную программу и здоровый отдых – это не последнее дело. Ну и, конечно, подобные акции повышают популярность наших кинотеатров. Ведь люди запоминают интересные мероприятия и с удовольствием приходят в понравившееся им место провести свой досуг.



Вадим Галыгин на премьере в г. Воскресенске

Расскажите, какие мероприятия и показы запланированы под эгидой акции «Кино под открытым небом».

Фестивальные мероприятия будут проходить 19 и 20 июня в городе Рязани. 19-го числа они будут идти фактически весь день. Из Москвы приедут лучшие диджеи, будут высту-

МАРЬЯНА ГРОМОЗДОВА,

директор отдела репертуарного планирования, рекламы и PR кинокомплекса «Ашхабад» (г. Москва)

1. Лето – не простой период для кинопроката, но все-таки крупные блокбастеры спасают ситуацию и собирают отличную выручку, несмотря на «не сезон». Считаю, что и этим летом такие картины-«бомбы» есть.

2. В нашем кинотеатре мы предлагаем гостю посетить летнее кафе, насладиться разнообразным вкусным летним меню. Прилегающая территория летнего кафе оформлена как зеленая зона – парк, фонтан, клумбы с цветами. Летом мы стараемся вводить специальные сезонные акции – скидки школьникам, студентам.

3. В прошлом году в течение всего лета мы проводили акцию «Лето с пепси» в «Ашхабаде». При покупке двух билетов в кино и двух напитков пепси гость получал право заполнить купон и участвовать в лотерее. В день рождения «Ашхабада», 7 сентября 2008 года, прошел розыгрыш призов. Победители выиграли путевку в теплые края, двухгодичной абонемент в кино, абонемент в студию загара, ужин в ресторане, билеты с открытой датой, дисконтную карту «Ашхабада». Каждый приз был рассчитан на двух человек.

Также в 2008 году проходила акция «Каникулы в Ашхабаде», когда все билеты студентам и школьникам можно было приобрести по 80 рублей.

Это лето мы начали с празднования Дня защиты детей 1 июня. Ребята, посетившие кино, получили в подарок сладкие сюрпризы и воздушные шары. На прилегающей к кинокомплексу территории управы района «Северное Чертаново» был организован спортивный праздник «Ура! Лето!».



пление скейтеров, соревнования брейкдансеров, соревнования по паркуру. На сцене будут выступать команды КВН со своими скетчами.

20 июня будет самая длинная ночь в году. На открытом воздухе будут играть сеты столичные диджеи и, конечно, будет программа, предваряющая открытие самого экрана.

Премьера мультфильма «Переполах в Гималаях», август 2008 г. «Люксор Отрадное»

Изначально мы хотели показать на открытии две предыдущие части «Ледникового периода», но столкнулись со сложностями, так как на данный момент на эти мультфильмы в России нет правообладателя. Поэтому будем показывать свои, не менее достойные мультфильмы: «Переполах в Гималаях» и «Охотники на драконов». Будут ли показаны какие-то художественные фильмы – сказать пока сложно. Вопрос с репертуаром остается еще открытым.

Конечно, мы серьезно думаем о том, как обеспечить порядок и охрану в эти дни: этим займется служба не только нашего кинотеатра, но и торгового центра. Если потребуется, то получим поддержку администрации, милиции и скорой помощи.

Будут ли продаваться билеты или вход для зрителей будет свободным?

Вход будет свободным для всех желающих.

ТАТЬЯНА ЮДИНА, заместитель директора по репертуарному планированию кинотеатра «Фабрика кино» (г. Улан-Удэ)

1. Уже второй год «летний» прокат доказывает, что он не такой уж сложный. Сборы очень хорошие. Мы по пятницам и субботам в ночное время ставим дополнительные сеансы, показываем подряд два фильма. Это пользуется спросом.

2. В нашем кинотеатре мы открываем летнее кафе. Есть отдельная палатка и есть столики прямо под открытым небом под зонтиками. На прилегающей территории действует фонтан, установлена сцена для исполнения «живой» музыки. Детские премьеры мы тоже стараемся проводить на открытом воздухе. Например, 1 июня на нашей летней площадке мы отмечали День защиты детей. Были клоуны, специальная программа с вокальными и танцевальными номерами, различные конкурсы для детишек. Все были довольны.

3. Сезонных акций у нас нет, есть постоянные.

АЛЕКСЕЙ СЕРГЕЕВ, руководитель отдела кинопроката кинотеатра «Эпицентр» (г. Красноярск)

1. Летом у аудитории более широкий выбор возможностей провести свой досуг. Появляются более «бюджетные» варианты. Поэтому для нас на первый план выходят качество кинопродукта и цена на билеты. Единственный стимул для привлечения аудитории в летний период – это более гибкая ценовая политика. Летом мы запускаем специальную акцию скидок для школьников и студентов. Сейчас она в стадии утверждения. Также к старту «Трансформеров: месь падших» и «Ледникового периода 3» мы делаем session-комбо-предложение со специальной бесплатной игрушкой. Это будут персонажи фильмов – знаменитая белка или робот-трансформер. Для более взрослой аудитории будем транслировать ожидаемые спортивные события в кинозале, например отборочные матчи чемпионата мира по футболу.

2. Из дополнительных летних услуг мы открыли летнюю террасу. Здесь предлагают гриль-меню, шашлыки. Для удобства гостей действует wi-fi. В прошлом мы проводили летние шоу-премьеры на открытом воздухе. Но опыт оказался не самым удачным, подвела сильная жара.

Есть ли у акции спонсоры, партнеры?

Мы планируем привлекать спонсоров на какие-то отдельные конкурсы, розыгрыши. Но в целом акцию мы проводим самостоятельно.

Планируется ли освещение акции в местных средствах массовой информации?

Конечно, нас поддержат местные СМИ – телевидение, радио, пресса.

У нас есть интересная задумка – транслировать фестиваль в режиме реалити-шоу. Можно обыграть даже установку экрана и техники. Делать ежедневные репортажи с места событий, чтобы зрители видели, как продвигаются дела. Для тех, кто постоянно сидит в Интернете, трансляцию будем делать на местных интернет-порталах. Все-таки наш фестиваль претендует стать главным летним событием в Рязани. С первых чисел июня начнется рекламная кампания фестиваля в самом кинотеатре и городе.



Премьера мультфильма «Переполах в Гималаях», август 2008 г. «Люксор Отрадное»

Почему для проведения этой акции выбрали Рязань?

В Рязани очень отзывчивая публика. Кроме того, мы тесно сотрудничаем с руководством ТЦ, и поэтому многие вопросы там решить легче, чем в московских кинотеатрах. Так что в кинокомплексе «Люксор Рязань» мы регулярно проводим масштабные праздники, например Новый год, Масленицу.

ДМИТРИЙ КИМ, директор по рекламе ООО «АртСайнс Синема Дистрибьюшн» (г. Новосибирск)

1. Я не считаю лето сложным периодом для кинопроката. Главное, какие фильмы выходят, хотя кризис неизбежно вносит свои коррективы в расходы людей. Наши кинотеатры специально не преобразуются к летнему периоду, но режим их работы увеличивается за счет более ранних и поздних сеансов.
2. Летний период позволяет проводить больше уличных промо-акций. Кроме того, у некоторых наших кинотеатров есть открытые площадки, на которых мы проводим различные мероприятия и праздники – День города, День кино. С наступлением теплых дней мы сразу стали делать на них открытые премьеры. Например, показ фильма «Форсаж 4» предваряло шоу дорогих тюнингованных машин. Были и любительские гонки. Вручали призы за самый громкий рык мотора, самый красивый внешний тюнинг, дрифт и т.д. Подобные акции собирают много людей, поэтому открытые площадки оптимальны для их проведения. Даже приглашения на премьеры в летний период у нас заметно отличаются. Мы не просто запускаем промоутеров с рекламными листовками, но стараемся каждый раз обыграть это как маленькое шоу. Используем костюмы персонажей фильмов. Так сейчас обыгрывается раздача рекламных приглашений на мультфильм «Вверх».
3. В настоящее время у нас проходит совместная акция с компанией «Инмарко», крупным производителем мороженого. При покупке мороженого вы автоматически участвуете в розыгрыше билетов на сеансы в наши кинотеатры. После переговоров с «Инмарко» родилась совместная идея выпустить мороженое под брендом «Ледникового периода». Фактически эта акция – региональный кросс-промоушн. Специальных летних кафе в нашей сети нет, зато есть в прямом смысле ледяное кафе, которое тоже называется «Ледниковый период». Весь бар сделан из льда, температура поддерживается на уровне –10°C. Поэтому посетителям при входе выдают шубы и валенки. К премьере третьей части мультэпопеи бар перенесут в кинотеатр «Пионер», где будут проходить основные мероприятия. Летом в жару этот уникальный бар пользуется большим спросом.



Вообще, если все пройдет успешно, мы планируем продлить акцию на все лето. Возможно, будем устраивать просмотры раз в неделю, делать вечера, посвященные конкретным жанрам – комедии, боевику, ужасам.

Будете ли планировать подобные мероприятия и дальше?

Оценить полученные результаты можно будет только постфактум. Не исключено, что придется вносить какие-то коррективы. В помощь себе сделаем опрос зрителей во время

Фасад ТРЦ «Круиз» в г. Рязань, где будет вывешен большой экран для акции «Кино под открытым небом»

июньского фестиваля: какой репертуар они хотели бы видеть, какие моменты в организации их не устроили.

Несколько слов о техническом сопровождении мероприятия.

Все оборудование будет установлено за два дня – проектор, звуковая система. Их мы берем в аренду. Проекция будет осуществляться с машины. Экран мы не покупали. У нас будет специальное полотно, которое просто выкрасят белой краской. Проекция будет не хуже, чем на дорогостоящем материале. Полотно натянут на одну из стен ТРЦ «Круиз». Рядом с ней находится большая паркинг-зона, которую мы наполовину закрываем, когда устраиваем подобные мероприятия. С оформлением зрительного зала мы еще не определились: возможно, будем устанавливать лавки для удобства зрителей. Вообще, надеемся, что этот амбициозный проект успешно реализуется, найдет своих зрителей и раскроет летнюю жизнь Рязани. Если все пройдет успешно, то попробуем сделать кино под открытым небом и в других наших кинотеатрах!

ЮЛЯ ДЕНИСОВА, заместитель генерального директора по кинопрокату кинотеатра «Спартак» (г. Воронеж)

1. Судя по предыдущим годам работы нашего кинотеатра, я бы не назвала лето сложным сезоном. Обычно каждый месяц выходят яркие блокбастеры. Вот и на это лето намечено много сильных релизов. Летний режим работы у нашего кинотеатра есть. Мы ставим дополнительные ночные сеансы на уикенд.

2. Обычно летом у нас открывается летняя площадка от кафе. Она пользуется большим спросом у посетителей кинотеатра, тем более что располагается в уютном зеленом сквере. В этом году 1 мая у нас проходил традиционный фестиваль японской анимации, и впервые мы попробовали организовать open-air совместно с организаторами фестиваля. В нашем сквере была организована площадка, где был установлен специальный светодиодный экран, взятый напрокат. На нем транслировалось аниме. Кроме того, для гостей фестиваля была устроена развлекательная программа. На сцене исполняли песни из японских аниме-сериалов. Собралось большое количество зрителей, по нашим подсчетам – около 500 человек. Поэтому летом мы хотим организовать нечто подобное еще раз. Но тему для показов, конечно, придумаем новую.

3. На это лето, безусловно, мы планируем различные акции, начиная от детских праздников и заканчивая фестивалем короткометражек. Какие-то события будут проходить на открытом воздухе.



ОБЗОР КИНОТЕАТРАЛЬНОГО РЫНКА АФРИКИ. ЧАСТЬ 1

АФРИКА – ВТОРОЙ ПО ЧИСЛЕННОСТИ НАСЕЛЕНИЯ КОНТИНЕНТ ПОСЛЕ ЕВРАЗИИ. НА НЕМ ПРОЖИВАЕТ ОКОЛО 1 МЛРД ЧЕЛОВЕК, ЧТО ВРОДЕ БЫ ВПОЛНЕ СПОСОБСТВУЕТ СТАНОВЛЕНИЮ ПЕРСПЕКТИВНОГО КИНОРЫНКА. ОДНАКО, КАК ИЗВЕСТНО, АФРИКА – САМЫЙ БЕДНЫЙ И СЛАБОРАЗВИТЫЙ КОНТИНЕНТ В МИРЕ, С СООТВЕТСТВУЮЩЕЙ КИНОТЕАТРАЛЬНОЙ БАЗОЙ, ЧЕМ-ТО НАПОМИНАЮЩЕЙ ПОСТСОВЕТСКУЮ. АФРИКАНСКИЙ КИНОПРОКАТ ТАКЖЕ ОСТАВЛЯЕТ ЖЕЛАТЬ ЛУЧШЕГО. В ЭТОМ ПЛАНЕ ЗДЕСЬ СУЩЕСТВУЮТ ТОЛЬКО ДВА ОСНОВНЫХ РЫНКА – ЕГИПЕТ И ЮАР. **[Полина Рехман]**

ОБЩЕЕ СОСТОЯНИЕ КИНОТЕАТРАЛЬНОГО РЫНКА АФРИКИ

Африканский кинотеатральный рынок столкнулся с сокращением аудитории еще в 1970-х годах и в последующие десятилетия так и не восстановился. В последние несколько лет в ряде стран Африки стали возникать мультиплексы, но большинство кинотеатров на этом континенте по-прежнему составляют однозальные или двухзальные кинотеатры, выдавшие лучшие времена. Находятся они в старых зданиях с обшарпанными интерье-

рами, в кинозалах сломанные сиденья, пожелтевшие экраны, нет современной звуковой техники и кинопроекции. И если одни кинотеатры располагают цифровыми системами объемного звучания, то другие все еще используют устаревшие динамики, оглушающие зрителей, и проекторы, из-за сбоев которых сеанс постоянно прерывается. В африканских кинотеатрах порой годами демонстрируют одни и те же фильмы, делая посещение подобных заведений предсказуемым и скучным. Бывает, что сеансы начинаются не в назначенное время, а с часовой

или двухчасовой задержкой либо отменяются вообще.

Все эти факторы отрицательно сказываются на посещаемости кинотеатров. Кроме того, есть еще один важный момент, который нельзя не учитывать, – безопасность. Даже в крупных кинотеатрах, когда-то принимавших до нескольких сотен посетителей в день, зрителей сегодня бывает не более десятка. Сидеть практически в полном одиночестве в огромном темном зале весьма некомфортно. К тому же кинотеатры зачастую расположены в опасных местах, где в темное время суток существует угроза нападения и ограбления. Из-за этого многие кинозрители боятся ходить в кино по вечерам, в результате чего в большинстве заведений, столкнувшихся с этой проблемой, поздние сеансы были отменены.

Что касается репертуара кинотеатров, то в столичных городах, как правило, один или два кинотеатра предоставляют возможность посмотреть недавно вышедшие фильмы в относительно комфортных условиях в кондиционированном помещении, но такие встречаются все реже. В остальных за 15–45 евроцентров в местной валюте зрителям показывают второсортные американские ленты, восточные боевики, индийские фильмы с английскими субтитрами или даже порно на видео.

Из-за сокращения своих доходов кинотеатры вынуждены искать новые источники выручки. Так, например, во многих заведениях в дневное время и по воскресеньям проходят церковные службы и собрания, приносящие владельцам кинотеатров больше денег, чем кинопоказы. Иногда церковные деятели изъявляют желание провести службу во время объявленного киносеанса, на который пришли зрители. Кинотеатры идут им навстречу и отменяют показ. Усиление влияния Евангельской христианской церкви в течение послед-

ТАБЛИЦА 1. КОЛИЧЕСТВО ДЕЙСТВУЮЩИХ КИНОЗАЛОВ

№	Страна	Население (млн чел.)	Число кинотеатров (кинозалов*)
1	ЮАР	44,0	831*
2	Египет	80,3	300*
3	Марокко	33,8	160
4	Буркина-Фасо	14,3	55
5	Тунис	10,3	29*
6	Кения	36,9	27*
7	Алжир	33,3	15
8	Нигерия	135,0	>11*
9	Эфиопия	76,5	10
10	Замбия	11,5	8*
11	Бенин	8,1	3
12	Уганда	30,3	2
13	Мали	12,0	2
14	Руанда	9,9	2
15	Намибия	2,1	2
16	Габон	1,5	2
17	Зимбабве	12,3	1
18	Камерун	18,1	0
19	Нигер	13,0	0
20	Сенегал	12,5	0
21	Гвинея	9,9	0
22	Чад	9,9	0

них двух десятилетий привело к тому, что многие кинотеатры превратились в церкви.

В поисках средств для выживания некоторые кинотеатры даже вынуждены обманывать зрителей, давая ложную рекламу о показе у них известных фильмов. Некоторые демонстрируют в основном видеофильмы и в попытке привлечь массового зрителя предлагают просмотр шести картин по стоимости одного биле-

ТАБЛИЦА 2. КАССОВЫЕ СБОРЫ 2007 ГОДА

№	Страна	Сумма, \$
1	Южная Африка	60,2
2	Египет	44,1
3	Марокко	7,8
4	Ливия	2,5
5	Алжир	0,01

та. Кто-то делает ставку на обеспеченную публику.

Основные посетители африканских кинотеатров – представители среднего класса. Состоятельные люди обзаводятся плазменными панелями, а бедные посещают видеоклубы. Экономический кризис в первую очередь ударил по среднему классу, и он все реже ходит в кино. Не получающие господдержку владельцы кинотеатров в такой ситуации вынуждены продавать свои помещения под церкви или супермаркеты.

Кроме того, распространенным явлением на континенте стало «пиратское» видео, по мере развития технологий все больше зрителей «забирает» телевидение. Начавшая снижаться с 1980-х годов покупательная способность населения негативно сказалась на посещении кинотеатров, в то время как телевидение предложило альтернативу – разного рода сериалы. Задержка релиза иностранных фильмов после мировой премьеры также способствует сокращению посещаемости кинозалов. Появление видео привело к тому, что люди ходят в кинотеатр только на те картины, которые еще не вышли на «пиратских» дисках.

Наряду с этим наблюдается неустанный рост видеоклубов. Это заведения, где демонстрируются «пиратские» копии фильмов, а также телевизионные записи концертов и спортивных соревнований (например, футбольных матчей). Они есть практически в каждой африканской стране. Это говорит о том, что спрос на кино существует, но он не удовлетворен должным образом. Виною тому различные трудности, а порой и полное отсутствие возможностей для организации системы дистрибуции и проката в Африке.

Присутствие на континенте хорошо подерживаемой западным продуктом системы дистрибуции ограничивает возможности новых и дешевых методов кинопроката, которые развиваются в африканских странах. Ситуация начала меняться с появлением видеоклубов. Африканские кино-

театры не исчезли, они просто изменили свой формат в соответствии с финансовыми возможностями своей аудитории – городской молодежи и безработных.

Для жителей отдаленных сельских районов ряда стран Африки единственно доступной формой кинопоказа является кинотеатр под открытым небом. Показ осуществляется с помощью различных мобильных киноустановок – от старых проекторов до современных киносистем. Так, например, американская компания Open Air Cinema оказывает гуманитарную помощь странам Африки, субсидируя программу по предоставлению местным неправительственным организациям и владельцам малого бизнеса портативных киноэкранов для демонстрации фильмов на открытом пространстве. В условиях инфраструктурных проблем, свойственных всей Африке, эти экраны стали для местных жителей эффективным средством предоставления важной информации и развлечения. Система включает в себя надувной киноэкран шириной 3 – 12 метров, цифровой проектор, DVD-проигрыватель, микшерный пульт, полный набор необходимых кабелей, чехол для оборудования, специальный насос и генератор. Все это легко помещается в автомобиль Land Rover и при необходимости разворачивается в любом месте. Подобные системы используются ООН в лагерях беженцев в Кении, Уганде, Танзании и других странах. Они применяются также в рамках так называемого передвижного руандийского кинофестиваля Hillywood, на котором создатели игровых фильмов из Руанды и других африканских стран показывают свои картины в семи разных местах в течение недели. Мероприятие пользуется популярностью – каждый показ посещают до 10 тысяч человек.

НОВЫЕ ФОРМЫ КИНОПОКАЗА В АФРИКЕ

Пока еще нет однозначного ответа на вопрос, нужно ли сохранять традицион-

ные кинотеатры в Африке. Как считают в компании Kodak, развивающимся странам легче полностью перейти на цифровой кинопоказ. При благоприятных условиях для организации видеопроекции на большой экран достаточно инвестиций в пределах 15 000 евро. Таким образом продюсеры могли бы избежать расходов на печать фильмокопий. Альтернативой гигантским кинотеатрам в деловых районах городов, где никого не бывает в ночное время, могли бы стать небольшие заведения на 200 мест, располагающиеся в жилых районах. Экспериментальные проекты в этой области были успешно проведены в Камеруне.

Но кинотеатрам непросто конкурировать с видеоклубами, которые есть во всех более-менее крупных городах. В деревнях также можно встретить небольшие «кинотеатры», где двадцать человек могут весь день смотреть видео в режиме нон-стоп. Видеоклубы являются гибридным каналом дистрибуции, который можно рассматривать в качестве платного ТВ для бедных или разновидности низкоценового кинопроката. Подобные заведения процветают в африканских городах, где предельно мало дешевых развлечений. Те, кто занимается этим бизнесом, не располагают каким-либо существенным капиталом, у них есть лишь помещение с большим телевизором или цифровым проектором. Вся продукция, которая демонстрируется в видеоклубах, имеет «пиратское» происхождение, так как их владельцы не в состоянии приобретать легальный контент. Но ничто не мешает им заниматься дистрибуцией африканских фильмов и экспериментировать с новыми видами кинопродукции.

ЗАПАДНАЯ АФРИКА

Во франкоговорящих странах Черной Африки (более 10 государств в западной и центральной частях континента) осталось менее 20 действующих кинотеатров. В Кот-д'Ивуаре большинство из них

закрыты из-за политической нестабильности в регионе. В Бамако, столице Мали, действуют два новых кинотеатра, но пока они не окупил вложенные в них средства. В Нигере и Гвинее кинотеатров нет вообще. В Бенине за последнее время было открыто три кинотеатра, один из которых был полностью отремонтирован, но этого явно недостаточно.

СЕНЕГАЛ

В Сенегале в начале 1970-х действовало 80 кинотеатров общей вместимостью 59 560 мест, которые посещало около 4,5 млн зрителей в год. Впоследствии многие из них были проданы. В 2000 году осталось только 16 кинотеатров, но и они постепенно преобразуются в крытые рынки или торговые центры. С 2004 года фильмы на 35-мм пленке в страну почти не импортируются. Сегодня в столице Сенегала Дакаре кинотеатры в центре города опечатаны и закрыты. При этом действуют подпольные кинотеатры, которые при стоимости билетов на уровне 100 франков КФА (15 евроцентов) собирают в день по 10 000 франков КФА (15 евро).

БУРКИНА-ФАСО

Ставшая независимой от Франции в 1960 году Буркина-Фасо (во времена колонизации – Верхняя Вольты) – на сегодняшний день одна из беднейших стран мира с населением 14,3 млн человек. При этом в Буркина-Фасо действуют 55 кинотеатров. Она также является родиной крупнейшего в Африке кинофестиваля FESPACO, проходящего в столице страны – Уагадугу. Пройдя впервые в 1969 году, этот фестиваль стал своеобразными Каннами в Сахаре. Его торжественное открытие обычно проходит на национальном стадионе, вмещающем 35 000 зрителей.

В стране работают частные кинотеатры, самый известный из которых – Neerweya на 1066 мест. Существуют также приватизированные кинотеатры, когда-то

принадлежавшие государственной кинопрокатной компании SONACIB, созданной после провозглашения независимости в 1970 году. В 1995 году заведения этой компании посетило 3,5 млн зрителей (население страны тогда составляло 10 млн человек). Но затем долг в 3 млн евро в 2003 году привел к ликвидации SONACIB. Это произошло из-за снижения посещаемости вследствие появления нелегальных заведений видеопоза и убытков от мошеннических действий персонала кинотеатров.

В Буркина-Фасо работает около 2000 видеоклубов, демонстрирующих «пиратский» контент. При двух показах в день их выручка составляет 5 млрд франков КФА (7,5 млн евро) в год.

НИГЕРИЯ

Ситуация в Нигерии сильно отличается от ситуации в других африканских странах. Это самое многонаселенное государство Африки. Развитию кинопроката в Нигерии препятствовала политическая нестабильность, приведшая к закрытию всех кинотеатров. Тем не менее в 2004 году в стране был открыт первый мультиплекс (5 залов на 100–200 мест). Компания Silverbird явно сделала ставку на состоятельную аудиторию, на что указывает место расположения кинотеатра – богатый район острова Виктория в бывшей столице Нигерии – крупнейшем городе страны Лагосе и стоимость билета – около 8 евро. Кинотеатр в основном демонстрирует американские фильмы, причем иногда в день их релиза в Нью-Йорке или Лондоне. 40% картин предоставляет южноафриканская кинопрокатная компания Nu-Metro, остальные закупаются непосредственно у голливудских мейджоров.

Silverbird доминировала на кинотеатральном рынке Нигерии более четырех лет. Но в конце 2008 года ее монополия закончилась с появлением в стране оператора кинотеатров класса «люкс»

Genesis Deluxe Cinema (GDC), открывшего 6-зальный мультиплекс в фешенебельном торговом центре Лагоса. В кинотеатре будут идти голливудские фильмы. Компания планирует открыть еще 2 кинотеатра класса «люкс» для обеспеченной публики, с повышенной комфортностью и сервисом. Зрители смогут наслаждаться просмотром в небольших залах с современными системами звука и изображения, удобными кожаными креслами, эксклюзивной барной секцией. Это будут первые подобные заведения в Западной Африке. В ближайших планах Silverbird также открытие двух мультиплексов за пределами Лагоса, один из них будет расположен в столице страны – Абудже.

Нигерия известна своей кинопродукцией. В стране с населением 135 млн человек производство любительского видео насчитывает до 1200 полнометражных лент в год. Это уже стало национальным явлением, известным как Нолливуд (Nollywood). Динамика развития кинопроизводства впечатляет. Около 15 лет назад нигерийцы вообще не снимали кино. Они начали делать фильмы с появлением в стране VHS, а затем и цифровых видеокамер. Нигерийцам приписывают создание около 20 000 домашних видеороликов за последние 10 лет. Эта видеопродукция находит своего зрителя, так как в этих фильмах рассказываются истории из африканской жизни, близкие и понятные местному населению. Это объясняет также, почему в Африке работает нигерийская схема кинодистрибуции, когда фильмы сразу выпускаются на DVD или VCD для домашнего просмотра. Нигерия является крупнейшим экспортером кинопродукции на континенте. Она поставляет свои картины в государства Африки и африканским диаспорам в других странах. Из-за столь высокой популярности на континенте нигерийские фильмы даже становятся объектом «пиратства».

Продолжение следует



Команда технической службы кинопоказа Российского Международного Кинорынка и фестиваля «Кинотавр» в 2009 году

ТЕХНИЧЕСКАЯ СЛУЖБА: СТРАЖИ КИНО. ЧАСТЬ 1

ТРИ РАЗА В ГОД В РАЗНЫХ ГОРОДАХ РОССИИ ПРОХОДИТ РОССИЙСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ КИНОРЫНОК – КРУПНЕЙШАЯ РОССИЙСКАЯ ВЫСТАВКА, ГДЕ ПРЕЗЕНТУЮТСЯ ФИЛЬМЫ, ВЫХОДЯЩИЕ В ПРОКАТ. НЕМАЛОВАЖНУЮ РОЛЬ В ПРОДВИЖЕНИИ КИНОКАРТИН НА РАЗЛИЧНЫХ МЕРОПРИЯТИЯХ ИГРАЕТ ИХ КАЧЕСТВЕННОЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ ПОКУПАТЕЛЮ – КИНОТЕАТРУ ИЛИ БУДУЩЕМУ ЗРИТЕЛЮ. В РАМКАХ КИНОРЫНКА И ЕМУ ПОДОБНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ – КИНОФЕСТИВАЛЕЙ, ТВОРЧЕСКИХ ВЕЧЕРОВ, КИНОЯРМАРОК – ЭТИ ЗАДАЧИ РЕШАЕТ СПЕЦИАЛЬНАЯ ТЕХНИЧЕСКАЯ СЛУЖБА КИНОПОКАЗА. **[Руслан Сарваров, Александр Зенин]**

Работа технической службы начинается задолго до официального срока начала любого мероприятия. На место предполагаемого проведения кинофестиваля, выставки или ярмарки выезжает специалист, оценивающий техническое состояние и пригодность штатного оборудования, установленного на площадке, составляет список требуемого дополнительного оборудования и коммуникаций, а также

производит все необходимые замеры акустических и светотехнических параметров зала. При выборе объективов, размера и типа киноэкранного полотна, номинальной акустической мощности проводятся геометрические измерения.

Все, что будет продемонстрировано на широком экране, классифицируется и систематизируется. Это нужно для того, чтобы сложилась полноценная картина

предстоящего мероприятия и можно было составить технические требования к площадке проведения, оборудованию, а также концепции самого события. Компания-прокатчик, проводящая презентацию своего фильмового материала, подготавливает сценарий мероприятия. При этом учитываются хронометраж и порядок показа, тип носителя, формат звука, а также особенности показа, к примеру формат 3D, субтитрование или синхронный перевод. Способы показа трехмерного цифрового контента могут быть различными, и техническая служба должна учитывать пожелания прокатчика в выборе технологии демонстрации. В соответствии с этими требованиями подбираются оборудование, определяются количество и квалификация обслуживающего персонала. На основании собранных от всех участников данных составляется план-сетка проведения мероприятий. Помимо расписания проведения презентаций и кинопоказов в нем учитывается время репетиций и технических работ по адаптации конфигурации комплекта оборудования под конкретные задачи. Зачастую на практике на этапе репетиций всегда можно внести корректировки в ход презентации, например поступление новых версий тизеров или слайдов от фирм-мейджоров. Изменение программы проведения презентации после репетиции и дальнейшее утверждение в ходе проведения самого мероприятия недопустимы, но исключения все же бывают.

На протяжении всего срока проведения мероприятия техническая служба работает практически круглосуточно. Для этого заранее подготавливается график работ с учетом возникновения форс-мажорных обстоятельств. Учитывается также возможность привлечения дополнительного персонала для оперативного решения возникающих задач. Подготавливается комплект резервного оборудования, соединительных кабелей и прочих расходных материалов.

Рассмотрим подробнее обязанности некоторых сотрудников технической



Александр
Зенин
проверяет
фильмокопию

службы. Всегда есть человек, координирующий работу всей службы. Он осуществляет взаимодействие с прокатчиками и администрацией помещения, в котором проходит мероприятие, в том числе с их инженерно-технической службой, а также с дирекцией мероприятия. Как правило, этот же человек занимается сбором фильмового и презентационного материала.

В эпоху наступления цифрового кинематографа классическим остается показ фильмов и рекламных материалов с 35-мм киноплёнки. Ее проверкой и подготовкой к демонстрации занимается специальный сотрудник, обладающий необходимым опытом и квалификацией. Он готовит материалы должным образом – проставляет специальные метки, вклеивает фэйд-фрагменты для незаметной зрителю смены формата изображения и проверяет техническое состояние фильмокопии.

Руслан
Сарваров
настраивает
оборудование



Неизменным остается и киномеханик. На эту должность подбирается ответственный человек, обладающий необходимыми знаниями и умением работать на аппаратуре, установленной в конкретной аппаратной. Как правило, это опытные киномеханики или киноинженеры, хорошо зарекомендовавшие себя десятилетиями безупречной работы.

За демонстрацию цифрового контента отвечают инженеры цифровых технологий. Их задача – настроить на корректную работу цифровое проекционное оборудование от различных источников сигнала и типов носителей. Подготовить материал к демонстрации, предварительно отсмотрев его. Далее, контент систематизируется по форматам изображения и звука, а также цветопередачи, производятся необходимые настройки цифрового кинопроектора и источников видеосигнала.

Инженер кинопроекторного оборудования предварительно производит наладку звукового оборудования, звукового процессора с внесением необходимых корректировок в ходе работы. Производит регулировку осветительно-проекторных систем кинопроекторов, как цифровых, так и пленочных. Проводит профилактические работы с кинотехнологическим оборудованием, стационарно установленным на площадке.

Местный персонал, как правило, оказывает поддержку выездной технической службе, но в его прямых обязанностях остается обеспечение бесперебойного и

стабилизированного электропитания, вентиляции. При необходимости возможно привлечение местного киномеханика – для работы с 35-мм кинопленкой.

Не стоит недооценивать работу бригады монтажников. В их обязанности входит быстрый и качественный монтаж, даже по временной схеме, сложного кинопроекторного оборудования, что должно обеспечить нормальную бесперебойную работу проекционного комплекса на протяжении всего мероприятия.

Работа технической службы сводится не только к работе с кинотехнологическим и звуковоспроизводящим оборудованием, но и к логистике, организации работы временных складов, координации времени возможного ввоза и вывоза оборудования и организации пропускного режима.

Очень важно постоянное техническое совершенствование работников службы кинопоказа, повышение квалификации, приобретение навыков работы с динамично обновляющимся, в первую очередь цифровым, оборудованием.

Обеспечение кинопоказа в период проведения кинофестивалей, рынков, ярмарок и других подобных массовых мероприятий требует слаженных и четких действий, а также ответственной работы всех звеньев технической службы. Кропотливая подготовительная работа служит одним из слагаемых качественно проведенного мероприятия и вознаграждается удовлетворением от проделанной работы.

Продолжение следует



Наконечник тормозного механизма плеттера CNR 3-35
Код для заказа - 2834002



**CINEMECCANICA
СЕРВИС**

**В НАЛИЧИИ
на складе
в Санкт-Петербурге**

374 руб.*

кинокомфорт™
первоклассное оборудование
для цифровых и 35-мм кинотеатров

Москва ● Мосфильмовская ● 1 ● МОСФИЛЬМ ● главный корпус
Санкт-Петербург ● Гражданский ● 111 ● офис 335
(495) 507 4000

* Базовая стоимость с НДС на май 2009 года без учета скидок по сервисным программам

на правах рекламы

НОВОСТИ D-CINEMA

CHRISTIE ОБЕСПЕЧИЛА ВСЕ ЦИФРОВЫЕ ПОКАЗЫ НА 62-М КАННСКОМ КИНОФЕСТИВАЛЕ

Третий год подряд компания Christie вместе с бельгийской инсталляционной компанией XDC выступает техническим партнером Каннского кинофестиваля. Компания осуществляла все цифровые показы фильмов (а их около 50) и на 62-м Каннском кинофестивале. Цифровые DLP кинопроекторы Christie CP2000 серии были задействованы в показе большинства фильмов фестиваля. Технический партнер по цифровому кино главного фестиваля – компания XDC – установит цифровые проекционные решения для 19 кинозалов, в том числе для 10 залов, оснащенных 2K DLP Cinema системами и JPEG2000 серверами. За всю историю фестиваля это рекордное количество залов, оборудованных цифровой технологией кинопоказа.

«Это большая честь для нас – видеть, как наши цифровые проекторы снова играют столь важную роль в событии такого масштаба, – говорит Дейл Миллер, вице-президент компании Christie в регионе EMEA. – Пионер в области кинопроекции вот уже в течение 80 лет, компания Christie рада способствовать развитию киноиндустрии, полагаясь на свои знания и опыт».

Благодаря проекторам Christie CP2000-SB зрители и участники фестиваля получили возможность увидеть новый анимационный фильм «Вверх» в формате 3D.



FESTIVAL DE CANNES

Partenaire Technique

4K ВО ВСЕХ КИНОЗАЛАХ СЕТИ REGAL

Крупнейший в мире кинопоказчик Regal Entertainment Group и компания Sony Electronics заключили соглашение об установке 4K цифровых кинопроекторов Sony во всех кинозалах сети Regal в течение ближайших 3–5 лет. Это самый широкомасштабный на сегодняшний день проект по установке 4K проекторов.

Около 1500 кинозалов Regal будут также оснащены оборудованием для 3D цифровой проекции – новыми 3D адаптерами Sony.

Соглашение Regal и Sony является частью инициативы, проводимой Digital Cinema Implementation Partners, LLC (DCIP), организацией, основанной в 2007 году компаниями Regal Entertainment Group, AMC Entertainment и Cinemark USA, Inc. DCIP занимается планированием и внедрением проектов открытия цифровых кинозалов.

Список полнометражных художественных фильмов, прокатываемых в цифровых кинотеатрах в формате 4K с использованием проекционных систем Sony, пополнился фильмом «Ангелы и демоны» (Sony Pictures Entertainment), который вышел в прокат 15 мая. Фильм также демонстрируется в 2K формате.

«Ангелы и демоны» – третий фильм от крупной киностудии за последний месяц, доступный для кинотеатральной дистрибуции в 4K формате.

СПУТНИКОВАЯ КИНОСЕТЬ

Dolby Laboratories, Inc. основала общеевропейскую сеть спутниковой дистрибуции контента для цифровых кинотеатров Dolby® Direct Distribution Services. Услуга предоставляется совместно с провайдером сетевых цифровых решений Arqiva при использовании его международной спутниковой инфраструктуры для дистрибуции художественных фильмов, роликов и рекламы напрямую в кинотеатры сети и по всей Европе.

Dolby Direct Distribution Services упростит процесс дистрибуции Arqiva – не будет физической доставки и загрузки вручную цифрового контента на отдельные серверы кинотеатров. Новые услуги, а также JPEG 2000 компрессия Dolby и система кодирования позволят передавать Digital Cinema Packages (DCPs) без ухудшения качества. Маленькие размеры файлов в Dolby DCP – ключевой элемент эффективного использования спутника в качестве высокопроизводительной платформы дистрибуции.

KODAK ВЫБИРАЕТ BARCO

Компания Barco заключила соглашение о поставках с компанией Kodak. По условиям соглашения Barco может поставить до 10 000 цифровых кинопроекторов для проекта Kodak по открытию цифровых кинозалов в разных странах мира. Интегрированное решение для кинотеатров будет включать цифровые кинопроекторы Barco и серверы для управления кинозалом и системы управления кинотеатром.

Barco разработала модульный цифровой кинопроектор, являющийся экономичным решением для кинозалов любого размера. Для поддержания быстро растущей базы цифровых проекторов Barco запустила партнерскую программу Certified Service Partner, чтобы организовать по всему миру сеть высококачественной технической поддержки. По соглашению технические специалисты Kodak также будут участвовать в программе Barco.

СПУТНИКОВЫЕ УРОКИ

Quantum Digital, ведущий поставщик спутниковых решений для кинотеатров Великобритании, организует прямую спутниковую трансляцию из Лондона и показ в кинотеатрах специальной образовательной презентации. Показ запланирован на 14 июля 2009 года. Презентация, в которой примут участие ведущие профессионалы киноиндустрии, будет посвящена вопросам широкого распространения спутниковой технологии.

Прямая трансляция будет демонстрироваться без кодирования в кинотеатрах Великобритании, оснащенных спутниковой технологией. Ее можно будет посмотреть по телевизору. Также будут выпущены специальные DVD с презентацией, дополненные информационным пакетом. Программу можно будет посмотреть и на YouTube.

Несмотря на широкое распространение спутниковых систем в Великобритании (почти 100 кинотеатров оснащены профессиональными 1,2 м тарелками), в презентации будет даваться объективный, агностический обзор и объяснение того, что нужно предусмотреть при приобретении системы у любого провайдера.

Образовательные программы Satellite Education предусматривают ежегодные трансляции и впервые серии программ на YouTube, выпуск которых начнется летом. Программы будут включать видеодневники из мест, где установлены или устанавливаются спутниковые системы, интервью с управляющими кинотеатров и киномеханиками, видеоописания киноаппаратных с пояснением того, как происходит прямая трансляция и передача DCP контента через спутник и как это работает с системой цифрового кинопоказа. Информация также будет представляться на Twitter.



НОВАЯ ТЕХНОЛОГИЯ ОТ REALD

Компания RealD представила новую технологию RealD LP™ (Linear Polarizing Z Screen) – первое в мире мобильное однопроекторное пассивное 3D решение. Оно поддерживает 2D и 3D изображения, переключиться между этими режимами можно в любой момент. RealD LP работает с такими 3D проекторами, как NEC NC800, Christie Mirage HD, Lightspeed Design HD DepthQ и другими, устройство подходит для экранов шириной до 5 метров. Предполагается, что 3D проектор с RealD LP можно использовать в таких помещениях, как конференц-залы, аудитории, выставочные залы и т. п. Устройство можно быстро собрать и подготовить для презентации либо установить один раз для долговременного использования.

RealD LP используется в качестве внешней периферии совместно с проектором. 3D контент отображается в виде изображений для правого и левого глаз. Чтобы увидеть трехмерное изображение, пользователям необходимы специальные очки (RealD выпускает такую продукцию). Продажи RealD LP уже начались, решение можно заказать у производителя.

Новости подготовлены по данным сайтов www.dcinematoday.com, www.digitalcinema.ru и компании Christie.

ДРУГ СЕРДЕЧНЫЙ. ЧАСТЬ 3*

«СЕРДЦЕ» – ИМЕННО ТАК ХАРАКТЕРИЗУЮТ ЭТОТ ВАЖНЕЙШИЙ, ЦЕНТРАЛЬНЫЙ, СЛОЖНЕЙШИЙ И СВОЕНРАВНЫЙ ЗВУКОВОЙ ПРИБОР КИНОАППАРАТНОЙ ЕГО РАЗРАБОТЧИКИ, А МНОГОЧИСЛЕННЫЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ЛОМАЮТ ГОЛОВУ, ИЗУЧАЯ ЕГО АНАТОМИЮ. |Борис Сорокоумов|

СТАНДАРТНОЕ ОБНОВЛЕНИЕ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ КИНОПРОЦЕССОРА DOLBY CP650

Данная операция может быть востребована не только при обновлении версии программного обеспечения, но также в случае некорректной работы прибора. Не рекомендуется осуществлять нижеприведенные действия лицам, не прошедшим специальную подготовку и не обладающим средствами к реанимации прибора в случае ошибочных действий или технического сбоя. Перед началом работы в настройках компьютера, с помощью которого будет осуществляться операция, в пункте «Переход в спящий режим» необходимо установить значение «Никогда».

1. Подключите компьютер к CP650, используя последовательный кабель в разъем SERIAL DATA на передней либо на задней панели.
2. Запустите CP650 Setup Software программу на ПК.
3. В «Action» (меню) выберите «Connect» или щелкните на значке соединения.
4. При запросе выбрать «Retrieve» в настройках кинопроцессора.
5. В «Action» (меню) выбрать «Update Software ...».
6. При желании вы можете сохранить новые настройки на диск.

7. Найдите и выберите файл обновления программного обеспечения (он имеет расширение bin), который будет использоваться для обновления CP650.

8. Выберите пункт «Update Now».

Этот процесс не должен прерываться. Если соединение потеряно в ходе процесса обновления, дисплей CP650 отобразит: «Update Failed! Reconnect and update Software to proceed». В этом случае вы должны восстановить соединение CP650 Setup Software и перезапустить процесс обновления программного обеспечения. Если процесс обновления не будет завершен успешно до выключения питания, кинопроцессор станет негодным и для его восстановления придется заменить модуль флэш-памяти Cat. No. 797.

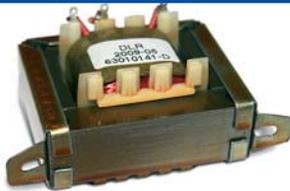
9. Когда процесс обновления завершится, CP650 автоматически перезагрузится.

10. Далее CP650 Setup Software автоматически переподключится, отправит настройки кинопроцессора обратно и останется в состоянии «Connected».

Процесс обновления завершен. Кинопроцессор Dolby CP650 будет содержать обновленную версию программного обеспечения, пока сохраняются ваши первоначальные настройки.

Продолжение следует

* Продолжение. Начало см.: Киномеханик. 2009. № 4, № 5.



**Трансформатор
выпрямителя
Iret 380 В, 50 Гц**

Код для заказа - D02206



**CINEMECCANICA
СЕРВИС**

**В НАЛИЧИИ
на складе
в Санкт-Петербурге**

2799 руб.*

первоклассное оборудование
для цифровых и 35-мм кинотеатров

Москва ● Мосфильмовская ● 1 ● МОСФИЛЬМ ● главный корпус
Санкт-Петербург ● Гражданский ● 111 ● офис: 335

(495) 507 4000

* Базовая стоимость с НДС на май 2009 года без учета скидок по сервисным программам

на правах рекламы

ОТ НАС УХОДЯТ ГЕНЕРАЛЫ

12 мая 2009 года на 80-м году жизни скончался **ЮРИЙ
ПЕТРОВИЧ ЧЕРКАСОВ**



Вся трудовая деятельность Юрия Петровича начиная с 1951 года связана с развитием отечественного кинопроката. Юрий Петрович прошел путь от киномеханика до заместителя начальника Главного управления кинопроката.

Возможно, не каждый киномеханик знал фамилию актера, сыгравшего роль полководца Суворова в одноименном фильме, но фамилия полководца киносети всего Советского Союза вызывала уважительный трепет в душе каждого работника киносети.

Его профессиональный опыт квалифицированного инженера и хорошего организатора помогал в выборе правильных решений при проектировании кинотеатров, условий кинопоказа и культуры кинообслуживания зрителей.

Под руководством Юрия Петровича Черкасова внедрено множество предложений, направленных на совершенствование киноаппаратуры и технологического оборудования, организацию ремонтного дела в кинопрокате страны, внедрение новой техники, современных технологий, автоматизацию кинопоказа.

В тяжелые 1990-е годы благодаря его усилиям в 100 городах на территории бывшего СССР была возрождена сеть кинопоказа отечественных и зарубежных стереоскопических фильмов.

Юрием Петровичем написано 6 книг и более ста статей. До последнего дня он продолжал работать над учебником для студентов кинотехнических вузов.

Ю.П. Черкасов — член Союза кинематографистов РФ, заслуженный работник культуры РСФСР, награжден медалями «За освоение целинных и залежных земель», «За доблестный труд», «Ветеран труда», знаком «Отличник кинематографии СССР», почетными грамотами Комитета по кинематографии и ЦК профсоюза работников культуры.

Юрия Петровича всегда отличали природная скромность, интеллигентность, честность, чуткое, доброжелательное, уважительное отношение к людям и удивительная трудоспособность. Юрий Петрович навсегда останется в нашей памяти.

Сотрудники НИКФИ и редакция журнала «Киномеханик» выражают самое искреннее соболезнование родным и близким Юрия Петровича Черкасова.

ВИРТУАЛЬНЫЕ ПРОГУЛКИ

НАХОДЯСЬ В ПОЛУСОННОМ МНОГОЧАСОВОМ ОДИНОЧЕСТВЕ, ТЕРПЕЛИВЫЙ ЖИТЕЛЬ АППАРАТНОЙ ЖАЖДЕТ ОБЩЕНИЯ. ДОЛГИЕ ТРУДОВЫЕ ЧАСЫ ПРИНЕСЛИ ОДНОМУ – БЕСЦЕННЫЙ ОПЫТ ЭКСПЛУАТАЦИИ И КИНООБОРУДОВАНИЯ, ДРУГОМУ – МАССУ ВОПРОСОВ. СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ ИНТЕРНЕТ-ФОРУМЫ С УДОВОЛЬСТВИЕМ ВСЕХ ВЫСЛУШАЮТ И ПОСТАРАЮТСЯ ПОМОЧЬ. |Борис Сорокоумов|

Добрые полтора десятка лет Интернет соперничает со СМИ, доставляя немало хлопот газетам, журналам и даже телевидению, вынужденным бешено искать новые формы, сюжеты и услуги. Его неустанно клеймили, называя источником зависимости, причиной человеческой глупости и хронической усталости, и все потому, что Интернет вошел без стука, по-хозяйски пнув дверь ногой, и вместо приветствия произнес: «Бесплатный сыр отныне не только в мышеловке!» С таким нахальством пришлось мириться, лозунг уж больно многообещающий... Скрипя зубами, раскланялись и договорились сотрудничать. А вскоре так подружились, что все поселились на едином пространстве. «Мы делаем одно дело, а бесплатность восполним рекламой!» – смекнули сообща. Интернет-издания нетребовательны к форматам и обходятся без типографии, плюс ко всему удивительно проворны в доставке.

Тут же смолкли разговоры о вреде и даже появилась информация о его пользе. «Масштабное исследование плюсов и минусов Интернета, проведенное американскими учеными, выявило, что пребывание в Сети, онлайн-игры и общение с другими пользователями очень важны и полезны для нормального развития подростков», – пишет апрельская «Акция».

Новое поколение «юзеров», по данным другого издания, вообще не отделяет понятие «free» от «web». Подружился с Сетью и наш брат киномеханик. Отношения его с Интернетом так же бескорыстны и чисты, как объективна линза к потоку света. Не нужно быть хакером, чтобы найти в Сети даже журнал «Киномеханик», и, конечно, «фри» и цветной, да только за прошлый год и электронный. А посему могу констатировать: Интернет пока еще

не всесилен и, главное, не материален, что обуславливает прочность отношений между читателем и глянцевым типографским «Киномехаником». И все же было бы несправедливо закрывать дверь в виртуальный мир перед нашим уважаемым читателем. Понимая, что далеко не все из вас имеют возможность бороздить безбрежные интернет-просторы, расскажем, что интересного пишут не только на русскоязычных, но и на англоязычных страницах.

Главная прелесть виртуального общения – отсутствие физических границ, временных ограничений и возможность ведения диалога анонимно. Единственное, что мешает киномеханикам слиться в международном виртуальном общении, – это язык. Родной русский язык здесь в почете благодаря ресурсу www.kinotehnik.net, но пока, увы, не в моде.

Тяжеловест – сайт и форум американского энтузиаста Брэда Миллера – Film-tech. В силу своей англоязычности он объединил тысячи сообщений более чем из 20 стран, большинство из которых оставили киномеханики из Австралии, Канады, Новой Зеландии, США и Великобритании.

Верхние строчки одноименного форума занимают древние и малоинтересные темы, продвигаемые администрацией сайта «Программа утилизации Film-tech» (открыта еще в 2002 году) и «Бездельники в индустрии». Интерес администрации здесь легко объясним, сайт имеет некую двойную направленность: предоставляя бесплатное поле для общения, «админы» размещают на этом поле стенд «с платной газировкой и хот-догами» (антистатическая очищающая жидкость, кольцо безопасности для платтера и т.д.). А упомянутая программа утилизации предлагает

БЕСПЛАТНАЯ ЛИНИЯ ТЕХНИЧЕСКОЙ ПОДДЕРЖКИ
ДЛЯ ВСЕХ ЦИФРОВЫХ КИНОТЕАТРОВ РОССИИ

8-800-555-3456

(8-800-555-FILM)

звонок бесплатный

ежедневно с 9-00 до 19-00

включая субботу/воскресенье, время московское

УСЛУГА ДОСТУПНА ДЛЯ КИНОТЕАТРОВ, В КОТОРЫХ УСТАНОВЛЕНО:

IMAX SR / MPX / DIGITAL (70-мм и цифровые кинотеатры)

CHRISTIE DIGITAL SYSTEMS (цифровые кинопроекторы)

DOLBY DIGITAL CINEMA (серверы и 3D системы)

DoReMi DIGITAL CINEMA (серверы)

- ✓ техническая поддержка и консультации в «экстремальных» ситуациях
- ✓ профессиональные консультации по вопросам эксплуатации оборудования
- ✓ информация о доступных текущих версиях программного обеспечения

для кинотеатров, имеющих договор на сервисное обслуживание
цифрового кинооборудования с ЗАО «Компания НЕВАФИЛЬМ»
горячая линия технической поддержки работает КРУГЛОСУТОЧНО

электронная почта: kinoservis@nevafilm.ru

подробности и условия предоставления услуг на
www.cinemas.nevafilm.ru/service

обмен скопившихся у участников «бутылок» на «полезные вещи».

Не возлагая больших надежд, решил посетить страничку с бесплатным хостингом от Яндекса – www.kinomehanik.yandex.ru. Не так давно я заходил туда, но ошеломленный бесцеремонностью, с которой в теме «Отечественные кинопроекторы» разноцветные баннеры мне предлагали что-то увеличить и на что-то посмотреть, тут же удрал. Нынешний www.kinomehanik.p narod.ru вообще не договорился с моим браузером, а антивирусная программа незамедлительно сообщила о поимке «троянского шпиона». Ни в каких других доменах (кроме ru, на котором расположен интернет-магазин) kinomehanik не значится, а ведь многие неопытные киномеханики стучатся именно в эту дверь. Вспомнилась американская поговорка: «Если это звучит слишком заманчиво, чтобы быть правдой, скорее всего, это неправда».

Знаюки немецкого языка могут попробовать свои силы на форуме www.forum.filmvorfuehrer.de, а заодно помочь его владельцам увеличить посещаемость своего ресурса. Темы не обновляются неделями, техническая информация скупа и малоинтересна.

Среди наиболее популярных тем уже известного нашим читателям интернет-ресурса www.kinotehnik.net особое, почетное, место занимает кричащая «Спасем «Круговую кинопанораму». Долгое время тема «висела» в актив-

ных», но вот уже вторую неделю остается без новых сообщений. Как видно из названия, тема посвящена легендарному московскому киноаттракциону «Круговая кинопанорама», переживающему очень сложные времена (об этом аттракционе и его сегодняшнем положении я писал в июльском номере «Киномеханика» за 2008 год). «Цель этого мероприятия – сохранить и подправить состояние национального технического наследия – уникального и единственного в мире киноаттракциона «Круговая кинопанорама» на ВВЦ (ВДНХ) России!», – открывает ветку сообщение человека, имеющего в прошлом прямое отношение к аттракциону, а ныне любимого форумчанами за свои «Сказки», – пользователя Григория.

«В данной акции могут участвовать все желающие, кто может безвозмездно (даром) потратить свое время или финансы... Начинаем первый этап акции. Сбор и координация информации».

Ниже следуют ссылки на главы из «Сказок старого наладчика», повествующие об этом аттракционе, и ссылка администратора на тему «Разговоры вокруг «Круговой кинопанорамы» с оповещением читателя о том, что все технические моменты мероприятия ведутся в ней.

О первом практическом шаге энтузиастов становится известно уже через четыре дня после открытия темы. «Сегодня в кинопанораме было проведено стратегическое собрание. На нем присутство-



**Мальтийский крест
кинопроектора
Victoria 5
в сборе**

Код для заказа - D02206



**CINEMECCANICA
СЕРВИС**

**В НАЛИЧИИ
на складе
в Санкт-Петербурге**

23790 р.*

кинокомфорт™

первоклассное оборудование
для цифровых и 35-мм кинотеатров

Москва ● Мосфильмовская ● 1 ● МОСФИЛЬМ ● главный корпус
Санкт-Петербург ● Гражданский ● 111 ● офис 335

(495) 507 4000

на правах рекламы

* Базовая стоимость с НДС на май 2009 года без учета скидок по сервисным программам

вали Александр III, Григорий, Олег и Я», – пишет Модератор форума и приводит список необходимых для восстановления аттракциона материалов и «назначенных работ», состоящий из 18 пунктов.

Судя по дальнейшим сообщениям, «армия спасения» панорамы не так стремительно возрастает, однако основными участниками интернет-дискуссии остаются все те же люди. Мы узнаем, что была предпринята попытка поиска живых (в прямом смысле) участников создания кинопанорамы в НИКФИ, однако таковые найдены не были. Мало того, весь рабочий материал по этому аттракциону был выброшен «за ненадобностью» сотрудниками института, поскольку «они были в полной уверенности, что после событий 1990-х годов кинопанорама не существует». «Спасателями» были написаны письма в Министерство культуры, с прошением разобраться в этом вопросе, и даже на один из телевизионных каналов, с просьбой снять материал об аттракционе.

«Сегодня, 2 мая, случилось два чуда: отремонтирован и введен в эксплуатацию второй пост и отремонтирован темнитель света, – пишет Модератор. – Так совпало, что мне с утра позвонил киноинженер сети «Формула кино» Анатолий Игнатович и сказал, что придет со вторым инженером Евгением через полчаса в кинопанораму! Тут произошла встреча старых знакомых, и на почве этого замечательного события у панорамы теперь работают оба темнителя, а также лучше, чем остальные, работает 2-й пост!»

Теперь посмотрим, что происходит в дружественной теме «Разговоры вокруг «Круговой кинопанорамы». Из последнего сообщения можно сделать вывод, что «нетехническая» дискуссия, открытая Григорием, плавно перетекла в техническую ветку. По понятным причинам, здесь звучали обоснованные призывы трансформировать кинопанораму в цифровой аттракцион, которые, однако, скоро утихли, и общее настроение темы осталось в «экономическом» русле. И пока, увы, безрадостном.

Из темы «Ох, как мне смонтировали экран» сайта www.kinotehnik.net можно получить справку относительно «плавающих экранов», а заодно полюбоваться фотографиями упавшего «с восьмиметровой высоты» экрана, который при падении разрушил несколько столов «для высокого начальства» в актовом зале заведения N. Как я уже отмечал, интернет-форумы, помимо прочего, придают пикантную особенность общению его посетителей. Я имею в виду возможность безбоязненно и «политкорректно» высказаться. Автор данного поста, некто NIKKI, предпочел остаться неизвестным, неизвестной осталась также фирма, смонтировавшая этот экран. Что касается истории «парящих» («плавающих» или «конвертов» – все эти определения, встречающиеся в ветке, подразумевают одну и ту же конструкцию) экранов и их качеств, приведу наиболее интересные мнения форумчан. «... Парящие экраны – это плод фантазии дизайнеров, для которых качество визуальной составляющей кинопоказа далеко не самый приоритетный показатель, и желания топ-менеджеров компаний – владельцев залов сэкономить на строительстве и за это получить очередной бонус». «Такая конструкция «нечувствительна» к просчетам в проектировании и строительстве. Купили экран заведомо больше, а лишнее заворачивай сколько хочешь». «...Конструкция, которую мы наблюдаем, получила широкое распространение в небольших залах клубов, преимущественно сельских. Для экранов шириной до десяти метров такая рама делалась съемной и вешалась на задней стенке сцены». «Мода на «плавающие», или «парящие», экраны появилась еще в 1960-х, до массового появления широкоэкранный кино. Пока формат был один и он был вписан аккуратно в такой экран, в этой затее был некий смысл. При широкоэкранный показе – уже нет. Но, как водится, наша киносистема (и не только) имеет дику инерцию».

Заморский коллега www.film-tech.com также недавно «рассуждал» на тему

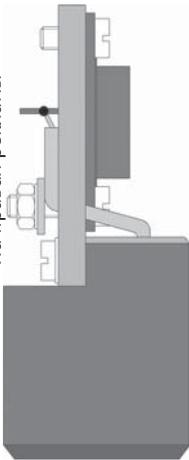
экранов, а точнее материала, из которого изготовлен экран в одном из канадских автокинотеатров. Экран, смонтированный много лет назад, был поврежден, по мнению Дэрила, порывом ветра, и он обращается с просьбой к коллегам помочь ему определить, из чего он был сделан. Коллеги дружно подхватили проблему и в два счета указали, что материал этот – асбестоцемент, который использовали для покрытия основы экранов в автокинотеатрах 1960-х, и купить его можно там-то, а пока можно просто покрасить разрушенный участок.

Бурно обсуждаются форумчанами царапины и порча фильмов, а на www.kinotehnik.net недавно администратор открыл актуальную сегодня тему «Вторые экраны возвращаются». В ней обсуждаются положительные и отрицательные стороны возможного массового возвращения практики показа в кинотеатрах фильмокопий «вторым» и «третьим экраном».

Практически одновременно на www.kinotehnik.net (19 марта) и американском форуме www.film-tech.com (18-го) появи-

лись сообщения о выходе в свет нового процессора от Dolby – CP750. Однако ни на одном из форумов новость не привлекла пользователей к значительному обсуждению – пять пользователей на www.kinotehnik.net и девять – на www.film-tech.com, зачастую собирающем свыше ста пользователей в одном топике. И там и там было вяло отмечено, что особенно ничего нового процессор из себя не представляет, что аппарат этот – не уникальный, с ограниченными функциями, и высказан прогноз его будущего. Завсегдагаи американского форума принялись проводить аналогии с продуктами компаний QSC и USL, а «наши» – прицениваться. На www.kinotehnik.net представителем компании «Кинопроект» были приведены ориентировочные цены прибора в России, а администратор сайта заботливо выложил характеристики 750-го и фотографии задней и передней панелей. Американцы «отутюжили» процессор за два дня, и тема затерялась на сервере, так что пришлось даже воспользоваться поиском, чтобы ее выудить. На русскоязычном

На правах рекламы



ИСТОЧНИКИ КРАСНОГО СВЕТА для чтения БЕССЕРЕБРЯНЫХ ФОНОГРАММ для КИНОПРОЕКТОРОВ МЕО, 2ЗПКП, КПЗО

- 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.

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, 971-69-72, факс (495) 677-17-73

ЗАО НИКФИ, КБ модернизации кинопроектов

форуме тему разбирали три недели, но по большей части ради уточнения стоимости аппарата.

Задался целью найти топик с максимальным числом сообщений. Нашел на американском сайте: число страниц – 73 (число сообщений стремится к 1500!). Топик открыт 24 декабря 2002 г. британцем Стэфаном. Тема носит название «Больше старья для продажи в Ebay». Ebay – мегапопулярный за рубежом интернет-магазин, а не понравилось автору, что в этом магазине продают старые DVD-диски. На первой странице разговор действительно идет о старых дисках, и форумчане отчаянно критикуют такой способ ведения бизнеса. Перехожу на 73-ю страницу. Первый пост: «Вы можете положить конец этому сумасшествию и купить за \$800». Последний: «У меня есть бородавка на ноге, похожая больше на Техас, чем на Корнфлэйкс». Сколько, вы думаете, можно было бы запросить за нее на Ebay, \$10 000?»

Как мне показалось, на англоязычном форуме участники ведут себя более сдержанно и уважительно по отношению друг к другу, чем на отечественных порталах. Здесь вы едва ли встретите чей-либо упрек (особенно в отношении ваших профессиональных качеств) и тем более оскорбление, однако легко наткнетесь на крепкое словцо в адрес оборудования или, как я только что продемонстрировал, какого-нибудь сайта. Пройдя регистрацию (кстати, довольно скорую), на сайте Брэда вы получите возможность моментально влиться в существующую дискуссию или открыть новую. В любом случае будьте готовы к тому, что первый десяток ваших сообщений будет отмечен приветствием участников, вроде «Welcome to the Forum. You will learn a lot here». Российский коллега, увы, не так гостеприимен и обходителен.

В разделе форума, посвященном вопросам пленочного кинопоказа, конечно, не обошлось без обсуждения неустойчивости экранного изображения. Необычно, но доходчиво обозначила свою проблему

гостя www.kinotehnik.net из дружественной Украины. Заголовок гласит: «Дрожание на экране», которое она хочет «убрать». В первых ответах звучат уже привычные призывы отрегулировать прижим в фильмовом канале пока еще неизвестного кинопроектора и проверить «мальтику». Непонятно, откуда становится известно, что проектор, вызвавший переживания девушки, – МЕО-5Х, а знакомый нам «спасатель» из топика о Кинопанораме, Александр III, «в свое время» заметил, что причиной вертикальной неустойчивости в МЕО зачастую является износ зубьев скачкового барабана, и, значит, для решения проблемы достаточно его «перевернуть» или заменить. «Так что, помимо того, о чем пишут Вам уважаемые коллеги, – говорит Александр III, – проверьте износ скачковых барабанов, просто прокручивая заряженный проектор вручную и следя, как фильм сходит с него. Если зуб изношен, когист, то он не будет давать плавно сходиться фильму с барабана, будет как бы цепляться за перфорацию и тащить пленку вверх после придерживающего ролика, после чего фильм с треском будет отцепляться от зубьев. И еще. Я не припоминаю, чтобы родные скачковые барабаны МЕО были дефективными и давали качку из-за неточности изготовления. А вот те, что делались в НИКФИ вместе с другими запчастями для МЕО в 1990-х годах, приходилось долго и нудно подбирать, как и наши ярославские 35-мм и алмаатинские «универсальные», когда, дай Бог, один из десятка был ничего. Так что посмотрите, не стоят ли такие горе-барабаны у Вас, а отличаются они от родных матовостью хромового покрытия».

«Мне хотелось бы получить рекомендации относительно комплексного подхода к достижению оптимальной стабильности изображения на Kinoton FP20. Какова наилучшая методика регулировки роликов и ползков?», – обращается кинемеханик Джефф из Мичигана к коллегам на форуме Film-tech и тут же получает исчерпывающий ответ Роберта из соседнего Нью-Джерси. Оказывается, неустойчивость в FP20 может быть вызвана двумя

расходными проблемами – люфтом скачкового барабана МПД и износом вкладыша фильмового канала. «Процедуры регулировки и замены описаны в «мануале», – добавляет он.

Просматривая далее топики Filmtech, я остановился на заголовке «Идентифицируйте фонарь» и, особенно не рассчитывая увидеть там «полезное», зашел в этот топик за «интересным». Топик открыл бывалый пользователь, о чем свидетельствует число оставленных им сообщений, близкое к 600, житель островного государства, некогда почитаемого нашими «новыми» согражданами, – Кипра. На картинке, представленной в его посте, красуется аппарат цвета средиземноморской волны в просторном светлом помещении с плиточным полом. Из сообщения я понимаю, что это гибридный итальянский V4 с неизвестным Деметрису фонарем. Я никогда не видел V4, но, имея некоторые навыки работы с V5, наложив мысленно ее образ на фотографию киприота, с легкостью допускаю это утверждение. Что же касается фонаря, то сдаюсь без боя. Не скажи автор, что он неродной, – подумал бы обратное.

Перевожу взгляд на ступеньку ниже. «Здесь очень много переделанных 25 и более лет назад под ксеноновые лампы проекторов», – заявляет Кростос. Из определения местоположения коротким «здесь» догадываюсь, а позже убеждаюсь, что Кростос живет в той же прекрасной части Земли, что и родитель

топика, а именно в Греции. Я даже не поленился заглянуть в Википедию за справочкой относительно отношения Кипра к Греции, но нет – Кипр – самостоятельное государство, однако населяют его греки и турки. После этой строчки вклеена фотография неизвестного мутанта черного цвета, напоминающего родной 23КПК. Не успев подумать о том, что так ни разу и не встретил я на зарубежных интерпросторах отечественное оборудование, я опустил от расстройства пальчик на кнопку «вниз» и уткнулся в последнюю запись топика. Здесь я не мог ошибиться и в то же время не мог поверить – передо мной был «лентопротяг» 23КПК в рабочий момент времени. Фонаря не видно – не поместился в рамки фотографии, но в тот момент мои мысли поглотило уже другое – кто он, автор сего фото, неужто соотечественник?! Нет, не соотечественник, хотя, может, в далеком прошлом... Тарту, Эстония, а на фото молодой бритоголовый человек с улыбкой любит панорамой, уж очень напоминающей Альпы в Баварии. Он, Пааво, называет его «КПК» и интересуется, с какого зарубежного кинопроектора его «слизали».

Такое невежество заставило меня вступить за Отечество. Оставил комментарий «Don't look a gift horse in the mouth», и довольный таким исходом, нажав красный крестик в верхнем углу браузера, отправился спать.



**Панель автоматики
VECTOR 500
на проектор Victoria 5**
Код для заказа - D09820



**CINEMECCANICA
СЕРВИС**

**В НАЛИЧИИ
на складе
в Санкт-Петербурге**

39999р.*

первоклассное оборудование
для цифровых и 35-мм кинотеатров

Москва ● Мосфильмовская ● 1 ● МОСФИЛЬМ ● главный корпус
Санкт-Петербург ● Гражданский ● 111 ● офис 335

(495) 507 4000

* Базовая стоимость с НДС на май 2009 года без учета скидок по сервисным программам

на правах рекламы

АВТОМАТИЗАЦИЯ ПЕРЕХОДА С ПОСТА НА ПОСТ*

МЫ ПРОДОЛЖАЕМ ВСПОМИНАТЬ О ПЕРЕДОВОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ТЕХНИКЕ КИНОПОКАЗА ВРЕМЕН СССР, ВАЖНЫХ СОБЫТИЯХ В ЖИЗНИ РАБОТНИКОВ СОВЕТСКИХ КИНОТЕАТРОВ, ИХ ТРУДОВЫХ БУДНЯХ.

[Борис Сорокоумов]

Над вопросом автоматизации перехода с поста на пост при попеременной работе двух кинопроекторов работают многие рационализаторы и изобретатели.

Одни предлагают устройства, лишь предупреждающие о приближении конца части световыми или акустическими сигналами.

Другие предлагают устройства, автоматизирующие только основные операции по переходу, то есть открытие и закрытие света дуговой лампы, а некоторые спаривают с заслонками включение и выключение просвечивающих ламп, тем самым стремясь сделать переход с одной части на другую более точным и менее заметным зрителю.

Наконец предлагаются устройства, полностью автоматизирующие переход с

одного проектора на другой (без вмешательства обслуживающих киномехаников) и оставляющие за киномеханиками только подготовительные операции – зарядку фильма и зажигание дуговой лампы.

Авторы последних устройств стремятся сделать переход более высококачественным, облегчить труд киномехаников, освободив их от других обязанностей по обслуживанию киноаппаратуры.

С целью защиты от случайностей (остановка фильма в फिल्मовом канале, прекращение тока и т.п.) в этих устройствах сделаны блокировочные приспособления, автоматически обесточивающие и останавливающие работу обоих кинопроекторов и включающие дежурный свет зала.

Ниже даются описания наиболее интересных устройств для перехода с поста на пост, которые проверялись в работе и показали вполне удовлетворительные результаты.

УСТРОЙСТВА, ИЗВЕЩАЮЩИЕ О ПРИБЛИЖЕНИИ КОНЦА ЧАСТИ ФИЛЬМА

Киномеханик Т. Медведев (г. Краснодар) предложил оригинальное устройство, которое извещает обслуживающего киномеханика о приближении конца демонстрируемой части фильма (открывать крышку верхней кассеты при этом не нужно). Устройство схематически изображено на рис. 1 и 2.

На сматываемой бобине проектора шарнирно укреплен угольник *a*, удерживаемый намотанным фильмом так, как это изображено на рис. 1. На задней стенке верхней кассеты кинопроектора имеется свободно

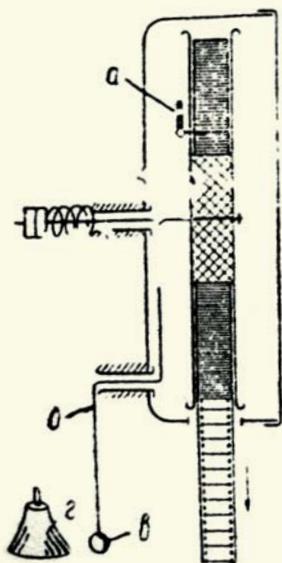


Рис. 1

* См.: Киномеханик. 1951. №2.

качающийся рычаг *б* с молоточком *в* для удара по колоколу.

При смотке фильма с бобины угольник освободится и под действием пружины займет положение, показанное на рис. 2. При каждом обороте бобины в нижнем своем положении угольник будет задевать конец *д* рычага *б*, отчего рычаг будет ударять молоточком по колоколу *г*, сигнализируя тем самым о приближении конца части.

Ударов молоточка будет примерно столько, сколько сделает оборотов бобина при сматывании оставшихся витков фильма. Практически достаточно иметь под угольником 25–30 витков, за время смотки которых можно вполне подготовиться к переходу на работу второго проектора, то есть зажечь дуговую лампу, положить руки на рукоятки управления пуском проектора и следить за пометками ракорда на экране.

Такое устройство значительно облегчает работу киномеханика, освобождая его от необходимости следить за оставшейся частью фильма, сматываемого из верхней кассеты кинопроектора. Это же устройство является в некоторой степени и противопожарным оборудованием, так как оно исключает необходимость открывания крышки кассеты для наблюдения за величиной рулона.

УСТРОЙСТВА, ЧАСТИЧНО АВТОМАТИЗИРУЮЩИЕ ПЕРЕХОД С ПОСТА НА ПОСТ

Наиболее простым является устройство, предложенное т. Газизовым, которое автоматизирует только управление заслонками фонарей спаренных между собой кинопроекторов.

Схема устройства приведена на рис. 3. Из схемы видно, что взаимная связь двух заслонок осуществляется механическим способом с помощью гибкого тросика, перекинутого через два ролика, укрепленные на потолке аппаратной.

Устройство при своей безусловной простоте имеет существенный недоста-

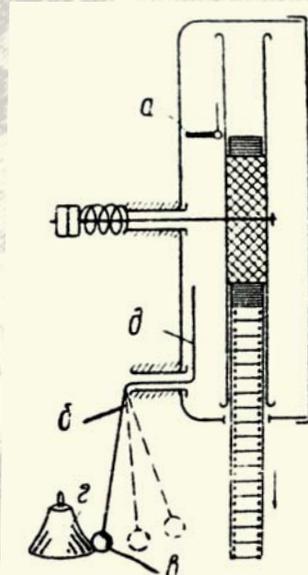
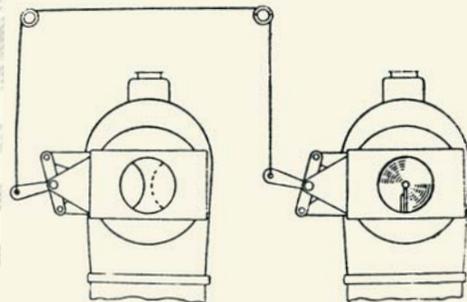


Рис. 2

ток, заключающийся в том, что каждая из заслонок не может действовать автономно. В случае вынужденного прекращения работы одного из проекторов перекрывание света его заслонкой автоматически вызовет открывание заслонки спаренного с ним неработающего проектора, на котором второй киномеханик в это время может производить юстировку лампы после перезарядки углей. Это при неисправности противопожарной заслонки на проекторе может привести к воспламенению фильма в кадровом окне кинопроектора.

Рис. 3



ИНТЕРНЕТ НА СЛУЖБЕ У КИНОТЕАТРОВ

НАЛИЧИЕ САЙТА У КИНОТЕАТРА СЕГОДНЯ СЧИТАЕТСЯ НОРМОЙ. НО ВЕБ-СТРАНИЦА – ЭТО НЕ ПРОСТО ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА КОМПАНИИ, ГДЕ ВЫ МОЖЕТЕ УКАЗАТЬ СВОИ КООРДИНАТЫ И МИССИЮ ВАШЕЙ КОМПАНИИ. СТРАНИЦА В СЕТИ – ЭТО ЕЩЕ И ВЕСЬМА ТЕХНОЛОГИЧНЫЙ ИНСТРУМЕНТ, ПОЗВОЛЯЮЩИЙ ВЕСТИ РАБОТУ С ПОТРЕБИТЕЛЯМИ. ПОМОЧЬ РАЗОБРАТЬСЯ В ТОНКОСТЯХ КОРПОРАТИВНОГО ВЕБ-ПРОСТРАНСТВА НАМ ПОМОЖЕТ ИСПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР КОМПАНИИ QUANTUM ART ЕВГЕНИЙ ПОТАШНИК. |**Виктория Картунова**|

ПОДРЯДЧИКИ

Подрядчики нужны как для создания сайта, так и для продвижения его в Сети. Во всех статьях о выборе подрядчика описывается разница между фрилансерами и студиями, о преимуществах и недостатках тех и других. Безусловно, фриланс – это дешевле, а студия – это дороже, но надежнее.

Есть два подхода во взаимоотношениях заказчика и подрядчика. Первый вариант – когда заказчик считает, что сам должен знать терминологию и основные законы построения сайта, чтобы конкретно выразить свои пожелания. Второй – когда подрядчик идет навстречу клиенту. *«Второй вариант правильный, – считает исполнительный директор компании Quantum Art Евгений Поташник. – Мы стараемся работать таким образом, чтобы заказчик, даже не знаящий терминов, особенностей и специфики Интернета, понимал, что мы ему предлагаем. Мы говорим на его языке».*

Готовому сайту требуется оптимизация. Однако кинотеатр не столь сильно зависит от поисковой оптимизации, сколько остальные коммерческие заведения. Высокая строчка в поисковых результатах – еще не залог того, что посетитель придет именно в ваши залы. Да и параметры поиска в данном случае – это название кинотеатра и репертуар, так что пользователь должен уже быть с вами знаком. Поэтому сильно вкладываться в работу с ключевыми словами – нет смысла. Оптимизацию нужно проводить по двум направлениям: удобство пользования и регулярное обновление.

ЮЗАБИЛИТИ (УДОБСТВО ПОЛЬЗОВАНИЯ)

Юзабилити – это, в общем-то, то, что стоит во главе угла любого сайта. То, насколько пользователю удобно пользоваться сайтом вашего кинотеатра, может повлиять и на то, захочет ли он посетить сам кинотеатр.

Самая распространенная ошибка в организации веб-страницы – пытаться разместить как можно больше информации в одном месте. Чтение с экрана отличается от чтения печатной продукции. Интернет-пользователь скорее «сканирует» страницу, нежели читает. Поэтому информация должна быть предельно дозирована. Если вы хотите, чтобы описание конкретного фильма смотрелось выигрышно, не стоит «забивать» свободное место не относящимися к делу вещами. Ведь если пользователь попал на эту страницу, скорее всего, он искал именно ее, и лишняя информация в данном случае будет только раздражать его или отвлекать. При необходимости можно дать ссылку на соседнюю страницу. Информацию разного содержания можно разбить по рубрикам и разместить на нескольких веб-страницах.

По статистике, 95% пользователей среди отрицательных факторов структуры сайтов выделяют плохую навигацию. В большинстве случаев это касается меню. Сложно сказать, где предпочтительнее его располагать: слева или сверху страницы. В любом случае оно должно непременно оставаться на одном и том же месте. То же касается перехода на главную страницу: он должен

быть своеобразным маячком, в какие бы дебри сайта ни забрел посетитель.

«Нужно стараться сделать так, чтобы даже самый неопытный пользователь, даже новичок чувствовал себя комфортно и у него не возникло ситуации, когда он не знает, «куда нажать». Если интерфейс спроектирован правильно, то вы буквально ведете пользователя за руку, и он выполняет то, что нужно. Если в какой-то момент он, нажав кнопку, не знает, что дальше делать, значит, это ошибка юзабилити, которую нужно исправить, – говорит Евгений. – Когда удастся манипуляцию обеспечить, тогда это правильный интерфейс. Это очень легко проверить, если изложить алгоритм на бумаге и понять, в какой момент пользователь приходит в растерянность и не знает, что делать. Стиль сайта должен перекликаться с фирменным стилем бренда кинотеатра или сети. Важно учесть еще один фактор: очень часто, когда происходит специальный показ, дизайн сайта адаптируется под этот показ. Об этом, когда разрабатывается концепция сайта и пишется техническое задание, важно не забывать. Потому что если об этом не подумать заранее, то внедрить это достаточно быстро практически невозможно. Либо возможно, но сайт начинает вести себя непредсказуемо. Такие вещи нужно заранее предусмотреть».

«Тяжелый» сайт – не самый удачный вариант для представления кинотеатра. Конечно, в Москве и Санкт-Петербурге скорость передачи сейчас достигла 7000 Кбит/сек, но в других городах она значительно ниже: по данным «Яндекса», средняя скорость в 21 крупном российском городе – около 410 Кбит/сек. В других городах и того меньше. И если пользователь заходит на сайт, просто чтобы найти расписание, а у него полчаса загружается



www.luxorfilm.ru

- Доменное имя длиннее, чем название кинотеатральной сети. Пользователи могут не найти, напечатав в адресной строке, например, «luxor.ru».
- Удачное расположение постеров фильмов. Пользователь сразу в курсе того, что показывают в сети. Горизонтальное расположение графики избавляет от необходимости прокручивать страницу.
- Навигационное меню повторяет расположение графики. Таким образом, взгляд пользователя двигается в одном направлении, а не «мечется» вверх-вниз, вправо-влево.
- Грамотное разбиение различной информации на блоки (четкое разграничение на фильмы, новости, специальные акции и репертуар).
 - Наличие голосования.
- Отсутствует форум. Пользователи лишены возможности общаться.

флэш-заставка, – вполне возможно, что терпения у него не хватит. То же касается обилия картинок на одной странице: они значительно замедляют загрузку, что может отрицательно сказаться на лояльности пользователя. Привлечь внимание можно не только графикой, но и шрифтовым выделением: цветом, размером, начертанием. Главное, чтобы это было по-прежнему удобочитаемо и не выбивалось из общего стиля.

Крупным сетям стоит уделить внимание тому, насколько удобно найти кинотеатр в конкретном городе.

www.karo-film.ru

- Удачное доменное имя – совпадает с названием сети и легко пишется.
- Вертикальная панель навигации слева – классика. Большинство сайтов используют именно такое расположение, что повышает удобство для пользователей, у которых велика сила привычки.
- Очень удобным представляется специально выделенный пункт «оплата/бронирование».
- Телефоны сети на видном месте.
- Новости, конкурсы и фильмы сразу на главной странице.
- Центральную часть занимает логотип компании (анимационный). Во-первых, анимация отвлекает внимание от содержания сайта. Во-вторых, пользователь уже знает, на чьей он странице, и хочет получить непосредственно нужную информацию.

И желательно разграничить аудиторию ваших посетителей и партнеров. «Два разных сайта делать необязательно, – считает Евгений Поташник. – Достаточно выделить информацию для партнеров в какой-то раздел. Как только человек заходит на сайт, у него

есть конкретная цель – либо деловая, либо развлекательная. Нужно сайт разделить на две части: одна будет для партнеров, другая – для развлечения. Не стоит отвлекать посетителей, давая им ненужные пути для переходов. Потому что, если человек зашел в раздел для партнеров, но не является партнером, он в какой-то момент потеряет интерес и закроет страницу. И наоборот».

Говоря об удобстве, нельзя не сказать о таком важном пункте, как доменное имя. Хорошо, если адрес вашего сайта легко запоминается и пишется. Пока кириллица только входит в адресную строку, а латиница не слишком универсальна: в разных языках одни и те же сочетания букв читаются по-разному. Адрес же должны легко находить даже те, кто не говорит ни на одном иностранном языке. Минимум слогов и разночтений – и желательно передать название кинотеатра или сети.

КОНТЕНТ

Контент – это то, ради чего пользователь приходит на ваш сайт. Не ради рекламы, не ради общения (хотя и такое возможно), а ради информации. От того, насколько контент сайта качественный, в не меньшей мере зависит интерес посетителя к вашему кинотеатру. Красиво оформить можно все, что угодно, но после первого знакомства с бесполезным содержанием продолжения не последует.

«Веб-сайты кинотеатров относятся к категории информационных сервисов. Минимальный набор информационных компонентов для них на сегодняшний день – это каталог или база фильмов, сервисы бронирования и покупки электронных билетов. Состав иных компонентов может варьироваться в зависимости от функциональных задач кинотеатра», – рассказывает исполни-

тельный директор компании Quantum Art Евгений Поташник.

Главное, зачем пользователи заходят на сайт кинотеатров, – узнать расписание и стоимость билетов. Все льготы, скидки и специальные акции следует указывать. Излишне говорить о том, что эта информация должна быть легко доступна. Эта информация нужна, но стандартная.

Никто не запрещает вам помещать на сайте информацию интересную. Помимо краткого описания фильма можно публиковать рецензии и отзывы. Неплохо рассказать какие-то подробности со съемок. Полезное подспорье – справка об актерах и создателях фильма. Можно добавлять трейлеры к фильму или частично саундтрек (главное, не нарушая авторских прав).

Если зритель никогда не был в вашем кинотеатре, можно устроить ему небольшую экскурсию – поместить фото интерьера, рассказать о залах. То же касается и рассказа о каких-либо мероприятиях, которые вы проводите: будь то богато обставленная премьера или специальные акции – неплохо дать об этом небольшой фотоотчет.

«Некоторые собирают все новости, касающиеся кинотеатров и кино в целом, и выводят на сайт. Некоторые публикуют только новости своего кинотеатра. Это все индивидуально. В любом случае должна быть какая-то лента новостей, которая информирует читателя о том, что происходит в киномире, о новинках и т.д.», – уверен Евгений Поташник.

Разумеется, новости должны постоянно обновляться, особенно если они расположены на главной странице. Если посетитель заходит на главную и сразу видит в верхней строчке прошлогднее событие, он может подумать, что такими же темпами обновляется расписание. Одно из основных требований, которое предъявляют опрошенные пользователи, – своевременная информация.

«На сайте, кроме всего прочего, должны быть мотивационные вещи: какие-то конкурсы, специальные акции, игры и



www.formulakino.ru

- Доменное имя в одно слово может вызывать трудности.
- Навигационное меню как горизонтальное, так и вертикальное. Причем горизонтальное дублирует часть вертикального. Видимо, попытка угодить «и нашим, и вашим», но не вполне мотивированная. Из-за этого страница получается перегруженной.
- Акцент на сети, а не на репертуаре: в центре – интерактивная карта кинотеатров сети. Подразумевается, что пользователь изначально собирается пойти в кино, а уж потом узнать, что идет в данном кинотеатре.
- Обилие анимационной рекламы отвлекает от восприятия информации.
 - Положительный момент – наличие фотоотчета с событий.
- Разбиение новостей на новости кинотеатра и новости кино выглядит удачным.

так далее, чтобы людям было интересно заходить», – советует Евгений.

В эпоху так называемого web 2.0, когда контент создается не столько профессионалами, сколько самими пользователями, работа форума обязательна. Даже те, кто никогда не напишет там, хоть раз зайдут почитать. Зрители должны обмениваться

мнениями о фильме с такими же зрителями. Ведь зачастую людей интересует не мнение каких-то чужих авторитетов и уж тем более не самореклама, а мнение себе подобных. И потом, о вкусах не спорят, поэтому, каковы бы ни были отзывы на форуме, это все равно интересно: посмотреть самому и сравнить впечатления.

ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ

Обратная связь – это не только соответствующий раздел на сайте, где вы указываете контактную информацию. Это процесс, который позволяет вам осуществлять непрерывную коммуникацию со своими посетителями.

«Важная вещь – система напоминаний и приглашений, – говорит Евгений Поташник. – Должна осуществляться возможность уведомить зрителя о показе в индивидуальном порядке – через рассылку, либо по sms, либо по электронной почте. Или же на сайте можно разместить форму для приглашения, заполнив которую, посетитель может пригласить на показ своих друзей, чтобы они подтвердили забронированные билеты».

Собирайте у ваших зрителей контакты. Можно просто в книге отзывов. Некоторые киноклубы после просмотров устраивают голосование за фильм на листках – можно просить желающих оставлять свою электронную почту в них. А потом включать собранные контакты в рассылку и оповещать ваших зрителей о том, что сейчас идет, о чем это и что в нем хорошего.

Помимо интернет-рассылки используется иногда sms-рассылка. Но это уже будет стоить определенных денег, – как правило, около рубля за 1 sms-сообщение. Зато данные опросов показывают, что на сегодняшний день это самый надежный источник оповещения. Персональную информацию по мобильной связи готовы принимать 80% пользователей.

«Еще очень важная вещь в системе обратной связи – «голосовалки» и анкетирование, чтобы можно было отследить эффективность работы сайта и оценить работу кинотеатра – мягкие или жесткие кресла, вкусный или невкусный поп-корн», – рассказывает Евгений.

Просто неопределима в современном интернет-пространстве роль социальных сетей. Во-первых, это альтернатива собственному сайту, если у вас не имеется такового (самый «бюджетный» вариант). Во-вторых, это пока еще бесплатная реклама. А в третьих, это возможность самостоятельно формировать свою аудиторию, оперативно оповещать ее о последних новостях и опять-таки устраивать открытые обсуждения фильмов. Поэтому, если вы до сих пор не создали сообщество на сайте «В контакте», срочно создавайте. И рассылайте приглашения всем зрителям из вашего города. Если у вас намечаются какие-то особенные мероприятия, приглашайте на встречи. Самое замечательное, что администрировать группу (публиковать новости, расписание, анонсы, приглашать людей) может один человек, и то в короткое время. Все остальное за вас сделают ваши посетители.

СПРАВКА НА КОМПАНИЮ QUANTUM ART

Quantum Art занимается разработкой Интернет\Инtranet приложений и предоставляет услуги по их сопровождению. С 1996 года компания активно развивается, осваивает новые технологии и занимает одну из лидирующих позиций на российском рынке. Успешное участие разработчиков компании в проектах различного уровня сложности позволяет на сегодняшний день выполнить практически любую задачу в оптимальные сроки и с соблюдением всех технологических особенностей и стандартов.

Решения и разработки Quantum Art используются компаниями, работающими в различных отраслях: ОАО «МТС», Росинтер Ресторанс, ОАО НК «Роснефть», Русская Медиа Группа, Диасофт, Медиа Артс групп. Компании, работающие в индустрии кино и развлечений, также используют или использовали ранее разработки Quantum Art: УК «Формула Кино», «Люксор».

В ФОКУСЕ РОССИЙСКОЕ КИНО

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА, НАПРАВЛЕННАЯ НА ВЫЯСНЕНИЕ ОТНОШЕНИЯ ПОСЕТИТЕЛЕЙ КИНОТЕАТРОВ К ОТЕЧЕСТВЕННОМУ КИНО, ЕГО СПОСОБНОСТИ КОНКУРИРОВАТЬ В БОРЬБЕ ЗА СЕРДЦА ЗРИТЕЛЕЙ, СТАНОВИТСЯ НЕ ТОЛЬКО ПРЕДМЕТОМ ГОСУДАРСТВЕННОГО ЗАКАЗА*. ВЫПОЛНЯЯ НА РЕГУЛЯРНОЙ ОСНОВЕ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ДЛЯ КИНОПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ И ДИСТРИБЬЮТОРОВ КИНО, КОМПАНИЯ UCPR-RESEARCH ПРЕДСТАВЛЯЕТ СОБСТВЕННОЕ ВИДЕНИЕ СИТУАЦИИ ОТНОСИТЕЛЬНО КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РОССИЙСКИХ ФИЛЬМОВ. |**Мирослава Цапко****|

Мы неизменно получаем данные, свидетельствующие о патриотизме российских кинозрителей.

Как видно из диаграммы 1, около половины всех посетителей кинотеатров страны любят российское кино и стремятся посмотреть новинки кинопроката отечественного производства. Еще более 40% готово заинтересоваться российским фильмом при соответствующей рекламной и PR-поддержке, а также по рекомендации друзей и знакомых. Таким образом, около 90% всех посетителей кинотеатров потенциально настроены на потребление отечественных фильмов. Однако нельзя не обратить внимание на тот факт, что 9% киноз-

рителей априори не смотрят кино российского производства, а это значит, что голливудский кинематограф сохраняет десятипроцентную фору зрительских предпочтений.

При этом мужская аудитория настроена более максималистски, нежели женская. Именно мужчины чаще высказывались как предельно «за» российские фильмы, так и категорически «против» русского кино.

Что касается возрастных особенностей, то применительно к отечественному кинематографу проявляется зрительская осторожность среди представителей возрастных групп «младше 18 лет» и «старше 45 лет», где априорный интерес к русским фильмам заметно ниже, чем в других возрастных группах. Это вполне можно объяснить психофизическими особенностями возраста. Так, у подростков еще не сформировалась потребность во вдумчивом драматическом кино, которое часто отличает отечественную киноиндустрию. Юным кинозрителям видятся более ценными голливудские фильмы со множеством трюков и спецэффектов. При этом для представителей наиболее старших возрастных групп современные отечественные фильмы часто не дотягивают до тех драматургических

ДИАГРАММА 1

(в % от числа опрошенных)



* Результаты исследования, проведенного ОАО «Информкино» при поддержке Министерства культуры РФ, см.: Киномеханик. 2009. №3, 4, 5.

** Генеральный директор исследовательской компании UCPR-Research.

ТАБЛИЦА 1. НАИБОЛЕЕ ПОНРАВИВШИЕСЯ ЗРИТЕЛЯМ ОТЕЧЕСТВЕННЫЕ ФИЛЬМЫ (открытый вопрос)

Название	Место	Кол-во опрошенных	Название	Место	Кол-во опрошенных
Адмирал	I	30%	Даже не думай	VII	5%
9 рота	II	25%	Новая земля	VII	5%
Стиляги	II	25%	Питер ФМ	VII	5%
12	III	20%	Эйфория	VII	5%
Мы из будущего	IV	15%	Война	VIII	4%
Самый лучший фильм	IV	15%	Гитлер, капут!	VIII	4%
Обитаемый остров. Фильм первый	IV	15%	Дикое поле	VIII	4%
Любовь-морковь	V	10%	Жесть	VIII	4%
Юленька	V	10%	Звезда	VIII	4%
Остров	VI	7%	Изгнание	VIII	4%
Ирония судьбы. Продолжение	VI	7%	Код Апокалипсиса	VIII	4%
Сволочи	VI	7%	Монгол	VIII	4%
Первая любовь	VI	7%	Особо опасен	VIII	4%
Ночной дозор	VI	7%	1612	IX	3%
Тариф «Новогодний»	VI	7%	Антикиллер	IX	3%
Турецкий гамбит	VI	7%	Непобедимый	IX	3%
Дневной дозор	VI	7%	Очень русский детектив	IX	3%
Бумер	VI	7%	Побег	IX	3%
Русалка	VI	7%	Прогоулка	IX	3%
Бой с тенью	VI	7%	Статский советник	IX	3%
Брат	VI	7%	Юрьев день	IX	3%
Стритрейсеры	VI	7%	4	X	2%
Жара	VI	7%	Аврора	X	2%
С.С.Д.	VI	7%	Апрель	X	2%
День выборов	VI	7%	Алеша Попович и Тугарин	X	2%
Индиго	VI	7%	Змей	X	2%
Возвращение мушкетеров	VI	7%	Артефакт	X	2%
Груз 200	VI	7%	Батальон	X	2%
Жмурки	VI	7%	В августе 44-го	X	2%
Платон	VI	7%	Волкодав	X	2%
Грозные ворота	VI	7%	Ворошиловский стрелок	X	2%
Качели	VI	7%	Исчезнувшая империя	X	2%
Возвращение	VI	7%	Ключи от счастья	X	2%
День радио	VII	5%	Консервы	X	2%
Изображая жертву	VII	5%	Красный жемчуг любви	X	2%
На безымянной высоте	VII	5%	Меченосец	X	2%
Нирвана	VII	5%	Побег	X	2%
Охота на пиранию	VII	5%	Настройщик	X	2%
72 метра	VII	5%	Небо, самолет, девушка	X	2%
В ожидании чуда	VII	5%	Одиночество крови	X	2%
Домовой	VII	5%	Отец	X	2%
Мне не больно	VII	5%	Привет, киндер	X	2%
Морфий	VII	5%	Розыгрыш	X	2%
Парараф 78	VII	5%	Свои	X	2%
Бумажный солдат	VII	5%	Тиски	X	2%
Все умрут, а я останусь	VII	5%	Всего	132	1501

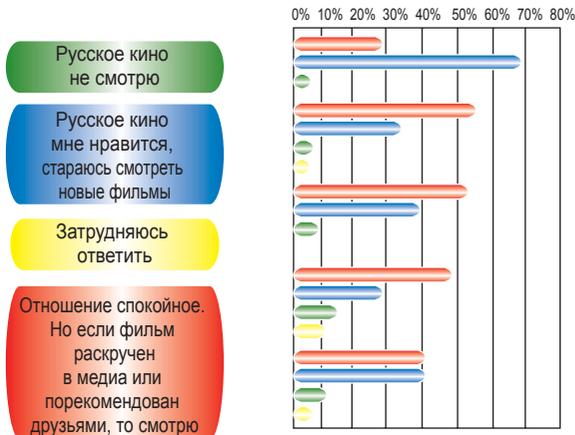
ГИСТОГРАММА 1

(в % от числа опрошенных)



ГИСТОГРАММА 2

(в % от числа опрошенных)



и режиссерских образцов, которые формировали вкусы этой части киноаудитории.

Таким образом, наиболее лояльной к современному отечественному кино является аудитория, представленная кинозрителями в возрасте от 18 до 45 лет.

Однако рассуждения о специфике восприятия отечественного кино останутся гипотетическими, если не произвести анализ остаточных знаний современного кино и отношения к нему. Наиболее показательными видятся ответы на открытый вопрос: «Какие современные отечественные художественные фильмы Вам наиболее понравились?» Столь мягко сформулированный вопрос позволяет одновременно определить, какие именно фильмы мыслятся как современные, и собственно названия полюбоившихся отечественных кинокартин. Такие данные видятся весьма важными, так как бокс-офис далеко не всегда может отображать реальную реакцию зрителей. Тому может быть множество причин: отсутствие или избыток рекламной информации о фильме, ее неадекватность кинопродукту, неудачное размещение в релизе, малое или излишне большое количество копий и многое другое. Как бы там ни было, свежие

ТАБЛИЦА 2. ЧТО ВЫ ВКЛАДЫВАЕТЕ В ПОНЯТИЕ «ХОРОШИЙ ФИЛЬМ»

Ответы	Доля зрителей
Интересная история, интересный сюжет	36%
Вызывающий сильные эмоции	12,4%
Глубокий смысл, заставляет задуматься	10,9%
Динамичный	9,6%
Максимально приближенный к реальности	7,3%
Веселый, но без пошлых американских шуток	7%
С неожиданной развязкой	6%
Понятный	3,4%
Фильм, в котором добро побеждает зло	3,4%
Хорошая литературная основа с содержательными диалогами героев	2,1%
Затрудняюсь ответить	1,9%
Всего	100%

данные исследования, проведенного весной 2009 года исследовательской компанией UCPR-Research по репрезентативной выборке методом полуструктурированного интервью в семи регионах РФ, позволяют пролить свет на то, что же остается в головах у зрителей после проката фильма.

Таким образом, наряду со свежими блокбастерами в число наиболее памятных сердцу современного кинозрителя фильмов вошли и достаточно давно вышедшие в прокат картины. Кроме того, необходимо отметить, что большая часть этих фильмов представляет собой именно драматическое, предполагающее рефлексии зрителя кино, которое нельзя в чистом виде считать лишь зрелищным развлечением.

Подкрепляет эти данные и информация о том, что же такое для российских зрителей «хороший фильм». Интересно, что агрегированные ответы многих исследований на соответствующий вопрос свелись к перечню хрестоматийных требований, в котором не нашлось места ни сексу, ни насилию, ни бездумности. Интересная история, рассказанная литературным понятным языком, заставляющая сопереживать и раздумывать о традиционных ценностях, – вот признаки «хорошего кино» для современных российских кинозрителей. Важно подчеркнуть разницу между восприятием американского кино, где все ожидания сводятся к зрелищности, и российского, где зритель не прощает сценарных ошибок, нарушения причинно-следственных связей, шаблонности, подражательства, отсутствия драматизма.

Результаты исследований не только дают представление о нюансах восприятия зрителями кинофильмов, не только расширяют знания о зрительских предпочтениях, но и вселяют уверенность в необходимости и востребованности отечественных фильмов.

МЕНЕДЖЕР. КИНО
№ 6 (156) ИЮНЬ 2009

19 КИНО НА ПЕРЕКРЕСТКЕ КУЛЬТУР
21 ТАМОЖНЯ ДАЕТ «ДОБРО»
36 РАЙСКИЕ СЪЕМКИ
47 ДВА БИЛЕТА НА ИНТЕРНЕТ-СЕАНС

Валерий Морозовский
На сегодняшний день мой путь — идти в сторону большей свободы и меньших денег

ЧИТАЙТЕ В ЖУРНАЛЕ «МЕНЕДЖЕР. КИНО» В ИЮНЕ:

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ

- Кино на перекрестке культур
Государственная кинополитика Бельгии

ЭКОНОМИКА КИНО

- Когда страховки поют дуэтом
Общество взаимного страхования

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ

- Таможня дает «добро»
Экспорт фильмов: условия, права, налогообложение
- Буква закона в договоре на цифру
Договорные схемы получения прав на использование цифрового контента

ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

- Русское счастье без Памелы Андерсон
Кино крупным планом: «О, счастличик!»
- Оценку нам поставит жизнь
Молодежь в кино: Жанна Синельник
- «Райские» съемки
Как снимать кино на Балеарских островах

ТЕХНОЛОГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ

- Четвертая власть фестиваля
Работа пресс-службы кинофестиваля
- Два билета на интернет-сеанс
Кинотеатральная аудитория и Интернет
- Интернет как инструмент кинематографиста
Вступаем в КиноКруг
- Эстетика как фактор конкурентной борьбы
Эстетический аспект отечественного кино в борьбе за зрителя



ИГРАТЬ С НАСТРОЕНИЕМ!

«АРТИСТИКИ, ЛЮБИМЫЕ, ИДИТЕ В КАДР!» – ЗОВЕТ АКТЕРОВ РЕЖИССЕР ДМИТРИЙ ОРЛОВ. НАЧИНАЕТСЯ РЕПЕТИЦИЯ. «ШАГИН, ОТЛОЖИ МОБИЛЬНЫЙ ТЕЛЕФОН! ПЕГОВА, ПОДВИНЬСЯ К ЦЕНТРУ!» – НА ПЛОЩАДКЕ ФИЛЬМА «МОСКОВСКИЙ ФЕЙЕРВЕРК» СЕГОДНЯ ОТВЕТСТВЕННЫЙ И СУМАТОШНЫЙ ДЕНЬ – ЗАКАНЧИВАЮТСЯ СЪЕМКИ. |Лиза Сезонова|

Дмитрий Орлов, известный по главным ролям в сериалах «Морской патруль», «Воротилы» и в фильме «Первый после Бога», не побоялся запускаться с режиссерским дебютом в самый разгар кризиса. Да и жанр ленты – самый что ни на есть антикризисный – комедия. В этом легко убедиться, глядя на колоритные бакенбарды Орлова, который в «Московском фейерверке» не только режиссер, но также сценарист, продюсер и актер. Вместе с Орловым в картине снимается его жена Ирина Пегова, а также Евгений Гришковец, Светлана Антонова, Михаил Полицеймако, Антон

Шагин и другие. Это история о том, как молодой и амбициозный режиссер (эту роль играет сам Орлов) решает снять блокбастер и просит друзей сыграть в его фильме. Так появляются три разные новеллы с общими героями: здесь и оперная певица, потерявшая голос, и подросток Семен, совершивший убийство, и таджикский гастарбайтер. Существуют эти люди на самом деле или они – лишь плод воображения главного персонажа, станет понятно только в финале. Дмитрий Орлов и его команда секреты фильма пока не раскрывают.

Дмитрий, что объединяет истории, рассказанные в картине?

Знаете, в фильме Тарковского «Андрей Рублев» новеллы не связаны напрямую, но они образуют некую среду. Мне кажется, режиссеру это понадобилось, чтобы создать ощущение времени, как, например, тому же Толстому в «Войне и мире». Так же и у меня в картине, ведь я рассказываю о нашем времени, я современник. Я специально взял тему фейерверка – это настроение, ощущение, ассоциации. Вот мы и играем с хорошим настроением, развлекаем, мы далеки от морализма и в то же время в забавной форме хотим сказать что-то важное.

Каким будет фильм?

Пестрым. В нем все подчинено идее и логике фейерверка: все взрывается, мгновенно появляется и исчезает. Жанр комедии – это очень широкий коридор, он позволяет не заботиться о формате.

«Я СПЕЦИАЛЬНО ВЗЯЛ ТЕМУ ФЕЙЕРВЕРКА – ЭТО НАСТРОЕНИЕ, ОЩУЩЕНИЕ, АССОЦИИ. ВОТ МЫ И ИГРАЕМ С ХОРОШИМ НАСТРОЕНИЕМ, РАЗВЛЕКАЕМ», –
ДМИТРИЙ ОРЛОВ

«Московский фейерверк» задуман как веселое, жизнеутверждающее кино. Ведь как обычно происходит: Стивен Спилберг снимает «Челюсти», а потом все остальные используют его стратегию и делают на этом большие деньги. Так вот, сейчас вы присутствуете при рождении стратегии Дмитрия Орлова (*смеется*).

Когда вы планируете выпустить картину в прокат?

Мы устроим ее презентацию на летнем кинорынке в Сочи, затем будет показ и «взрослый» релиз осенью, на кинорынке в Санкт-Петербурге. Прокатная судьба фильма зависит от многих факторов. На сегодняшний день из-за паузы в продакшне мы успели приступить к постпро-



Евгений Гришковец и Дмитрий Орлов на съемочной площадке

дакшну и уже собрали двадцать минут фильма.

Изменилось ли ваше отношение к режиссерам после того, как вы попробовали себя в этой роли?

Мне их стало так жалко! Теперь я очень покладистый артист, помогаю им на площадке.

А какой вы режиссер?

Режиссер в мультфильме «Фильм, фильм, фильм» – это про меня. Когда я на площадке, у меня внутри поселяется этот человек. Ну и, конечно, я абсолютно «актерский» режиссер – приветствую импровизацию и постоянный эксперимент. Более того, как

Дмитрий Орлов и съемочная группа





режиссер-псих, я сам многое меняю на ходу. Например, идея, что связующим звеном должна быть история о том, как снимают фильм, пришла мне в голову только на днях – до этого таким звеном была история о компьютерной игре.

Антон Шагин

О свободе творчества в один голос говорят и актеры. Например, Антон Шагин: «Я согласился принять участие в этом проекте, потому что здесь нет никаких ограничений. Я молодой актер, хочу пробовать, ошибаться, проверять собственные силы и фантазию. Образ моего героя мы придумывали на ходу, прямо на площадке».

Таким же творческим порывом заражены остальные артисты. Поэтому неудивительно, что Светлана Антонова, звезда сериала «Монте-Кристо», согла-

Евгений Гришковец
и Михаил Полицеймако



силась сыграть в «Московском фейерверке» героиню с неженским именем Антон. «Мую героиню правильнее будет назвать «оно». Это актуально сегодня, когда женщина все тащит на себе и превращается в существо непонятного рода. В финале, конечно, будет преобразование этого бесполого существа в прекрасную женщину», – говорит Светлана.

Главная женская роль в фильме досталась актрисе Ирине Пеговой.

Ирина, вы играете оперную певицу. Мы услышим, как вы поете?

Услышите, но не меня. Я брала уроки пения, встречалась с оперной певицей Дарьей Зыковой, но это несильно помогло. Была идея, что петь должна я, но мы от этого отказались. Я же играю выдающуюся певицу, и если как посредственная исполнительница я еще могу спеть, то как гениальная – вряд ли.

Каким получится фильм?

Мне кажется, это будет что-то новое и другое. Новая форма – форма Дмитрия Орлова. Все артисты тоже чувствуют это, поэтому играют с энтузиазмом.

Сложно работать с мужем?

Я со страхом ждала этих съемок. Мы никогда не работали как режиссер и актриса. Да, снимались вместе, и это было очень сложно. Теперь используем тот опыт, сотрудничаем. Я знакома с идеей фильма с незапамятных времен, знаю, как все начиналось, так что мне легче.

Дмитрий Орлов в полном восторге от совместной работы с супругой. «Моя жена – великая русская артистка, она не умеет плохо играть, – говорит он. – Я кричу ей: «Пегова, играй хуже!» А она отвечает: «Не могу!» И играет все лучше и лучше».



Храм на горе Бакор в Камбодже стал источником вдохновения для режиссера Сергея Дебижева

КОЛЕСО ВРЕМЕНИ В СЕЗОН ДОЖДЕЙ

ИМЯ СЕРГЕЯ ДЕБИЖЕВА СТАЛО ИЗВЕСТНО В НАЧАЛЕ 1990-Х, КОГДА НА ЭКРАНЫ ВЫШЛА ЕГО ДЕБЮТНАЯ ИГРОВАЯ КАРТИНА «ДВА КАПИТАНА-2» С УЧАСТИЕМ ЗНАМЕНИТЫХ МУЗЫКАНТОВ – БОРИСА ГРЕБЕНЩИКОВА И СЕРГЕЯ КУРЕХИНА. ЗАТЕМ РЕЖИССЕР В ОСНОВНОМ СНИМАЛ ДОКУМЕНТАЛЬНЫЕ ФИЛЬМЫ И МУЗЫКАЛЬНЫЕ КЛИПЫ. ЕГО ВОЗВРАЩЕНИЕ В ИГРОВОЙ КИНЕМАТОГРАФ ПРОИЗОШЛО БЛАГОДАря ЭКЗОТИЧЕСКОЙ СТРАНЕ КАМБОДЖЕ И ПРОДЮСЕРУ ВЯЧЕСЛАВУ ТЕЛЬНОВУ. В ДАННЫЙ МОМЕНТ ДЕБИЖЕВ ЗАКОНЧИЛ СЪЕМКИ И ЧЕРНОВОЙ МОНТАЖ СВОЕГО НОВОГО ФИЛЬМА «СЕЗОН ДОЖДЕЙ». **[Ольга Галицкая]**

Сергей, почему вам вновь захотелось снять игровой фильм? Как возникла идея картины?

Уже несколько лет я делаю большой проект из десяти фильмов о мировых культурах и религиях, это такой документально-музыкальный сериал. Композитором выступает Борис Гребенщиков, а я режиссер и оператор. Я люблю путешествия и приключения, всюду езжу с камерой, так что для создания этого сериала не требуется особых затрат. Современные цифровые камеры очень высокого каче-

ства, большая съемочная группа в таких поездках не нужна. Уже готовы фильмы об Индии, Таиланде, Италии, Испании, Израиле, следующей страной будет Марокко. Благодаря этому проекту я оказался в Камбодже, которая поразила меня своей необычной фактурой. На берегу океана там находится удивительная гора Бакор, покрытая реликтовыми джунглями. На ней расположен храмовый комплекс, который официально считается восьмым чудом света. Там и возник замысел фильма «Сезон дождей».

Так повлияла окружающая красота мест?

Там действительно все поражает воображение. Труднодоступная гора Бакор, всегда утопающая в тумане, словно в молоке, а на ней заброшенные, но при этом абсолютно целые дома и... казино. Это похоже на призрак, будто «Титаник», но на горе. Французы во времена колонизации в начале XX века построили казино на самой вершине, над километровым обрывом с видом на океан. И это настолько поражает! Как такое вообще кому-то в голову пришло? Ведь для этого понадобилось рубить дорогу через реликтовый лес в течение четырех лет! Кроме казино еще построили гостиницу, публичный дом, виллы. Там жило несколько поколений французских аристократических семей, колонистов. Казино открылось в 1924 году, и практически до 1953-го все это существовало. Пройти мимо такой истории было, конечно, невозможно, и я придумал такой масонско-шпионско-метафизический сценарий, действие в котором происходит в нескольких временных пластах и связано с этим местом.

Кто герои фильма и чем они вам интересны?

В первую очередь это люди, в силу жизненных обстоятельств находящиеся вне социума. Главный герой, знаменитый фотограф глянцевого журнала (его играет Алексей Серебряков), случайно узнает, что его дед (в этой роли Виктор Вержбицкий) был русским аристократом, масоном высокого ранга. Когда-то он уехал во Францию учиться летному делу, женился на французской баронессе-летчице, которую сыграла Ксения Раппопорт. Во времена революции в России дед служил в белой армии у генерала Каппеля. Был контужен, написал своей баронессе прощальное письмо, но выжил и вернулся во Францию почти тридцать лет спустя. И после войны он оказался на горе Бакор в Камбодже, где в его руки попала золотая статуэтка Будды, облада-



В Камбодже крайне редко снимается «большое» кино. Для местных жителей, особенно для детворы, это настоящее чудо

ющая мистическими свойствами. Судьба деда начинает влиять на судьбу внука, который прожигает, транжирит жизнь, снимая светских красоток и бесконечно развлекаясь. Он постепенно понимает, что существует преемственность рода, общая история, совсем другие ориентиры в жизни, а он занимается чем-то пустым и легковесным. Герой находится в цепких лапах демона гламура (эту роль исполняет Рената Литвинова). А еще через прошлое неожиданно выясняется, что есть некие силы, которые пытаются гармонизировать реальность, привести человечество в чувство, заставить опомниться и не стремиться к самоуничтожению. Существует определенное количество святынь, главных в каждой религии, которые должны, как камни в часовом механизме, находиться на своих местах. Одна из таких святынь – та самая статуэтка Будды, доставшая-



ся нашему герою в наследство от деда. Если их все собрать и расставить, как надо, все войдет в правильное русло и бесконечное удаление человечества от идеала замедлится. Поисками святынь поглощен еще один персонаж, а герой Серебрякова начинает участвовать в этой почти безумной аванюре, чтобы разобраться с самим собой, своим прошлым и будущим. Кстати, «Сезон дождей» – лишь рабочее название, скорее всего, остановимся на другом – «Колесо времени».

Наверное, у такой истории будет особая, необычная музыка?

Музыка у нас довольно сложная и разная. Композитор Сологуб ездил в Камбоджу, записывал там аутентичные мелодии. Кроме того, по счастливому стечению обстоятельств он сотрудничает со студией Питера Гэбриела в Лондоне, а тот в свое время построил в Камбодже звукозаписывающую студию. Гэбриелу очень нравится наш проект, он говорит, что я – русский Дэвид Линч и он готов написать музыку для картины.

Вы очень редко снимаете игровые фильмы. Почему?

Я считаю, что надо делать только то, что до тебя еще никто не делал. И делать это настолько хорошо, чтобы изменить представление о предмете или явлении, о котором ты рассказываешь. Я перфекционист. По-моему, совершенно нет смыс-

ла тратить несколько лет своей жизни на то, что любой другой сумеет и без тебя. Меня поражает упертость некоторых наших кинематографистов, готовых снимать одно и то же с настойчивостью, достойной лучшего применения. Ведь кино требует гигантского количества энергии, творческих и организационных усилий, денег, да просто жизни человеческой! И потом готовый фильм идет в кинотеатрах всего две недели, после чего забывается навсегда, никто к нему больше не возвращается и не смотрит. Я считаю, что это абсурд – тратить свою жизнь на такие поделки. Если относиться к кинематографу только как к способу добывания денег, у него просто не будет шансов стать искусством.

«В КАМБОДЖЕ ВСЕ ПОРАЖАЕТ ВООБРАЖЕНИЕ. ТРУДНОДОСТУПНАЯ ГОРА БАКОР, ВСЕГДА УТОПАЮЩАЯ В ТУМАНЕ, СЛОВНО В МОЛОКЕ, А НА НЕЙ ЗАБРОШЕННЫЕ, НО ПРИ ЭТОМ АБСОЛЮТНО ЦЕЛЫЕ ДОМА И... КАЗИНО», – ГОВОРIT СЕРГЕЙ ДЕБИЖЕВ

Как удалось собрать необходимые средства на фильм?

Санкт-Петербургская студия документальных фильмов, которую раньше возглавлял Вячеслав Тельнов, ныне генеральный директор «Ленфильма», несколько лет назад получила от Госкино возможность раз в год снимать игровую картину. Часть бюджета фильма составили государственные деньги, были также найдены частные инвестиции. Учитывая, что съемки проходили в четырех странах – Камбодже, Франции, России и Италии, фильм у нас совсем недорогой, примерно \$1 млн 200 тысяч. Только благодаря тому, что все было максимально точно продумано и очень четко организовано, мы сумели сделать полноценную картину, без скидок на сложность задач и нехватку денег. Уже завершена черновая монтажа, фильм почти готов. Но на необходимые спецэффекты, компьютерную графику, озвучивание нужно еще около \$300 тысяч, поэтому работа приостановилась.

Рената Литвинова под руководством Сергея Дебижева вживается в необычный образ Демона Гламура



Насколько я понимаю, это произошло не только из-за отсутствия необходимых средств, но и потому, что фильм выбивается из обычного ряда?

По своему формальному срезу наша картина находится в совершенно другой плоскости, нежели обычный игровой кинематограф. Это не рядовой блокбастер, к которым все привыкли, там нет привычных жанровых зацепок. Работать с таким кино достаточно сложно и в производстве, и в прокате. Нужны воля, энергия, желание специально им заниматься. Продюсеру и прокатчику гораздо легче иметь дело с простой историей, где все линейно и незатейливо. А я не люблю такие истории. Есть много режиссеров, которые умеют и любят их делать. Мне же интересно создавать совсем другое кино. Вот здесь и возникает проблема.

Какая?

Ты показываешь картину, а те места, которые ты считаешь самыми сильными, удачными, настоящими творческими прорывами, требуют убрать. Почему-то обращают внимание именно на них, хотя выкинуть то, чем ты гордишься, твои реальные достижения. А ведь это может двигать кинематограф дальше, развивать его. Так произошло с фильмом «Два капитана-2» – он дал толчок творческой мысли других режиссеров. Его уже восемь раз переиздавали на DVD, он востребован. Но сегодня все чаще опасаются любого нетривиального решения.

Невозможно убедить продюсера?

Его тоже можно понять. Он несет ответственность за инвестиции, которые надо возвращать. Грянул кризис, телеканалы перестали покупать кино, особенно спорное, все экономят деньги. Даже программу «Закрытый показ» собираются прикрыть. Кинотеатры тоже думают только о том, как побыстрее, в первый уикенд отбить средства, и им совсем неинтересно полгода в маленьком зале показывать что-то высокохудожественное. Очень

мало прокатчиков, которые занимаются сложными фильмами и понимают, что не всегда надо стремиться получить всю прибыль за неделю. Можно несколько месяцев в специальных залах показывать сложное кино, и затраты окупятся. Но для этого нужны терпение, целенаправленные усилия, а продюсер в трудных условиях боится потерять все, нервничает, пытается упростить фильм и в результате его уничтожает.

«НАША КАРТИНА НАХОДИТСЯ В СОВЕРШЕННО ДРУГОЙ ПЛОСКОСТИ, НЕЖЕЛИ ОБЫЧНЫЙ ИГРОВОЙ КИНЕМАТОГРАФ. ЭТО НЕ РЯДОВОЙ БЛОКБАСТЕР, К КОТОРЫМ ВСЕ ПРИВЫКЛИ, ТАМ НЕТ ПРИВЫЧНЫХ ЖАНРОВЫХ ЗАЦЕПОК. РАБОТАТЬ С ТАКИМ КИНО ДОСТАТОЧНО СЛОЖНО И В ПРОИЗВОДСТВЕ, И В ПРОКАТЕ», – ГОВОРИТ СЕРГЕЙ ДЕБИЖЕВ

У такой картины может быть хорошая фестивальная судьба. Это как-то влияет на прокат?

Для съемок специально был выбран нетуристический сезон дождей. Но иногда выглядывало солнце, и всеми красками сияли экзотические храмовые скульптуры на горе Бакор

Безусловно. Но для начала фильм надо завершить. Сейчас Первый канал размышляет, стоит ли ему подключаться к продюсированию. Я надеюсь на поддержку Константина Эрнста, он любит кино, разбирается в нем и не стрижет всех под одну гребенку. Надеюсь, картину я все-таки закончу и зрители ее увидят. Уверен, что и прокат может быть удачным – надо только не идти проторенными путями, не бояться экспериментировать. Наверняка найдется немало зрителей, которым мой фильм будет интересен.





ЛАТИНОФИЕСТА-2009: ПРАЗДНИК АКТИВНОГО ЗРИТЕЛЯ

ЕСЛИ ГОЛЛИВУД ЯВЛЯЕТСЯ БЕЗУСЛОВНЫМ ЛИДЕРОМ МИРОВОГО КОММЕРЧЕСКОГО ПРОКАТА, ТО НА РЫНКЕ НАЦИОНАЛЬНЫХ КИНЕМАТОГРАФИЙ СИТУАЦИЯ ВЕСЬМА НЕПОСТОЯННАЯ. ЗНАТОКИ ФЕСТИВАЛЬНОГО КИНО ПОМНЯТ НЕДАВНЮЮ МОДУ НА ИРАНСКОЕ, КИТАЙСКОЕ, ЮЖНОКОРЕЙСКОЕ, ЗАТЕМ РУМЫНСКОЕ КИНО. С БОЛЬШОЙ УВЕРЕННОСТЬЮ АНАЛИТИКИ ОЖИДАЮТ ВОЛНУ ИНТЕРЕСА К КИНЕМАТОГРАФУ ЛАТИНСКОЙ АМЕРИКИ. |Владислав Шувалов, Екатерина Самылкина|

Будущему успеху латиноамериканского кино в немалой степени способствует успешная адаптация к стандартам массового восприятия нескольких видных кинорежиссеров – это бра-

зильцы Фернанду Мейрейлиш и Вальтер Саллеш, мексиканцы Алехандро Гонсалес Иньярриту, Гильермо Дель Торо и Альфонсо Куарон. В прошлом году в Каннах специалисты всерьез

обсуждали перспективу латиноамериканской волны, когда четыре фильма из Южной Америки попали в основной конкурс. На Берлинском МКФ два года подряд высшую награду получали картины из Латинской Америки. В 2008-м это был «Элитный отряд» Жозе Падильи, в 2009-м – «Молоко скорби» Клаудии Льюса. Надежды на новые открытия приводят к росту испаноязычных кинофорумов во всем мире. Только в Москве за последние полгода прошли панорамы бразильского, мексиканского, аргентинского кино.

Одним из таких мероприятий является фестиваль «Латинофиеста», который с 26 февраля по 3 марта прошел в столичном кинотеатре «Художественный». Смотр был создан творческой группой Latinofiesta при участии Государственного центрального музея кино, ГУП «Московское кино» и Института Латинской Америки РАН.

«ЛАТИНОФИЕСТА» УДЕЛЯЕТ ВНИМАНИЕ МОЛОДОМУ ЛАТИНОАМЕРИКАНСКОМУ КИНО, НЕ ВОСТРЕБОВАННОМУ СРЕДИ ОТБОРЩИКОВ И БУКЕРОВ, А МЕЖДУ ТЕМ ЗДЕСЬ ПОРОЙ ВСТРЕЧАЮТСЯ ОРИГИНАЛЬНЫЕ КИНЕМАТОГРАФИЧЕСКИЕ ВЫСКАЗЫВАНИЯ

Фестиваль состоялся только во второй раз и пока еще находится в поиске концепции, формата и структуры, однако уже зарекомендовал себя как весьма амбициозное мероприятие.

В панораму вошло около 30 картин – полнометражные игровые и документальные ленты, три цикла короткометражных фильмов. Были показаны не только картины производства стран-мейджоров – Мексики и Аргентины, но и ленты из Венесуэлы, Гватемалы, Колумбии, Никарагуа, Уругвая, Чили, Эквадора. Показы шли в двух залах «Художественного»: в большом фильме синхронно переводились на русский язык, а малый был рассчитан на испаноязычных зрителей. К сожалению, все



Кадр из фильма «Темный / Освещенный»

ленты были показаны не в кинопроекции, а на DVD. Это общая проблема многих российских фестивалей – транспортировка 35-мм копий из стран Латинской Америки весьма затратна и связана с рядом проблем.

Полнометражная секция «Латинофиесты» определенно носила информационный характер и оставляла желать лучшего. Здесь можно выделить две игровые картины: экспериментальное эссе «Темный/Освещенный» (Чили, 2008) Мигеля Анхеля Видаурре и мелодраматический роуд-муви «Как это далеко» (Эквадор, 2006) Тани Эрмиды. Лента Видаурре о режиссере, который реализует свои навязчивые идеи, снимая фильм, привлечет поклонников свободных интерпретаций, в частности дигитального опуса Дэвида Линча «Внутренняя

Кадр из фильма «Как это далеко»





империя». По сравнению с «Темным / Освещенным», снятым на мобильную камеру и то и дело погружающим зрителя в пугающую тишину или утомительные разговоры, «Как это далеко» кажется весьма выверенным и дружельюбным. Это комедийная история о двух девушках, путешествующих по Эквадору автостопом, попадая в смешные ситуации и встречая чудаковатых, но добродушных местных жителей. Фильм получил ряд зарубежных призов и пару лет назад принимал уча-

Кадр из фильма «Дом с видом на море»

стие в Московском международном кинофестивале.

Короткометражная программа второй «Латинофесты» была довольно сильной. В рамках полуторачасового сеанса зритель почти наверняка заскучает на одном фильме, но в других непременно найдет что-то интересное. Тем более что основными посетителями фестивалей, экзотических в частности, являются студенты – вкусы у них менее устоявшиеся, а сознание более гибкое. Короткометражные ленты ориентированы на быструю генерацию эмоции, что в целом соответствует ритму жизни молодого горожанина. В этом смысле «Латинофеста» нашла своего зрителя – чаще всего залы заполнялись на сеансах короткого метра.

В программу вошли фильмы, уже засветившиеся на крупных киноэкранах. Мексиканская лента «Глядя на дождь» получила «Золотую Пальмовую ветвь» Каннского МКФ как лучший короткометражный фильм 2007 года. Режиссер Элиса Миллер рассказывает лирическую историю расставания

АЛЕКСЕЙ ЧЕРНЫШОВ, ПРОГРАММНЫЙ ДИРЕКТОР ФЕСТИВАЛЯ «ЛАТИНОФИЕСТА»: «ИСТОРИЯ СТРАНЫ НАКЛАДЫВАЕТ ОТПЕЧАТОК НА КИНЕМАТОГРАФ»

По какому принципу производился отбор фильмов?

Мы старались представить все латиноамериканские страны, причем так, чтобы в программе было и игровое, и документальное кино, интересное широкому кругу зрителей. На первом фестивале мы стремились показать, что Латинская Америка составляет единое кинопространство, в этом году такой цели не было. Мы хотели продемонстрировать индивидуальность каждого режиссера. Но сначала мы считали, что, скажем, кубинское кино должно быть исключительно пропагандистским, коммунистическим, а потом посмотрели и удивились, насколько все фильмы разные. Но история страны накладывает отпечаток на кинематограф: в Аргентине много фильмов про диктатуру, в Колумбии – про войну.

двух юных влюбленных. София собирается покинуть глухую провинцию и отправиться в большой город, но Хонас не готов к переезду. Парень переживает драму, делает попытку последовать за любимой, но все-таки остается в деревне, и девушка уезжает одна. История первой любви, из которой, скорее всего, ничего бы не получилось, была прервана на романтической волне, отчего кажется еще более трогательной и интимной.

Тема обреченной любви есть и в картине аргентинца Гонсало Тобала «Похоже, теперь все довольны» (2007), удостоенной премии Cinefondation на Каннском МКФ. Но подоплека любовных отношений здесь уже не так безобидна. По проселочным дорогам едут двое любовников – 43-летний мужчина и девочка-подросток, выдающие себя за отца и дочь, а в это время по всей стране полиция разыскивает школьницу, сбегавшую со своим учителем. Тема решена дебютантом тактично, без натурализма и не без человеческой интонации. Главный герой вызывает сочувствие и



Кадр из
фильма
«Желание»

оказывается доволен финалом, когда его арестовывают и бессмысленный бег наконец-то заканчивается.

Мексиканская картина «Желание» Мари Бенито была номинирована на «Золотую Пальмовую ветвь» за лучший короткометражный фильм 2008 года. Лента, в которой 50-летняя Анна, брошенная мужем, заново выстраивает свою интимную жизнь, отсылает к творчеству Катрин Брейя, представительницы женского экстремизма в авторском французском кино. Поэтому

Как вы находите латиноамериканские фильмы?

В Интернете, по базам фестивалей, используем свои контакты в регионе. Практически все, к кому мы обращаемся, с радостью откликаются и присылают свои фильмы.

Какие тенденции развития кино Латинской Америки вы наблюдаете?

Оно становится более доступным для широких слоев населения. Снимают много малобюджетных фильмов. В Чили, например, молодые режиссеры делают отличные картины за небольшие деньги и участвуют с ними в фестивалях. Но кино там не считают элитарным искусством.

А как обстоят дела с национальным прокатом этих фильмов?

Есть замечательная чилийская лента «Мамочка, я тебя люблю» Элизы Элиаш (мы покажем ее на следующем фестивале). Эту сложную для восприятия малобюджетную картину показывали в тридцати кинотеатрах Сантьяго в течение нескольких месяцев. Для кино нет преград, и это сейчас наглядно демонстрирует Латинская Америка.

Фестивальные ленты можно будет увидеть в других городах России?

В прошлом году часть фильмов фестиваля была показана в Санкт-Петербурге. А в мае нынешнего года сборную программу из латиноамериканских и балканских фильмов мы показывали в Кемерово.



фильм, скорее, интересен чувственным исполнением главной роли, нежели оригинальностью темы.

Кадр из
фильма
«Аманда»

Заметным событием фестиваля стала панорама микрофильмов мексиканца Пепе Каудильо, 34-летнего архитектора, снимающего свои фильмы при поддержке Нью-Йоркской киношколы. Ленты, снятые в основном в черно-белой гамме и на 16-мм пленке, обладают сюжетным лаконизмом и отсутствием унылой аморфности, свойственной дилетантским работам. В нескольких сценах автор успевает рассказать эффектную, запоминающуюся историю о похищении людей («Из-за какой-то сучки»), измене («Вращаться»), семейном терроре («Аманда»), результате неразборчивости в связях («Шелк»). Но, невзирая на обилие жестокости, здесь также есть юмор и мораль.

Лучшим в короткометражной программе стал фильм, доказывающий, что не социальная и гендерная политика, а только ставка на чистоту и оригинальность киноязыка способна обеспечить картине хорошую репутацию. «Я слышу твой крик» (Аргентина-Парагвай, 2008) впервые была представлена дебютантом Пабло Ламаром в программе «Неделя критики» прошлогоднего Каннского МКФ. Она снята в стиле своеобразного театра теней, когда зритель видит четкие силуэты персонажей и декораций, но не различает лица и детали. Мимо деревенской хижины на холме идет похоронная процессия, которая сливается с очертанием сельского ландшафта и разбавляется звуками природы. Выпускник киноуниверситета Буэнос-Айреса нехитрыми средствами добивается достоверности показанной на экране трагедии.

В большей степени «Латинофиеста» уделяет внимание молодому латиноамериканскому кино, не востребованному среди отборщиков и букеров, а между тем здесь порой встречаются оригинальные кинематографические высказывания. Но в ближайшее время ситуация вряд ли изменится, так что конкуренция «Латинофиесте» не грозит. Будем надеяться, что символ фестиваля в виде окрашенного в радужные цвета воздушного шара принесет поклонникам экзотических кинематографий еще немало свежих и оригинальных работ.

КУДА ОБРАТИТЬСЯ:

Творческая группа Latinofiesta

Тел.: +7 (903) 789-24-31. E-mail: latinofilm2008@gmail.com

Государственный центральный музей кино

Тел.: +7 (916) 857-43-90. www.museikino.ru

Институт Латинской Америки РАН. Отдел международных и межведомственных связей

Тел.: +7 (495) 953-46-39

ИНТЕРЕСНЕЕ, ЧЕМ ЖИТЬ

В ПЕРВЫЕ ГОДЫ ПЕРЕСТРОЙКИ БЫТОВАЛА ТАКАЯ ФРАЗА: «ЧИТАТЬ ГАЗЕТЫ И СМОТРЕТЬ ТЕЛЕВИЗОР ИНТЕРЕСНЕЕ, ЧЕМ ЖИТЬ». ВЕТЕР АПРЕЛЬСКОГО ПЛЕНУМА ЦК КПСС 1985 ГОДА ЗАДУВАЛ НА ГАЗЕТНЫЕ ПОЛОСЫ И ТЕЛЕВИЗИОННЫЕ ЭКРАНЫ ВСЕ НОВЫЕ И НОВЫЕ ОТКРОВЕНИЯ. НЕ МИНОВАЛА СЯ ЧАША И КИНЕМАТОГРАФ. |**Михаил Фридман**|

То, что впервые увидели на экране простые советские люди, вызвало шок. Неигровое кино, как наиболее оперативное, первым обрушило на зрителя новое содержание. Там появились герои, о которых старый кинематограф, игровой и документальный, не мог и мечтать. Серийный убийца, ожидающий в тюремной камере смертного приговора. Умиравший наркоман, исповедующийся перед кинокамерой в минуты просветления. Валютная проститутка с внешностью невинной комсомолки, рассказывающая о своей профессии. А вскоре появился и первый игровой фильм – «Интердевочка», собравший рекордное количество зрителей. То, что сегодня не вызывает у большинства людей ничего, кроме брезгливой скуки, тогда казалось невероятным. Чтобы героиней художественного фильма стала не прославленная ткачиха или доярка, не простая сельская медсестра или учительница, а представительница древнейшей профессии – такого в советском кино еще не было.

Страна Советов впервые жила по написанному правилу: «Что не запрещено, то разрешено». Даже опытные цензоры, натасканные на «запрещать и не пущать», ослабили хватку – ведь партия провозгласила перестройку и гласность. Режиссерам не верилось, что теперь можно снимать правду про современную армию, про фальшь и цинизм комсомольской элиты, про сельскую жизнь без прикрас. Одна за другой стали выходить картины, так мало похожие на прежние пафосные советские ленты. В фильме «Караул» речь шла о «неуставных» отношениях в армии, когда постоянное унижение молодых старослужащими оборачивается трагедией. «ЧП районного масштаба» представляло собой хронику нескольких дней из жизни райкома комсомола начала 1980-х. Были

здесь и поспешный прием в комсомол подростков ради улучшения статистики, и бурные попойки в сауне по случаю ухода на повышение первого секретаря. А в киноповести «Трудно первые сто лет» о советской деревне в период распада колхозного строя показали каждодневную жизнь молодой доярки с тяжелой, изматывающей работой, с пустыми прилавками магазина, с цветным телевизором, на экране которого мелькают звезды зарубежной эстрады, с работягой мужем, рвущим жилы на строительстве нового дома, с ночной «любовью» наскоро, наспех.

Перестроечное кино и пугало, и притягивало советского зрителя своей открытостью и новизной. У воспитанного на идейных, целомудренных и высоконравственных фильмах человека, которому жгучий поцелуй казался непристойным, а грубое слово – матерным, перестроечное кино получило определение «чернуха». В новой кинематографической эстетике положительный герой был забыт, мат стал нормой, а голых тел на экране было, как в бане.

На авансцену вышли и новые герои – бандиты, воины-афганцы, не нашедшие себя в мирной жизни, киллеры и бизнесмены. Вместе с ними из подполья вышел рок, зазвучали песни полузапрещенных до этого групп – «Кино», «Аквариум», «ДДТ», «Алиса». С появлением таких фильмов, как «АССА», «Трагедия в стиле рок», «Игла», рок-музыка стала частью нового кино.

Почти все эти фильмы вышли на экран в 1988 году, практически в самый разгар перестройки. Разумеется, ими не исчерпывается отечественный кинорепертуар того смутного времени, тем более что никогда раньше в СССР не выпускалось столько фильмов в год (в 1990 году их количество перевалило за 400). Первым не выдержал перестройки советский кинопрокат и раз-

валился окончательно Денег на покупку хорошего западного кино у советского государства не было, а на отечественные картины зритель не шел. Последними кассовыми фильмами стали «Маленькая Вера» и «Меня зовут Арлекино», вошедшие в тройку лидеров 1988 года.

ВОЛКИ СБИВАЮТСЯ В СТАИ

Есть некая несправедливость в том, что среди множества фильмов прошлых лет, часто показываемых по телевизору, так редко появляется «Меня зовут Арлекино». Возможной причиной может быть то, что он снимался на киностудии «Беларусьфильм», принадлежащей ныне другому государству. Фильм пользуется популярностью у современной молодежи. Судя по отзывам в Интернете, он выигрывает даже у «Маленькой Веры», безусловно, самой знаменитой перестроечной картины. Эти ленты действительно легко сопоставимы: обе наглядно показали жизнь молодежи в провинциальных городах конца 1980-х.

«Меня зовут Арлекино» был снят по пьесе «Ловушка 46, рост второй» Юрия Щекочихина, безвременная смерть которого в 2003 году до сих пор остается тайной. Этот драматург и писатель главным образом был известен как журналист, разоблачавший коррумпированных чиновников высокого ранга и милицмейских начальников, связанных с криминальными структурами. В фильме дебютировал ныне очень популярный актер Олег Фомин. Его фактура, выдвинутая вперед нижняя челюсть и глаза, полные тоски,

очень подходили герою, который в минуту откровения признается: «На меня иногда находит, будто зверь во мне...» Этот одинокий волк по недоразумению оказался в стае и стал ее вожаком. Молодой режиссер Валерий Рыбарев, снявший к тому времени несколько документальных и игровых фильмов о подростках, хорошо знал молодежную тему и, взяв за основу пьесу Щекочихина, написал сценарий о детях люмпенов, обозленных на весь свет юнцах, живущих в бедном городском предместье.

На месте своего обитания сбившиеся в стаю волчата устанавливают свой нехитрый порядок. Шумными ватагами они ездят на электричках в город, где насильно остригают панков, отлавливают юных наци и срывают с них сережки со свастикой, идут стеной на «деловых», тех, кто ездит на собственных, а точнее папиных, машинах. «Арлекино» и его друзья по-детски самоутверждаются в противостоянии взрослому миру и классово ненавистным советским «буржуйам» и их отпрыскам.

Этот фильм, вышедший в марте 1988 года, хоть и собрал большую зрительскую аудиторию, к декабрю был почти забыт, вытесненный потоком похожих лент. В них с разной степенью мастерства и таланта было показано уходящее безвременье, названное эпохой застоя. Но, как ни странно, время пошло на пользу фильму «Меня зовут Арлекино» и вернуло его нынешним молодым зрителям, которые идентифицируют себя с его героями. Так же как «Арлекино» и его компания, они воюют с «фашишками», «скинами», классово ненави-



МАЛЕНЬКАЯ ВЕРА

автор сценария МАРИЯ ХМЕЛИК
режиссер ВАСИЛИЙ ПИЧУЛ
оператор ЕФИМ РЕЗНИКОВ
художник ВЛАДИМИР ПОСТЕРНАК
композитор ВЛАДИМИР МАТЕЦКИЙ
в ролях: НАТАЛЬЯ НЕГОДА, АНДРЕЙ СОКОЛОВ, ЮРИЙ НАЗАРОВ, ЛЮДМИЛА ЗАЙЦЕВА, АЛЕКСАНДР НЕГРЕБА, АЛЕКСАНДРА ТАБАКОВА, АЛЕКСАНДР ЛЕНЬКОВ
Киностудия имени М. Горького, 1988, цв., 135 мин.
За год проката фильм посмотрело 56 млн зрителей.

дят детей олигархов и власть имущих. И так же, как неулыбчивый, упрямый «Арлекино» с волчьей тоской в глазах, понимают, что легкой жизни у них не будет, но отчаянно верят, что все преодолению.

ГЛАВНАЯ ГЕРОИНЯ ЭПОХИ ПЕРЕСТРОЙКИ

Самый знаменитый фильм перестроечного времени «Маленькая Вера» поразила своей новизной в решении набившей оскомину темы рабочего класса. До этого привычными были панорамы утренних зорек с розоватой дымкой заводских труб, веселые людские толпы, бодро шагающие к проходным под маршевые песни. И вдруг вместо позитива на экране мутное небо, вросшие в пыльную землю убогие постройки из треснутого бетона и ржавого железа, серый дым заводских труб. Все это пронизано душевной тоской провинциального города. Здесь живет простая советская семья – отец, мать и двое детей, сын и дочь. Папаша «до смерти работает, до полусмерти пьет» и с трудом соображает, что происходит вокруг, но, как бы на всякий случай, агрессивен и жесток и к близким, и к соседям. Мать смиренно и кротко терпит издевательства мужа, неистово хлопочет по хозяйству на своих шести сотках, с которых собраны и закатаны в банки огурцы и помидоры на зиму. Прекрасно себя чувствует в родном семейном болоте взрослый женатый сын, жадноватый и злобный провинциал. И семнадцатилетняя Вера живет так же, как все, как привыкла с детства, мало обращая

внимания на постоянные склоки и пьяные крики в семье, на привычные родительские запреты и предостережения. Она, конечно, курит, выпивает, любит погулять допоздна, попрыгать до одури на танцах и не прочь провести ночь со случайным знакомым.

Эта недавняя старшеклассница тоже оказалась крайне непохожей на знакомый образ советской девушки своей вульгарностью, наглостью и жадной жизни. Когда ей выпадет счастье настоящей любви (во всяком случае, так ей кажется), от радости она орет в темноту спящих домов: «Сереза, я тебя люблю!» – и не стесняется проявлять свои чувства. Не случайно, обсуждая фильм, критики в первую очередь вспоминали сексуальную сцену (вполне невинную по сравнению с сегодняшними) и считали ее неслыханной дерзостью создателей. Но не замечали главного: «Маленькая Вера» была примечательна тем, что породила новый стиль повествования, к сожалению, не оцененный критикой и не подхваченный никем. Он не сводился ни к пресловутой «чернухе», ни к откровенной «порнухе». Удивительно профессиональный, живой фильм стал подлинным социальным романом, художественным доказательством полного провала социалистического эксперимента над людьми.

Наблюдая за событиями картины, зритель вздыхал и соглашался: «Да, это и есть наша жизнь...» И надеялся, что теперь все будет по-другому. Наивность этих надежд показали следующие двадцать лет.

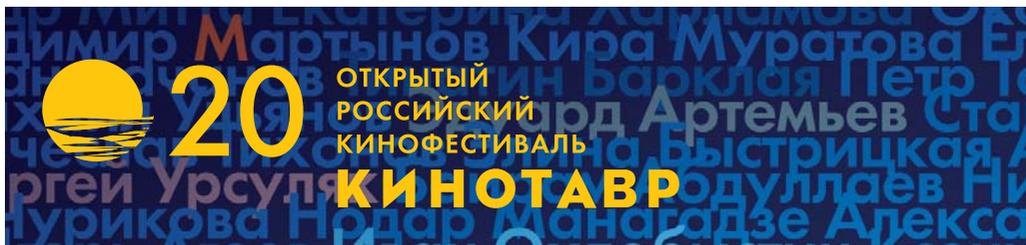
МЕНЯ ЗОВУТ АРЛЕКИНО

авторы сценария ЮРИЙ ЩЕКОЧИХИН, ВАЛЕРИЙ РЫБАРЕВ
режиссер ВАЛЕРИЙ РЫБАРЕВ
оператор ФЕЛИКС КУЧАР
художник ЕВГЕНИЙ ИГНАТЬЕВ
композитор МАРАТ КАМИЛОВ

в ролях: ОЛЕГ ФОМИН, СВЕТЛАНА КОПЫЛОВА, ЛЮДМИЛА
ГАВРИЛОВА, ВЛАДИМИР ПОЖИДАЕВ, СТАНИСЛАВ
ПШЕВОЛОЦКИЙ, ИГОРЬ КЕЧАЕВ, ИГОРЬ СОРОКИН
«Беларусьфильм», 1988, цв., 134 мин.

За год проката фильм посмотрело 39,4 млн зрителей.





ВРЕМЯ НАЧИНАТЬ НОВУЮ ЖИЗНЬ

САМЫЙ КРУПНЫЙ ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ ФЕСТИВАЛЬ «КИНОТАВР» ОТМЕЧАЕТ В ИЮНЕ СВОЙ ЮБИЛЕЙ. «КИНОМЕХАНИК» ПРЕДСТАВЛЯЕТ ФИЛЬМЫ ОСНОВНОЙ ПРОГРАММЫ ГЛАВНОГО КИНОСМОТРА.

[Ольга Галицкая, Анна Гудкова]

Двадцать лет назад, в 1990 году, никто не мог и предположить, что «Кинотавр» станет со временем крупнейшим ежегодным кинособытием. Он появился на свет в скромном подмосковном Подольске, где продюсер Марк Рудинштейн решил провести фестиваль некупленного кино. Многие фильмы в то время и впрямь покупать было некому и показывать негде. На обломках тогдашнего кинопроката и возник отважный «Кинотавр» – чтобы кинематографисты могли выжить, не потерять охоту делать кино и, вообще, «чтоб не пропасть по одиночке». В 1991 году «Кинотавр» перебрался в Сочи, поближе к солнцу и морю, где можно было забыть на время обо всех проблемах и смотреть новинки отечественного кино. Тогда фестиваль делил конкурсные картины на две неравные части – «Кино для всех» и «Фильмы для избранных».

Свой юбилейный день рождения «Кинотавр» встречает, когда на дворе кризис и, похоже, опять настали трудные времена для всех, кто участвует в кинопроцессе. Тем не менее программа собрана и в ней только премьеры. Теперь у конкурса новый имидж. «Кинотавр» пробует предложить всем фильмы для избранных, то есть приглашает внимательнее взглянуть на авторское кино и оценить его перспективы. Маленькие бюджеты и авторский подход в эпоху кризиса становятся аргументами за, а не против кинопроката. Причем в основном это работы совсем молодых творцов. Многие, как, скажем, Алексей Мизгирев («Бубен, барабан»), Игорь

Волошин («Я»), начинали на «Кинотавре» с программы короткого метра. Есть и уже известные режиссеры, такие как Андрей Прошкин-мл. («Миннесота») и Борис Хлебников («Сумасшедшая помощь»), и никому пока неведомый дебютант Клим Шипенко («Непрощеные»). Из режиссеров – конкурсантов постарше – можно назвать Веру Сторожеву («Скоро весна»), Ивана Дыховичного («Европа–Азия»), Сергея Снежкина («Похороните меня за плинтусом»), Ларису Садилову («Сынок»). В конкурсе 2009 года представлено кино, выросшее из популярного направления «Театр. Дос». Это «Кислород» Ивана Вырыпаева, «Волчок» – режиссерский дебют драматурга Василия Сигарева. Фильм «Сказка про темноту» любимца Каннского фестиваля Николая Хомерики.

Несмотря ни на что, кино продолжает жить. «Кинотавр» тому свидетель. Вполне вероятно, что именно теперь у авторского кино появилась возможность выйти за рамки фестивальных просмотров. Большие бюджеты на какое-то время станут редкостью, а зрители, уставшие от похожих друг на друга блокбастеров, захотят увидеть что-то по-настоящему оригинальное. Благодаря «Кинотавру» им будет из чего выбрать. При условии, конечно, что кризис заставит прокат стать более гибким и мобильным, вынудит искать новые способы привлечения аудитории, научит работать с новыми формами и проявлениями авторских идей в отечественном кино. Тогда у этого нового кино есть шанс быть увиденным в кинотеатрах.



Автор сценария:
АЛЕКСЕЙ МИЗГИРЕВ
Режиссер:
АЛЕКСЕЙ МИЗГИРЕВ
В ролях:
НАТАЛЬЯ НЕГОДА,
ДМИТРИЙ КУЛИЧКОВ,
ЕЛЕНА ЛЯДОВА

Производство:
студия «Итака-фильм»
по заказу ЦПШ
Дистрибьютор:
CP Classics

105 мин.

45-летняя библиотекарша Катя, уже отчаявшаяся найти счастье в личной жизни, неожиданно заводит роман с заезжим морячком. Собирается с возлюбленным поселиться в новой квартире, доставшейся ей по наследству, и наконец обрести то, о чем так долго мечтала. Но ветреный моряк внезапно увлекся Катиной подружкой. Под руинами так и не сбывшегося счастья Катя замышляет страшную месть – она готова стать заказчицей убийства...

БУБЕН, БАРАБАН СОЦИАЛЬНАЯ ДРАМА

На вопросы «Кинемеханика» отвечает режиссер АЛЕКСЕЙ МИЗГИРЕВ

Чем вас привлекли тема и сюжет фильма?

Это фильм о том, что творилось в головах у людей в тот страшный период, когда после распада страны они только-только начали осваиваться в новой жизни, а на них обрушился дефолт, наступил финансовый крах. Фильм о трансформации морали и покореженных судьбах. Я считаю, что это необходимый в кино жанр – социальная драма. А вот исполнитель роли Катиного мужчины, Дмитрий Куличков, убежден, что наш фильм настоящая трагедия, не уступающая классическим образцам этого жанра.

Основную ставку я делал на артистов, они замечательные. Я счастлив, что в центральной роли снялась Наталья Негода. Все помнят ее по главному перестроечному хиту «Маленькая Вера». Она выдающаяся актриса, которую мы, к сожалению, очень долго не видели на экране.

Каков бюджет фильма?

Бюджет у нас невелик – около полутора миллионов долларов.

На какую аудиторию, на ваш взгляд, рассчитана картина?

Аудитория у фильма может быть очень большой. Во-первых, у нас есть настоящая звезда – Наталья Негода, многих привлечет ее имя. Она играет взрослую, самостоятельную женщину с трудной судьбой и сильным характером. Таких в жизни много, а в нашем кино они почти не встречаются. Это тоже должно привлечь аудиторию. Да и вообще, это фильм про реальную, окружающую жизнь – немало людей себя в нем узнают.

Как вы оцениваете прокатные перспективы картины?

Прокатом будет заниматься ЦПШ, они знают в этом толк и, уверен, сделают все правильно.

Как вы будете строить рекламную кампанию?

То же самое могу сказать о рекламной кампании.

КОММЕНТАРИЙ «КИНОМЕХАНИКА» Алексей Мизгирев, можно сказать, питомец «Кинотавра». Первый успех ему выпал на этом фестивале в программе короткого метра. Затем, как и полагается крупным фестивалям, «Кинотавр» стал следить за судьбой «своего» режиссера и показывать его новые фильмы. Первая полнометражная картина Мизгирева «Кремень» была отмечена призом уже в большом конкурсе. Вторую работу – «Бубен, барабан» – режиссер делал с новыми продюсерами, но первый продюсер – Сергей Сельянов в этом году выступает председателем жюри. Возможно, это дает Алексею Мизгиреву некий дополнительный шанс. В фильме сыграли хорошие и уже известные артисты – Елена Лядова, Дмитрий Куличков. Однако самым большим козырем для прокатчиков, несомненно, является участие в фильме Натальи Негоды. Ее «Маленькую Веру» посмотрело 50 млн зрителей.



ВОЛЧОК ЭКЗИСТЕНЦИАЛЬНАЯ ДРАМА

На вопросы «Киномеханика» отвечает продюсер РОМАН БОРИСЕВИЧ

Чем вас привлекли тема и сюжет фильма?

С самого начала мне очень понравился сценарий, я решил его купить, затем мы познакомились с Василием Сигаревым и я абсолютно поверил в его потенциал. Этот фильм – настоящее явление искусства. Василий Сигарев абсолютно не конъюнктурен, не фальшив, ему безразличны какие-то внешние вещи, он полон искренности, душевности – таких людей крайне мало.

Каков бюджет фильма?

Для дебютного кино у «Волчка» бюджет чрезвычайно приличный. Если бы мы начинали его снимать сейчас, он уже сократился бы процентов на 30–40. Почти весь фильм мы отсняли в прошлом году, а вот на досъемках вся группа уже работала бесплатно.

На какую аудиторию, на ваш взгляд, рассчитана картина?

Аудитория – та, о которой снят фильм. Плюс «продвинутые» театралы, любители «Театра.Дос», которые хорошо знают драматурга Василия Сигарева.

Как вы оцениваете прокатные перспективы картины?

Переговоры еще идут, но мы хотели бы, чтобы прокатом занималась новая компания Натальи Мокрицкой. После конкурса «Кинотавра», мы надеемся, «Волчок» попадет и на крупнейшие европейские фестивали – интерес со стороны отборщиков уже довольно серьезный. Но для меня в нынешней ситуации важнее попробовать протолкнуть и раскрутить картину и саму личность режиссера прежде всего на внутреннем рынке. Призы зарубежных фестивалей для меня не являются основным ориентиром. Мне кажется, что «Кинотавр» более весом и значителен для наших картин. После этого фестиваля фильмы не остаются незамеченными.

Как вы будете строить рекламную кампанию?

Мы сейчас только начинаем обсуждать рекламную кампанию. Хотим, чтобы реклама была не массивной, но заметной, рассчитанной именно на понимающего отечественного зрителя. Бюджет кампании – ориентировочно от \$50 до \$100 тыс. (при релизе около 30 копий этого вполне достаточно). В идеале нам хотелось бы собрать примерно столько, сколько собрал «Груз 200», – вот такую ставим перед собой задачу максимум, чтобы было к чему стремиться. Мы не собираемся побивать рекорды проката – для этого, возможно, Сигарев снимет другую картину, у которой гораздо больше предпосылок для того, чтобы собрать народ. Но о ней пока говорить рано, режиссер ее только обдумывает.

КОММЕНТАРИЙ «КИНОМЕХАНИКА» Василий Сигарев – фигура в некотором смысле культовая. Его пьесы поставлены не только в крупнейших российских театрах, но и в Европе, причем каждая постановка становится подлинным событием в культурной жизни. Событием для синефилов становится также практически каждый фильм, снятый в компании «Коктебель» Романа Борисевича. «Волчок» – четвертый фильм компании (первыми стали, соответственно, сам фильм «Коктебель» Хлебникова и Попозребского, затем были «Простые вещи», «Свободное плавание», недавняя «Сказка про темноту» Николая Хомерики). Каждая из картин становилась фестивальным фаворитом года, но не приносила большого финансового успеха. Вероятность, что та же участь уготована и «Волчку», весьма велика. Но если за фильм возьмется молодой амбициозный прокатчик с нетривиальной концепцией продвижения и росписи картины – вполне возможно, что картина достигнет гораздо более удачного результата, нежели ее предшественники.

Автор сценария:
ВАСИЛИЙ СИГАРЕВ

Режиссер:
ВАСИЛИЙ СИГАРЕВ

В ролях:
ЯНА ТРОЯНОВА,
ПОЛИНА ПЛУЧЕК

Производство:
«Коктебель»
при поддержке ЦПШ
Дистрибьютор:
не определен

72 мин.

Шестилетняя девочка живет с одинокой, озлобленной матерью – женщиной с неудавшейся личной судьбой. Вернувшись из тюрьмы, мать дарит дочке маленькую разноцветную игрушку – Волчка. Это имя как нельзя лучше подходит к самой девочке.

Она могла бы вырасти настоящим волком, если бы не ее преданная, глупая любовь к своей беспутной матери. А та даже не замечает всеобъемлющей любви ребенка, пока не становится слишком поздно...



По одноименной пьесе
 БРАТЬЕВ ПРЕСНЯКОВЫХ
Режиссер:
 ИВАН ДЫХОВИЧНЫЙ
В ролях:
 ТАТЬЯНА ЛАЗАРЕВА,
 ОЛЬГА МЕДЫНИЧ,
 ДМИТРИЙ ДЫХОВИЧНЫЙ

Производство:
 компания «МируМир»
Дистрибьютор:
 не определен

84 мин.

Прямо на границе между Европой и Азией работают артистичные мошенники, которые действуют филигранно, цинично, не боясь риска. Сюжет разрастается мощными, упругими кольцами и постепенно вовлекает в свой нескончаемый вихрь самых неожиданных персонажей – рекламщиц и политехнологов, китайцев и венгров, милиционеров и бандитов, нищих детей без определенной национальности, а также иностранных туристов – выходцев из России, ностальгирующих по когда-то покинутой Родине.

ЕВРОПА – АЗИЯ ЭКСТРАВАГАНТНАЯ КОМЕДИЯ

На вопросы «Кинемеханика» отвечает продюсер ГЛЕБ ШАГУН

Чем вас привлекли тема и сюжет фильма?

Проект необычный, этим и привлекателен. Поиски жанра в отражении современной жизни – очень творческая и увлекательная задача.

Каков бюджет фильма?

Мы планировали создать высококачественный продукт за адекватные деньги. Это нам удалось. Съемки завершились год назад, так что кризис нас, к счастью, не коснулся. На мой взгляд, нам удалось сохранить баланс между качеством и хорошими финансовыми показателями.

На какую аудиторию, на ваш взгляд, рассчитана картина?

Наша аудитория – это люди, которым не чуждо чувство юмора и самоиронии. Такие свойства можно встретить во всех возрастных группах – главное, чтобы они были.

Как вы оцениваете прокатные перспективы картины?

Прокатная судьба картины еще не определена, пока нас больше интересуют фестивали.

Как вы будете строить рекламную кампанию?

Главное достоинство «Европы–Азии» – звездный состав актеров. Здесь большое количество популярных «медийных лиц». Отменно хорош отлично написанный сценарий братьев Пресняковых. И, конечно, имя режиссера должно привлечь зрителей. Так что возможностей для продвижения фильма достаточно.

КОММЕНТАРИЙ «КИНОМЕХАНИКА» У фильмов Ивана Дыховичного всегда своя, пусть не слишком большая, но стабильная аудитория, которая непременно отправится посмотреть его новую картину. Сейчас Иван Дыховичный – еще и телеперсона, он комментатор кинопоказа на телеканале «Домашний». Возможно, этот факт привлечет к релизу внимание дополнительной аудитории, к его оценкам фильмов зрители привыкли прислушиваться. Кроме того, «Европа–Азия» – комедия, что само по себе плюс. Те, кто помнит «Копейку», растащенную на цитаты, наверняка оценят и новый эксперимент режиссера в жанре фарса. Но в целом можно предположить, что прокатные и коммерческие результаты картины вряд ли выйдут за рамки обычного артхаусного релиза (предыдущий фильм режиссера собрал в 2006 году чуть более \$150 тыс. – не худший, но и далеко не лучший результат для этой ниши). Однако, по слухам, исчезнувшая с кризисом компания Александра Мамута «МируМир» передала права на картину Первому каналу. И если его прокомкампанией сочтет нужным заняться Константин Эрнст, результаты могут быть самыми неожиданными и эффектными.



КИСЛОРОД КИНОМАНИФЕСТ

На вопросы «Киномеханика» отвечает продюсер ВАДИМ ГОРЯИНОВ

Чем вас привлекли тема и сюжет фильма?

Во-первых, гениальность текста, во-вторых, талант режиссера, в-третьих – вера в коммерческий потенциал картины.

Каков бюджет фильма?

Бюджет составил \$3 млн, так что перспективы возврата из-за кризиса весьма сомнительны. Но, если учитывать, например, что фондовый рынок упал в 5 раз, то на этом фоне вложения в фильм окажутся сопоставимо прибыльными.

На вопросы «Киномеханика» отвечает руководитель прокатного отдела киноторговой компании «Волга» СЕРГЕЙ БОНДАРЕВ

На какую аудиторию, на ваш взгляд, рассчитана картина?

Во-первых, на целевую аудиторию от 18 до 25 лет. Этим зрителям, наверняка, будут интересны романтико-трагические взаимоотношения провинциального парня и московской девушки. Во-вторых, мы надеемся на продвинутых зрителей – тех, кому будет интересен новый проект режиссера «Эйфории», кто хорошо знаком с именем Ивана Вырыпаева как одного из вдохновителей мощного театрального движения нулевых «Новая драма». В-третьих, сам текст знаменитой пьесы имеет потенциал привлечь внимание нового интеллектуального пласта кинотеатральной аудитории, обычно не интересующегося отечественным кино.

Как вы оцениваете прокатные перспективы картины?

Для ответа на вопрос, в том числе о количестве копий, нам необходимо мнение киносетей. Его мы получим в июне. Пока загадывать не будем, но надеемся, что за цифру, традиционную для авторских российских проектов, удастся выйти далеко.

Как вы будете строить рекламную кампанию?

«Кислород» – своего рода «вещь в себе», некоторый мощный визуально-экзистенциальный опыт. И пережить этот опыт, впустить провокационные утверждения текста фильма в свое сознание, подвергнуть перезагрузке свою систему координат интересно предложить аудитории. Зритель ждет проектов, способных «взорвать ему мозг». Главное – правильно сориентировать зрителей и с помощью рекламной кампании убедить, что их ждет уникальное произведение. А рекламный бюджет будет оптимальным и сбалансированным.

КОММЕНТАРИЙ «КИНОМЕХАНИКА» Три года назад имя Ивана Вырыпаева, до того известного только театрам, было на слуху у каждого уважающего себя киномана в связи с его ярким кинодебютом – фильмом «Эйфория», премьера которого прошла в свое время на «Кинотавре». Затем картина получила приз на крупнейшем международном кинофестивале в Венеции. Так как судьбой «Эйфории» занялся лично Александр Роднянский, фильм получил значительную рекламную поддержку на канале СТС и собрал вполне неплохую для своего рыночного сегмента кассу. У творческих поисков Ивана Вырыпаева немало поклонников не только в России, но и в Европе, его пьесы с успехом идут в театрах 17 стран. Особенно этого драматурга и режиссера любят в Польше, откуда родом главная актриса «Кислорода», нынешняя жена Вырыпаева – Каролина Грушка. Наши зрители помнят ее по роли капитанской дочки в «Русском бунте» Александра Прошкина. Для зрителей, равнодушных к современному искусству, привлекательными будут имена режиссера, актрисы и название модной, актуальной пьесы, ее язык и авангардная форма фильма «Кислород».

Автор сценария:
ИВАН ВЫРЫПАЕВ
Режиссер:
ИВАН ВЫРЫПАЕВ
В ролях:
КАРОЛИНА ГРУШКА,
АЛЕКСЕЙ ФИЛИМОНОВ

Производство:
киностудия
«Красная Стрела»
Дистрибьютор:
киноторговая компания
«Волга»

75 мин.

Сюжет построен на основе десяти вечных библейских заповедей. Только их авторская интерпретация может порой шокировать, потому что каждая преломляется в криминальной современной истории.

...Санек из подмосковного городка встретил на Пушкинской площади девушку Сашу и, чтобы остаться с ней и «надышаться ее кислородом», убил свою скучную жену лопатой...



Автор сценария:
АЛЕКСАНДР МИНДАДЗЕ

Режиссер:
АНДРЕЙ ПРОШКИН

В ролях:
СЕРГЕЙ ГОРОБЧЕНКО,
АНТОН ПАМПУШНЫЙ,
АННА УКОЛОВА,
АЛЕКСЕЙ ШЕВЧЕНКОВ,
АНДРЕЙ АВЕРЬЯНОВ,
ВИТАЛИЙ ХАЕВ

Производство:
студия «Тан-фильм»
по заказу ЦПШ

Дистрибьютор:
CP Classics

100 мин.

Два брата живут в провинции. Один из них – звезда местной хоккейной команды. Другой – его скромная и до поры незаметная тень. Один брат восхищается другим, тот в ответ принимает это поклонение как должное. Оба мечтают вырваться из провинциальной рутин. Шанс предоставляется, когда талантливому хоккеисту предлагают контракт в Америке...

МИННЕСОТА СПОРТИВНАЯ ДРАМА

На вопросы «Киномеханика» отвечает режиссер АНДРЕЙ ПРОШКИН

Чем вас привлекли тема и сюжет фильма?

Для меня были самыми интересными отношения двух братьев. Разная психология и противоположные характеры – притом что между ними крепкая связь, кровное родство и взаимная привязанность. Один – по натуре лидер, другой – ведомый. Один – экстраверт, обращенный к внешней стороне жизни, другой – углубленный в себя интроверт. Важно и то, что они причастны к спорту, это помогает лучше раскрыть внутренние проблемы и общественные конфликты. Можно сказать, что меня увлек замысел замечательного мэтра отечественной кинодраматургии Александра Миндадзе.

Каков бюджет фильма?

Бюджет на картине скромный. Мы уложились в сумму до полутора миллионов долларов.

На какую аудиторию, на ваш взгляд, рассчитана картина?

Прекрасная драматургия, талантливые, красивые артисты в ролях двух братьев – Сергей Горобченко и Антон Пампушный – позволяют предположить, что целевая аудитория большая. Сюжет ленты также может быть интересен многим. Плюс тема спорта привлечет любителей и профессионалов.

Как вы оцениваете прокатные перспективы картины?

Прокатные перспективы будут оценивать профессионалы из ЦПШ и сделают это, думаю, пообщавшись с коллегами на рынке и фестивале.

Как вы будете строить рекламную кампанию?

Для рекламной кампании важно подчеркнуть тему спорта и то, что герои пытаются преодолеть рутину провинциальной жизни. Но здесь опять-таки решающее слово за ЦПШ.

КОММЕНТАРИЙ «КИНОМЕХАНИКА» Андрею Прошкину удастся снимать кино, привлекательное для молодой аудитории. Успехом пользовался его фильм «Игры мотыльков». Если его новую работу поддержать грамотной стратегией продвижения и рекламными вложениями, можно надеяться на достойный коммерческий прокат. Уровень его режиссуры и умение работать с артистами, которые нравятся преимущественно молодым зрителям, вполне надежны, чтобы продюсер мог надеяться на успех не только на фестивалях, но и в кинотеатрах.



СЫНОК СЕМЕЙНАЯ ДРАМА

На вопросы «Киномеханика» отвечает режиссер ЛАРИСА САДИЛОВА

Чем вас привлекли тема и сюжет фильма?

Это картина о родителях и детях. О том, что мы часто сами виноваты в том, что происходит с нашими детьми. Подтолкнула меня к созданию фильма история, которая произошла между моей подругой, живущей в Америке, и ее 15-летним сыном. Да и, вообще, каждому, наверное, приходилось сталкиваться с подобными проблемами, когда трудно находить общий язык с ребенком и сделать так, чтобы и он тебя понял.

Каков бюджет фильма?

Бюджет небольшой – около миллиона. Но в работе мы выложились по максимуму.

На какую аудиторию, на ваш взгляд, рассчитана картина?

Мне кажется, что этот фильм более всего из того, что я снимала, годится для коммерческого проката именно потому, что сегодняшняя аудитория кинотеатров и есть аудитория моего фильма. Герои – 17-летние ребята, значит, и зрителям этого возраста будет интересно смотреть кино. Отца изумительно сыграл Виктор Сухоруков, у него такой роли еще не было – это оценят зрители постарше. Ну и тема должна сработать, она касается буквально всех: речь об отношениях в семье. Надо только, чтобы зрители узнали, что такой фильм снят, и тогда они обязательно пойдут в кино. Ключевая мысль: родители остановитесь! Не давите на своих детей, научитесь разговаривать и слышать друг друга.

Как вы оцениваете прокатные перспективы картины?

У нас первая копия будет готова только к самой премьере на «Кинотавре». Еще предстоит решить, кто будет заниматься прокатом. На «Кинотавре» обязательно будем приглашать людей с кинорынка. Необходимы, конечно, деньги, которые будем вложить в копии, в рекламу. Будем показывать всем прокатным компаниям, будем заявлять картину и на сентябрьский кинорынок.

Как вы будете строить рекламную кампанию?

Продвижение фильма – тоже отдельная, огромная работа. Будем над этим думать. У нас есть песня, права на которую мы купили. Настоящий хит, называется «После дождя». Это новая группа «Китай» продюсера Макса Фадеева, уже очень популярная в Интернете. Мы делаем клип, который будет крутиться на YouTube. Это тоже привлекает зрителей.

КОММЕНТАРИЙ «КИНОМЕХАНИКА» Лариса Садилова – режиссер, которому удается точно зафиксировать назревшие в обществе и в отношениях между людьми конфликты. Она умеет работать с непрофессиональными актерами, в результате чего ее фильмы кажутся почти документальными, настолько точно в них фиксируется неприкрашенная реальность. От профессиональных артистов Садилова тоже добивается максимальной подлинности. Виктор Сухоруков и Евгения Симонова в «Сынке» появляются в новом качестве. Проблемы родителей, часто возникающие во взаимоотношениях с подрастающим поколением, поднятые в фильме, затронут разновозрастную аудиторию. К тому же чаще всего в подобных историях сторону взрослых представляет мать, а здесь редкий случай, когда главным становится мужчина, выстраивающий отношения с сыном-подростком. Важно придумать правильный рекламный слоган, своеобразный «манок», понятный и доступный, который ориентирует зрителей.

Автор сценария:
ЛАРИСА САДИЛОВА
Режиссер:
ЛАРИСА САДИЛОВА
В ролях:
ВИКТОР СУХУРУКОВ, ОЛЕГ
ФРОЛЕНКОВ,
ОЛЕГ БОХАН,
ЕВГЕНИЯ СИМОНОВА,
КСЕНИЯ СУРКОВА,
ЮРИЙ КИСИЛЕВ,
АЛЕКСАНДР ИСАЕВ

Производство:
кинокомпания
«Арс-фильм»
Дистрибьютор:
не определен

96 мин.

В маленьком городке живет маленькая семья. Их всего двое – отец и сын. До поры до времени отцу кажется, что он в состоянии контролировать и оберегать своего сына. Но возникает ситуация, когда между ними вырастает стена непонимания...



Автор сценария:
ИГОРЬ ВОЛОШИН

Режиссер:
ИГОРЬ ВОЛОШИН

В ролях: АРТУР
СМОЛЬЯНИНОВ,
ОКСАНА АКИНЬШИНА,
АЛЕКСЕЙ ГОРБУНОВ,
ПЕТР ЗАЙЧЕНКО,
МАРИЯ ШАЛАЕВА,
ЕВГЕНИЙ ТКАЧУК,
АЛЕКСЕЙ ПОЛУЯН,
МИХАИЛ ЕВЛАНОВ,
АННА МИХАЛКОВА,
АЛЕКСЕЙ ФИЛИМОНОВ,
ОЛЕГ ГАРКУША

Производство:
«ВВП Альянс» совместно
с компанией «Ввысь»
Дистрибьютор:
«Аргумент Кино»

85 мин.

СССР, 1990-е годы. Главный герой пишет авангардные пьесы для театра, тянется к творчеству. При этом разрушает себя, употребляет наркотики, как и все его друзья. В 18 лет ложится в психбольницу, чтобы получить диагноз «шизофрения» и уклониться от службы в армии. Но план не сбывается, он вынужден прийти в психбольницу через страшное принудительное лечение.

Я ЭКЗИСТЕНЦИАЛЬНАЯ ДРАМА

На вопросы «Киномеханика» отвечает продюсер **МАКСИМ КОРОЛЕВ**

Чем вас привлекли тема и сюжет фильма?

Перед зрителями в яркой визуальной форме проходит короткая жизнь потерянному поколению, практически вымершего в лихие 1990-е на сломе эпох. Экспрессивная авторская манера, абсолютная искренность и честность, что делает фильм событием в нашем кино.

Каков бюджет фильма?

Бюджет фильма составил примерно \$3 млн – значительный по меркам авторского кино. Начиная проект «Я», мы прекрасно отдавали себе отчет, что этот фильм должен стать фестивальным событием, имиджевой картиной для нашей компании. Вряд ли он принесет грандиозный бокс-офис. Мы к этому подходили вполне трезво.

На какую аудиторию, на ваш взгляд, рассчитана картина?

Мы думаем, что на фильм придет и модная молодежь, и поколение моих ровесников – от 25 до 40, те люди, чьи 17 лет пришлось именно на слом эпох. Те, кто хорошо помнит ту музыку, стиль, настроение, которыми полон фильм Игоря Волошина. Кроме того, мода ведь возвращается, и сейчас 1990-е снова в топе – мы опять слушаем те же песни, носим стилизованную под те наряды одежду, так что напомним, что в кинотеатры придет и модная молодежь лет 20-ти.

Как вы оцениваете прокатные перспективы картины?

Мы были бы рады собрать 10–12 тысяч на копию. Копий будет около 40, обычный ограниченный прокат, но мы рассчитываем на то, что он будет долгим, не классические «два уикенда». Нам очень важен даже не первый, а именно «второй» экран. Если все пойдет удачно, то фильм может простоять на нескольких экранах несколько месяцев и собрать вполне неплохие деньги.

Как вы будете строить рекламную кампанию?

Рекламный бюджет – около \$250–300 тыс. Мы будем брать не деньгами, а креативом, нестандартными, но яркими решениями – для привлечения именно нашей аудитории. Например, собираемся широко использовать граффити в Питере и Москве. На асфальте, стенах, крышах нарисуем яркие образы со слоганами фильма, к которым будет приписан адрес сайта картины. За пару месяцев до премьеры интернет-ресурс будет полностью готов, и мы рассчитываем, что этот ход привлечет к нам немалое внимание.

КОММЕНТАРИЙ «КИНОМЕХАНИКА» Фильм «Я» – картина весьма неожиданная и нетривиальная, в ней живописуется эпоха, о которой пока мало кто сумел открыто и талантливо высказаться и которая для многих стала временем становления личности, обретения себя. С этой точки зрения фильм «Я» должен прозвучать громко, вызвать большой резонанс. Но, помня о весьма незначительных кассовых сборах предыдущего фильма Игоря Волошина («Нирвана»), трудно быть оптимистом. Зато решение продюсеров и прокатчика двигаться в сторону «второго экрана» и длинного проката представляется абсолютно верным и может в результате принести продюсерам именно те деньги, на которые они рассчитывают. Если картина будет иметь успех на «Кинотавре», то получит дополнительную информационную раскрутку, что полезно для проката.



НЕПРОЩЕННЫЕ РОМАНТИЧЕСКИЙ ТРИЛЛЕР

На вопросы «Киномеханика» отвечает продюсер ВАЛЕНТИНА МИХАЛЕВА

Чем вас привлекли тема и сюжет фильма?

Мы работаем с молодыми, нам это интересно. Клим Шипенко принес нам свой сценарий, и мы сразу поняли: может получиться фильм, совсем непохожий на то, что делается у нас. Герои «Непрощенных» выбирают, как им кажется, романтическую жизнь, полную опасностей. Жанр романтического триллера для нас редкость, это скорее принадлежность американского кино. А Клим как раз закончил Голливудскую киношколу по специальности режиссер и сценарист. Он влюблен в американский кинематограф, и «Непрощенные» его объяснение в любви к жанровому кино, которое так хорошо умеют делать в Голливуде.

Каков бюджет фильма?

Около \$2 млн. Он сложился из денег нашего инвестора, генерального продюсера Галины Семенцовой и государственных средств.

На какую аудиторию, на ваш взгляд, рассчитана картина?

Фильм рассчитан исключительно на молодежную аудиторию – от 18 до 30 лет. Главные герои – молодые люди, которых играют уже достаточно известные актеры. Клим Шипенко хотел, чтобы это была история нового поколения, его самого, его друзей. Есть и более зрелые по возрасту персонажи в исполнении Татьяны Васильевой, Анатолия Лобоцкого, Владимира Симонова, они подталкивают сюжет, но в центре все равно молодые.

Как вы оцениваете прокатные перспективы картины?

Прокатчиком у нас выступает «Каропрокат», это решенный вопрос. Мы долго откладывали выход фильма. Сначала ждали, пока пройдет «Обитаемый остров», сначала один, затем второй. Потом решили до начала проката принять участие в фестивале. Дата релиза уже определена – 24 сентября.

Как вы будете строить рекламную кампанию?

Рекламная кампания будет, скорее всего, в пределах миллиона долларов. Это зависит от количества копий, сколько их будет, пока неизвестно. На прокатный успех обязательно повлияет тот факт, что наш романтический триллер – очень энергичное кино. Вместе с тем фильм пытается решить и психологические, нравственные проблемы. Как говорит Клим, «Непрощенные» – это взбесившийся артхаус.

Автор сценария:
КЛИМ ШИПЕНКО

Режиссер:
КЛИМ ШИПЕНКО

В ролях:
МИХАИЛ БАБИЧЕВ,
КСЕНИЯ БУРАВСКАЯ,
ТАТЬЯНА ВАСИЛЬЕВА,
КОНСТАНТИН ДЕМИДОВ,
АНАТОЛИЙ ЛОБОЦКИЙ,
ОЛЕГ ДОЛИН,
ОЛЬГА ЛОМОНОСОВА,
ЕВГЕНИЙ ПРОНИН,
КОНСТАНТИН СОЛОВЬЕВ,
БОРИС ХВОШНЯНСКИЙ

Производство:
Группа компаний GP 2008

Дистрибьютор:
«Каропрокат»

112 мин.

Шестеро молодых и отчаянных друзей – Андрей, Лекс, Сильвер, Лис, Дин и Дина – ищут острых ощущений и безбедной жизни.

Эта отчаянная команда готова на все ради адреналина в крови и денег в кармане. Хозяйка ночного заведения Алиса предлагает им хорошо заработать. Она готова заплатить немалые деньги, если ребята сумеют отомстить предавшему ее мужчине...

КОММЕНТАРИЙ «КИНОМЕХАНИКА» Очевидно, что дебютанта Клима Шипенко больше всего манит слава Квентина Тарантино. Именно ему он в первую очередь пытается подражать, его приемы осваивать. Вместе с тем это история не американских, а российских парней и девушек, которым страстно хочется романтики и приключений. Отчего-то они уверены, что найдут все это в профессиях киллеров, проституток, бандитов. Такое заблуждение приходится оплачивать самой дорогой ценой – собственной жизнью. Возможно, молодые зрители сумеют оценить не только погоню, драки и стрельбу, снятые и смонтированные предельно динамично, но и серьезные размышления режиссера-дебютанта, их сверстника. По крайней мере, скучать зрители не будут, это точно.