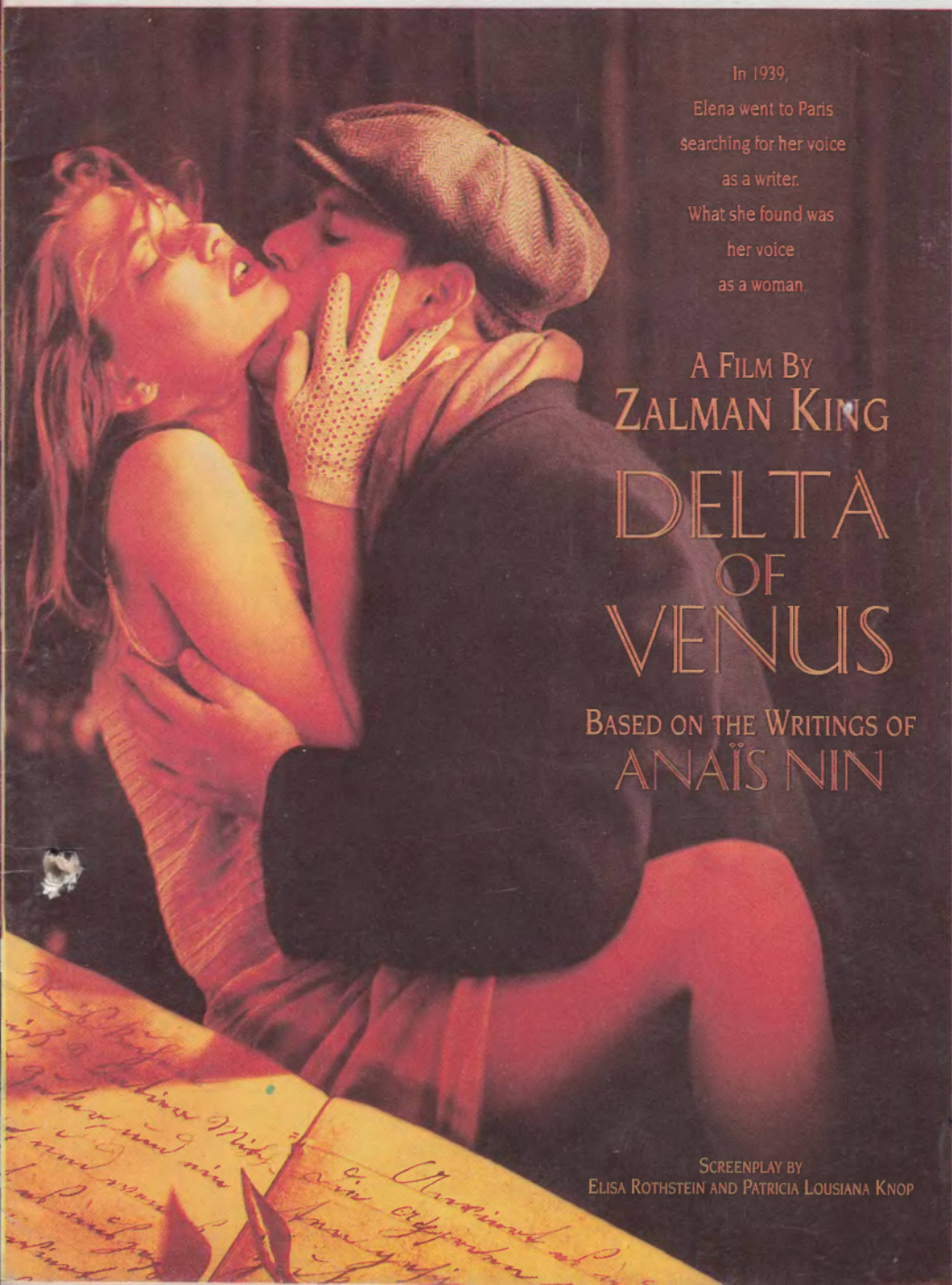


КИНОМЕХАНИК

6'95

КМ



In 1939,
Elena went to Paris
searching for her voice
as a writer.
What she found was
her voice
as a woman.

A FILM BY
ZALMAN KING
DELTA
OF
VENUS

BASED ON THE WRITINGS OF
ANAI'S NIN

АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО

Sofia King

«СОВСКОПРОФИТФИЛЬМ — КИНОТОН»

«ДЕЛЬТА ВЕНЕРЫ» —
НОВЫЙ СВЕРХЭРОТИЧЕСКИЙ ФИЛЬМ
ЗНАМЕНИТОГО ЗАЛМАНА КИНГА

SCREENPLAY BY
ELISA RÖTHSTEIN AND PATRICIA LOUISIANA KNOP

СОДЕРЖАНИЕ

Организация и экономика

Актуальная тема

- Тарасов К.** "Интоксикация"
экраным насилием?2
Американизация кинорепертуара
и ее социокультурные последствия.....6

Информация

- XXV Межгосударственный кинорынок9
Госпожнадзор предупреждает...11

Школа киноменеджера

- Справочный минимум предпринимателя.....12
Морковина Е. Как продвигать кинофильмы
к зрителям.....15

Кинотехника

Информация

- Развитие и техническое оснащение киносети18
Киноинженеру на заметку22

Проектирование и строительство

- Новикова Т.** Современные планировочные
и конструктивные решения
киноаппаратного комплекса23

Повышение квалификации

- Полещук Я.** Кинопроектор 23КПК-327
За рубежом29

Читатель и журнал

- После работы**32

Номер подготовили:

Л. Н. Мухина, Т. В. Мартос, И.
К. Крючкова

Адрес редакции:

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

©"Киномеханик" 1995

Индекс 70431
ISSN 0023-1681

Редколлегия:

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

Актуальная тема

”Интоксикация” экранном насилии?

К. ТАРАСОВ,
социолог

Социальное положение родителей. Выше отмечалось, что дети и подростки, продолжительно находящиеся в конфликтных отношениях со своими родителями, уделяют больше времени телепередачам, фильмам с насилием в частности. К сказанному уместно добавить, что в семьях разного социального положения данная зависимость проявляется по-разному.

В семьях, принадлежащих к ”среднему слою”, телевидению уделяется меньше времени. Родители предпочитают более активные способы проведения досуга. Дети следуют их примеру. Но в ситуации конфликта они могут выключиться из общения с родителями, обратившись к телеэкрану с его ”агрессивной диетой”. При этом дети добиваются двойного эффекта: демонстрации временного отчуждения от родителей и скрытого ”возмездия” в виде просмотра того, что родители не одобряют.

Опросив около 400 матерей 5-6-летних детей, Э. Маккоби обнаружила, что если дети из семей категории среднего класса ищут отвлечения от конфликтов с родителями в просмотре телепередач, то детям из рабочих семей данная склонность не свойственна. Родители, занятые тяжелым физическим трудом, предпочитают пассивные формы развлечения, телепросмотры в том числе. Это предпочтение передается их детям, что способствует воздействию экранного насилия. Но в конфликтной ситуации с родителями ребенок, избегая контактов с ними, удаляется и от экрана.

Продолжение. Начало в № 3-5.

Если Э. Маккоби показала, что воздействие экранного насилия на детей модифицируется социальным положением их родителей, то некоторые исследователи чуть позже попытались объяснить это явление теоретически. По их мнению, поведению представителей рабочего класса больше свойственна импульсивность, то есть склонность действовать по первому побуждению, связанному с влиянием внешних обстоятельств или эмоций. Эта черта передается их детям. Следовательно, поведение детей из рабочих семей больше подвержено отрицательному влиянию агрессивных проявлений импульсивности в фильмах с насилием. В поведении представителей ”среднего слоя”, утверждают далее исследователи, импульсивность, напротив, сведена к минимуму. Они склонны тщательно обдумывать свои действия и их последствия. Такого рода образцы поведения родители прививают своим детям, и те оказываются как бы защищенными от воздействия насилия на экране.

Данный тезис был подвергнут проверке. В одну группу объединили 230 мальчиков 9-15 лет из семей ”среднего слоя” и 395 мальчиков того же возраста из семей рабочих. Чисто механическим путем эта большая группа ребят была разделена на две равные части. Первой подгруппе показывали фильмы с насилием по шесть часов в неделю на протяжении полутора месяцев, а второй – картины нейтрального характера в течение того же отрезка времени. Последующие замеры агрессивности ребят и сопоставление полученных результатов показали, что уровень агрессивности детей из семей ”среднего слоя” обеих подгрупп не изменился. Подтвердилась, таким образом, первая часть обсуждаемого тезиса: поведение детей ”среднего слоя” мало подвержено отрицательному влиянию демонстрации насилия.

Что касается детей рабочих, то те, которые были включены в экспериментальную группу и, следовательно, смотрели фильмы с насилием, остались при исходном уровне агрессивности. В то же время исследователи заметили, что у тех, которые смотрели

фильмы нейтрального характера, повысился уровень словесной агрессивности; они жаловались на скучную "кинодиету" и в резкой форме требовали от исследователей "зрелищ". Хотя эта реакция ребят на скучные фильмы не была подвергнута изучению, исследователи тем не менее истолковали ее как агрессивное проявление импульсивности, унаследованной от родителей-рабочих.

Идя навстречу пожеланиям детей, ученые скорректировали схему эксперимента и показали им один фильм с насилием. Успокоительного эффекта он не вызвал. Как только демонстрация нейтральных картин возобновилась, ребята из рабочих семей перешли от словесной агрессии к физической (погаскам со сверстниками, злостному неповиновению старшим). Как и прежде, когда наблюдалась только словесная агрессивность, исследователи не "протоколировали" физическую агрессивность. Тем не менее, отталкиваясь от своих несистематизированных наблюдений, они предположили, что даже однократное восприятие экранного насилия способствовало тому, что агрессивные проявления импульсивности детей из рабочих семей перешли из словесной формы в физическую.

Однократный замер агрессивности, проведенный среди испытуемых обеих подгрупп спустя полтора месяца после начала эксперимента, показал, что поведение детей из рабочих семей, смотревших – исключая лишь один случай – только фильмы нейтрального характера, отличается более высокой агрессивностью. Подтверждается ли этим правдивость второй части обсуждаемого тезиса, согласно которому дети из рабочих семей более подвержены отрицательному влиянию насилия на экране? Обратим внимание, что ключевым моментом эксперимента оказалась демонстрация только одного фильма с насилием детям из рабочих семей, вошедшим в "нейтральную группу". Кроме того, замеры уровня агрессивности испытуемых в этой подгруппе по строгой методике не проводились ни до, ни после однократной демонстрации экранного насилия. Поэтому материалы проведенного исследования позволяют делать лишь осторожные выводы.

Осторожность уместна еще и потому, что в проведенном эксперименте на результат показа детям из рабочих семей одного фильма с насилием повлияла их словесная агрессивность, вызванная демонстрацией скучных картин. "Семя" экранного насилия упало на подготовленную почву и дало хорошие "всходы" в виде физической агрессивности. Без ответа остался, таким образом, главный вопрос, способствует ли восприятие экранного насилия тому, что импульсивность, больше свойственная детям рабочих, сразу проявляется в виде агрессивного поведения.

Попытку ответить на этот вопрос предприняли исследователи Вульф и Бейрон. Они образовали небольшую экспериментальную группу из двух частей. В первую вошли заключенные из рабочей среды. Во вторую были включены студенты, семьи которых принадлежали к "среднему слою". Возраст всех испытуемых ограничивался 18-24 годами. Этой экспериментальной группе исследователи показали отрывки из фильмов с насилием. Обнаружилось, что у студентов уровень агрессивности не изменился, а у заключенных повысился, что выразилось в злостном неповиновении охранникам. Следовательно, констатировали авторы эксперимента, под воздействием экранного насилия импульсивность, изначально больше присущая заключенным из рабочей среды, чем студентам, представлявшим "средний слой", обрела форму физической агрессивности.

Л. Хьюзмэн высказал такое предположение. Если дети рабочих регулярно обращаются к экранному насилию в раннем возрасте, то вследствие этого их импульсивность, перенятая от родителей, в юности может проявиться в виде физической агрессивности. Чтобы проверить это, Хьюзмэн провел две серии интервью. Объектом первой являлись выпускники школ, родители которых принадлежали к рабочему классу и "среднему слою". Задаваемые вопросы касались телевизионных пристрастий ребят в детстве. Вторая серия интервью была проведена среди родителей и одноклассников тех ребят, которые были опрошены при первой серии. Вторая группа опрашиваемых представляла информацию о первой группе, речь

шла об уровне агрессивности ребят в межличностных отношениях.

Сопоставление результатов первой и второй серий интервью показало, что зрители из семей рабочих и из семей "среднего слоя", в детстве регулярно смотревшие фильмы с насилием, в юности не проявляли агрессивности по отношению к окружающим. Как видим, применительно к длительным отрезкам жизни не подтвердился тезис о том, что негативному воздействию экранного насилия поведение детей рабочих подвержено больше, чем поведение детей из "среднего слоя".

Наличие старших братьев и сестер. Общеизвестно, что дети склонны подражать поступкам взрослых или просто людям более старшего возраста, в частности старшим братьям и сестрам. Эта закономерность иногда проявляется в весьма любопытной форме. В однодетной семье объектами подражания оказываются герои экранного насилия.

Чтобы удостовериться в истинности этого утверждения, ученые провели такое исследование. Учащимся младших и средних классов предложили список популярных фильмов с насилием и попросили их назвать тех одноклассников, которые наиболее часто подражают агрессивным действиям героев названных картин. Этим путем были выявлены активные "имитаторы" экранного насилия, последующий опрос которых показал, что у большинства из них старших братьев и сестер не было.

Это исследование, конечно, не дает оснований для утверждения, что все дети, растущие без старшего брата или старшей сестры, подражают героям экранного насилия. Наличие или отсутствие такого рода эффекта зависит от многих индивидуальных особенностей как самого зрителя, так и обстоятельств его жизни.

Отношения со сверстниками. Воздействие экранного насилия на подростка в определенной степени зависит и от того, с какими сверстниками он общается и каков характер его взаимоотношений с ними, серьезный конфликт со сверстниками, как и с родителями, вызывает у подростка фрустра-

цию – психическое состояние, проявляющееся, повторим, в разочаровании, раздражении, тревоге, отчаянии и т.д. Юные зрители, находящиеся в состоянии сильной фрустрации, более подвержены негативному влиянию насилия на экране. В этой прослойке выше вероятность того, что, возвратясь из мира фантазий в мир реальный, подросток будет агрессивно реагировать на определенные внешние раздражители.

Поскольку насилие является реальностью взаимоотношений между сверстниками и подросток тоже может усваивать образцы агрессивного поведения, возникает вопрос: как соотносятся между собой восприятие экранного насилия и интенсивные социальные контакты со сверстниками с изначально высоким уровнем агрессивности. Многочасовые просмотры телепередач, фильмов с насилием в том числе, снижают агрессивность подростков. Логика этой зависимости проста: чем больше времени подросток проводит дома у телевизора, тем меньше времени остается у него на общение с агрессивными сверстниками.

Исследователи попытались проверить истинность этого заключения. Они сопоставили две группы статистических данных – масштабы подростковой преступности в 281-м городе США и Канады в первой половине 80-х годов и объем "агрессивной теледиеты" подростков в этих городах. Как выяснилось, уровень подростковой преступности был ниже в тех городах и районах, где молодые люди больше смотрели фильмы с насилием, чем в среднем их сверстники по двум странам. Означает ли это, что менее влиятельно – экранное – насилие на время как бы вывело ребят из сферы воздействия более сильного – уличного насилия?

Надо заметить, что это исследование уязвимо в двух отношениях. Во-первых, отрицательное воздействие как экранного насилия, так и агрессивных сверстников проявляется не только в столь резкой форме, как совершение преступления, но и в более мягких формах, в не учитываемых статистикой фактах: злостном неповиновении родителям и учителям, потасовках в школе и т.п. Во-

вторых, наличие отрицательной связи между объемом агрессивной "теледиеты" в обследованных городах и масштабами подростковой преступности в них не может служить достаточным основанием для утверждения, что первое является препятствующим фактором по отношению ко второму. Опосредующую роль могли играть другие обстоятельства – тем более, что причина в подобных случаях имеет сложный комплексный характер.

Идентификация зрителя с героем

Научное понятие идентификации (отождествления), ставшее одним из ключевых при описании и объяснении взаимодействия кино и его аудитории, относится к числу широко употребляемых. Объясняется это тем, что идентификация является существенным моментом взаимного влияния людей друг на друга в процессе их общения. В начальных формах ее можно найти уже в подражании, играющем столь важную роль в воспитании, в передаче социального опыта от поколения к поколению, когда вольно или невольно в разного рода ситуациях дочь копирует мать, сын – отца, ученик – учителя и т.д.

Какое место занимает и какую роль играет идентификация в контексте взаимодействия кино и зрителя, в процессе влияния экранного насилия в том числе? Фильм не без оснований определяют как историю, рассказанную языком кино. Обычно в ней повествуется о человеке (или группе людей), оказавшемся в конфликтной – очень часто крайне сложной или необычной – ситуации и каким-то образом – например, с помощью искусно применяемого насилия – нашедшем решение возникшим проблемам.

Люди, которым адресована кинематографическая история, в самом общем плане социально и психологически подготовлены к ее восприятию. В повседневной жизни каждый испытывает на себе давление жестких обстоятельств и требований со стороны других членов общества. Возможности каждого справиться со своими проблемами ограничены, вследствие чего возникает состояние

психологического напряжения, чтобы разрядить его, защитные психологические механизмы исподволь побуждают человека к погружению в мир мечты и фантазий, где можно почувствовать себя более свободным от ограничений пространства и времени, от тисков неотвратимых причинно-следственных отношений, в хитросплетениях которых приходится жить. Кино, вверное, отчасти для того и придумано, чтобы предлагать людям широкий спектр возможностей удовлетворять это их влечение.

Во время просмотра фильма зритель воспринимает происходящее на экране как нечто всамделишное. Психологически он чувствует себя находящимся среди персонажей экрана. Оценивая их поступки и действия с позиций собственных представлений о добре и зле, зритель отдает свои симпатии определенным персонажам. Его "я" как бы переселяется в конкретное действующее лицо (или лица), то есть идентифицируется с ним. С этого момента зритель психологически не только присутствует при совершении определенных социальных действий, но и является их непосредственным участником. Такого рода эффект достигается посредством его идентификации с героем, являющейся важным механизмом восприятия фильма в целом и имеющихся в нем сцен насилия.

Идентификация является также важным механизмом воздействия кинопроизведения и экранного насилия в нем. Как только зритель начал отождествлять себя с героем, его "я" на время переносится в кинематографическую историю и живет там жизнью конкретного героя. Зрителю кажется, что происходящее с героем и вокруг него касается его самого. Иллюзорный опыт, почерпнутый из фильма, не проходит бесследно. В переработанном виде он откладывается в зрительском сознании.

Примером тому может служить факт из исследования, проведенного в начале 30-х годов американскими социологами Г. Блумером и Ф. Хаузером, изучавшими идентификацию ребят из бедных кварталов с Рико – героем первого американского гангстерского фильма "Маленький Цезарь" (реж. М. Ле

Рой). Оказалось, что некоторые ребята настолько сильно идентифицировались с Рико, что в своем подражании ему попадали за решетку или в морг. Другими примерами могут служить некоторые герои американского актера Джеймса Кегни, известного нашему зрителю, например, по фильму "Белая жара" (реж. – Р. Уолш). Хотя Кегни не выдавался ростом, его герои ставят большие цели и достигают их, применяя насилие. В этом противоречии заключена не только художественная ирония, но и значительный потенциал зрительской идентификации. Зритель знает, какие неимоверные трудности должен преодолевать этот маленький человечек, и невольно думает: "Раз такой коротышка смог проторить себе путь вверх, то почему я не могу?"

Информация о насилии, полученная зрителем из фильма, может повлиять на проявление агрессивности в его поведении. Дело не обстоит таким образом, что неагрессивного человека фильм превращает в агрессивного. В мир кино человек, подросток в особенности, входит с определенной предрасположенностью к агрессивности, с определенным опытом в этом отношении. Разным индивидам все это свойственно в разной степени, но определенная доля агрессивности, видимо, зиждется в самом человеческом естестве. Воздействуя на те или иные структурные образования личности, экранное насилие в каких-то случаях стимулирует изначальную склонность.

При этом непосредственные изменения могут происходить в сфере чувств зрителя. Так, герой, применяющий насилие, нередко вызывает у юных зрителей восхищение своей удалой. В такой ситуации насилие предстает как проявление личностных качеств, заслуживающих подражания. Поскольку насилие в фильмах зачастую применяется для восстановления справедливости, зритель, отождествляющий себя с агрессивным героем, может принять эти действия за положительный пример, что повлечет за собой непосредственные изменения в его ценностных ориентациях. Идентификация с агрессивными персонажами способна также повысить готовность решать конфликтные ситуации

силовыми методами. А это означает, что изменения могут выходить и на уровень социальных установок личности. Наконец, идентификация с героем, демонстрирующим эстетику насилия, и добивающимся с его помощью успеха в жизни, способна повлиять на идеальное "я" зрителя, на представление о том образе человека, на который следует равняться в повседневной жизни. Такого рода влиянию наиболее способствуют четыре характеристики зрителя:

- подростковый возраст, когда в поисках собственного "я" индивид ориентируется на неординарные личности;

- социальное окружение (семья, школа, группы сверстников), в котором яркие личности, достойные подражания, отсутствуют;

- наличие у юного зрителя труднопреодолимых проблем: отвержение сверстниками, натянутые отношения с родителями, низкая успеваемость в школе и т.п.;

- внешние недостатки: тшедушие, малый рост, тучность и пр.

Окончание следует

Американизация кино-репертуара и ее социокультурные последствия

"Американизация" зрительского сознания. Представляя собой своего рода "меню", предлагаемое кинематографом обществу в качестве духовной пищи, репертуар кинотеатров во многом определяет содержание зрительских запросов.

Доминируя в репертуаре кинотеатров и в реальном "потреблении", американские фильмы вытесняют продукцию других национальных кинематографий на периферию ценностных ориентаций киноаудитории. Каждый третий посетитель кинотеатра (33%) предпочитает смотреть американские фильмы. На втором месте – европейский кинематограф (22% зрителей), причем более

Окончание. Начало в № 4, 5.

привлекательны французские фильмы (15%), менее предпочтительны итальянские и английские ленты (соответственно 4% и 3%). Поклонников других зарубежных кинематографий среди кинопосетителей также немного: индийским или мексиканским фильмам отдают предпочтение 4% зрителей, фильмам стран Восточной Азии (Японии, Китая, Гонконга, Сингапура и пр.) – 2%. Не смогли сделать определенный выбор 20% зрителей.

“Американизация” зрительского сознания означает не только предпочтение фильмов производства США, но и **переориентацию на особый – коммерческий – тип кинематографа**, который представляют собой демонстрирующиеся в нашем прокате американские фильмы, отличающиеся приматом зрелищности над содержательностью, ярко выраженными жанровыми характеристиками, традиционным типом героя, наделенного стереотипным набором позитивных качеств.

На рубеже 70-х гг. социологи зафиксировали наметившуюся переориентацию жанровых предпочтений зрителей на развлекательное, зрелищное кино. Комедия и мелодрама, всевозможные приключения пользовались наибольшей популярностью у зрительской аудитории. В последние годы произошло основательное перераспределение интересов зрителей между жанровыми группами. Наиболее предпочтительными для значительной части кинопосетителей стали чисто американские “популярные жанры”, прежде всего боевик, триллер, фантастика.

Как в “потреблении”, так и в зрительских оценках лидируют разного рода боевики. В октябре 1994 г. на них пришлось 30% посещаемости столичных кинотеатров. Почти столько же зрителей (27%) назвали боевики в качестве наиболее понравившихся, запомнившихся американских фильмов. На втором месте в структуре “потребления” – широко представленные в репертуаре эротические ленты (20% кинопосещений). Однако в зрительском списке понравившихся, запомнившихся американских фильмов на втором месте оказались не эротические ленты (представленные в функционирующем репертуаре

эротические фильмы – в основном европейского производства), а фантастические (их запомнили и назвали 25% зрителей), на третьем – остросюжетные психологические детективы и триллеры (20% зрителей). Список понравившихся американских фильмов продолжают комедии, мюзиклы, эротические ленты, мистические фильмы ужасов.

Переориентация зрительской аудитории на американские фильмы в их наиболее зрелищной форме “популярных жанров” сопровождается **снижением значения содержательных аспектов кинопроизведений и повышением привлекательности различных элементов зрелищности.**

Степень привлекательности для зрителей художественных особенностей американских фильмов (в % к числу опрошенных)

Красивые съемки	45%
Захватывающий сюжет	32%
Динамичность действия	30%
Техника, спецэффекты	27%
Игра актеров	26%
Счастливый конец	23%
Участие кинозвезд	16%
Яркий герой	16%
Эротические сцены	15%
Погони, драки, перестрелки . . .	10%
Сцены насилия, жестокости . . .	3%

Значительная часть зрителей не воспринимает кино как средство осмысления жизненных проблем, человеческих отношений, раскрытия характеров: лишь 9% кинопосетителей обратили внимание на то, что американские фильмы слишком поверхностно раскрывают человеческие характеры, отношения, чувства. Внимание большинства зрителей привлекает эффектность и занимательность формы кинопроизведений. В американских фильмах им нравятся прежде всего красивые съемки (45% зрительских “голосов”), захватывающий сюжет (32%), динамичность действия (30%), впечатляющее использование современной техники в спецэффектах и трюках (27%) и т.п. Менее привлекательны сверхсильные, “шоковые” средст-

ва: откровенные эротические сцены (15%), показ погонь, драк, перестрелок (10%), сцены насилия и жестокости (3%, см. диагр.).

Зрелищный характер фильмов функционирующего кинорепертуара устанавливает новые нормы наглядного восприятия, с которыми придется считаться отечественным производителям фильмов. Однако эксплуатирующийся набор зрелищных приемов ограничен, массовое сознание быстро осваивает их и наступает "эффект привыкания", вследствие чего поразить воображение публики, ориентированной преимущественно на зрелищность, будет все сложнее.

"Американизация" зрительского сознания проявляется также в **усиливающейся предпочтительности киногероя, характерного для голливудских "популярных жанров"**.

В сознании почти 60% зрителей типичный американский киногерой предстает прежде всего как индивидуалист, рассчитывающий только на собственные силы, отличающийся личной независимостью и самостоятельностью, уверенностью в себе, силой воли, чувством собственного достоинства.

Более половины зрителей считают, что героев американских фильмов отличают стремление к успеху, предприимчивость и изобретательность, оптимизм и чувство юмора. Почти каждый второй зритель находит их благородными, справедливыми и человечными. Чуть больше тех, которые приписывают им привлекательную внешность и недюжинную физическую силу (59 и 57%). Значительно меньше зрителей, которые считают, что американским киногероям присущ высокий интеллект (39%).

Этот тип героя нравится более чем половине посетителей кинотеатров (63%). У многих он вызывает симпатию (43%), у некоторых – сочувствие (11%), восхищение (7%) и даже желание подражать (6%). Наиболее привлекательные для зрителей качества американских киногероев – оптимизм (25% зрительских "голосов") и сила воли (23%), личная независимость и самостоятельность (22%), уверенность в себе (22%), стремление к успеху (16%), предприимчивость и изобретательность (15%), опора и расчет

только на себя и собственные силы (14%). Все это – характерные черты индивидуалистически ориентированной личности и традиционного американского типа героя-одиночки.

Вместе с тем зрителей привлекают в этих героях и общечеловеческие гуманистические ценности: благородство (18% зрителей), чувство собственного достоинства (19%), справедливость (10%). Нравится им обладание привлекательной внешностью (15%) и физической силой (14%), а обладание высоким интеллектом менее существенно (12%).

Приведенные данные лишний раз свидетельствуют о том, что зрители предпочитают героев оптимистичных, веселых – героям озлобленным, неудовлетворенным собой и жизнью; героев волевых, сильных, независимых, уверенных в себе – героям сомневающимся, ищущим, колеблющимся; героев "действующих" (предприимчивых, изобретательных, даже хитрых) – героям "размышляющим", "думающим".

Именно такой образ сильного и уверенного в себе героя-одиночки ("воина-боевика" или "благородного рыцаря") создают актеры, названные зрителями в качестве своих кумиров: Ж.-К. Ван Дамм, А. Шварценеггер, К. Костнер, Р. Гир, Т. Круз, С. Сталлоне, М. Рурк, М. Дуглас, П. Свайз и др.

Есть основания полагать, что американский тип героя-одиночки, наделенный стереотипным набором позитивных качеств, постепенно утверждается в зрительском сознании в качестве образа – и образца! – идеального киногероя. 30% опрошенных хотели бы, чтобы герои отечественных фильмов были похожи на американских киногероев.

Таким образом, в последние годы в кинотеатральной аудитории **сформировалась прослойка зрителей, преимущественно ориентированных на американское кино либо кинозрелище американского типа.** Они отличаются не только предпочтением фильмов производства США, но и своими "американизированными" вкусами, которые проявляются в усиливающейся предпочтительности характерных для голливудского кино жанров, типов киногероев, повышении

Представительство поклонников американского кино
в разных возрастных группах зрителей
(в % к числу опрошенных зрителей каждой возрастной группы)

Поклонники	Возраст (количество лет)							
	11-14	15-18	19-24	25-29	30-39	40-49	50-59	60 и более
Всего:	76	73	75	54	55	43	33	30
"Ярые"	47	47	31	27	24	18	25	10

значимости и привлекательности формальных, зрелищных элементов фильма в ущерб содержательным. Эти зрители составляют сегодня 60-65% публики кинозалов. Среди них есть люди с ярко выраженными и умеренно "американизованными" установками, иными словами, "ярые" (28-33%) и "умеренные" (30-33%) поклонники американского кино.

Возрастные параметры "американизированной" части аудитории. Подавляющее большинство зрителей с "американизованным" сознанием составляют молодые люди до 30 лет (80%). Чем моложе зрители, тем больше среди них поклонников американского кино. Среди зрителей в возрасте 11-24 лет поклонники американского кино составляют 73-76%, среди тех, кому от 25 до 39 лет – чуть более половины (54-55%) и т.д. (см. табл. выше).

Наиболее "американизовано" сознание самых молодых зрительских групп, вкусы и запросы которых формировались в условиях тотальной "американизации" кинопрограмм всех каналов: кинотеатров, видеопроката, телевидения (особенно в связи с развитием кабельного и спутникового телевидения). Среди 11 – 18-летних зрителей почти каждый второй является "ярым" поклонником американского кино, среди тех, кому от 19 до 24-х лет, – каждый третий (и каждый второй зритель этого возраста является его "умеренным" поклонником).

Это одно из самых серьезных последствий американизации функционирующего кинорепертуара. Сформированные в раннем возрасте ценностные ориентации, установки, нормы восприятия да и представление о том, что такое кино, очень устойчивы, и именно

они в более зрелом возрасте могут определять и потребности, и предпочтения зрителей. Поскольку самыми активными посетителями кинотеатров являются молодые люди в возрасте 19 – 24 лет, те, кому сегодня 11 – 18, в ближайшие годы будут составлять самую значительную часть публики кинозалов. Отечественным кинематографистам, производителям фильмов, чтобы "пробиться" к зрителю, придется соответствующим образом отреагировать на "американизованные" запросы зрительской аудитории: либо пойти по пути их удовлетворения, либо попытаться их изменить. Игнорирование новой реальности зрительского сознания еще больше усложнит положение российского кино на внутреннем рынке.

Материал подготовила
канд. соц. наук
И. ПОЛУЭХТОВА

Информация



XXIV Межгосударственный кинорынок

прошел в привычном для участников киноконцертном комплексе "Измайлово". Каждый раз, публикуя в журнале информацию об очередном кинорынке, мы даем его цифровые показатели. И нетрудно заметить, что практически не меняется количество участников – чуть больше 500, представляющих почти все регионы бывшего СССР, неизменным является и число "покупателей" – 350,



"Московские каникулы"

и "продавцов" – 150, а также количество фильмов – 140, из которых свыше 50 демонстрировались в двух просмотровых залах. Сопоставляя эти данные с показателями нескольких предыдущих торгов, легко убедиться, что межгосударственный ("вераксовский", как его все называют) рынок давно стабилизировался, нашел свой ритм, свой характер, который можно назвать рабочим.

Прошедший кинорынок, как и прежде, имел большой резонанс в прессе. Среди аккредитованных журналистов были представители немосковских редакций газет, радио и ТВ, что с особой гордостью всегда подчеркивает **Леонид Веракса**. В нашей беседе как радостный для себя факт он отметил, что на рынок снова приехали директора кинотеатров из маленьких и далеких городов России, таких, как Тында, Инта, Соликамск.

Традицией становится торжественное открытие кинорынка. На этот раз нам представили новую комедию **Аллы Суриковой** "Московские каникулы" и французскую остро-

сюжетную ленту **Люка Бессона** "Леон-киллер". Но до демонстрации картин на сцену были приглашены прекрасная актриса трудной и счастливой творческой судьбы **Татьяна Самойлова** – создательница незабываемых женских образов в фильмах "Летят журавли", "Неотправленное письмо", "Анна Каренина", и социолог и прогнозист зрительских возможностей фильмов **Лев Фуриков** – участник Великой Отечественной войны, узник немецких концлагерей. Им вручили памятные подарки и в их адрес произнесли трогательные слова. Выбор этих людей не случаен – кинорынок проходил под знаком приближающегося 50-летия Победы над фашистской Германией.

Доброй традицией кинорынка стали Дни российского кино. На этот раз были показаны уже получившая признание зрителей и специалистов **"Пьеса для пассажира"** Вадима Абдрашитова, награжденная Серебряным призом на 45-м Берлинском кинофестивале, а также совсем новые работы: **"Фран-**

цузский вальс" Сергея Микаэляна, "Мещерские" Бориса Яшина, "Четвертая планета" Дмитрия Астрахана, "Воровка" Валерия Ускова и Владимира Краснополянского, и принятая с особой радостью картина Евгения Матвеева "Любить по-русски". На просмотр прибыл сам знаменитый актер и режиссер, тепло встреченный прокатчиками.

На этот раз решили не отставать от российских кинематографисты Украины, собравшие кинопрограмму для Дня украинского кино. В просмотрных залах шли новые фильмы известных и незнакомых мастеров экрана – комедии, детективы, мелодрамы. Особым интересом прокатчиков отмечены остро сюжетная приключенческая, искрящаяся юмором лента В. Балкашинова "Выкуп" и историческая притча об украинских переселенцах в Америку конца XIX века М. Ильенко "Фучжоу".

И еще об одном новшестве нельзя не сказать. В рамках программы кинорынка работал семинар "Час профессионального общения". На нем разбирались такие насущные проблемы, как правовое обеспечение предпринимательской деятельности, финансирование и налогообложение кинобизнеса, авторское право и право собственности в аудиовизуальной сфере, а также вопросы приватизации и банкротства предприятий кинематографии.

"Леон-киллер"



В этом семинаре принимали участие ученые, юристы, опытные кинобизнесмены: доктор экономических наук В. Кошкин, старший научный сотрудник института государства и права О. Воробьева, президент Ассоциации кинопродюсеров А. Разумовский.

Прощаясь на кинорынке в марте, его участники обычно говорят друг другу: "До встречи в июне". Однако на этот раз встреча отложена до июля, когда откроется Второй московский кино-теле-видеорынок, приуроченный к работе Московского международного кинофестиваля. Вместе с дирекцией МЦ "Кинорынок" его учредителем опять будет Внешнеэкономическая компания "Совэкспортфильм".

М. ФРИДМАН

Госпожнадзор предупреждает...

Пожар всегда приносит горе, и поэтому проблемы противопожарной защиты народного и личного имущества граждан всегда актуальны. Вопросы пожарной безопасности в культурно-просветительных и зрелищных учреждениях требуют особого внимания, так как речь идет о жизни многих людей. Неосторожное обращение с огнем, невыполнение Правил пожарной безопасности могут привести к тяжелым последствиям.

Например, Дом культуры "Химик" (Москва) закрыли на капитальный ремонт, который, однако, так и не начался. Между тем помещения переоборудовали в склад различных материалов, инструментов, строительных принадлежностей. Требования Госпожнадзора администрацией клуба не выполнялись. В результате произошел пожар. Два человека сгорели. Как выяснилось позже, оба курили и пользовались электрокалорифером с открытыми спиралями. Огнем уничтожено имущество и повреждено здание.

В настоящее время администрация некоторых культурно-зрелищных учреждений допускает перепланировку помещений, в ре-

зультате чего ухудшается возможность эвакуации людей в случае опасности, снижается предел огнестойкости конструкций зданий. В фойе устраиваются склады, магазины, автосалоны и т.п., что также затрудняет эвакуацию. Последствия могут быть самые непредсказуемые.

Беду можно предотвратить, если бы руководители культурно-зрелищных учреждений представляли в отдел Госпожнадзора проектную документацию, неукоснительно выполняли Правила пожарной безопасности и предписания инспекторов Госпожнадзора.

Школа киноменеджера

Справочный минимум предпринимателя

ДОГОВОР (КОНТРАКТ) – имеющий юридическую силу документ, определяющий согласованные права и обязанности его участников. Договоры классифицируются по сроку действия, форме взаимоотношений сторон, количеству участников.

Договор может быть заключен в устной, письменной или нотариальной форме. Некоторые виды договоров подлежат регистрации в соответствующих государственных органах.

ДОГОВОР КОМИССИИ – имеющий юридическую силу документ, по которому посредник (*комиссионер*) обязуется по поручению продавца (*комитента*) совершать одну или несколько сделок от своего имени, но за счет комитента.

ДОГОВОР КУПЛИ-ПРОДАЖИ – имеющий юридическую силу документ, по которому одна сторона (продавец) обязуется передать другой стороне (покупателю) имущество (вещь, товар) в собственность (полное хозяйственное ведение или оперативное управление), а покупатель обязуется принять имущество и уплатить за него продавцу.

ДОГОВОР НАМЕРЕНИЯ – письменное

соглашение, фиксирующее как намерения одной стороны (продавца, поставщика, исполнителя) совершить определенные действия (продать товар, оказать услугу, выполнить работу) в оговоренные сроки, так и намерения другой стороны (покупателя, заказчика) приобрести товар, воспользоваться услугой, работой, но без твердых гарантий с каждой стороны.

Заключение договора намерения предшествует заключению договора, имеющего юридическую силу.

ДОГОВОР ПОДРЯДА – имеющий юридическую силу документ, по которому *подрядчик* (исполнитель) обязуется своими силами и на свой риск выполнить определенную работу (*подряд*) по заданию заказчика с использованием его или своих материалов, а заказчик обязуется принять работу и оплатить ее.

Заказчик вправе проверять ход и качество работ, не вмешиваясь в хозяйственную деятельность подрядчика. Подрядчик обязан обеспечить сохранность вверенного ему заказчиком имущества и нести ответственность за его утрату или повреждение. Подрядчик может привлекать к исполнению договора других лиц (субподрядчиков), если это предусмотрено договором подряда.

ДОГОВОР ПОРУЧЕНИЯ – имеющий юридическую силу документ, по которому посредник (поверенный) обязуется от имени и за счет доверителя совершить определенные юридические действия.

Поверенный обязан исполнить поручение лично, если иное не предусмотрено законодательными актами или договором.

Как правило, в договоре поручения предусматривается право доверителя отменить поручение, а поверенного – отказаться от него во всякое время.

ДОГОВОР СТРАХОВАНИЯ – имеющий юридическую силу документ, по которому одна сторона (*страховщик*) обязуется за обусловленную плату (*страховую премию*) при наступлении указанного в договоре события (*страхового случая*) возместить другой стороне (*страхователю* или иному лицу, в пользу которого заключен договор) по-

несенные убытки полностью или частично в пределах обусловленной по договору *страховой суммы*.

ДОЧЕРНЕЕ ПРЕДПРИЯТИЕ – юридическое лицо, ведущее самостоятельную хозяйственную деятельность под контролем материнского предприятия, владеющего в дочернем предприятии определенной долей капитала (50% акций плюс одна). При этом материнское предприятие не несет ответственности по обязательствам дочернего предприятия.

ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ ТОВАРА – в маркетинге период от появления товара на рынке до прекращения его сбыта.

Жизненный цикл товара состоит из четырех этапов: I этап – внедрение товара на рынок; II этап – рост спроса, возрастание сбыта и увеличение прибыли; III этап – насыщение рынка товаром, сбыт замедляется, прибыль стабилизируется; IV этап – стадия спада спроса, когда сбыт и поступление прибыли прекращаются.

ЗАЛОГ – способ обеспечения обязательства, при котором кредитор (*залогодержатель*) приобретает право в случае неисполнения должником (*залогодателем*) обязательства, получить удовлетворение за счет заложенного залогодателем имущества преимущественно перед другими кредиторами (за изъятиями, предусмотренными законом).

Предметом залога могут быть действительные требования, вытекающие из договора займа, в т.ч. банковского кредита, договоров купли-продажи, а также вещи, ценные бумаги, иное имущество, права владения и пользования (*имущественные права*).

ИММОБИЛИЗАЦИЯ ОБОРОТНЫХ СРЕДСТВ – отвлечение оборотных средств из оборота предприятия на не предусмотренные или не имеющие установленных источников покрытия затраты, что приводит к ухудшению платежеспособности предприятия.

ИНВЕСТИЦИИ – вложение средств в расширение производства, ценные бумаги, новые технологии и т.д., в результате чего достигается экономический и социальный эффект.

Основные типы инвестиций: *реальные* – долгосрочное вложение средств в отрасли материального производства; *финансовые* – вложение средств в кредитно-финансовую деятельность и в ценные бумаги; *интеллектуальные* – вложение средств в обучение специалистов за рубежом, приобретение лицензий, ноу-хау и т.д.

ИНВЕСТИЦИОННАЯ КОМПАНИЯ – юридическое лицо, участник рынка ценных бумаг, основной функцией которого является организация выпуска ценных бумаг, и выдача гарантий по их размещению в пользу третьих лиц, вложение средств в ценные бумаги, купля-продажа ценных бумаг от своего имени и за свой счет, в т.ч. путем котировки ценных бумаг.

Формирует свои ресурсы исключительно за счет собственных средств (средств учредителей) и эмиссии ценных бумаг, реализуемых только юридическим лицам.

ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ИНСТИТУТ – юридическое лицо, осуществляющее свою деятельность с ценными бумагами как исключительную. Участие иностранного юридического лица на рынке ценных бумаг в качестве инвестиционного института осуществляется на общих основаниях.

Инвестиционный институт может осуществлять свою деятельность в качестве посредника (финансовые брокеры и дилеры), инвестиционного консультанта (юридические или физические лица), инвестиционной компании, инвестиционного фонда.

ИНВЕСТИЦИОННЫЙ НАЛОГОВЫЙ КРЕДИТ – отсрочка налогового платежа, представляемая предприятиям органами государственной власти или налоговыми органами.

ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ФОНД – любое акционерное общество открытого типа, которое одновременно осуществляет деятельность, заключающуюся в привлечении средств за счет эмиссии собственных акций, инвестировании собственных средств в ценные бумаги других эмитентов, торговле ценными бумагами, а также владеет инвестиционными ценными бумагами, стоимость которых составляет 30 и более процентов от об-

щей стоимости его активов в течение более четырех месяцев суммарно в пределах одного календарного года.

Виды инвестиционных фондов:

– *открытый инвестиционный фонд* – инвестиционный фонд, эмитирующий ценные бумаги с обязательством их выкупа, то есть представляющий владельцу ценных бумаг этого фонда право по его требованию получить в обмен на них денежную сумму или иное имущество в соответствии с уставом фонда;

– *закрытый инвестиционный фонд* – инвестиционный фонд, который эмитирует ценные бумаги без обязательства их выкупа эмитентом;

– *чековый инвестиционный фонд* – специализированный инвестиционный фонд приватизации, принимающий и аккумулирующий приватизационные чеки.

Все денежные активы и ценные бумаги инвестиционного фонда хранятся у *депозитария*.

Инвестиционными фондами не могут являться банки и страховые компании.

ИНВЕСТОР – юридическое или физическое лицо, приобретающее ценные бумаги или осуществляющее иные типы вложений от своего имени и за свой счет. На рынке ценных бумаг в качестве инвесторов могут выступать также иностранные юридические и физические лица.

ИНДЕКСАЦИЯ – регулярное изменение (обычно в процентах) доходов и сбережений населения, проводимое по решению государственных органов и отражающее динамику роста цен на потребительские товары и услуги.

ИНДОССАМЕНТ – передаточная надпись на оборотной стороне ценной бумаги, векселя, чека, удостоверяющая переход прав по этому документу другому лицу (*индоссанту*).

Индоссамент может быть *именным*, когда указывается имя нового владельца, или *бланковым*, когда отмечается лишь факт передачи векселя без указания лица.

ИНЖИНИРИНГ – деятельность по пре-

доставлению комплекса услуг производственного, научно-технического и коммерческого характера, связанных с реализацией проектов различного назначения.

Все инжиниринговые услуги могут быть разделены на две большие группы: услуги, связанные с подготовкой производственного процесса, и услуги по обеспечению нормального хода процесса производства и реализации продукции.

ИНКАССО – вид банковской операции, при которой банк по поручению своего клиента получает причитающиеся ему денежные суммы от плательщика на основании денежных, товарных и расчетных документов.

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ СОБСТВЕННОСТЬ – совокупность объектов собственности, являющихся продуктами интеллектуального и творческого труда.

Объектами интеллектуальной собственности могут являться: произведения науки, литературы, искусства и других видов творческой деятельности в сфере производства, в т.ч. открытия, изобретения, рацпредложения, промышленные образцы, программы для ЭВМ, базы данных, экспертные заключения, ноу-хау, торговые секреты, товарные знаки и знаки обслуживания.

ИПОТЕКА – вид *залога* недвижимого имущества (предприятий, строений, зданий, сооружений и др.), непосредственно связанного с землей, вместе с соответствующим земельным участком или правом пользования им.

Как продвигать кинофильмы к зрителям

Е. МОРКОВИНА

Относительно недавно российские прокатчики открыли для себя "новый" вид рекламы – радиорекламу. Ее преимущества очевидны – радио вездесуще, многие, особенно моло-

Окончание. Начало в № 3-5.

дежь, которая составляет основной процент посетителей кинотеатров, постоянно слушают музыкальные программы. Можно рекомендовать прокатчикам записать аудиоролик с наиболее захватывающими звуковыми эффектами из фильма. У этого ролика, кроме цены на два порядка ниже, чем у телеролика, есть еще одно существенное преимущество – некий ореол неразгаданного, заставляющий работать фантазию слушателей. А благодаря невысокой стоимости записи аудиоролика и передачи его в эфир, использование этого вида рекламы может быть рекомендовано любой, даже начинающей и небогатой фирме.

В последние годы в отечественной киноиндустрии все более широкое распространение получает производство сопутствующих товаров, называемых в англоговорящих странах мерчендайзингами, – значков, футболок, ручек, зажигалок, полиэтиленовых пакетов и других предметов с символикой фильма, которые ценятся зрителем и сохраняются им. Основная значимость мерчендайзингов для прокатчиков состоит в том, что они напоминают зрителю о приятно проведенном времени и могут стимулировать либо повторные просмотры через некоторое время, либо просмотры продолжений фильмов.

Помимо того, что мерчендайзинги повышают интерес зрителей к фильму, они сами могут принести весьма ощутимую прибыль. На Западе доходы от продажи сопутствующих товаров иногда бывают сопоставимы с доходами от демонстрации самого фильма.

Но если сопутствующие товары не продаются, а презентуются зрителям на сеансах, то эту акцию можно рассматривать как меру по стимулированию сбыта, которая позволяет при сравнительно небольшом объеме затрат на рекламную продукцию резко увеличить число посетителей кинотеатров.

Ранее мы рассматривали роль и место неоплаченной информации о фильме в газетах и журналах. Сейчас же необходимо несколько слов сказать о прямой рекламе в прессе. Практически во всех городах существуют информационные киногазеты типа "Киноафиша", из которых зрители получают боль-

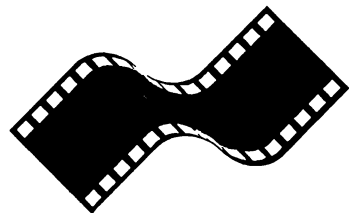
шую часть информации о городском кинорепертуаре.

Рекламное объявление в такой газете обычно состоит из краткой аннотации, информации о создателях фильма, списка кинотеатров, в которых можно посмотреть фильм, даты выпуска на экраны, и иногда дополняется фотографией плаката или кадром из фильма.

Интересным кажется тот факт, что восприятие рекламного объявления зависит не только от его размера и яркости картинка, но и от места расположения. У информации, помещенной в правом верхнем углу газеты, больше шансов быть замеченной, чем у объявления, расположенного в левой половине газеты ближе к центру. Но, к сожалению, даже в США место рекламных посланий чаще всего определяется "по усмотрению редактора".

Для лучшей запоминаемости рекламного объявления в газете необходимо использовать добавление цвета. По оценкам специалистов, цветные вкрапления в газетной рекламе повышают число читателей рекламы на 77% среди мужчин и на 55% среди женщин, а запоминаемость ее возрастает на 125% среди мужчин и на 55% среди женщин. К счастью, сегодня в большинстве киногазет используется многоцветная печать, поэтому, если у прокатчиков есть возможность дать объявление с добавлением цвета, необходимо это сделать.

Хотелось бы узнать мнение читателей о проблеме фильмопродвижения, поскольку любой положительный опыт привлечения зрителей в кинотеатры сегодня может быть полезен для многих специалистов.



Роскомкино и Российский фильмокомбинат
представляют программу отечественных фильмов

МЕЩЕРСКИЕ

Киностудия "Время" киноконцерна "Мосфильм", 1995 г.
Цветной, 9 частей

Авторы сценария Лев Проталин, Борис Яшин.
Режиссер Борис Яшин.

В главных ролях: Денис Карасев, Елена Дробышева,
Владимир Гостюхин, Анастасия Немоляева, Лев Дуров.

Фильм, созданный по мотивам рассказов И.А. Бунина: "Натали", "Таня", "В Париже", повествует о любви – духовно-возвышенной и телесной, земной, открывает зрителю богатейшую возможность для глубоких размышлений о смысле жизни, истинных ценностях, красоте взаимоотношений русских людей, переживших сложные катаклизмы истории

НА КОГО БОГ ПОШЛЕТ

Киноассоциация "Ленфильм", 1995 г.
Цветной, 8 частей

Автор сценария и режиссер Владимир Зайкин.

В ролях:

Лариса Удовиченко, Станислав Сагальский,
Мария Лобачева, Леонид Торкиани, Сергей Мигицко,
Евгений Лебедев.

Остроумная комедия о романе "наоборот", который складывался у Марины Родионовой и Павла Константиновича Хлюздина не как у всех нормальных людей, а в обратном порядке: от общего взрослого сына к знакомству и, наконец, к первому поцелую

Контактные телефоны: (095) 369-18-91; факс: 369-24-25

СОН В НАЧАПЕ ТУМАНА

По одноименному роману Юрия Рытхэу
Студия "Зов", Свердловская киностудия, 1994 г.
Цветной, 9 частей

Автор сценария Владимир Валуцкий.
Режиссер Барас Халзанов.

В ролях:

Петр Юрченков, Дугаржав Батэцэг,
Барас Халзанов, Владимир Конгратьев,
Екатерина Ляхова, Павел Дралов.

Начало XX века. Фильм рассказывает историю канадского подданного Джона Макленнэна, оставшегося в результате трагического случая на долгие годы среди береговых чукчей. Здесь, на Чукотке,, он нашел любовь, семью, грузей

Я – РУССКИЙ СОЛДАТ

По мотивам повести Бориса Васильева "В списках не значится"
Студия "Ренессанс", 1995 г.
Цветной, 12 частей

Автор сценария Елена Райская..
Режиссер Андрей Малюков.

В ролях:

Дмитрий Мегведев, Милена Агранович,
Александр Лырчиков, Дмитрий Ошеров.

Девятнадцатилетний выпускник военного училища лейтенант Коля Плужников прибывает к месту службы в Брестской крепости за несколько часов до начала войны. Все, что он успевает сделать до первых взрывов, – это познакомиться с милой хромоножкой Миррой...

История любви совсем юных героев от первой встречи до безвозвратного расставания на фоне трагических военных эпизодов – основная сюжетная линия фильма

Контактные телефоны: (095) 369-18-91; факс: 369-24-25

КИНОТЕХНИКА

Информация

Развитие и техническое оснащение киносети Руководящий технический материал (РТМ 19-77-94)

Таблица 2

Рекомендации по выбору экранов для широкоформатных кинотеатров

Длина зрит. зала Д(м)	Ориент. тир. вместим. зала N (чел.)	Ширина поля. ШФ изобр. Шшф (м)	Высота поля ШФ изобр. на краях Вшф (м)	Размер экранного полотна (м)	Площадь ШФ по хорде S (м ²)	Требуем. световой поток Ф (лм)	Световой поток КП, КП-30Н при ШФ (лм)	Изображение 35-мм формата			
								высота по краям экрана В (м)	ширина по хорде		
									шир. экр. 1:2,35	каш. 1:1,66	об. эк. 1:1,37
до 28,0	648	16,8	7,64	17,2x7,65	128,4	22200	30000	5,0	11,7	8,4	6,9
до 30,0	744	18,0	8,19	18,4x8,2	147,4	25500		5,3	12,6	8,9	7,4
до 32,0	846	19,2	8,74	19,6x8,75	167,8	29000		5,7	13,4	9,5	7,9

А. Цилиндрические экраны диффузного отражения типа Д-П ($\beta_p=0,77$)

до 28,0	648	16,8	7,64	17,2x7,65	128,4	22200	30000	5,0	11,7	8,4	6,9
до 30,0	744	18,0	8,19	18,4x8,2	147,4	25500		5,3	12,6	8,9	7,4
до 32,0	846	19,2	8,74	19,6x8,75	167,8	29000		5,7	13,4	9,5	7,9

В. Цилиндрические экраны средне-направленного отражения типа Н-2-П ($\beta_p=1,5$)

до 34,0	955	20,4	9,28	20,8x9,3	189,3	16800		6,0	14,3	10,1	8,4
до 36,0	1070	21,6	9,83	22,0x9,85	212,3	21200	30000	6,4	15,1	10,7	8,8
до 40,0	1290	23,7	10,78	24,4x10,95	259,5	23100		7,0	16,6	11,2	9,7
до 45,0	1800	26,0	12,0	26,8x12,05	312,0	27800		8,1	18,9	13,5	11,1

Примечание:

при расположении аппаратной за стеной зрительного зала указанным размером экрана соответствуют объективы: шф=85 мм, шэ=100 мм, каш=70 мм и об=84 мм.

Таблица 3

Рекомендации по выбору киноэкранов для 16-мм киноустановок. Плоские экраны диффузного отражения типа Д-Н ($\beta_p=0,82$)

Длина зрительного зала (м)	Ориент. вместимость (чел.)	Высота поля изобр. В (м)	Ширина поля изобр. Ш (м)	Размер экранного полотнища (м)	Площадь поля изобр. S (м ²)	Требуемый световой поток Φ (лм)	Тип кинопроектора, его световой поток (лм)
до 5,7	15	0,8	1,15	1,2x0,8	0,92	125	"Украина-7" 600
до 6,8	38	1,0	1,35	1,4x1,0	1,35	180	
до 8,5	66	1,24	1,7	1,75x1,3	2,11	290	
до 10	80	1,46	2,0	2,05x1,5	2,92	400	
до 11,5	110	1,68	2,3	2,35x1,7	3,86	520	
до 13	140	1,9	2,6	2,65x1,95	4,9	670	"Одесса-10", 1000
до 14,5	175	2,12	2,9	3,0x2,15	6,15	880	
до 16	210	2,33	3,2	3,3x2,35 макс. ¹	7,46	940	16УК11 (01)
					14,8	2000	

Примечания:

- 1) Предельная площадь изображения при использовании кинопроектора 16УК11 (01) в залах с проекцией 35-мм фильмов.
- 2) Соблюдение указанных размеров экрана обеспечивается применением объектива 16КП-1, 2/50.

Таблица 4

Рекомендации по комплектации кинопроекторов кинопроекторными объективами

Вид кинопоказа (70-35)	Комплектация					
	I	II	III	IV	V	VI
Широкий формат	75	80	90	100	110	120
Широкий экран	90	100	110	120	130	140
	ап. пас.	ап. пас.	ап. пас.	ап. пас.	ап. пас.	ап. пас.
Капирован. кадр	65	70	75	84	90	100
Обычный экран	75	84	90	100	110	120

Примечания:

- 1) Комплектация II является основной и соответствует $V=0,27D$ для ШФ и $V=0,18D$ для 35-мм кинопроекторов.

Комплектация III – допустимая для тех же условий.

" I – для залов с аппаратной, вынесенной вперед от задней стены зала.

" IV, V, VI – для особо узких или длинных залов.

- 2) Все комплектации обеспечивают примерно равную высоту изображения фильмов 35-мм форматов.

- 3) Комплектации I-II-III-IV-VI предусмотрены для поставки с кинопроекторами типа КП-30 Н.

II, III, IV, V с кинопроекторами типа 35КСА и

I, II, III, IV и V с кинопроекторами типа 23КПК.

Вид комплектации оговаривается при заключении договора с заводом-изготовителем на поставку кинопроекторов.

Продолжение таблицы 4

Комплектация объективами 16-мм кинопроекторов

Кинопроектор	I	II	III
16УК11	-	50	65
"Украина", "Одесса"	35	50	-

Примечания:

1) $f=50$ – основной объектив.

2) $f=35$ – применяется преимущественно в кинопередвижках при установке кинопроектора в зал.

3) $f=65$ – при установке аппарата в аппаратной 35-мм киноустановки или для 16-мм приставки А 221В.

Таблица 5

Номенклатура основного кинотехнического оборудования для кинотеатров и киноустановок

№ п/п	Кинопроектор		Источник света				Электро-распределительное устройство	Электро-питающее устройство	Примечание
	тип	формат	вид	тип	мощность, кВт	световой поток, тыс. лм			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1.	КП-30Н	70/35	Гор. кс. лампа с вод. охлаждением	ДКсШРБ 10000-1	10	30/18	РУК 10-7	ВКТ-10	для ШФ кинотеатров для стереокино-театров
2.	КП-30С	70/35	"	"	"	"	"	"	
3.	23КПК-3(4)	35	Гор. ксен. лампа с возд. охлажд.	ДКсЭЛ 4000-6	4	13	РУК 5-3	БПК-4Д	
4.	35КСА-14	35	"	"	4	13	РУК 5-3	БПК-4Д	
5.	23КПК-3(3)	35	"	ДКсЭЛ 3000-6	3	10	РУК 5-3	50 ВУК-100	
6.	35КСА-13	35	"	"	3	10	РУК 5-3	50 ВУК-100	
7.	23КПК-3(2)	35	"	ДКсЭЛ 2000-6	2	6,6	РУК 2-1	БПК-2Д	
8.	35КСА-12	35	"	"	2	6,6	РУК 2-1	БПК-2Д	
9.	35КСА-11	35	Гор. ксен. лампа. с возд. охлажд.	ДКсЭЛ 1000-6	1	3,5	РУК 2-1	БПК-1000Д	
10.	СК-1000К	35	"	ДКсЭЛ 1000-6	1	2,5	РУ 1-0,5	БПК-1000Д	
11.	СК-500К	35	"	ДКсЭЛ 500-6	0,5	1,5	"	БПК-500Д	
12.	СК-500Н	35	Галог. лампа накаливания	КГМ 36x500	0,5	1,0	"	БПА-500	
13.	ПК-2П	35	"	"	0,5	1,0	встроена в шкаф	"	
14.	ПК-1П	35	"	"	0,5	1,0	"	"	
15.	16 УК-11 (01)	16	Гор. кс. лампа с возд. охлажд.	ДКсЭЛ 1000-6	1	2,0	РУ 1-0,5	БПК-1000Д	
16.	"Одесса 10"	16	"	ДКсЭЛ 250-6	0,25	0,9	Встроены в кинопроектор		
17.	"Украина 7"	16	Галог. лампа накал. с востр. отраж.	КГИ 24x250	0,25	0,6	Встроены в кинопроектор		

поставляются в комплекте с кинопроектором

Таблица 6

Рекомендации по выбору аппаратуры звуковоспроизведения

Тип аппаратуры	Характер. помещен.		Функциональные возможности	Примечания
	Назначение ориент. вместимость	ориент. объем тыс. м ³		
1	2	3	4	5
КЗВП-30 КЗВП-32	кинзалы до 200 м	1,4	Монофоническое воспроизведение фотофонограмм 35- и 16-мм кинофильмов и магнитных фонограмм 16-мм КФ, а также работа от микрофона и других источников сигнала	поставляется в комплекте киноустановок
Звук М2-25-2 М2-50 М2-50	кинзалы до 300 м до 400 м до 600 м	2 2,8 4,5	Монофоническое воспроизведение 2-х канальных фотофонограмм 35-мм кинофильмов	
Звук Т2-50К1	клубные кинзалы до 600 м	4,2	То же и дополнительно: – звукоусиление – воспр. грамм. и магнитн. записей	
Т2-50К2	до 1200 м	8,5	– радиотрансляция – запись и перезапись магнитных фонограмм	
Звук М2х100	до 1200 м	12	Монофоническое воспроизведение 2-х канальных фотофонограмм 35-мм кинофильмов	
Звук 6х50 М1 6х100 М1	кинзалы до 800 м до 1200 м	7 12	Монофоническое воспроизведение 2-х канальных фотофонограмм 35-мм к.ф. и стереофоническое 6-ти канальных магнитных фонограмм 70-мм кинофильмов	
КЗВП-30	фойе к.т. до 500 м		Звуковоспроизведение от различных источников сигнала	
Звук Т2-50 ФМ	фойе к. т. до 2500 м			
Звук Т2-50 ТГМ	зрит. залы до 1000 м	8	Передача звуковых сигналов индукц. способом с приемом при помощи индивидуальных слуховых аппаратов зрителей	
				для обслуживания зрителей с частичной потерей слуха

Приложение 1

Перечень действующих основных нормативно-технических документов, определяющих требования, предъявляемые к кинотеатрам, кино- и видеоустановкам, их оборудованию и эксплуатации

1.	Строительные нормы и правила "Общественные здания и сооружения. Нормы проектирования" с дополнениями и изменениями.	СНиП 2.08.02-89 Госстрой СССР 1991 г.
2.	Кинотеатры и киноустановки. Технологические параметры зрительных залов.	ОСТ 19-154-94
3.	Кинотеатры и киноустановки. Светотехнические параметры изображения	ОСТ-19-155-94
4.	Кинотеатры и киноустановки. Качество проецируемого изображения.	ОСТ 19-156-94
5.	Кинотеатры и киноустановки. Качество звуковоспроизведения.	ОСТ 19-157-94
6.	Правила пожарной безопасности для видеокомплексов и Рекомендации по проектированию и оснащению видеозалов, видеотек, видеокомплексов.	Госкино СССР 1988 г.
7.	Правила устройства электроустановок.	ПУЭ 1985 г.
8.	Кинопроекторы профессионального кинематографа. Типы. Основные параметры. Технические требования.	ГОСТ 17814 1990 г.
9.	Кинопроекторы для 16, 35 и 70-мм кинофильмов.	ГОСТ 17706-83
10.	Киноэкраны. Типы. Основные параметры. Размеры поля экранного полотна.	ОСТ 19-32-83
11.	Объективы кинопроекторные. Технические требования.	ГОСТ 3840-79Е
12.	Кресла для зрительных залов. Общие технические условия.	ГОСТ 16854-81
13.	Кресла для зрительных залов. Типы и основные размеры.	ГОСТ 16855-81
14.	Правила технической эксплуатации кинооборудования кинотеатров и киноустановок.	Госкино СССР 1987 г.
15.	Правила технической эксплуатации фильмокопий.	Роскомкино 1994 г.
16.	Правила пожарной безопасности для кинотеатров и киноустановок.	Госкино СССР 1984 г.
17.	Правила по охране труда и производственной санитарии для кинотеатров и киноустановок.	Госкино СССР 1989 г.
18.	Стандарт Российского киноvideотехнического общества "Кинотеатры и видеозалы. Категории. Технические требования. Методы контроля и оценки".	СТ/ПКВТО 1-1994
19.	Положение о системе сертификации в кинематографии.	Роскомкино 1994 г.

Киноинженеру на заметку

Звуковые тест-фильмы. Номенклатурный каталог. Сост. Ковалевская Н.С. НИКФИ. – М., 1993. – 43 с.: ил.

Каталог содержит данные по состоянию на 1 января 1993 г.; в нем приведены описания и технические характеристики тест-фильмов, разработанных и выпускаемых НИКФИ. Тест-фильмы предназначены для измерения и настройки профессиональной аппаратуры магнитной записи и воспроизведения звука

(16-, 35-, 70-мм, 6,3-мм форматов), аппаратуры фотографического воспроизведения звука 35-мм формата и бытовых магнитофонов 6,3-мм формата. Каталог предназначен для работников кинематографии, телевидения, театров, киноконцертных залов. Адрес для запроса дополнительной информации и заказов, в том числе тест-фильмов, не вошедших в каталог – 125167, Москва, Ленинградский просп., 47, НИКФИ. Тел. 158-6114.

Хранитель документа: НИКФИ.
Шифр хранения: ПК 45-93 (II).

Проектирование и строительство

Современные планировочные и конструктивные решения киноаппаратного комплекса

Т. НОВИКОВА

За последнее десятилетие объемно-планировочные и конструктивные решения киноаппаратного комплекса изменились довольно значительно. Если в традиционных кинотеатрах киноаппаратная представляет собой ряд отдельных помещений, то в современных многоэкранных кинокомплексах — это открытые большие пространства, позволяющие организовать полностью автоматическую систему кинопоказа. Функции аппаратных обоих типов одинаковы: осуществить взаимосвязь с зрительным залом и экраном и при минимуме персонала обеспечить наибольшую производительность используемого оборудования.

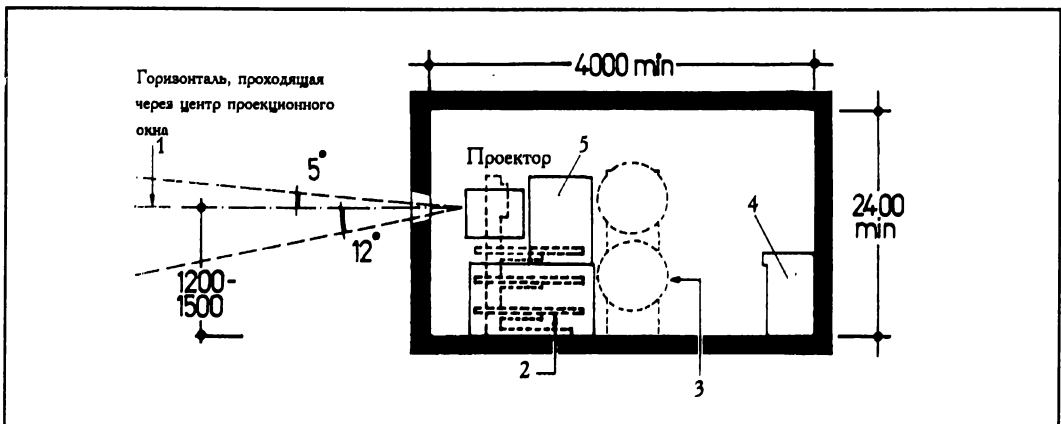
Анализ эргономических, технических и

строительных норм, установленных стандартами, и собственный опыт в создании кинотеатров дает основание английским архитекторам Bill Chew и Darius Umrigar предложить несколько общих рекомендаций по созданию эффективного киноаппаратного комплекса.

При проектировании прежде всего следует обратить внимание на правильность совмещения проекционной и зрительного зала. В давно существующих кинотеатрах планировка киноаппаратной, как правило, не позволяет выполнить стандартные требования к углам проекции. Оптическая ось проектора должна проходить над центральной осью зрительного зала, геометрические (трапециевидные) искажения должны быть минимальными (не более 3%). Это обеспечивается регулировкой угла отклонения оптической оси проектора от нормали в центре экрана. При плоском вертикальном экране угол отклонения в вертикальной плоскости не должен превышать 5° при проекции снизу вверх и 12° при проекции сверху вниз (рис.1). Наклонные и криволинейные экраны способствуют минимизации искажений изображения. Криволинейные фильмовые каналы, позволяющие избежать искажения изображения, могут срезать часть его, что особенно заметно при показе фильмов с субтитрами.

Рис. 1. Киноаппаратная в разрезе:

1 — горизонталь, проходящая через центр проекционного окна; 2 — горизонтальное бесперомоточное устройство, 3 — вертикальный наматыватель-перематыватель, 4 — перематыватель, 5 — кинопроектор



Согласно существующим строительным нормам и правилам помещения киноаппаратного комплекса должны быть удобными для работы и выполнены с соблюдением определенных акустических и противопожарных требований. Если в старых кинотеатрах довольно трудно обеспечить все необходимые современные нормы, то проектировать и строить новое сооружение нужно, учитывая их.

Стены и потолок аппаратной могут быть выполнены из бетонных плит толщиной 200 мм, покрытых 12,5-мм слоем гипсовой штукатурки. Это позволит достичь необходимой звукоизоляции (уровня шума) ≈ 47 дБ (измеряется в лабораторных условиях и усредняется в диапазоне частот 100-3150 Гц). Очень эффективна конструкция из металлических рам толщиной 146 мм, отделанных 19-мм деревянными рейками с 12,5-мм слоем штукатурки и содержащих 25-мм слой изолирующего материала. При высокой огнестойкости (1,5 часа) достигается уровень звукоизоляции 57 дБ. При реальном воплощении качество звукоизоляции таких конструкций ниже, но многое зависит от детальности прора-

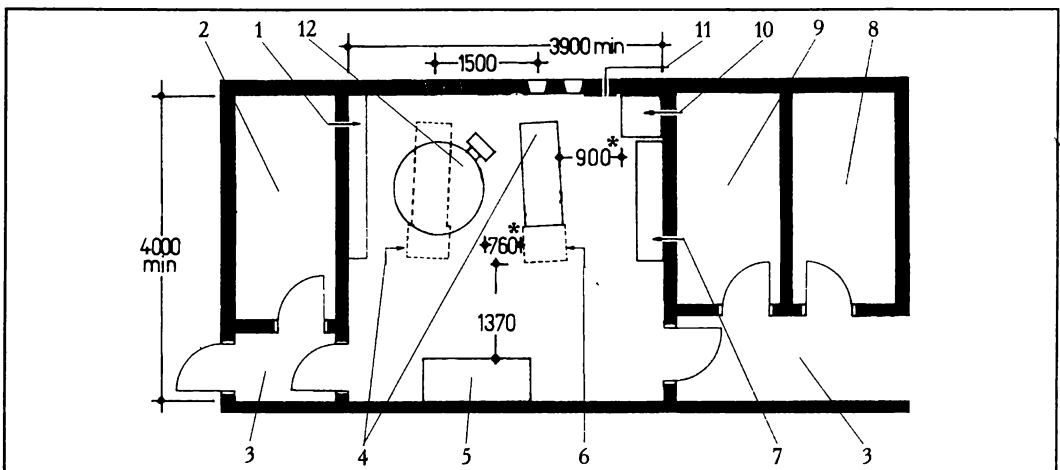
ботки проекта и квалификации строителей. Увеличивает изоляцию введение дополнительных слоев изоляционного материала и штукатурки. Наружная отделка помещения должна быть из легко моющихся материалов.

Киноаппаратная многоэкранных комплексов (вид сверху рис. 2) — обычно прямоугольная или U-образная, это определяется конфигурацией экранов. В соответствии со строительными нормами и требованиями пожарной безопасности должны быть предусмотрены эвакуационные выходы, особенно если расстояние от рабочих мест до входной двери превышает 7,5 м.

Национальные стандарты на проекционные и смотровые окна, нарушающие целостность конструкции помещения, отсутствуют, но по нормативному акту, разработанному кинематографической отраслью в 1985 г., окна обоих видов должны быть герметизированы и не допускать проникновения дыма и звуков из аппаратной в зал. Существуют нормы на расстояние от уровня пола до центра проекционного окна (изменяется в пределах 1200 — 1500 мм в зависимости от вы-

Рис. 2. План киноаппаратной:

1 — распределительный щит, 2 — электросиловая и усилители, 3 — коридор, 4 — кинопроектор, 5 — перематыватель, 6 — положение вертикального наматывателя-перематывателя, 7 — стол для аппаратуры несинхронного воспроизведения, 8 — комната обслуживающего персонала, 9 — мастерская-хранилище, 10 — шкаф с комплектом звуковоспроизводящей аппаратуры, 11 — освещение кинопроекционной, 12 — горизонтальное бесперемоточное устройство. Звездочкой помечены допустимые размеры



бранных проекторов), размеры и типы стекол. Размеры проекционного окна должны быть не менее 300х300 мм, что позволяет провести допустимое изменение углов проекции. Окна больших размеров пропускают в зал свет и звуки из проекционной, однако в некоторых специальных кинотеатрах проекция производится через сплошное стекло, расположенное вдоль всей стены аппаратной. Для проекционного окна рекомендуется использовать оптическое полированное зеркальное стекло толщиной 6-12 мм, для смотрового – простое листовое. Чтобы исключить отражение светового потока, проекционное стекло устанавливается под углом 7° (рис.3). Повышающие звукопоглощение двойные стекла не желательны, они могут вызвать дополнительное отражение и появление на экране неустраняемых при фокусировке ложных изображений. Рамы для стекол

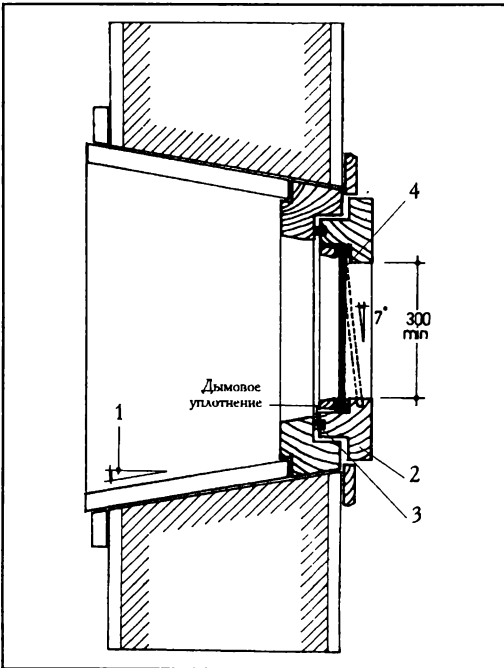
должны открываться внутрь. Специальная прокладка, обрамляющая стекло, обеспечивает необходимую герметизацию.

Расположение оборудования определяет только выбранным комплектом, так как размещение аппаратуры нормами не ограничивается. На двухпостной киноустановке, существующей в большинстве традиционных кинотеатров, расстояние между оптическими осями проекторов должно быть около 1500 мм. Это обеспечивает рабочее пространство между аппаратами 1000 мм. Усилители устанавливаются около проекторов или в помещении электросиловой. На размеры кинопроекционной влияет также емкость выбранных бобин, определяющая число перезарядок кинопроектора. Высота помещения должна быть не менее 2400 мм (в проекционных многоэкранных комплексах этот размер почти всегда больше). Компактный кинопроектор консольного типа с встроенным усилителем в настоящее время широко используется совместно с большерулонными перематывателями (типа "башня") или горизонтальными бесперемоточными устройствами. Например, система-башня Cinemescapica DGB 2x5 с двумя вертикально расположенными бобинами по 5000 м позволяет вести непрерывный показ в течение 3-х часов. Приставка такого типа обычно устанавливается за проектором.

Перемотку фильмов и сборку-разборку больших рулонов производят на перематывателе, также находящемся за аппаратом. Расстояние от передней до задней стенки киноаппаратной – 4000 – 4600 мм. Перематыватель, представляющий собой стол высотой 914 мм и площадью 610х1620 мм, позволяет установить на головки валиков, приводимых во вращение двигателем, бобины любых размеров. Предусматривается встроенное или портативное устройство подсветки. Одного стола достаточно для обслуживания двумя кинемеханиками шести кинопроекторов. Фильмокопии, бобины, оборудование для ремонта часто размещаются внутри или около перематывателя, но лучше иметь отдельную мастерскую-хранилище.

Рис. 3. Разрез проекционного окна:

1 – угол, зависящий от наклона кинопроектора, 2 – открывающаяся деревянная рамка, 3 – герметизирующая прокладка, 4 – оптическое стекло толщиной 6 – 12 мм



Горизонтальные бесперемоточные устройства, позволяющие провести демонстрацию фильма одним аппаратом или несколькими, работающими одновременно, без перемотки и свести до минимума время между сеансами, высокоэффективны, но громоздки и дорого стоят. Например, для размещения широко распространённого устройства Cinemecanica CN 3-35, представляющего собой три металлических диска диаметром 1320 мм, установленных на общем валу, необходима площадь 1635x1635 мм и высота 1810 мм. Бесперемоточные приставки обычно находятся слева от проектора на расстоянии не менее 750 мм, но в отличие от перематывающих систем могут быть удалены на любое расстояние, что является особенно привлекательным при планировании.

Размеры звукового оборудования также зависят от выбранной системы звуковоспроизведения. В настоящее время для 35-мм формата все большее применение находят системы Dolby Stereo A (4 канала аналоговой оптической записи), Dolby Stereo – SR (4 канала аналоговой оптической записи), Dolby Stereo SR-D (6 каналов цифровой оптической записи и 4 канала аналоговой оптической записи), Digital Theatre Systems (6 каналов цифровой записи, отдельный канал для воспроизведения с компакт-дисков) и недавно появившаяся система Sony Dynamic Digital Sound (8 цифровых каналов и один аналоговый). По сравнению с комплектами традиционной звуковоспроизводящей аппаратуры упомянутые системы имеют большие размеры и массу, так как содержат ряд дополнительных устройств (процессоры, преобразователи). Например, комплекты, предназначенные для установки на пол, занимают площадь 600x600 мм и имеют высоту 1500–1800 мм. Если подобный комплект разместить в кинопроекционной затруднительно, можно использовать устройство дистанционного управления, монтируемое на стене около проектора (например, устройство Sound Associates SA C26, имеющее размеры 171x121x55 мм).

Проигрыватели кассет или компакт-дисков вместе с усилителями и другие средства несинхронного воспроизведения (трансля-

ция музыки в перерывах между сеансами) могут находиться на отдельном столе.

Для помещений киноаппаратного комплекса необходима собственная система вентиляции. Наиболее комфортные рабочие условия обеспечиваются при температуре 18⁰С и относительной влажности 60±5%. Дуговые или ксенонные осветители должны охлаждаться равномерным потоком воздуха с низкой скоростью. Если особое значение придается интерьеру проекционной, то вентиляционную систему нужно проектировать с таким расчетом, чтобы трубы, соединенные с корпусом осветителя, не привлекали внимания.

Для 35- и 70-мм кинопроекторов с дугowymi осветителями, работающими при токе свыше 75 А, необходимо водяное охлаждение. Считается вполне достаточным использовать для подачи воды трубы диаметром 12 мм, а для спуска – диаметром 19 или 22 мм. При невозможности подключения к основному водопроводу для охлаждения необходима замкнутая циркуляционная установка, состоящая из резервуара объемом 650 л, и циркуляционный насос, работающий под давлением 2 кг/см². Вода в такой установке циркулирует со скоростью 4 – 9 л/мин, что позволяет в случае непредвиденных обстоятельств включить насос с обратным ходом.

Помещение электросилового должно быть связано с основными вводами в здание кинотеатра. Для кинопроекционного оборудования требуется трехфазное питание. В зависимости от типа применяемой аппаратуры и режима работы кинотеатра электрораспределительные устройства устанавливаются на стене в проекционной таким образом, чтобы можно было наблюдать за показаниями приборов, или в отдельном помещении.

Достаточной расчетной нагрузкой на пол киноаппаратной считается 1000 кг/м². Рекомендуется использовать виниловое и огнестойкое покрытие пола.

Для обеспечения необходимого уровня освещенности (200 лк) в аппаратной предусматриваются линии питания.

Современное проекционное оборудование позволяет одному или небольшой группе кинотехников проводить одновременно не-

сколько сеансов. Однако высокопроизводительные автоматические киноустановки требуют специальной подготовки персонала и значительно увеличивают эксплуатационные расходы.

Вполне вероятно, что в недалеком будущем появится новое поколение зданий для просмотра кинофильмов, транслируемых с центральной распределительной станции при помощи спутника или кабельной системы и воспроизводимых компьютеризированными автоматическими видеопроекторами. Тогда упадет необходимость решения задачи планирования киноаппаратного комплекса.

**По материалам журнала
"Cinema Technology"**

Повышение квалификации

Кинопроектор 23КПК-3

я. ПОЛЕЩУК

Работа с кинопроектором

Запуск кинопроектора в работу

После того как выполнены все необходимые подготовительные операции, а в лентопротяжный тракт заряжена часть фильмокопии, кинопроектор может быть запущен в работу. Для этого в ручном режиме сначала нажимают кнопку включения осветителя. После того как произошел поджиг ксенонового источника света, визуально проверяют точность магнитной стабилизации дугового разряда. Контроль производят, посмотрев на разряд через контрольное окошко с плотным темным светофильтром на правой крышке ксенонового осветителя (со стороны рабочего места кинемеханика). Если он значительно смещен в сторону, возможен перегрев

колбы и взрыв ксеноновой лампы.

Затем включают электропривод передаточного механизма кинопроектора, нажав на кнопку "Двигатель" на основном пульте управления. Фильмокопия приходит в движение. Как только в фильм канал войдут первые кадры сюжетной части кинофильма, поднимите шторку кинопроекционной заслонки АЗП, нажав кнопку "Заслонка" основного пульта управления, и удерживайте ее не менее двух-трех секунд.

Начинается кинопроекция и звуковоспроизведение. Интервал между включением электропривода передаточного механизма и подъемом заслонки при стандартном начальном ракорде – 7 секунд.

В автоматизированном режиме с использованием устройства перехода с поста на пост АП-42 запустить кинопроектор возможно, лишь нажав кнопку "Автомат" на основном пульте управления. При этом одновременно включатся ксеноновый осветитель и электродвигатель привода механизма, а через 7 секунд автоматически поднимется шторка кинопроекционной заслонки АЗП. Такой запуск можно произвести лишь тогда, когда вы уверены в целостности начального ракорда и правильности установки сигнального кадра при зарядке (в кадровом окне – "Включай мотор"). Если ракорд нестандартный, можно нажать кнопку "Автомат", а заслонку поднять несколько ранее 7 секунд, дополнительно нажав кнопку "Заслонка".

В автоматизированном режиме с использованием внешнего устройства автоматизации кинопоказа АКП-6М-Н все операции по запуску кинопроектора производятся автоматически, достаточно лишь нажать кнопку "Журнал" или "Фильм" на лицевой панели АКП.

Осветитель с ксеноновой лампой при необходимости можно включить вручную до нажатия кнопок начала сеанса.

Если потребуются выключить вручную (минуя систему автоматики) ксеноновый осветитель, электродвигатель привода механизма или сбросить заслонку, нажимают соответствующие кнопки с красным цветом клавиш на основном пульте управления. На-

жатие кнопки отключения приводного электродвигателя вызывает также и моментальный сброс заслонки АЗП. Имеющийся на кинопроекторе датчик обрыва отключает осветитель, электродвигатель и заслонку сразу же при выходе киноленты из лентопротяжного тракта каждый раз при окончании очередной части или обрыве.

Переход с поста на пост

В автоматизированных режимах работы с применением АП и АКП при использовании сигнальных меток из фольги переходы осуществляются автоматически, без непосредственного участия киномеханика (разумеется, при отлаженной работе автоматики, правильном нанесении сигнальных меток и зарядке по сигнальным кадрам начальных ракордов). Следует следить только, чтобы при работе с АП на окончательной готовности не стояли сразу два других поста трехпостной киноустановки, а при работе с АКП был правильно настроен блок логики. Тогда киномеханику останется только зарядить очередную часть кинофильма в лентопротяжный тракт готовящегося к работе кинопроектора.

В полуавтоматических режимах с использованием АП и АКП (без сигнальных меток из фольги или при неисправности датчика ДБМ) при появлении в правом верхнем углу киноэкрана первой сигнальной точки перехода в конце части киномеханику достаточно нажать кнопку "Автомат" на основном пульте управления кинопроектора, который должен вступить в работу, или же кнопку "Переход" на лицевой панели АКП. Все остальное сделает автоматика.

В полностью ручном режиме работы по первой сигнальной точке нажатием соответствующей кнопки запускают приводной электродвигатель передаточного механизма вступающего в работу кинопроектора, а по второй точке (через 7 секунд), нажав на кнопку "Заслонка" на основном пульте управления этого кинопроектора, поднимают шторку заслонки АЗП. Одновременно шторка заслонки на ранее работавшем кинопроекторе автоматически упадет сама. При работе полностью в ручном режиме ксепофо-

вый осветитель включают заблаговременно, до перехода с поста на пост.

Демонстрирование фильмокопии

Во время демонстрирования рулона фильмокопии следующий, вступающий в работу пост киноустановки должен быть заряжен очередным рулоном. Это необходимо сделать задолго до перехода с поста на пост, ни в коем случае не впритык, иначе возможна аварийная пауза в процессе проведения киносеанса. До зарядки прочистите лентопротяжный тракт от пыли, нагара, грязи. Для этого воспользуйтесь советами, которые мы давали в прошлом номере журнала. Сильно затвердевший нагар соскоблите остро заточенной деревянной или пластмассовой палочкой (ни в коем случае не металлической!).

В течение всего времени демонстрирования кинофильма (от начала первой части до конца последней) киномеханик должен, по возможности не отрываясь, следить за киноэкраном и качеством звуковоспроизведения, устраняя оперативные неполадки (при выходе кадра из рамки рукояткой механизма коррекции снова установить его, при обрыве киноленты – быстро ее перезарядить, чтобы как можно быстрее продолжить проведение киносеанса). Следует заметить, однако, что при добросовестном выполнении всех подготовительных операций с фильмокопией и кинопроектором вероятность подобных неприятностей практически сводится к нулю.

Снятые с кинопроектора продемонстрированные рулоны фильмокопии либо перематываются и укладываются в фильмокат, либо укладываются в фильмокат, а уже потом перематываются. Время пребывания частей киноленты на воздухе нужно стараться свести к минимуму.

По окончании киносеанса необходимо вычистить лентопротяжные тракты всех проекторов киноустановки, перемотать все части кинофильма с "конца" на "начало" для повторной демонстрации или возвращения фильмокопии кинопрокатной организации. Если других киносеансов в этот день не предвидится, перед уходом киномеханик должен обесточить и зачехлить все кинопроекторы.

Лентопротяжный тракт кинопроектора

Лентопротяжный тракт – совокупность деталей, узлов и устройств кинопроектора, служащих для продвижения через него кинофильма, предназначен для преобразования вращательного движения (как равномерного, так и прерывистого) от лентопротяжного механизма кинопроектора в поступательное движение киноленты. Работа лентопротяжного тракта, таким образом, предусматривает размотку киноленты из рулона, непрерывное и прерывистое ее транспортирование, а затем намотку киноленты снова в рулон.

В состав лентопротяжного тракта кинопроектора входят:

- притормаживающее устройство подающей бобины;
- зубчатые барабаны;
- ролики различного назначения;
- фильмный канал;
- гладкий барабан;
- наматывающее устройство принимающей бобины.

К состоянию лентопротяжного тракта кинопроектора предъявляются высокие требования, так как фильмокопия проходит через него многократно (500 и более раз).

Для качественного кинопоказа лентопротяжный тракт должен:

- обеспечивать нормируемые стандартами параметры на качество кинопоказа. Кинопроектор 23КПК-3 обеспечивает их с запасом;
- обеспечивать максимальную сохранность поверхности и перфорационных дорожек фильмокопии. Этому требованию, одному из важнейших в настоящее время из-за постоянно растущей цены фильмокопии, кинопроектор 23КПК-3 отвечает в полной мере;
- иметь наименьшее количество изгибов петель киноленты при наибольшем их диаметре;
- обеспечивать постоянство скорости кинопроекции, что особенно важно для высоко-

качественного звуковоспроизведения;

- быть, по-возможности, простым по конструкции, в обслуживании, регулировке, контроле, в нем максимально должны быть использованы унифицированные и типовые детали и узлы. Сложность лентопротяжного тракта кинопроектора 23КПК-3 компенсируется высокими выходными показателями по другим более важным параметрам. Многие детали тракта унифицированы с аппаратурой 23КПК-2 и 35КСА;

- обеспечивать возможность быстрой и удобной зарядки в тракт фильмокопии. Этому требованию 23КПК-3 отвечает не в полной мере;

- обеспечивать надежность в работе, долговечность элементов, их защиту от пыли, грязи, масла, нагара, коррозии. Лентопротяжный тракт кинопроектора 23КПК-3 обладает всеми этими качествами, хотя стойкость его элементов к коррозии и недостаточна.

Таким образом, лентопротяжный тракт кинопроектора 23КПК-3 довольно сложен, но обеспечивает высокое качество кинопроекции и отличную сохранность фильмокопий.

Продолжение следует

За рубежом

Есть ли будущее у киноленты?

Будущему киноленты в условиях расширения ТВ и видеосредств, все увеличивающейся визуализации средств коммуникации была посвящена дискуссия на конференции "Движущееся изображение-93".

В связи с быстрым развитием электронных средств изображения и намерением использовать в недалеком будущем спутниковое телевидение для приема изображения на большие экраны производители и потребители фотохимических материалов на галогенных эмульсиях начинают волноваться, есть ли будущее у киноленты.

Аргументы в пользу киноплёнки таковы:

– удерживается ее превосходство в качестве изображения по сравнению с другими видами оригиналов;

– она продолжает сохранять гибкость формата, продолжительность хранения при развитии защитных средств против старения;

– беспорна экономическая целесообразность ее использования в качестве исходного оригинального средства в электронном производстве.

Чрезвычайно важно для уверенности в будущем киноплёнки ускорить совершенствование фотохимических процессов ее обработки, сократить сроки производственного ожидания, использовать безвредные для окружающей среды продукты и технологии.

Представители ведущих фирм – производителей киноплёнок, таких, как Истмен Кодак, Агфа Геверт, Фуджи, и лабораторий обработки сообщили о результатах своей исследовательской, организационной и производственной деятельности последнего времени и перспективах. Высказывалось предположение, что к 2000-му году могут быть созданы экологически чистые производство и обработка кинофотоматериалов.

Однако в дебатах высказывались и противоположные точки зрения на будущее кино. В частности, отмечалось, что смысл дискуссии не только в том, чтобы говорить о качественных преимуществах киноплёночного изображения, но и видеть проявление интереса зрителей к тем или иным зрелищным средствам.

По материалам ОНТИ НИКФИ

Кинопроекторы фирмы Веронезе

На выставке "Фотокино-94" в Кельне итальянская фирма Веронезе в преддверии своего 75-летия продемонстрировала оборудованные для профессиональной кинематографии, в том числе кинопроекторные аппараты.

Профессиональный кинопроектор для 35-мм фильмов Diamant XVB, созданный на базе современных тенденций в кинотехнике, представляет модульную конструкцию, пригоден для различных областей применения с высоким качеством показа фильмов.

В составе кинопроектора следующие основные блоки:

– *мальтийский механизм прерывистого движения;*

– *фонарь-осветитель с горизонтальной ксеноновой лампой 2000 или 2500 Вт, с вертикальным положением лампы 900, 1600 или 2500 Вт в комплекте со светоотражательной системой;*

– *основание – компактная металлическая колонка, рассчитанная на массу бобины с 4500 м киноплёнки;*

– *верхний держатель бобины для 2x1000 м плёнки;*

– *турель ручного поворота для двух и трех объективов;*

– *турель автоматического вращения для двух и трех объективов анаморфотной насадки;*

– *панель управления, расположенная по передней части платформы для установки фонаря и головки проектора;*

– *блок для регулирования и измерения данных электропитающей сети;*

– *трехфазный асинхронный электродвигатель 220/380 В;*

– *система водяного охлаждения;*

– *дистанционное управление кадром;*

– *автоматический программатор;*

– *ячейка Долби;*

– *сменные детали.*

Портативный профессиональный кинопроектор для 35-мм фильмов LX-1600.

Основные составляющие стандартного варианта:

– *механизм прерывистого движения;*

– *фонарь с горизонтальным расположением ксеноновой лампы 1000 Вт;*

– *система автоматического зажигания лампы;*

– держатель бобины емкостью 2000 м с электродвигателем, регулирующим вращение бобины;

– однофазный электродвигатель 220 В, 50 Гц;

– встроенный усилитель мощностью 35 Вт, выходное сопротивление нагрузки 8 Ом с отдельным регулированием низких и высоких частот.

Частота проекции – 24 кадр/с.

Размеры кинопроектора 490x280x420 мм, масса – 35 кг.

Варианты по заказу:

– фонарь с ксеноновой лампой 1600 Вт;

– двухобъективная турель и анаморфотная насадка;

– выпрямитель для ксеноновой лампы;

– трехлопастный obturator;

– двигатель и специальные принадлежности для операций с другими частотами проекции.

По материалам ОНТИ НИКФИ

Профессиональный цифровой видеопроектор Cinema Pro Digital 750

Лидер в создании видеопроекторов фирма RUNCO International продолжает совершенствовать видеопроекцию. Выпущена новая модель Cinema Pro Digital 750 для экранов шириной от 1,5 до 6 м. В основе усовершенствованной системы 7-дюймовая RGB трубка с жидкостным охлаждением, связанная с блоком трех объективов со специальным покрытием, состоящих из сферических и асферических оптических элементов.

В комплект проекции входят блоки управления, регулирования и питания, включая панель конвергенции трубка – объективы. Дистанционное управление осуществляется с помощью инфракрасного устройства. Дополнительное инфракрасное окно с рирпроекцией позволяет принимать поступающие команды.

Одной из главных особенностей нового проектора является использование усовершенствованного видеопроцессора, который выполняет функции вспомогательного комбинированного фильтра, регулятора черного и пиков, устранения переходных помех между цветовым и яркостным сигналами, контраста во всех цветовых стадиях от чистого черного к чистому белому и повышения разрешения по вертикали и горизонтали.

В результате достигнуто заметное улучшение воспроизведенного на экране цветного изображения. Комплект видеопроектора со всеми дополнительными устройствами устанавливается в залах кинотеатров, клубов, на выставках и т.п.

Основные технические характеристики видеопроектора.

Световой поток – 750 лм – обеспечивает высокую яркость экрана.

Три проекционных объектива с цветовой коррекцией F/1,9 и жидким охлаждением.

Горизонтальное разрешение RGB (аналоговый вход) – 800 линий.

Источники изображения: TV, VCR и S-VHS (как наилучший) с дистанционным управлением, кабель-конвертор для простых компонентов и управления.

Питание от сети 120 В, 60 Гц. Потребляемая мощность – 180 Вт.

Размеры проектора: 300x900x625 мм, масса 50 кг.

В комплект видеопроекции помимо проектора входят экран, блок звуковоспроизведения с двумя громкоговорителями выходной мощностью 1,5 Вт.

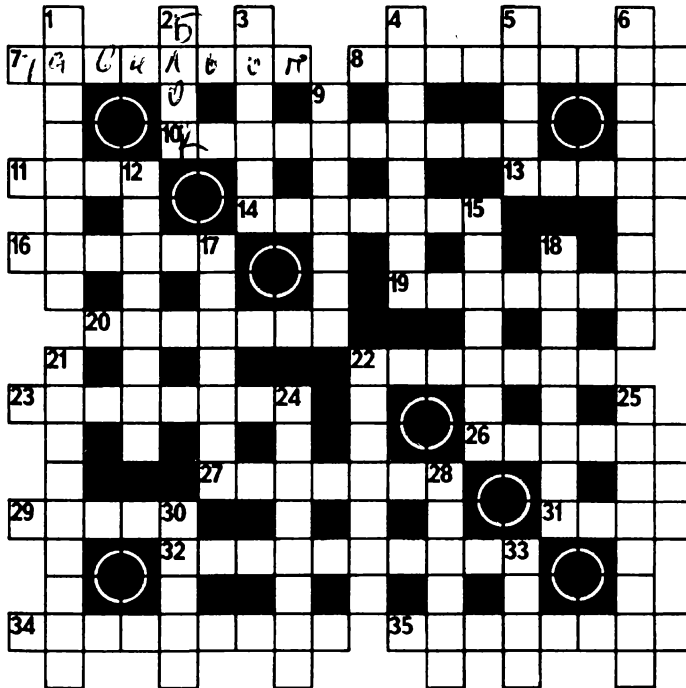
По материалам ОНТИ НИКФИ

Поправка

Редакция приносит свои извинения за частично пропущенный текст в журнале "Кинемеханик" №5. На с. 13 внизу второй колонки с переходом на с. 14 следует читать: "удалось уговорить "Екатеринбург-Арт" дать нам для показа "Горькую луну" (впридачу, правда, получили три очень серых фильма), И представьте, мы три недели..." – далее по тексту.

После работы

Кроссворд



По горизонтали. 7. Специальное помещение для киносъемок. 8. Исполнитель главных ролей в фильмах "Непобедимый", "Эскадрон гусар летучих". 10. Один из создателей фильма. 11. Актер театра и кино ("Топки по вертикали", "Воры в законе"). 13. Кинолента М. Эптона с участием Д. Хоффмана, В. Редгрейв, Т. Далтона. 14. Бесмыслица, пелешка (с франц.). 16. Режиссер фильмов "Ребека" (пр. "Оскар"), "Психо", "Птицы". 19. Мелкозернистый строительный гипс. 20. Итальянский скульптор, ювелир и писатель эпохи Возрождения. 22. Особый тип приключенческого фильма. 23. Роман А. Платонова. 26. Самый крупный остров в Ладожском озере. 27. Ценитель, собиратель и рассказчик анекдотов, награжденный премией "Золотой Остап-94". 29. Известный актер театра и кино (Москва). 31. Роман Жорж Санд. 32. Театральная кукла. 34. Соразмерность, соответствие в расположении частей целого. 35. Обработка негатива или позитива специальным раствором.

По вертикали. 1. Способность к творческому мышлению. 2. Русский поэт, автор пьес "Балаганчик", "Роза и крест". 3. Постановщик фильмов "Кто-то пролетел над гнездом кукушки", "Амадей", удостоенных премий "Оскар". 4. Исполнительница главных ролей в фильмах "Блондинка за углом", "Забытая мелодия для флейты". 5. Русский музыкальный щипковый инструмент. 6. Зрелищное предприятие. 9. Известный английский киноактер, один из исполнителей роли Джеймса Бонда. 12. Автор романов "Ньюкомы", "Ярмарка тщеславия". 15. Исполнитель ролей в фильмах "Пена", "Культпоход в театр", "Каталажка", "Черный клоун". 17. Актер, звезда отечественного театра и кино. 18. Фильм С. Бондарчука, снятый им в Италии (1970). 21. Исполнитель роли Брежнева в киноленте И. Гостева "Серые волки". 22. Государство в Юго-Восточной Азии. 24. Совокупность предметов быта, используемых в фильме, спектакле. 25. Фильм И. Фрэза (1983) с участием Т. Пельцер, С. Немоляевой, Ю. Богатырева. 28. Химический элемент, щелочной металл. 30. Город во Франции, на реке Сомма. 33. Нашумевший в свое время фильм С. Соловьева.



ДЕЛЬТА ВЕНЕРЫ

Авторы сценария
Элиза Ротштейн,
Патриция
Луизиана Ном
Режиссер
Залман Кинг

В главных ролях Оди Ингланд, Костас Мэнжилор

Упадок и страсть повергают молодую красивую писательницу в пучину приключений в загадочном экзотическом городе Париже, где ее литературные фантазии становятся былью. Она жаждет осуществить свою самую сокровенную мечту - найти истинную любовь.

Европа на пороге Второй мировой войны. Улицы и кафе Парижа полны бесшабашного веселья, но время комфорта и забав подходит к концу. Среди людей, пытающихся осуществить последние мечты, Элена, молодая американская писательница, обретает вдохновение. Чтобы заработать деньги на билет в Америку и успеть вернуться, прежде чем разразится война, Элена начинает писать эротические рассказы для некоего анонима, известного под именем "Коллекционер".

В поисках сенсационного материала Элена погружается в чрево Парижа, где ее собственные эротические фантазии сливаются с грубой реальностью, пробуждая чувственные желания. Но страсть без любви превращает ее в женщину, променявшую романтическую жизнь на самолюбование. В этой жизни никогда не осуществится мечта Элен - обрести истинную любовь.

Основанный на эротической прозе АНАИС КИН, фильм "Дельта Венеры" поставлен ЗАЛМАНОМ КИНГОМ, создателем картин: "Девять с половиной недель", "Дикая орхидея", "Слияние двух лун", а также развлекательного сериала "Записки красного башмака".