

## КИНОМЕХАНИК

№ 7/2008

ИНДЕКС 70431

ISSN0023-1681

ВЫХОДИТ С АПРЕЛЯ 1937 ГОДА

**Учредитель журнала**  
«Киномеханик»  
Российское агентство  
«Информкино»

**Главный редактор**  
Регер Ирина Равильевна

**Заместитель главного редактора**  
Бахтина Валерия Геннадьевна

**Над номером работали:**  
Сергей Болотин, Владимир Жуков, Кирилл Адибеков, Борис Сорокоумов, Максим Крикливец, Павел Лохно, Юлия Мацковская, Сергей Певцов, Сергей Петров, Екатерина Моисеева, Мирослава Цапко, Лиза Сезонова, Сергей Сычев, Андрей Плахов, Михаил Фридман, Маргарита Ермакова, Екатерина Самылкина, Лора Кыт

**Верстка**  
Александр Свистаков

Подписано в печать 23.06.2008 г.  
Тираж 2500 экз.  
Адрес редакции:  
Россия, 119017, Москва,  
ул. Б. Ордынка, 43.  
Тел.: (495) 951-46-96  
Тел./факс: (495) 951-11-33.  
kinomehanik@ra-informkino.ru

**Отдел рекламы**  
Семченко Ольга Валерьевна  
Тел.: (495) 951-11-33, 959-47-58  
olga@ra-informkino.ru,  
informkino@ra-informkino.ru

Отпечатано в типографии:  
ООО Издательский дом  
«Партнер», г. Москва, Кера-  
мический проезд, д. 49, стр. 1  
тел. (495) 951-76-90

Оформить подписку на журнал можно по каталогу ОАО «Роспечать».  
Подписной индекс – 70431.  
Подписка оформляется с любого месяца



## Уважаемые коллеги!

Если вы уже пролистали наш июльский номер, то, наверное, удивились: редакция издания, адресованного практикам кинорынка, решила посвятить его почти полностью фестивальному, авторскому кино («не самому прибыльному» – можете сказать вы, «пока» – заметим мы). И возможно, вы удивитесь еще больше, если я скажу, что при этом наш номер практичен и прагматичен от первой до последней полосы. Все, о чем мы написали, можно использовать в работе вашего кинотеатра. А фестивальное кино – это не забава богатых мультиплексов и не удел кинолюбков.

На этом настаивает представитель точной науки **Екатерина Моисеева** в статье **«Авторский кинематограф и рынок: реальность взаимодействия»**: вооружившись социологическими инструментами и изучив профиль современного зрителя, она обнаружила золотое дно артхауса.

**Сергей Сычев** и **Андрей Плахов** отобрали лучшие фильмы Каннского кинофестиваля для работы в ваших кинотеатрах (читайте в *«Клубной карте»* обзор **«Каннская путевка»** и интервью режиссера Эмира Кустурицы) и настаивают: зритель ждет их!

А наши журналисты в *«Концептах и рецептах»* расставляют акценты в продвижении фестивальных фильмов, выходящих в прокат в наступившем июле. Да-да, продавцы (дистрибьюторские компании) начинают предлагать товар в розницу – и авторских лент в текущем прокате становится все больше.

Финансовый практикум в рубрике *«Деньги и стулья»* начинает **Сергей Болотин**: он раскрывает тайны технологии cross promotion в статье **«Перекресток продвижения»**. А **Владимир Жуков** дает конкретные и очень подробные советы грамотного применения скидок в ваших кинотеатрах – читайте **«Скидка как резерв роста»**.

Технический практикум разворачивается на страницах *«Техно-парка»*: сотрудники «МОСКИНАП» раскрывают технологию **«Применения лазерных излучателей в звукочитающих устройствах кинопроекторов»**, **Максим Крикливец** продолжает излагать **«Азбуку кинопоказа»**, а **Борис Сорокоумов** демонстрирует правильную TO-2 VICTORIA 5.

И это, разумеется, не все – читайте «Киномеханик» сами!

*Чтобы довести размышления до афоризма – нам достаточно месяца.*

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

*С уважением, главный редактор Ирина Регер*

## БИЗНЕС-КОД ДЕНЬГИ И СТУЛЬЯ

**3** Перекресток продвижения  
*Зачем и как устраивать cross promotion*

**8** Скидка как резерв роста  
*Правильные схемы применения и часто встречающиеся ошибки*

## 1000 И 1 ЗАЛ

**16** Формула успеха  
*История, проблемы и перспективы сети «Формула Кино»*



## ТЕХНО-ПАРК ПРЯМАЯ ПЕРСПЕКТИВА

**22** Применение лазерных излучателей в звукочитающих устройствах кинопроекторов

## ШОУ-РУМ

**28** Кино вокруг «Круговая кинопанорама» – прошлое и настоящее достижения советских инженеров

## МАСТЕР-КЛАСС

**34** Техническое обслуживание VICTORIA 5. TO-2

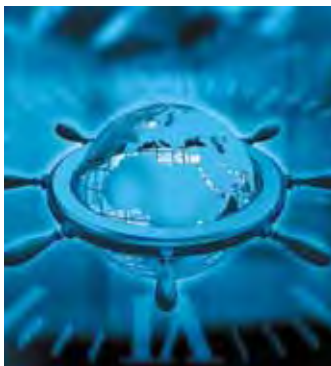


**40** Азбука кинопоказа. Зрительный зал. Часть 4

## ПАБЛИК-ПЛЕЙСМЕНТ ПРОФИЛЬ ЗРИТЕЛЯ

**44** Авторский кинематограф и рынок: реальность взаимодействия  
*Социология сделает артхаус прибыльным?*

**51** Кому нужен Интернет?  
*Перспективность медиаресурса*



## КИНО-БРЕНД КИНОФАБРИКАТЫ

**56** Горячие титры  
**60** Информационные войны  
*«Горячие новости» с улиц Москвы*

## КЛУБНАЯ КАРТА 66 Каннская путевка



**71** Эмир Кустурица: «Маленькая нация может прорваться только через кино или футбол»  
*Самые яркие фильмы Канн-2008 – в работу!*



**74** Кинофестиваль – идеологическое оружие ММКФ и ВКФ – главные фестивали СССР

## КОНЦЕПТЫ И РЕЦЕПТЫ

**80** Июль. Желанная альтернатива  
*В прокате фестивальное кино*



## ПЕРЕКРЕСТОК ПРОДВИЖЕНИЯ

О ПРИМЕНЕНИИ ТЕХНОЛОГИЙ СОВМЕСТНОГО ПРОДВИЖЕНИЯ В КИНОТЕАТРАХ ГОВОРЯТ МАЛО, ТОГДА КАК САМИ КИНОТЕАТРЫ АКТИВНО ИСПОЛЬЗУЮТ CROSS PROMOTION ВО ВСЕМ ЕГО МНОГООБРАЗИИ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ КИНОТЕАТРА, ЕГО ОТДЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ И, КОНЕЧНО, НОВЫХ ФИЛЬМОВ. **[Сергей Болотин<sup>1</sup>]**

Применительно к киноиндустрии о cross promotion говорят, в основном подразумевая совместное продвижение фильма и брендов. На слуху обсуждение product placement (предвестника совместных рекламных кампаний) в фильме «Ирония Судьбы. Продолжение» и в одном из самых новых громких проектов такого рода – фильме «Стритрейсеры» компании «Централ Партнершип».

### МЫ ВЫБИРАЕМ, НАС ВЫБИРАЮТ

Cross promotion – это кооперация и партнерство. Лучшими универсальными партнерами считаются СМИ, а также су-

пермаркеты и бензозаправки – места, которые посещаются практически всеми людьми не менее раза в месяц. Кинотеатрам тоже об этом известно. «В качестве партнеров мы стараемся выбирать СМИ, – говорит директор по маркетингу сети кинотеатров «Синема Парк» Алина Сигачева. – Приоритетны и ТВ-каналы (в основном региональные), радио, Интернет, пресса».

«У нас есть ряд СМИ, с которыми мы сотрудничаем постоянно «по взаимозачету», – подтверждает тренд руководитель отдела продаж мультиплекса «Салют» в Екатеринбурге Юлия Галиева. – В качестве парт-

<sup>1</sup> Директор по маркетингу компании «Синема 360».



неров мы стараемся выбирать СМИ, наиболее популярные в городе и, разумеется, наиболее подходящие для нашей аудитории. В качестве партнеров мы работали с концертными организациями, издательствами, журналами, ТВ-программами и т.п.».

«Одна из последних наших cross promotion-акций проходила в партнерстве с Coca-Cola и заправками ВР, – рассказывает директор по маркетингу сети кинотеатров «Киномакс» Лариса Матрусенко. – При покупке упаковки Coca-Cola в заправке ВР покупатель получал билет в кинотеатр сети «Киномакс». Билеты предварительно выкупались партнерами».

Кинотеатры также привлекательны для потенциальных партнеров. Конечно, целевая аудитория кинотеатров составляет лишь часть жителей города, но зато эти

люди посещают кинотеатры не менее раза в месяц. И, что очень важно, посетители кинотеатров выделяются выгодными для компаний-производителей социально-демографическими характеристиками. Сам кинотеатр как культурно-развлекательная площадка с именем, известным всему городу, выглядит авторитетно и может поделиться своим авторитетом с партнерами.

Кроме этого, кинотеатры готовы в рамках cross promotion предоставлять своим партнерам и другие ресурсы. «В зависимости от ситуации это может быть и весь спектр рекламных возможностей на территории кинотеатров, и организация специальных показов, в том числе премьерных, и предоставление скидок на билеты, и бонусные билеты по системе 2=1», – говорит Ольга Проскуракова, директор по маркетингу сети кинотеатров «Формула Кино».

По словам Юлии Галиевой, «кинотеатр «Салют» предлагает своим партнерам размещение их роликов перед фильмами, место на афишах и флаерах».

Тот же набор у кинотеатров сети «Синема Парк». «Чаще всего мы предлагаем партнерам возможности для рекламы на территории кинотеатра, пригласительные билеты, сувенирную продукцию с символикой «Синема Парка», – говорит Алина Сигачева.

Билеты в кино – универсальное средство поощрения, которым партнеры с удовольствием пользуются в целях своего продвижения. «Мы поддерживаем наших партнеров и предлагаем им наши билеты для розыгрышей», – говорит Елена Ребрикова, менеджер по работе с клиентами сети кинотеатров «Люксор».

**Cross promotion** (или совместным продвижением) называются совместные действия двух и более компаний, имеющие целью разделить маркетинговые расходы или продвинуть друг друга среди схожих групп потребителей. Среди основных форм совместного продвижения можно выделить:

- собственно совместное продвижение, когда партнеры продвигают друг друга каждый среди своих потребителей;
- совместное рекламирование, когда партнеры, сокращая издержки на производство и размещение рекламы, выпускают совместные рекламные материалы;
- перекрестные продажи – продажи партнерами продуктов и услуг друг друга вместе со своими продуктами и услугами;
- и, наконец, совместные разработки, когда партнеры вкладывают свои ресурсы в общие проекты. Выдающимся примером объединения разных компаний ради совместных разработок можно назвать ассоциацию Blu-Ray, в которую вошли Apple, Dell, Hitachi, HP, JVC, LG, Mitsubishi, Panasonic, Pioneer, Philips, Samsung, Sharp, Sony, TDK и Thomson.

Для кинотеатров, располагающихся в торговых центрах, особенно интересным оказывается партнерство с местными арендаторами. «В торговых центрах мы активно сотрудничаем с партнерами по площадке, – говорит Лариса Матрусенко, – с Макдональдс (раскладка флаеров на подносы), с сетями книжных магазинов, сетью детских магазинов или производителями детских товаров, когда идет детский репертуар. В регионах партнерами выступают сети ресторанов, боулинг-клубы и т.д., то есть те компании, аудитории которых совпадают с нашей».

Большинство кинотеатров уверены, что партнеры способствуют их продвижению и среди существующих, и среди потенциальных зрителей. «В большой cross promotion-кампании с фильмом «Трансформеры» нашим с UPI общим партнером выступала компания Nokia, – говорит Ольга Проскуракова. – Мы продвигали фильм, фильм продвигал телефон, все это происходило в наших кинотеатрах, где зрители получали лишний повод для радости и возможность выиграть прекрасный телефон, что, конечно, способствовало увеличению их лояльности к сети».

В то же время Алена Азарова, руководитель отдела маркетинга красноярского РКК «Луч», отмечает, что «cross promotion-мероприятия в большей степени способствуют формированию лояльности целевой аудитории, нежели продвижению и привлечению новой».

Cross promotion-кампании дают и прямой экономический эффект в случае организации перекрестных продаж или стимулирования покупок. «Акция «Тимоти», которая стартовала вместе с фильмом «Хроники Нарнии», предусматривала при покупке продукции компании «Тимоти» возможность прийти в любой кинотеатр сети «Синема Парк» на третьей неделе проката фильма и купить билет с 50%-ной скидкой», – рассказывает Алина Сигачева. Кроме того, все наши собеседники отмечают эффект от реализации перекрестных продаж в подразделениях общественного питания.



Одновременно с расширением охвата потенциальных кинозрителей снижаются издержки на проведение премьерных мероприятий и специальных акций. Партнеры кинотеатров предоставляют призы, организуют фуршеты, брендируют помещения. При этом совместные мероприятия могут выходить далеко за стены самих кинотеатров. Особенно ярко это иллюстрируется мероприятиями региональных кинотеатров.

«Помимо премьер мы проводим фестивали, конкурсы, принимаем участие в городских акциях. Недавно участвовали в «Ночи музеев», – рассказывает Юлия Галиева.

«В наших региональных кинотеатрах очень активно проводятся совместные акции к праздникам, фестивали кино», – подтверждает Лариса Матрусенко.

А «Синема Парк» совсем недавно провел совместную акцию в Новосибирске на телеканале MTV. «Акция была посвящена выходу фильма «U2 3D». После просмотра картины нужно было прислать или принести в кинотеатр рецензию. Автор лучшей рецензии получил путевку в Ирландию», – рассказывает Алина Сигачева.

## КАК ОРГАНИЗОВАТЬ CROSS PROMOTION-КАМПАНИЮ

Во многих случаях будущие партнеры находят вас самостоятельно, поскольку, как уже говорилось, кинотеатры входят в число наиболее универсальных партнеров по продвижению. Если кинотеатр не очень заинтересован в симметричных услугах партнера, cross promotion вырождается в обычную рекламную кампанию, когда за продвижение обратившейся компании кинотеатр просто берет деньги.

Но если партнер своими возможностями и ресурсами потенциально может повлиять на увеличение выручки от продаж билетов и концессии (основных источников дохода кинотеатров), то для кинотеатра становится выгоднее использовать именно cross promotion. Таких партнеров имеет смысл искать самим.

### 1-й шаг – поиск партнера

«Как правило, наши партнеры – компании со схожими показателями по целевой аудитории. В настоящее время мы переходим на использование таргетинга<sup>1</sup> во всех маркетинговых мероприятиях», – говорит Алена Азарова.

Будущий партнер должен иметь влияние на потенциальную аудиторию кинотеатра (местный телеканал, газета, арендаторы того же торгового центра, супермаркет напротив кинотеатра, градообразующее предприятие и т.д.). И при этом ваш кинотеатр должен иметь влияние на аудиторию вашего партнера. «В качестве партнеров для совместного продвижения мы привлекаем молодежные организации, ВУЗы, розничные магазины, целевая аудитория которых является молодежной», – подтверждает эту мысль Елена Ребрикова.

### 2-й шаг – выбор форм сотрудничества

Начинать лучше с простых и нерискованных форм сотрудничества. «Основными

формами совместного продвижения являются обмен рекламными поверхностями, всевозможная информационная поддержка, система взаимовыгодных скидок», – поясняет Елена Ребрикова. Сюда же нужно отнести общие рекламные сообщения, упоминание друг друга в интервью для СМИ, распространение рекламных листовок друг друга, совместные поздравления с праздниками (в частности, корпоративных партнеров), обмен подарками (например, при больших покупках в кинобаре вы дарите клиенту подарок от своего партнера, а он делает то же самое для вас). По словам Алены Азаровой, подарки и комбонаборы используются в РКК «Луч» при проведении совместных акций.

### 3-й шаг – «третьим будешь?»

Когда вы получите нового партнера, рассмотрите с ним возможность привлечения третьего. Эта народная мудрость может серьезно повысить эффективность всей cross promotion-кампании. С правильно выбранным третьим партнером вы увеличите все преимущества от совместного продвижения. Вспомните связку «Киномакс»–Coca-Cola–BP или «Формула Кино»–UPI–Nokia.

### 4-й шаг – все прописать...

При разработке cross promotion-кампании хорошо быть максимально конкретным в определении взаимных выгод с вашими партнерами – во времени, деньгах, продуктах и услугах, рабочей силе, торговых и рекламных пространствах. Лучше всего написать простое соглашение и утвердить его.

### ...и не забывать!

Наконец, нужно просто начать и не забывать хвалить и упоминать своих партнеров, как это продемонстрировали нам наши собеседники. А по завершении совместной кампании не забыть подвести итоги и сравнить выгоды свои и партнеров.

<sup>1</sup> Таргетинг (англ. target – цель) – механизм, позволяющий выделить из всей аудитории ту часть, которая удовлетворяет заданным критериям (целевую аудиторию), и показать рекламу именно ей, что ведет к повышению эффективности рекламного сообщения.



## СКИДКА КАК РЕЗЕРВ РОСТА\*

Одним из ключевых способов повышения эффективности современного предприятия сферы услуг, в частности кинотеатра, является грамотная маркетинговая политика. Она включает в себя целый ряд аспектов, например таких, как ценовая политика, применение скидок, систем лояльности. Данные рычаги при умелом использовании не требуют существенных затрат, а результат дают значительный. | Владимир Жуков\*\* |

Вопрос ценовой политики кинотеатра весьма сложен, обширен и, несомненно, требует отдельного подробного рассмотрения. Мы же остановимся на применении скидок и систем лояльности.

Не секрет, что большинство кинотеатров применяют различного рода скидки. Но опыт показывает, что очень часто эта практика не приносит заметного результа-

та. Вот самые эффективные виды скидок, правильные схемы их применения и часто встречающиеся ошибки.

### СТУДЕНЧЕСКАЯ СКИДКА

Студенты, конечно же, представляют собой значительную часть целевой аудитории современного кинотеатра. Поэтому вполне объяснимо, что каждый хочет ви-

\* Текст статьи был представлен в качестве доклада на семинаре «Современный кинотеатр. Скрытые резервы», проходившем в рамках 75-го Российского Международного Кинорынка.

\*\* Директор «Волгоградской кинокомпании дистрибуции и менеджмента», кандидат экономических наук.

деть этих гостей именно у себя. Хорошо работающая студенческая скидка, и это подтверждается цифрами, включает в себя ряд элементов:

1. *Значительный размер скидки.* С такой ушлой и хорошо считающей свои деньги публикой вариант скидки 3–5 % не проходит, тем более что средняя цена билета по стране колеблется от 100 до 150 руб. и, соответственно, «подарок» в 10 руб. никого не интересует. С той же степенью вероятности речь идет и о скидке в 15% или даже 25%. Предлагать надо как минимум 50%-ную скидку. А лучше, практика это подтверждает, формулировать скидку в виде фиксированной цены, например 60 руб. или 100 руб. в зависимости от средней цены на билет в кинотеатре. Многие кинотеатры, определяя размер скидки, совершают характерную ошибку и из-за жадности устанавливают ее на низком уровне. Помните, дополнительная прибыль от скидки возникает не из-за того, что вы обманули зрителя и он пришел и заплатил столько же, а за счет того, что зритель заплатил меньше, но при этом привел всех своих друзей. За счет роста продаж растет и выручка.

2. *Всеобъемлющий период действия в пределах одного или нескольких дней.* Многие кинотеатры (опять-таки из-за своей жадности) ограничивают скидку студентам первым или первыми двумя сеансами. Открою секрет, коллеги: первый сеанс студентов не интересует. Скидка должна распространяться как минимум на все сеансы одного дня. Допустимо применение скидки на два или три дня. Я бы не рекомендовал по причине возможных злоупотреблений распространять эту скидку на все дни недели и особенно на выходные.

3. *Скидку студентам целесообразно распространить на детей и школьников, а также студентов ПТУ и техникумов, студентов-заочников.*

4. *Никогда не следует отменять скидку без серьезных на то оснований*



Владимир Жуков

под видом требований со стороны прокатчика и по другим причинам. Скидка должна быть стабильной и долго действующей.

5. *Скидка студентам обязательно должна поддерживаться расклейкой рекламных объявлений в соседних, а желательно, и во всех вузах города.*

В моей практике был пример, когда волгоградский кинотеатр «Киноплекс» ввел студенческую скидку по «жадному» варианту, а волгоградский кинотеатр «Киномакс» предоставил студентам билеты по цене 60 руб. на все сеансы во вторник. Догадайтесь, по какому варианту работает сейчас «Киноплекс»? Некоторое время назад он также стал предоставлять студентам дешевые билеты, только по средам.

Должен обратить ваше внимание, что скидка студентам наиболее опасна с точки зрения возможных злоупотреблений линейного персонала. Главная проблема заключается в том, что вы никак не можете проконтролировать правильность применения скидки кассиром билетных касс и он может брать с ничего не подозревающего гостя полную стоимость, а пробивать ему билет со студенческой скидкой, разницу кладя в карман. Кроме того, студенческую скидку можно пробивать всем своим друзьям.

Естественно, вы приказываете контролерам на входе требовать студенческий





билет у всех, кто предъявляет билет по сниженной цене. Естественно, вы обязываете кассиров билетных касс требовать студенческий при продаже. Но давайте посмотрим правде в глаза: студенческий контролеры будут требовать максимум при вас, а иногда они и при вас спят на ходу. В остальных случаях, особенно в многозальных, они вообще в билет не смотрят. И у нас был случай, когда человек 15 минут смотрел фильм и только потом понял, что купил билет на другой и попал не туда.

Есть два способа противодействия этим злоупотреблениям и нарушениям. Но вы должны помнить, что они не дают стопроцентной эффективности и финансовые потери в данном случае – неизбежное зло. Вы же получили в итоге хоть какую-то прибыль с посетителя?!

Итак, методы противодействия:

**Участники семинара «Современный кинотеатр. Скрытые резервы». 75-й Российский Международный Кинорынок, г. Сочи**

1. **Объявление на кассе:** «Если в вашем билете неправильно указана его цена, вы имеете право на бесплатный билет в кинотеатр. Обращайтесь к дежурному администратору». Оно должно привлечь внимание человека, которому пробивают скидку без уведомления.

2. Чтобы заинтересовать контролеров в проверке билетов со скидкой, можно объявить **денежное вознаграждение за каждый обнаруженный случай злоупотреблений**. Хотя в практике одного волгоградского кинотеатра был случай, когда штраф начали платить «на месте».

#### СКИДКА ПЕНСИОНЕРАМ

Это, наверное, вторая по частоте применения кинотеатрами скидка. Вынужден сообщить, что как бы ни хотелось многим руководителям и владельцам кинотеатров, пенсионеры в кино практиче-



ски не ходят. Данная скидка не имеет никакого коммерческого значения и носит в основном имиджевый характер. Тем не менее даже она может совсем не работать, а может добавлять человек 30–40 в месяц. Здесь опять-таки важно соблюдать ряд принципов:

1. *Значительный размер скидки актуален и для пенсионеров.* Здесь также

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРИБЫЛЬ ОТ СКИДКИ ВОЗНИКАЕТ НЕ ИЗ-ЗА ТОГО, ЧТО ВЫ ОБМАНУЛИ ЗРИТЕЛЯ И ОН ПРИШЕЛ И ЗАПЛАТИЛ СТОЛЬКО ЖЕ, А ЗА СЧЕТ ТОГО, ЧТО ЗРИТЕЛЬ ЗАПЛАТИЛ МЕНЬШЕ, НО ПРИ ЭТОМ ПРИВЕЛ ВСЕХ СВОИХ ДРУЗЕЙ**

можно устанавливать процент, но лучше – минимальную цену, например 30–40 руб.

2. *Распространение скидки как минимум на все будние дни.* Практика показывает, что для пенсионеров важен период действия скидки не в течение дня, а в течение недели. Поэтому в данном случае целесообразно распространять скидку на все будние дни.

3. *Скидку пенсионерам целесообразно поддерживать информацией в газетах соответствующей адресации.* Обычно это издания, распространяемые бесплатно по почтовым ящикам. Пенсионеры их внимательно изучают. А вот работа с организациями пенсионеров не всегда эффективна, так как зачастую они ждут бесплатного приглашения на фильм, а значит, скидка их не заинтересует.

В кинотеатре «Победа» (Новосибирск) мы сначала предоставляли скидку пенсионерам только по понедельникам и на утренние сеансы – посетителей практически не было. Когда мы распространили ее на все будние дни и продлили до 17 часов, число посетителей стало достигать 30–40 человек в месяц.

Как и в первом случае, при использовании этого типа скидки возможны злоупотребления кассиров билетных касс. Методы борьбы идентичны. В дополнение к

ним мы имеем очевидный метод объективного контроля: скидок пенсионерам не должно быть слишком много в течение одного дня. Если у кого-то из кассиров зафиксирована хотя бы пятая часть продаж со скидкой пенсионерам, есть повод задуматься. Нелишним для профилактики будет иногда самому руководителю кинотеатра или его заместителю спуститься к началу сеанса и на входе в зал проверить у получивших скидку пенсионное удостоверение (или студенческий билет).

**СКИДКА ГРУППАМ**

Третья по распространенности – скидка группам. Работа с группами школьников, студентов, даже детей из детских садов – один из немногих положительных моментов, доставшихся нам из советского опыта. Остановимся на ключевых условиях эффективности данного вида скидок:

1. *Размер групповой скидки не имеет значения.* Когда люди собираются вместе посетить кинотеатр, им уже не важно, сколько денег они сэкономят. Главное для них – сам факт внимания со стороны кинотеатра. Нет, конечно, скидка не должна

**ФИНАНСОВЫЕ ПОТЕРИ ИЗ-ЗА ЗЛОУПОТРЕБЛЕНИЙ ЛИНЕЙНОГО ПЕРСОНАЛА – НЕИЗБЕЖНОЕ ЗЛО. ВЫ ЖЕ ПОЛУЧИЛИ В ИТОГЕ ХОТЬ КАКУЮ-ТО ПРИБЫЛЬ С ПОСЕТИТЕЛЯ?!**

быть мизерной, но 10–20% будет вполне достаточно.

2. *Руководители группы бесплатно + пригласительные в подарок.* Если заставлять руководителей группы (а это в основном учителя) платить, для них поход в кино не только теряет всякий смысл (уверяю вас, «Хроники Нарнии» их очень мало интересуют!), но и становится лишним раздражителем и ненужной тратой времени, сил и средств.

3. *Продвигать эту скидку можно только индивидуальной работой,* то есть тупым обзвоном школ и вузов с описанием

всех преимуществ группового похода в кино. Очень хорошо, если у вас есть сотрудник с уже налаженными связями подобного рода.

4. *Дни применения скидки должны быть настолько широкими, насколько это возможно, желательно не исключать выходные.* Помните, собрать группу очень трудно, особенно если «сегодня нельзя», «завтра только до 15» и т.д. Скидка группам должна действовать всегда.

5. *Число людей, которые считаются группой, не должно быть меньше 10 человек, иначе велика вероятность, что абсолютно посторонние люди будут объединяться для получения скидки.*

В практике моей работы в волгоградском «Киномаксе» был один учитель физкультуры, который настолько пристрастился ходить бесплатно в кино со своими учениками, что буквально доставал меня постоянными звонками с вопросом, на что можно привести группу.

Естественно, что в данном случае злоупотребления менее вероятны, тем не менее имеет смысл обязать кассиров вызывать одного из руководителей кинотеатра для переговоров с пришедшей группой или ее представителями.

### СИСТЕМА ЛОЯЛЬНОСТИ

Не менее важное значение в повышении посещаемости и выручки кинотеатра имеет и дисконтная система, или так называемая система лояльности. Речь идет о выпуске и применении дисконтных или бонусных карт. Остановимся на основных принципах эффективного функционирования данной системы:

1. *Дисконтная карта должна продаваться за не слишком высокую и не слишком низкую цену, в районе 300–500 руб.* Если клиент получил карту бесплатно, он не привязывается к этому кинотеатру, у него нет необходимости «отбить» свои затраты. Конечно, продавать карты труднее, чем просто раздавать, но и постоянные клиенты получают более «верными». Для по-

вышения продаж дисконтных карт имеет смысл материально стимулировать кассиров за продажу каждой дисконтной карты. Когда мы стали применять этот метод (стимулирование кассиров), продажи дисконтных карт за месяц выросли в разы.

2. *Карта должна предоставлять начальную скидку в 5%, которая по мере посещения кинотеатра клиентом увеличивается до 10% и далее до 15%.* Таким образом мы вовлекаем человека в азартную игру накопления скидки, и он иногда посещает вас, даже когда фильм ему не очень интересен, просто чтобы увеличить размер скидки. Очень неплохо сделать специальную функцию на сайте кинотеатра, чтобы человек в реальном времени мог отслеживать баланс своей карты. Сейчас очень модны и эффективно используются бонусные карты. Например, их активно внедряет Аэрофлот и ЦУМ. Но эти компании имеют дело с большими суммами трат и, соответственно, с большими призами (у Аэрофлота это бесплатный авиабилет, у ЦУМа – бонус в 10% от суммы покупок). Приз, который может предоставить кинотеатр, – билет в кино или что-то в этом роде, он слишком мал, чтобы за не-

**ЕСЛИ КЛИЕНТ ПОЛУЧИЛ КАРТУ БЕСПЛАТНО, ОН НЕ ПРИВЯЗЫВАЕТСЯ К ЭТОМУ КИНОТЕАТРУ, У НЕГО НЕТ НЕОБХОДИМОСТИ «ОТБИТЬ» СВОИ ЗАТРАТЫ**

го «биться», поэтому в нашем случае, к сожалению, бонусные системы не срабатывают.

3. Необходимо помнить печальный опыт сети «Киномакс», которая при смелом очередного директора по маркетингу меняла условия действия дисконтной системы. *Следует заранее продумать все аспекты применения дисконтных карт и размер скидок,* потому что любое ухудшение положения клиента, который купил карту, является ужасным пятном на репутации кинотеатра и имеет огром-

ный негативный эффект. Менять условия дисконтной системы после ее запуска нельзя!

4. Когда человек набирает верхний предел скидки, возникает вопрос, как его мотивировать. В данном случае возможны несколько вариантов. Либо устанавливается заведомо высокая планка перехода на последний уровень. Либо

**МЫ ВОВЛЕКАЕМ ЧЕЛОВЕКА В АЗАРТНУЮ ИГРУ НАКОПЛЕНИЯ СКИДКИ, И ОН ИНОГДА ПОСЕЩАЕТ ВАС, ДАЖЕ КОГДА ФИЛЬМ ЕМУ НЕ ОЧЕНЬ ИНТЕРЕСЕН, ПРОСТО ЧТОБЫ УВЕЛИЧИТЬ РАЗМЕР СКИДКИ**

срок действия дисконтной карты ограничивается по времени (год или два). В таком случае начальная скидка должна быть несколько больше, например 10% или 15%, и верхний предел, соответственно, тоже выше. Для набравших верхний предел добавьте возможность накопления бонусов, что, как мы говорили, не слишком эффективно, зато хоть как-то поддерживает азарт дошедших до верхнего уровня скидки.

5. Крайне полезно использовать *стимулирующие названия для карт*. Например, карта «серебряного» уровня, «золотого». Можно также придумать для их владельцев ничего особенно не стоящее, но *приятные привилегии*. Например, выделенное место на парковке, отдельный вход, специальную бронь на любой сеанс.

6. *Дисконтные карты должны быть только электронными* (с магнитной полосой), без возможности для кассира

предоставлять скидку в ручном режиме, иначе огромных злоупотреблений не избежать.

Естественно, что при использовании дисконтных карт мы также сталкиваемся со злоупотреблениями билетных кассиров. Выражается это в основном в том, что они приобретают одну дисконтную карту себе и пробивают скидку всем покупающим билеты, таким образом накапливая вполне приличную сумму. Отметим, что современные билетные системы позволяют отслеживать номера дисконтных карт, по которым получена скидка. Кроме того, также эффективно использовать вышеупомянутые при рассмотрении скидок объявления. Хорошо помогают и современные системы видеонаблюдения.

В случае если кинотеатр находится в сложной ситуации, возможно применение скидки, напрямую связанной с дисконтной системой, – это предоставление той же скидки по дисконтным картам других кинотеатров. Такой методикой в свое время пользовались известные парфюмерные сети, а также некоторые магазины бытовой техники. Данная мера действительно является крайней, потому что скидку в таком случае придется предоставлять в ручном режиме и злоупотреблений не избежать.

Замечу, что дисконтная система – обязательный элемент любого современного кинотеатра и ее отсутствие оказывает существенное негативное влияние на эффективность работы предприятия.



ООО «Волгоградская кинокомпания  
дистрибьюции и менеджмента»

# СЕМИНАР

## «Точки роста вашего кинотеатра»

«Волгоградская кинокомпания дистрибьюции и менеджмента» и Российский Международный Кинорынок приглашают всех желающих на расширенный семинар «Точки роста вашего кинотеатра», который будет проходить в рамках обучающего модуля для руководителей и специалистов кинотеатров с 31 июля 2008 г. по 3 августа 2008 г. в Волгограде.



### В программе:

- три занятия продолжительностью по два часа;
- осмотр современных кинотеатров Волгограда и знакомство с их работой;
- экскурсии по Волгограду.

В работе семинара будет сделан акцент на способы улучшения результативности работы предприятия, не связанные с дополнительными крупными затратами и потому позволяющие существенно повысить не только валовые сборы, но и рентабельность кинотеатра.

Запланирован следующий порядок работы.

*Первый день* – заезд.

*Второй день* – занятия: «Повышение уровня сервиса в кинотеатре как главный резерв роста посещаемости и повышения конкурентоспособности» и «Злоупотребления линейного персонала и современные способы противодействия им». Обзорная экскурсия по городу с осмотром кинотеатров и достопримечательностей Волгограда, торжественный ужин.

*Третий день* – занятие «Маркетинг, PR и реклама современного кинотеатра»; экскурсия по центру города, дружеский ужин, вечеринка в клубе.

*Четвертый день* – выезд.

Спикеры семинара: директор «Волгоградской кинокомпания дистрибьюции и менеджмента» кандидат экономических наук Владимир Жуков, заместитель директора кинотеатра «Киномакс-Дон» (Ростов-на-Дону) Анастасия Гребенюк.

Стоимость участия в расширенном семинаре – 25 000 руб. с НДС для одного участника. Она включает проживание в одноместном улучшенном номере в гостинице «Волгоград» с завтраками, посещение занятий, экскурсий, два ужина (во второй и третий дни пребывания), трансфер из/в аэропорт (вокзал).

**По вопросам участия обращайтесь к Владимиру Жукову:  
телефон (8442) 26-78-71, 8.902.310-92-35, e-mail:  
zhukov\_vladimir@inbox.ru**



## ФОРМУЛА УСПЕХА

В СЕНТЯБРЕ СВОЕ ДЕСЯТИЛЕТИЕ ОТМЕТИТ ПЕРВЫЙ ЗАЛ КИНОТЕАТРАЛЬНОЙ СЕТИ «ИМПЕРИЯ КИНО» – КИНОТЕАТР «СТРЕЛА». ОДНОЗАЛЬНЫЙ «ПЕРВЕНЕЦ» ПОЛОЖИЛ НАЧАЛО НЕОДНОЗНАЧНОЙ ИСТОРИИ СЕТИ. ТРИ ГОДА СПУСТЯ НА ЕЕ БАЗЕ ВОЗНИКНЕТ НОВАЯ СЕТЬ – «ФОРМУЛА КИНО». ОДНАКО СУЩЕСТВУЮЩАЯ СЕЙЧАС «ФОРМУЛА КИНО» И КОМПАНИЯ С ТЕМ ЖЕ НАЗВАНИЕМ, ВОЗНИКШАЯ В 2001 Г. И ПРОСУЩЕСТВОВАВШАЯ ВПЛОТЬ ДО СЕНТЯБРЯ 2005 Г., – НЕ ОДНО И ТО ЖЕ. |Кирилл Адибеков|

Бренд «Формула Кино» был создан в 2001 г. двумя кинотеатральными компаниями – «Каро-фильм» и «Империя Кино». Тот год можно смело назвать переломным для российского кинотеатрального рынка. Лучше слов об этом свидетельствуют цифры. Если в том самом 2001 г. общее число кинотеатров в России составляло всего лишь восемьдесят девять, то уже через год их было уже сто семьдесят три. То есть число кинотеатров в России удвоилось всего за год. И в немалой степени этому поспособствовало объединение двух мощных кинопрокатных структур в единую сеть «Формула Кино». Для сравнения можно привести данные за предыдущий 2000 г. Тогда прирост числа кинотеатров составил менее 100% за год.

Кинотеатральный бум продолжился и в 2002–2003 гг.: 390 кинотеатров в 2003-м. После этого рост числа кинотеатров стал

замедляться, уступив место новой концепции развития: отныне рынок растет вовнутрь, за счет увеличения количества залов в одном кинотеатре. Иными словами, в Россию пришли мультиплексы как основной бизнес-закон и философия кинотеатрального проката. Подобная смена модели развития была обусловлена тем, что показатели сборов на один экран неуклонно снижались. Следовательно, рынок требовал рождения новой стратегии развития. Наивысшей точки показатель сборов на один экран достиг в том же 2001 г. Тогда в среднем с одного экрана можно было собрать около \$478 тыс. В последующие годы эта цифра уменьшалась: с \$370 тыс. – в 2002-м до \$305 тыс. – в 2005 г.

К августу 2001 г. в активе «Каро-фильм» было 13 кинотеатров; «Империя кино» на этапе объединения располагала 11 кинотеатрами.

За четыре года «Формула Кино» стала одной из наиболее мощных российских кинотеатральных сетей. Однако за это время стратегия компании стала раздваиваться. По официальной версии «развод» «Империю Кино» и «Каро-фильм» был предсказан газетой «Коммерсантъ» почти за полгода до официального заявления. Существует две основные версии «развода».

Согласно первой топ-менеджмент «Каро» был недоволен результатами совместной работы с «Империей Кино». Изначально этот альянс обещал сделать партнеров абсолютными лидерами рынка. Однако за четыре года позиции компаний – рассмотренные отдельно – не сильно поменялись. А рентабельность совместного бизнеса стала снижаться одновременно с уменьшением доходов на один экран. «Формула Кино» специализировалась на открытии небольших трех- и четырехзальных кинотеатров. Изменение структуры рынка требовало развития по двум новым направлениям. Речь идет о региональном развитии и создании мультиплексов с количеством залов, превосходившим совместные проекты «Каро-фильма» и «Империю Кино».

Однако существует и другое мнение: на этапе бурного роста рынка кинотеатрального проката альянс двух сильных игроков выглядел дополнительным фактором для усиления компаний и их позиций. И лишь изменение стратегии «Каро» вынудило компанию вывести собственные активы из «Формулы Кино».

Спустя три года после «развода» можно говорить о том, что обе версии правомерны. Хотя бы в силу неотделимости проблем неэффективности от необходимости менять стратегии развития. Действительно, в



«Формула Кино София», Москва

«пост-формульный» период компания «Каро», несомненно, бывшая инициатором «развода», серьезно увеличила свое присутствие на рынке. По состоянию на май 2008 г. в состав сети входит 31 кинотеатр. Для сравнения необходимо упомянуть, что 2007 г. «Каро» заканчивала, располагая тридцатью кинотеатрами. Последним открытием стал семизальный мультиплекс в Санкт-Петербургском торговом центре «Атмосфера». Последней же «премьерой» «Формулы кино» стало открытие девятизального комплекса «Формула Кино Европа», состоявшееся в октябре 2006 г. Если же

«Формула Кино Ладога», Москва



## «ФОРМУЛА КИНО» И МЕДИА

Сегодня «Формула Кино» активно работает в медийном пространстве, стараясь обеспечить зрителей такими услугами, как sms-афиша по кинотеатрам сети, мобильное бронирование билетов и электронный билет. В начале 2008 г. «Формула Кино» начала работать с wi-fi-провайдером «Голден Телеком». Результатом сотрудничества стал доступ в Интернет в пределах кинотеатров сети. При этом в трех кинотеатрах («Формула Кино Европа», «Формула Кино на Можайке», «Формула Кино на Рублевке») доступ в Интернет бесплатный.

посмотреть шире, получится, что из десятки крупнейших операторов сетей российских кинотеатров за пять первых месяцев 2008 г. только три компании не увеличили свое присутствие на рынке. Речь идет о «Формуле Кино», «Роскино» и «Премьер-зале».

После разделения «Империя Кино», которой «в наследство» достался хорошо раскрыченный бренд «Формула Кино», открыла четыре новых кинотеатра: «Ладога» – трехзальный, «Формула Кино на Рублевке» – пятизальный, «Формула Кино на Мичурин-

## ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ СЕТИ

### ЭТАП 1: «ИМПЕРИЯ КИНО»

Дата открытия	Название	Состояние на 01.06.2008 г.
Сентябрь 1998 г.	Кинотеатр «Стрела»	«Формула Кино»
Октябрь 1999 г.	Кинотеатр «Горизонт»	«Формула Кино»
Июнь 2000 г.	Кинотеатр «Прага»	«Формула Кино»
Сентябрь 2000 г.	Кинотеатр «Мечта»	«Формула Кино»
Сентябрь 2000 г.	Кинотеатр «Витязь»	«Формула Кино»
Октябрь 2000 г.	Кинотеатр «Солнцево»	«Формула Кино»
Октябрь 2000 г.	Кинотеатр «Тбилиси»	Снесен
Март 2001 г.	Кинотеатр «Аврора»	Ремонт
Сентябрь 2001 г.	Кинотеатр «Экран»	«Звезда 2000»

### ЭТАП 2: ЕДИНАЯ СЕТЬ «ФОРМУЛА КИНО»

Дата открытия	Название	Состояние на 01.06.2008 г.
Декабрь 2001 г.	Кинотеатр «Первомайский»	«Каро-фильм»
Декабрь 2001 г.	Кинотеатр «Киргизия»	«Каро-фильм»
Май 2002 г.	Кинотеатр в ТК «Атриум»	«Каро-фильм»
Январь 2003 г.	Кинотеатр «Икар» (Башкирия)	Нет данных
Апрель 2003 г.	Кинотеатр «Ладога»	«Формула Кино»
Май 2003 г.	Кинотеатр «Баррикады»	«Каро-фильм»
Июнь 2003 г.	Кинотеатр «Под открытым небом»	«Формула Кино»
Осень 2003 г.	Кинотеатр в «Рамсторе» (Подольск)	«Каро-фильм»
Декабрь 2003 г.	Кинотеатр «София»	«Формула Кино»
Май 2004 г.	Кинотеатр «Формула Кино на Можайке»	«Формула Кино»
Февраль 2004 г.	Кинотеатр в ТЦ «Шоколад» (Нижний Новгород)	«Каро-фильм»



ском) – восьмизальный и уже упоминавшийся «Формула Кино Европа».

Однако, двигаясь в сторону создания многозальных кинотеатральных комплексов, «Формула Кино» продолжает оставаться исключительно московской сетью. В отличие от сети «Каро-фильм», планирующей еще более масштабную экспансию в регионы, включая постройку кинотеатров в сельской местности, «Формула Кино» по-прежнему позиционирует себя как компания, не заинтересованная в иных рынках, кроме московского. Но недостаточные темпы развития уже привели к тому, что «Формула Кино» утратила лидирующие позиции по Москве. По состоянию на май 2008 г. компания располагает тринадцатью кинотеатрами. Тогда как «Каро-фильм» имеет пятнадцать кинотеатров в Москве и шестнадцать в регионах.

Таким образом, можно констатировать, что «Формула Кино» переживает трудные времена. Постулировавшаяся ранее ориентация на лидерство в столичном кинотеатральном сегменте более не актуальна. Выход сети в регионы никогда не предусматривался. Однако именно экспансия мо-



«Формула Кино Европа», Москва

жет стать способом выйти из перманентной стагнации.

Среди планов компании: строительство многозального кинотеатра, который будет оснащен технологиями 5D; развитие собственных развлекательных комплексов, в которых помимо кинотеатра будут представлены и другие развлечения.

*Р.С. С сожалением заметим, что компания не пожелала раскрыть текущую информацию и старалась всячески избежать прямых контактов представителей топ-менеджмента с журналистом «Киномеханика».*

#### ТОП 10. КРУПНЕЙШИЕ ОПЕРАТОРЫ СЕТЕЙ КИНОТЕАТРОВ РОССИИ (НА 1 МАЯ 2008 Г.)

Место	Оператор сети	К/т	Залы	Доля рынка по кол-ву залов	Центральный офис
1	«Каро Фильм»	31	153	9,3%	Москва
2	«Синема Парк»	9	75	4,6%	Москва
3	«Киномакс»	20	69	4,2%	Москва
4	«Кронверк синема»	11	61	3,7%	С.-Петербург
5	«Формула Кино»	13	60	3,7%	Москва
6	«Rising Star Media»	4	52	3,2%	Москва
7	«Арт Сайнс Синема»	15	50	3,1%	Новосибирск
8	«Роскино»	12	34	2,1%	Москва
9	«Люксор»	9	34	2,1%	Москва
10	«Премьер-зал»	22	31	1,9%	Екатеринбург
<b>Итого у этих операторов</b>		<b>146</b>	<b>619</b>	<b>37,8%</b>	
<b>Всего в России</b>		<b>676</b>	<b>1 639</b>	<b>100,0%</b>	

**ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ СЕТИ****ЭТАП 3: «ФОРМУЛА КИНО» ПОСЛЕ РАЗДЕЛЕНИЯ С «КАРО-ФИЛЬМ» В 2005 Г.**

Дата открытия	Название	Состояние на 01.06.2008 г.
Май 2005 г.	Кинотеатр «Формула Кино Ладога»	«Формула Кино»
Сентябрь 2005 г.	Кинотеатр «Формула Кино на Рублевке»	«Формула Кино»
Декабрь 2005 г.	Кинотеатр «Формула Кино на Мичуринском»	«Формула Кино»
Октябрь 2006 г.	Кинотеатр «Формула Кино Европа»	«Формула Кино»

**КИНОТЕАТРЫ СЕТИ «ФОРМУЛА КИНО»**

Название	Количество залов	Количество мест
«Формула Кино Витязь»	5	680
«Формула Кино Горизонт»	3	779
«Формула Кино Ладога»	3	936
«Формула Кино Мечта»	1	656
«Формула Кино Прага»	3	685
«Формула Кино Солнцево»	1	560
«Формула Кино София»	4	674
«Формула Кино Стрела»	1	54
«Формула Кино Европа»	9	1412
«Формула Кино на Мичуринском»	8	1153
«Формула Кино на Можайке»	12	2106
«Формула Кино на Рублевке»	5	505
«Формула Кино Под открытым небом»	1	70 машин
Всего	56	10270

**НЕ БЛОКБАСТЕРОМ ЕДИНЫМ**

Не так давно «Формула Кино», традиционно ориентированная на массовое развлекательное, преимущественно голливудское, кино, объявила о том, что теперь в кинотеатре «Горизонт» на постоянной основе будет демонстрироваться некоммерческое кино. Первыми картинами, разнообразившими прокатный пейзаж «Формулы Кино», стали «Молодость без молодости» режиссера Фрэнсиса Форда Coppoly и «Ты, живущий» режиссера Роя Андерссона.



## ПРИМЕНЕНИЕ ЛАЗЕРНЫХ ИЗЛУЧАТЕЛЕЙ В ЗВУКОЧИТАЮЩИХ УСТРОЙСТВАХ КИНОПРОЕКТОРОВ

ОКОНЧАТЕЛЬНЫЙ ПЕРЕХОД НА БЕССЕРЕБРЯНЫЕ ЦИАНОВЫЕ ФОНОГРАММЫ ПРИ ПРОИЗВОДСТВЕ ФИЛЬМОКОПИЙ ПОТРЕБОВАЛ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НОВЫХ ИЗЛУЧАТЕЛЕЙ ДЛЯ ИХ СЧИТЫВАНИЯ. И ЕСЛИ СОВРЕМЕННАЯ ПРОЕКЦИОННАЯ ТЕХНИКА В УСТРОЙСТВЕ СЧИТЫВАНИЯ ЗВУКА МНОГО ЛЕТ КОМПЛЕКТУЕТСЯ ПОЛУПРОВОДНИКОВЫМИ ИСТОЧНИКАМИ СВЕТА, ТО НАХОДЯЩИЕСЯ В ЭКСПЛУАТАЦИИ КИНОПРОЕКТОРЫ СССР И СТРАН СОЦБЛОКА ИСПОЛЬЗУЮТ ЛАМПЫ НАКАЛИВАНИЯ И В СЛОЖИВШЕЙСЯ СИТУАЦИИ ПОДЛЕЖАТ СКОРЕЙШЕЙ МОДЕРНИЗАЦИИ. |Павел Лакно, Юлия Мацковская, Сергей Певцов, Сергей Петров (ОАО «МОСКИНАП»)|

Максимальная оптическая плотность циановой фонограммы находится на длине волны 0,65 мкм, а ее спектр поглощения имеет ширину 0,35 мкм. Мощность излучения ламп накаливания распределена в более широком спектральном диапазоне (0,45–1,1 мкм) с максимумом на длине волны 0,85 мкм. Вследствие чего при переходе с серебряной на циановую фонограмму уровень модуляции светового сигнала при использовании ламп нака-

ливания снижается на 75%. Соответственно, повышается шумовая составляющая сигнала.

Для эффективного воспроизведения циановых фонограмм максимум излучения источника света должен находиться на длине волны, соответствующей максимальной плотности фонограммы (0,63–0,65 мкм), а его спектральная характеристика должна быть уже спектральной характеристики циана. Наиболее подходящими источниками

такого излучения являются «красные» лазерные диоды и светодиоды.

Преимуществом лазерных диодов является большой срок службы (не менее 50 тыс. часов), высокая яркость, направленность и монохроматичность ( $\Delta\lambda \sim 2$  нм) излучения, постоянная мощность излучения в процессе эксплуатации за счет внутренней обратной связи в лазерном модуле. Это обеспечивает меньшие потери в оптическом тракте звукочитающего устройства, особенно на высоких частотах, и стабильную работу устройства. Лазерные излучатели позволяют получить с фотоприемника электрический сигнал, уровень которого не требует в дальнейшем применения фотоусилителя, как с зарубежными звуковыми процессорами, так и с отечественными звуковоспроизводящими комплексами «Звук Т2-25» и «Звук Т2-50». Отсутствие фотоусилителя существенно снижает шумы и фон на входе звуковоспроизводящей аппаратуры, особенно когда применяются длинные кабели и плохо заземлена звуковая стойка. Кроме того, все звуковые процессоры и звуковоспроизводящие комплексы изначально рассчитаны на работу от фотодиодов напрямую и имеют очень низкое входное сопротивление.

В настоящее время в киносети все еще массово используются кинопроекторы 23КПК совместно со звуковоспроизводящими комплексами «Звук Т2-25» или «Звук Т2-50». В штатном варианте эти комплексы работают в монофоническом режиме. Для их модернизации на заводе «Москинап» разработан лазерный излучатель ЛИК-01, который устанавливается на место штатной лампы накаливания, при этом фотоприемная и формирующая читающий штрих части звукочитающего устройства кинопроектора 23КПК остаются без изменения (рис.1). Значение действующего тока сигнала на выходе штатного фотодиода ФД-К-155 при правильной юстировке составляет величину не менее 4–5 мкА, что вполне достаточно, так как чувствительность комплексов «Звук Т2-25» и «Звук Т2-50» в режиме воспроизведения фонограммы не менее 1 мкА.

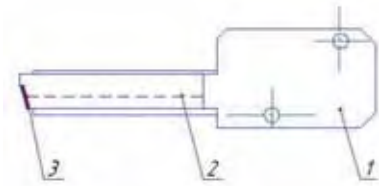
Для перехода к стереозвуку в кинопроекторе 23КПК необходима доработка фо-

Рис.1. Лазерный излучатель ЛИК-01 в составе кинопроектора 23КПК



1 – ЛИК-01, 2 – корпус читающего устройства, 3 – микрообъектив, 4 – звуковой барабан, 5 – корпус фотоприемного устройства

Рис. 2. Узел двухплощадочного фотоприемника для кинопроекторов 23КПК



1 – кронштейн, 2 – держатель фотоприемника, 3 – двухплощадочный фотоприемник Dolby

топриемной части. Это может быть решено за счет установки непосредственно за фонограммой кинофильма в месте расположения входного окна светопровода бескорпусного двухплощадочного фотоприемника фирмы Dolby размером 4x4 мм. Разработанная на заводе «Москинап» конструкция узла фотоприемника (рис. 2) обеспечивает его установку на посадочное место держателя светопровода.

Узел устанавливается на кронштейн кинопроектора вместо держателя светопровода. Положение фотоприемника относительно читающего штриха регулируется так же, как и положение светопровода. Расстояние между фонограммой и приемником

Рис.3. Лазерный излучатель ЛИК-08, работающий по схеме обратного чтения, в кинопроекторе 23КПК



1 – ЛИК-08, 2 – узел фотоприемника



1 – лазерный модуль, 2 – держатель, 3 – посадочные места, 4 – стопорные винты

должно быть не более 0,5 мм, что обеспечивается сдвигом держателя приемника в кронштейне. Провода фотодиода подсоединяются к разъему, к которому подходят соответствующие контакты кабеля звуковоспроизводящей системы. Черный провод фотодиода – общий катод для двух площадок приемника. Красный и зеленый – сигнальные концы (зеленый – правый канал, красный – левый). Необходимо при этом иметь в виду, что штатно система работала в монорежиме и в звуковом кабеле может не хватать сигнальных проводов для стереоварианта, тогда кабель придется заменить.

Если звуковоспроизводящей системой являются комплексы «Звук Т2-25» или «Звук Т2-50», то в штатном варианте си-



1 – лазерный модуль, 2 – стабилизатор напряжения, 3 – хомут, 4 – кронштейн



1 – узел лазерного осветителя, 2 – гайка, 3 – гладкий барабан, 4 – микрообъектив, 5 – смотровое окно, 6 – винт

**Рис. 4.**  
Лазерный излучатель ЛИК-03 для кинопроекторов КП15 и КП30

гнал снимался с катода фотодиода, на который с предварительного усилителя УП8 подавалось положительное напряжение смещения (фотодиодный режим работы приемника). При использовании приемника Dolby сигнал снимается с анодов фотодиодов. Их катоды соединены и имеют общий вывод. Поэтому необходимо убрать положительное напряжение смещения на входе УП8. Для чего в схеме предварительного усилителя УП8 следует удалить резистор R3 из обоих каналов. Приемники будут работать в фотогальваническом режиме, что обеспечивает существенно меньшие шумы. Необходимо также правильно распаять входной разъем, обеспечив наличие сигналов в обоих каналах УП8 в соответствии с документацией на звуковоспроизводящий комплекс.

Следует отметить, что для установки двухплощадочных фотоприемников на кинопроекторах 23КПК со звуковыми барабанами, имеющими толщину левой «щечки» более 4,5 мм, требуется доработка барабана. Однако эти звуковые барабаны были сняты с производства давно и проекторы с ними встречаются редко.

Применение фотоприемника фирмы Dolby, имеющего спектральную характеристику с максимумом чувствительности на длине волны 0,65 мкм, и отсутствие потерь в светопроводе позволяют получить действующее значение полезного сигнала на входе звуковоспроизводящей аппаратуры не менее 7 мкА в каждом из каналов. Это в несколько раз больше требуемой величины для устойчивой работы любого звукового процессора, звуковоспроизводящих комплексов «Звук Т2-25», «Звук Т2-50» или микшерных пультов. В связи с тем что лазер позволяет получить сигнал, практически не требующий компенсации щелевых потерь, можно напрямую подключаться к фотодиодам к микрофонному входу микшерного пульта, зашунтировав его резистором в 1 кОм. Это необходимо для получения низкого входного сопротивления по постоянному току, так как микрофонные входы микшерных

**Рис. 5.**  
Читающая головка кинопроектора МЕО-5Х с лазерным осветителем

**Рис. 6.**  
ЛИК-05 на кинопроекторе МЕО-5ХВ1

пультов, как правило, имеют разделительные конденсаторы.

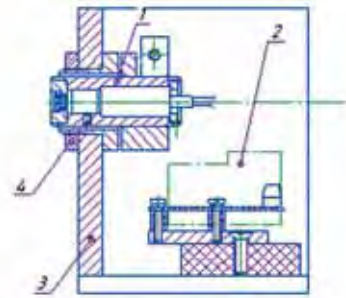
Для улучшения качества звуковоспроизведения звукочитающее устройство кинопроектора 23КПК может быть модернизировано и путем перехода с прямого чтения на обратное. В данном варианте доработки звукочитающего устройства кинопроектора 23КПК используется лазерный излучатель ЛИК-08 и фотоприемный узел на базе двухплощадочного фотодиода (рис. 3). При этом излучатель ЛИК-08 устанавливается на место крепления штатного фотоприемного устройства, а узел фотоприемника – на место излучающей лампы. Узел микрообъектива остается штатным. Такая доработка не только позволяет обеспечить стереозвучание, но и повышает качество чтения звуковой стереофонограммы за счет более глубокого разделения каналов. Действующее значение тока на выходе фотодиода в этом варианте составляет не менее 5–7 мкА, что вполне достаточно для устойчивой работы любой звуковоспроизводящей аппаратуры.

Аналогично доработке звукочитающих устройств кинопроектора 23КПК может быть проведена и модернизация кинопроекторов КП15, КП30 (используется лазерный излучатель ЛИК-03 – рис. 4), МЕО-5Х (ЛИК-04 – рис. 5), МЕО-5ХВ1 (ЛИК-05 – рис. 6, 7), PREVOST (ЛИК-06 – рис. 8), СК1000 (ЛИК-07 – рис. 9).

Все эти лазерные излучатели устанавливаются на имеющиеся в соответствующих кинопроекторах посадочные места и требуют только юстировочных работ.

Во всех модернизированных звукоблоках уровень выходного сигнала (не менее 4 мкА) позволяет работать со звуковыми процессорами без применения фотоусилителя, что не только существенно упрощает схему и конструкцию, но и повышает качество звуковоспроизведения, так как не вносятся собственные шумы фотоусилителя.

Настройка звукочитающей системы кинопроектора с лазерным излучателем состоит в совмещении световой полоски, формируемой лазерным излучателем, с направлением читающей щели, а также в получении свето-



1 – излучатель ЛИК-05, 2 – стабилизатор напряжения, 3 – кронштейн кинопроектора, 4 – гайка

Рис. 7. Узел крепления излучателя ЛИК-05 на кинопроекторе МЕО-5ХВ1



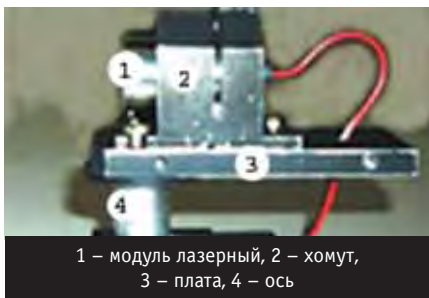
вого пятна максимальной яркости в плоскости фонограммы. Указанная цель достигается за счет перемещения лазерного модуля вдоль и поперек оптической оси читающей головки кинопроектора (конструкция излучателя это позволяет), а также за счет разворота модуля вокруг его оси.

Если читающая система кинопроектора снабжена смотровым окном, предварительная настройка выполняется по виду светового пятна, которое должно располагаться в центре окна и иметь максимально возможную яркость.

Для всех других типов звукочитающих систем предварительную настройку рекомендуется проводить по уровню сигнала с фото-

Рис. 8. Лазерный излучатель ЛИК-06 для читающего устройства прямого чтения кинопроектора PREVOST





1 – модуль лазерный, 2 – хомут, 3 – плата, 4 – ось

Рис. 9. Излучатель ЛИК-07 для кинопроектора СК1000

Добиться минимальной ширины овала и максимальной длины большой оси эллипса без S-образного искажения оси эллипса

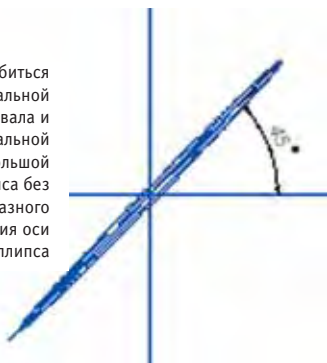


Рис.10. Розовый шум на экране двухканального осциллографа в режиме X/Y при правильной настройке

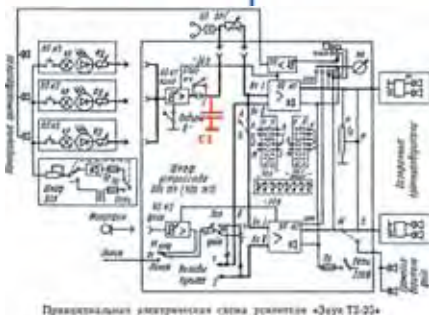
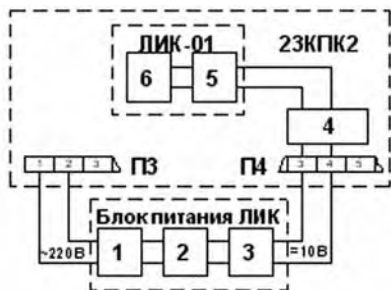


Рис. 11. Схема усилителя



1 – сетевой фильтр, 2 – трансформатор, 3 – выпрямитель с емкостным фильтром, 4 – встроенная в 23КПК2 схема включения звукоблока, 5 – плата стабилизатора ЛИК-01, 6 – лазерный излучатель

Рис. 12. Структурная схема включения ЛИК-01 в составе кинопроектора 23КПК2

приемника, величина которого при отсутствии фонограммы должна составлять 20–30 мкА. Такой уровень сигнала позволяет уверенно работать с любой звуковоспроизводящей системой. Ток можно измерить непосредственно с фотодиодов любым тестером, который может мерить ток 100–200 мкА.

Окончательная настройка качественно может быть осуществлена только с помощью двухканального осциллографа по контрольным тест-фильмам 35 «Синус 1000/10000 Гц» и 35 «Левый/Правый Стерео», изготовляемым ОАО «НИКФИ» или по аналогичным тестам фирмы Dolby. По фильму 35 «Синус 1000/10000 Гц» контролируется форма синусоидального сигнала и уровень на частотах 1000 и 10000 Гц, по фильму 35 «Левый/Правый Стерео» – отсутствие взаимного проникновения сигнала из канала в канал двухплощадочного приемника, то есть правильная установка двухплощадочного приемника относительно дорожек фонограммы. Азимут читающего штриха и фокусировка микрообъектива контролируются по тест-фильму «Розовый шум» Cat.No. 69P (Dolby Pink Noise Test Film) в режиме осциллографа X/Y (рис.10). В худшем случае можно делать это на тест-фильмах «Синус...».

При использовании в качестве звуковоспроизводящей системы кинопроектора необходимый уровень сигнала на входе процессора устанавливается с помощью тест-фильма Cat.No. 69T (Dolby Tone Test Film).

После установки и настройки лазерного излучателя необходимо провести настройку звукового процессора, приведя частотную характеристику к стандартной с помощью тест-фильма «Розовый шум».

При использовании звуковой системы «Звук Т2-50» или «Звук Т2-25» приходится не только уменьшать компенсацию щелевых потерь, но и обеспечивать подавление высоких частот. Для этого в колодке с емкостями «спад НЧ» (рис. 11) на задней стенке шкафа усилителя (за приборной панелью) следует зашунтировать цепь сигнала по высокой частоте, впаяв дополнительную емкость С1 номиналом 1–1,5 мкФ (тип К73–17 или К10–17) или соединить на

землю один из концов конденсатора С в блоке «спад НЧ», поставив вместо него перемычку. Если звук двухканальный – дорабатываются оба канала.

В кинопроекторах лазерные излучатели работают в условиях мощных электромагнитных помех. Импульсная помеха, возникающая в момент поджига лампы осветителя, обладает наибольшей интенсивностью и наводится как по сети, так и на соединительные провода излучателя в диапазоне частот 2–10 МГц.

Для исключения выхода из строя излучателя вследствие воздействия электромагнитных помех были разработаны специализированные блоки питания, обеспечивающие повышенную помехозащищенность лазерного излучателя в составе кинопроекторов.

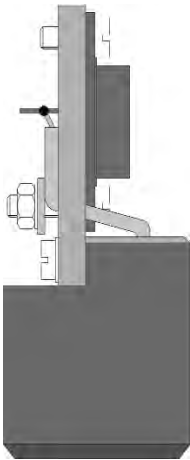
Схема подключения лазерного излучателя ЛИК-01 (ЛИК-08) в составе кинопроектора 2ЗКПК2 приведена на рис. 12. Напряжение  $\approx 220\text{В}$  с колодки ПЗ кинопроектора (клеммы 1 и 2) подается на сетевой фильтр блока питания (1). В нем происхо-

дит максимальное подавление как синфазной, так и дифференциальной составляющей помехи на частотах максимальной интенсивности (от импульса поджига лампы). Дополнительно для защиты от импульсных выбросов напряжения фильтр содержит супрессор и варистор.

После трансформатора (2) и выпрямителя с емкостным фильтром (3) постоянное напряжение ( $\approx 10\text{ В}$ ) поступает на колодку П4 (клеммы 3 и 4) кинопроектора. Длина соединительных проводов между колодкой П4 и платой стабилизатора лазерного излучателя составляет  $\sim 2\text{ м}$ . Для подавления наведенной на них помехи стабилизатор имеет индуктивно-емкостной фильтр.

Аналогично производится и подключение лазерных излучателей к другим кинопроекторам.

Четырехлетний срок успешной эксплуатации модернизированных кинопроекторов показал отличное качество звуковоспроизведения, стабильность и повышенную надежность работы звукоблоков с лазерными излучателями.



## ИСТОЧНИКИ КРАСНОГО СВЕТА для чтения БЕССЕРЕБРЯНЫХ ФОНОГРАММ для КИНОПРОЕКТОРОВ МЕО, 2ЗКПК, 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.*

### ВНИМАНИЕ, ИЗМЕНИЛИСЬ ТЕЛЕФОНЫ!

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

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

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

**ЗАО НИКФИ, КБ модернизации кинопроекторов**



Фото: Александр Зенин



## КИНО ВОКРУГ

СРЕДИ НОВОМОДНЫХ И ОРИГИНАЛЬНЫХ РАЗВЛЕЧЕНИЙ СТОЛИЦЫ ЕСТЬ ОДНО, НЕ ПЕРЕСТАЮЩЕЕ УДИВЛЯТЬ ПОСЕТИТЕЛЕЙ ВОТ УЖЕ ПОЧТИ 50 ЛЕТ. ЭТО «КРУГОВАЯ КИНОПАНОРАМА» – ИЗОБРЕТЕНИЕ СОВЕТСКИХ ИНЖЕНЕРОВ, НАСТОЯЩЕЕ ДОСТИЖЕНИЕ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА, ДО СИХ ПОР ОБИТАЮЩЕЕ НА ТОЙ САМОЙ, ОБЕЯННОЙ МИФАМИ ВЫСТАВКЕ. **[Борис Сорокоумов]**

Большие солнечные аллеи, фонтаны, бронзовые изваяния рабочих и колхозников с орудиями или результатами самоотверженного труда, ракета-носитель на старте, пассажирские лайнеры с аббревиатурой «СССР» – это любимое место отдыха советских граждан, ВДНХ. Оно пронизано многонациональным социалистическим счастьем, беззаветной верой в светлое будущее и гордостью за свою страну. Вблизи южного входа ВДНХ (современного ВВЦ) находится малоприметное сооружение в виде шайбы из силикатного кирпича и стекла. Вывеска гласит: «Круговая кинопанорама».

В цилиндрическом зале голова по-настоящему идет кругом: на 11 экранах, занимающих 360° горизонтального видения, вдруг появляются горы, их сменяют пейзажи столицы, гейзеры Камчатки, утопающий в зелени абхазский Сухуми и национальные танцы жителей Бурятии. Действие сопровождается комментариями диктора, раздающимися, кажется, отовсюду. Люди, попавшие в павильон, удивленно взирают по сторонам.

Нет, это не очередное утраченное произведение советских киноинженеров, а реально существующий московский кинотеатр-аттракцион, необычный и уникальный.

Идея создания круговой кинопанорамы не была оригинальной: в США архитектор Ральф Уолкер и инженер Фред Уоллер создали 11-проекторную систему «Vitarama» и впервые продемонстрировали ее на Всемирной выставке в Нью-Йорке в 1939 г. В 1955 г. знаменитый аниматор Уолт Дисней построил круговую панораму «Циркарама» (Cirarama) в парке «Диснейленд», где около двух лет показывал собственные видовые фильмы (например, «Путешествие по Западу»). Появлению круговой кинопанорамы в нашей стране предшествовала легендарная поездка Никиты Сергеевича Хрущева в Соединенные Штаты Америки, запомнившаяся советским гражданам началом кукурузного безумства и организацией столовых самообслуживания. Атракцион в «Диснейленде» так понравился первому секретарю ЦК КПСС, что он распорядился в кратчайшие сроки соорудить в Москве аналогичную кинопанораму, но чтоб непременно лучше американской («догнать и обогнать» Америку нужно было по всем показателям народного хозяйства).

За три месяца (!) под личным контролем Хрущева, под руководством и при непосредственном участии профессора Евсея Михайловича Голдовского была разработана и введена в эксплуатацию отечественная система круговой кинопанорамы, имеющая в два раза большее, чем в американской, число экранов – 22. Они были установлены в два яруса, им соответствовало такое же число кинопроекторов ПКП-5, отличительной особенностью которых являлась моторизованная регулировка резкости и «горизонта» (расположения кадра по высоте) для управления этими параметрами из зала. Для съемки и проекции применялась 35-мм пленка (а не 16-мм, как в «Циркараме»). Девятиканальная фонограмма записывалась на отдельной магнитной пленке и считывалась фонографом, установленным в аппаратной «Кинопанорамы». Семь акустических систем располагались за экранами, одна в залу и одна на потолке.



Фото: Александр Зенин

**Киномеханик Людмила Ванюкова, инженер-администратор Наталья Ващекина, киномеханик Ирина Дорощеева (слева направо)**

Для съемки кругорамного фильма одиннадцать киносъёмочных камер «Конвасавтомат» монтировались на общем основании по кругу таким образом, чтобы углы между оптическими осями смежных объективов равнялись  $32^{\circ}43'$ . Киноустановка могла использоваться для съемки с движущихся транспортных средств – с автомобиля, самолета, вертолета, а впоследствии и для съемок под водой.

Открытие нового киноаттракциона было приурочено к июньскому пленуму ЦК КПСС 1959 г., и первыми его зрителями стали участники этого пленума, посмотревшие фильм «Дорога весны» режиссера Василия Катаняна. Кругорама была принята «на ура!».

**В просмотровом зале**

Спустя шесть лет объективы съёмочной киноустановки и объективы кинопроекторов были дополнены анаморфотными насадками с коэффициентом анаморфирования 0,5, повернутыми на  $90^{\circ}$ , и оба





Фото: Александр Зенин

Один из  
11-ти ПКП-5

Фото: Александр Зенин

В первые годы  
существова-  
ния «Кинопа-  
норамы» на  
проекторах  
было установ-  
лено беспере-  
мочное уст-  
ройство

яруса экранов оказались заполнены единым круговым изображением. Такое преобразование позволило отказаться от половины установленных кинопроекторных аппаратов, сократить штат панорамы и значительно удешевить производство фильмов.

Для корректной работы аттракциона было необходимо обеспечить синхронную работу кинопроекторов и фонографа. О том, как это достигалось, рассказывает Лев Кириллович Лесин, с 1961 по 1966 гг. сменный инженер, а в настоящее время наладчик аппаратуры «Круговой кинопанорамы»: «Синхронизация приводных синхронных (реактивных) электродвигателей киноаппаратов обеспечивается двумя электромагнитными преобразователями частоты, каждый из которых представляет собой агрегат, состоящий из двух электрических машин и смесительного трансформатора, конструктивно объединенных на общем основании. Автоматическое управление режимами работ преобразователей частоты осуществляется шкафом программного управления, который совместно с преобразователями частоты обеспечивает синхронно-синфазный пуск и остановку приводных электродвигателей, а также переключение питания приводных электродвигателей с преобразователя на промышленную сеть (и обратно)».

Управление проекционным и звуковоспроизводящим комплексом ведется посредством пульта управления, установленного в зрительном зале.

«Круговая кинопанорама» пользовалась большим успехом у зрителей. При вместимости зала 300 человек аттракцион долгое время работал по 12 часов в день, осуществляя до 17 сеансов без единого пустующего места. А порой, из-за различных накладок, приходилось пускать в зал до 1000 человек. Аттракцион входил в обязательную программу пребывания в столице именитых гостей, да и сам Хрущев любил посещать свое детище.

«В мою смену он приходил три или четыре раза, – говорит старейший работник кинопанорамы киномеханик Людмила Ванюкова. – Сеансы для первого секретаря требовали особого внимания от киномехаников. У нас была специальная копия, «правительственная», отличающаяся высочайшим качеством печати. Когда высшее руководство перестало нас посещать, эту копию мы демонстрировали иностранцам».

Людмила Ванюкова работает с самого открытия «Круговой кинопанорамы»: «Пришла на практику из школы киномехаников на Арбате. Два месяца поработала – понравилось. После сдачи выпускных экзаменов осталась здесь работать. Позже пересдала на первую категорию в Управлении кинофикации. До 2006 г. работала сменным инженером».

В советское время на рабочую смену в «Круговую кинопанораму» ежедневно приходили 11 киномехаников, оператор пульта и два инженера – сменный и главный. «Тогда здесь было очень хорошо, весело... Работники учреждения имели повышенную относительно кинотеатров зарплату: киномеханик получал 72 руб. (а не 42 или 50 руб.), инженер – 125 руб. (вместо 75 руб.)», – рассказывает Людмила Ванюкова.

«Круговая кинопанорама» как нельзя лучше отражает состояние технической отрасли конца 50-х годов. Усилители в виде больших ящиков, внутри которых горит множество огоньков «накала» пальчиковых ламп. В кинопроекторах установлены невиданные в те времена ксеноновые лампы, проходившие в стенах «Круговой кинопанорамы» опытную эксплуатацию. Со временем были частично убраны громкоговорители: от напольного пришлось отказаться, поскольку зимой люди приходили в заснеженной или просто мокрой обуви и его «заливало», а потолочный убрали из-за сложности замены.

А вот в начале нового века обслуживать до крайности устаревшее оборудование все труднее, да и комплектую-

Людмила  
Ванюкова  
рассказывает  
о работе  
фонографа



Фото: Александр Зенин

Оконечный  
усилитель



Фото: Александр Зенин

Фото: Александр Зенин



щие подчас найти уже невозможно. Отсутствие новых фильмокопий и разрушение имеющихся поставило на грань закрытия этот удивительный аттракцион. Последняя поступившая в кинопанораму фильмокопия – «Родники неисчерпаемы» – была дорепечатана в Красногорске в 1992 г. «Родники...» напечатали на триацетатной пленке, поскольку на импортную не было денег, – говорит инженер-администратор Наталья Ващекина. – С тех пор работаем с тем, что есть».

«Были времена, когда фильмы не разрешалось показывать вторым экраном: пятьсот сеансов – и заказывали новую копию, – вторит коллеге Людмила Ванюкова. – Столица, центр, да ещеВДНХ – качество должно быть на высоте».

Реставрируют фильмокопии сами кинемеханики, поскольку не доверяют реставрационным машинам. По их словам,

**Преобразова-  
тели частоты**

**За пультом  
управления**



машины портят склейки и после машинного ремонта пленки приходится восстанавливать, а это занимает очень много времени.

На вопрос, сохранились ли негативы фильмов для аттракциона и нельзя ли с них отпечатать фильмокопии на новой прочной полиэфирной основе, женщины с грустью отвечают, что такие попытки были предприняты, «даже деньги нашлись и договорились с лабораторией обработки пленки», но оказалось, что негативы носят статус «исторических документов», и в выдаче пленок было отказано.

Сейчас аттракцион обслуживает женский коллектив – инженер и два кинемеханика, они же делают мелкий ремонт оборудования. Ремонтно-наладочной работой киноаппаратуры занимается Лев Лесин.

Несмотря на все трудности, «Круговая кинопанорама» обеспечивает приемлемое качество изображения и звука и привлекает посетителей ВВЦ. По словам сотрудниц учреждения, они часто видят знакомые лица, а люди, попавшие на кинопредставление случайно, остаются довольны и нередко после сеанса засыпают сотрудников кинопанорамы вопросами.

За время своего существования «Круговая кинопанорама» закрывалась лишь один раз – в конце 80-х годов, когда проводили замену пластикового покрытия в фойе и устанавливали звукопоглощающее покрытие в аппаратной. Замена пластика потребовалась после пожара в гостинице «Россия» (имевшей такое же пластиковое покрытие), унесшего много человеческих жизней из-за отравления продуктами горения этого материала.

На сегодняшний день «Круговая кинопанорама» – единственный в мире кинотеатр кругорамного кинематографа, проработавший с небольшим перерывом (1988–1990 гг.) почти пятьдесят лет.



## ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ VICTORIA 5. ТО-2\*

ТО-2 – ПЕРИОДИЧЕСКОЕ ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ, ПРОИЗВОДИМОЕ ЧЕРЕЗ 300-400 РАБОЧИХ ЧАСОВ ТЕХНИЧЕСКИМ ПЕРСОНАЛОМ КИНОТЕАТРА ПОД РУКОВОДСТВОМ РАБОТНИКА, ОТВЕТСТВЕННОГО ЗА ЭКСПЛУАТАЦИЮ КИНООБОРУДОВАНИЯ. **[Борис Сорокоумов]**

При ТО-2 проводятся следующие работы:

- все работы, проводимые при ТО-1;
- чистка отражателя;
- чистка ксеноновой лампы;
- чистка теплового фильтра сжатым воздухом;
- проверка уровня масла в мальтийском механизме;
- проверка зубчатых ремней и замена их при необходимости;
- проверка надежности крепления узлов и деталей;
- очистка пылесосом панелей и блоков электрооборудования от пыли;
- проверка работоспособности датчиков блокировки;
- очистка устройств считывания звука;
- установка уровня воспроизведения оптической фонограммы;
- замена ксеноновой лампы (при необходимости);
- чистка воздухозаборных сеток, фильтров (если они предусмотрены конструкцией);

\* Продолжение. Начало см.: Киномеханик. 2008. №6.

■ замена контрольной лампы (при необходимости).

### ЧИСТКА ОТРАЖАТЕЛЯ

Раз в месяц отражатель необходимо очищать, используя сжатый воздух. Если грязь не удаляется таким способом, рекомендуется протирать отражатель сухим ватным тампоном (либо слегка смочить его безводным этиловым эфиром), надев защитный щиток. Помимо этого существуют специальные средства по уходу за отражателями. Они, как правило, подходят и для металлических, и для стеклянных отражателей.

Применение других средств категорически воспрещается, так как это может привести к порче интерференционного покрытия отражателя.

**Внимание!** При работе в отсеке осветителя с открытой ксеноновой лампой необходимо строго соблюдать меры безопасности.

### ЧИСТКА КСЕНОНОВОЙ ЛАМПЫ

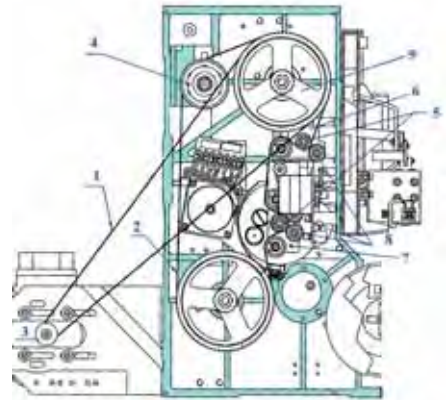
При правильной установке и грамотной эксплуатации ксеноновой лампы чистка с применением каких-либо химических средств не требуется. Пыль удаляется сжатым воздухом при периодической чистке фонаря.

Если до колбы случайно дотронулись руками, отпечатки пальцев следует осторожно (чтобы не поцарапать стекло) удалить смоченной спиртом тряпкой без хлопкового волокна и насухо протереть. Повреждение стекла в виде царапин может привести к взрыву ксеноновой лампы. Отпечатки пальцев на колбе пригорают к стеклу, что приводит к нарушению кристаллизации стекла, уменьшая его прочность, и, следовательно, повышает вероятность взрыва.

При чистке ксеноновой лампы обязательно надевайте на голову защитный щиток.

Загрязнения на лампе хорошо видны, если рассматривать ее на темном фоне при боковом освещении.

Схема расположения зубчатых ремней



### ПРОВЕРКА ЗУБЧАТЫХ РЕМНЕЙ

Проверку зубчатых ремней необходимо производить на предмет их натяжения.

### ЗАМЕНА РЕМНЕЙ

При правильной установке зубчатые ремни через 5000 часов работы необходимо поменять местами, а через 10 000 часов – заменить. В таком случае проблем можно избежать.

Для замены изношенных ремней проделайте следующее:

- 1) освободите две пружинные защелки и снимите заднюю крышку корпуса;
- 2) снимите ремень (1) с вала (3) электродвигателя;
- 3) ослабьте верхний натяжной шкив (4) и винты роликов удержания ремня (8). Снимите ремень (2);

Очистка устройств считывания звука



4) поменяйте ремень на новый. Следите за тем, чтобы красные точки на 13-зубых шкивах (5) совпали с точками на узле привода обтюлятора (6) и на узле (7), как показано на рисунке. После этого проверните проектор вручную и убедитесь, что красные точки совпадают. Теперь затяните винты роликов удержания ремня (8);

5) сначала устанавливайте ремень на шестерню электродвигателя, затем на внешний шкив (9);

6) нажимайте на ремни с усилием 0,8 кг на участке между двумя шкивами. Прогиб должен быть 12 мм. Затяните винт натяжного шкива;

7) установите на место заднюю крышку корпуса и зафиксируйте две пружинные защелки. Включите питание проектора и убедитесь, что кнопка «RESET» не горит.

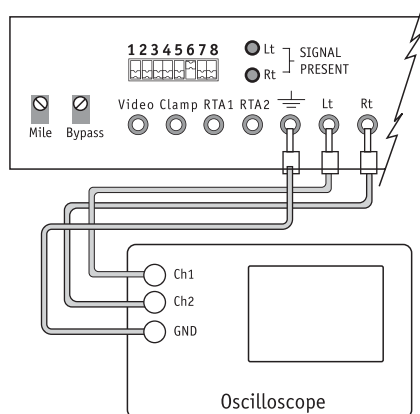
### ОЧИСТКА УСТРОЙСТВ СЧИТЫВАНИЯ ЗВУКА

Удалите крышки 1 и 2 звуко считывающих устройств. Продуйте устройства струей воздуха, как показано на рисунке. Не дотрагивайтесь до плат, поскольку они очень чувствительны к статическому электричеству и могут выйти из строя. Для очистки объективов и источников света используйте ватный тампон, затем продуйте сжатым воздухом.

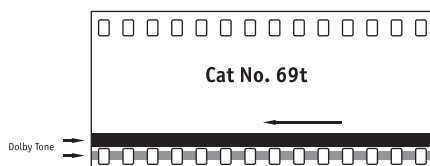
В то же время целесообразно провести установку уровня воспроизведения аналоговой оптической фонограммы на кинопроцессоре. Процедуру желательно повторять ежемесячно, а также после замены лампы читающего блока и других манипуляций со считывающим блоком аналоговой фонограммы кинопроцессора.

При использовании кинопроцессора Dolby SR650 действия производить в следующем порядке:

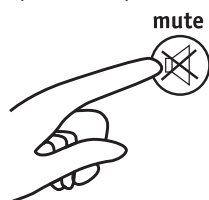
Подключите осциллограф к тестовым контактам Lt и Rt. Переместите DIP-переключатель в верхнее положение. Это переключит SR650 в режим настройки.



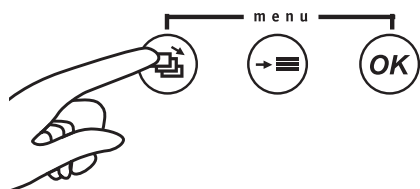
Зарядите в кинопроектор кольцо фильма Cat. 69T, как показано на рисунке. Направление движения указано стрелкой рядом с фонограммой.



Запустите кинопроектор. Услышав характерный звуковой сигнал, отключите громкоговорители кнопкой «MUTE».



Для автоматической настройки уровня пролистайте меню до пункта «Automatical Optical Level Adjust».

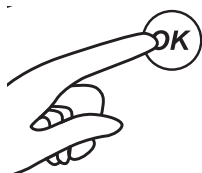


Нажмите кнопку «OK». На осциллографе отобразится синусоида частотой 1 кГц амплитуда которой будет изменяться при настройке.



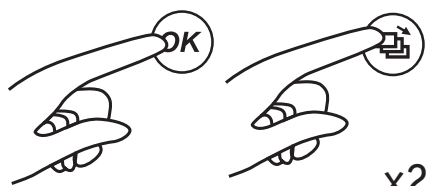
После этого процессор выполнит автоматическую настройку правого и левого каналов. Процедура займет около 30 секунд.

Увидев сообщение «Automatic Optical Level Adjust done», нажмите кнопку «OK».

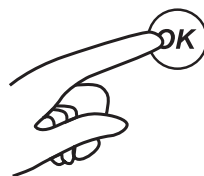


В случае появления проблем при автоматической калибровке появится сообщение «Unable to complete Level adjustment». Нажмите кнопку «OK» для возврата на предыдущий уровень. Дважды нажмите левую кнопку меню для перехода в «Manual Optical Level Adjust» проектора 1.

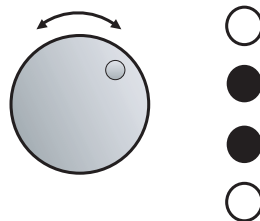
Unable to complete  
Level adjustment.  
Press OK to continue



Нажмите «OK» для начала ручной настройки. Номер, показанный в нижней строке, отображает уровень настройки для левого канала. Четыре вертикальных круга отображают уровень сигнала левого канала. Вращением ручки громкости добейтесь того момента, когда два центральных круга станут черными.



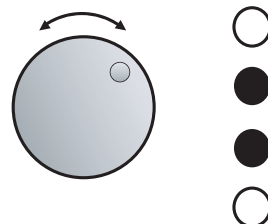
Manual	L 0 0 R
Level	0 0
P1	0 0
	XX 0 0



Нажмите центральную кнопку меню для выбора правого канала. Номер, показанный в нижней строке, переместится в ко-



Manual	L 0 0 R
Level	0 0
P1	0 0
	0 0 XX





лонку правого канала. Вращением ручки громкости добейтесь того момента, когда два центральных круга станут черными.

Нажмите «OK» для сохранения настроек.

Нажмите подсвеченную кнопку выбора форматов для возвращения процессора в рабочий режим. Нажмите «MUTE» для включения громкоговорителей.

Для калибровки уровня Dolby можно использовать программное обеспечение Dolby Softwear. Подробнее о работе с приложением вы сможете прочитать в следующих публикациях, посвященных обслуживанию VICTORIA 5.

### ЗАМЕНА КСЕНОНОВОЙ ЛАМПЫ

**Внимание!** При работе с ксеноновой лампой необходимо строго соблюдать меры безопасности.

Критерием для замены ксеноновой лампы в осветителе считают:

**Dolby Tone (Cat. 69T) в кинопроекторе**

**Замена контрольной лампы**



- Чрезмерное потемнение колбы лампы, которое может произойти только при неправильном или неисправном охлаждении или когда лампа работает больше положенного срока.

- Снижение светового потока кинопроектора на 25–30% от начального при постоянной мощности электропитания ксеноновой лампы. К сожалению, эти замеры практически не делаются в кинотеатрах по разным причинам, в том числе из-за отсутствия необходимых приборов.

- Нестабильность положения разряда в ксеноновой лампе, приводящая к заметному мерцанию света на киноэкране.

- Наличие в лампе воздуха (лампа «вытекла»). При зажигании в такой лампе появляется белый дым, оседающий на колбе в виде белого налета, а горение нестабильно. Такая лампа подлежит немедленной замене.

Последовательность замены ксеноновой лампы для разных фонарей и разных типов ламп может быть различной. В таких случаях высший техперсонал должен разработать инструкцию для киномеханика.

Например, для фонаря ZX8000 Н с ксеноновой лампой XBO 7000W/HS OFR инструкция по замене может быть следующего содержания:

- Перед началом работ по замене лампы последняя должна быть охлаждена до температуры воздуха в кинопроекторной.
- Кинопроектор и источник питания ксеноновой лампы должны быть обесточены.
- Следует надеть защитную маску и перчатки и приготовить защитный чехол лампы.
- Открыть большую боковую крышку фонаря. Снять малую боковую крышку задней части фонаря с ослабленного нижнего винта при отвернутых трех остальных.
- Поворотом вокруг оси цилиндрической части отвести вверх стеклянную трубку охлаждения анодного цоколя, отвинтить гайку и отсоединить анодный провод лампы от подводящей шпильки фонаря.
- Ослабить шестигранным ключом 3 мм катодный зажим фонаря.
- Вытащить лампу вместе с адаптером на хвостовике катодного цоколя из отверстия отражателя в сторону горловины фонаря, а затем и из фонаря и надеть на нее защитный чехол.

– С помощью шестигранного ключа ослабить винты адаптера и снять последний с хвостовика цоколя. *Конечно, лампу можно вытаскивать и без адаптера. Для этого нужно ослабить шестигранным ключом не катодный зажим фонаря, а винты самого адаптера и извлечь лампу. При таком варианте, считают специалисты, после установки новой лампы требуется меньше регулировок.*

Положить лампу в чехле в коробку, чтобы она не упала.

– Установка новой лампы производится в обратной последовательности.

**Меры по технике безопасности при замене ксеноновой лампы**

■ Не забыть направить стеклянную трубку охлаждения на анодный цоколь лампы!

■ Ни в коем случае не следует касаться стекла и передавать усилие через колбу.

■ Анодный провод следует расправить так, чтобы он находился в свободном (ненатянута) положении на равном расстоянии от оправы отражателя и ручной заслонки во избежание электрического пробоя на корпус при розжиге лампы.

■ Необходимо проверить надежность всех контактных соединений электрической части фонаря, при необходимости подтянуть соединения.

■ При замене лампы необходимо произвести очистку фонаря от пыли. Отражатель и теплофильтр следует протирать только сухой чистой тканевой салфеткой.

**Действия после замены ксеноновой лампы:**

1. Необходимо произвести юстировку осветительной системы. Для этого:

а) шестигранным ключом 3 мм следует открыть заслонку на юстировочных отверстиях поворотом ключа против часовой стрелки;

б) опору анодного цоколя ксеноновой лампы на время юстировки следует опустить, чтобы анодный цоколь ее не касался;

с) при широкоэкранный проекции без фильма с помощью юстировочного ключа добиться максимальной освещенности экрана при удовлетворительной ее равномерности (0,5).

2. Закончив юстировку, закрыть заслонку на юстировочных отверстиях фонаря.

3. После остывания лампы открыть фонарь и подвести анодную опору до сопри-

косновения с цоколем, не нарушая выверенного положения ксеноновой лампы.

4. В процессе юстировки во избежание теплового повреждения объектива необходимо периодически (каждые 10–15 секунд) прерывать световой поток при помощи ручной заслонки фонаря на 20–30 секунд.

5. После первого включения ксеноновой лампы следует проверить электрический режим ее работы по амперметру фонаря и при необходимости отрегулировать ток. Номинальный ток лампы указан в ее паспорте.

6. Необходимо также зафиксировать показание счетчика часов работы лампы и дату замены.

7. По окончании юстировки и установлении номинального режима работы ксеноновой лампы следует проверить тепловую нагрузку на фильм. Для этого:

а) склеивается кольцо из темного ракорда пленки с сохранной эмульсией;

б) кольцо в режиме проекции с открытыми заслонками и работающей ксеноновой лампой пропускается через проектор в течение 3–5 минут, после чего оценивается состояние эмульсии;

с) при наличии видимых тепловых повреждений (плавление эмульсии, прожоги) следует уточнить юстировку и провести повторную проверку, добиваясь отсутствия тепловых повреждений фильма при удовлетворительной юстировке фонаря и яркости экрана.

**ЗАМЕНА КОНТРОЛЬНОЙ ЛАМПЫ**

При необходимости замены контрольной лампы действия производить в следующем порядке:

1. Снимите конус осветителя (1) и крышку узла микропереключателя (2).

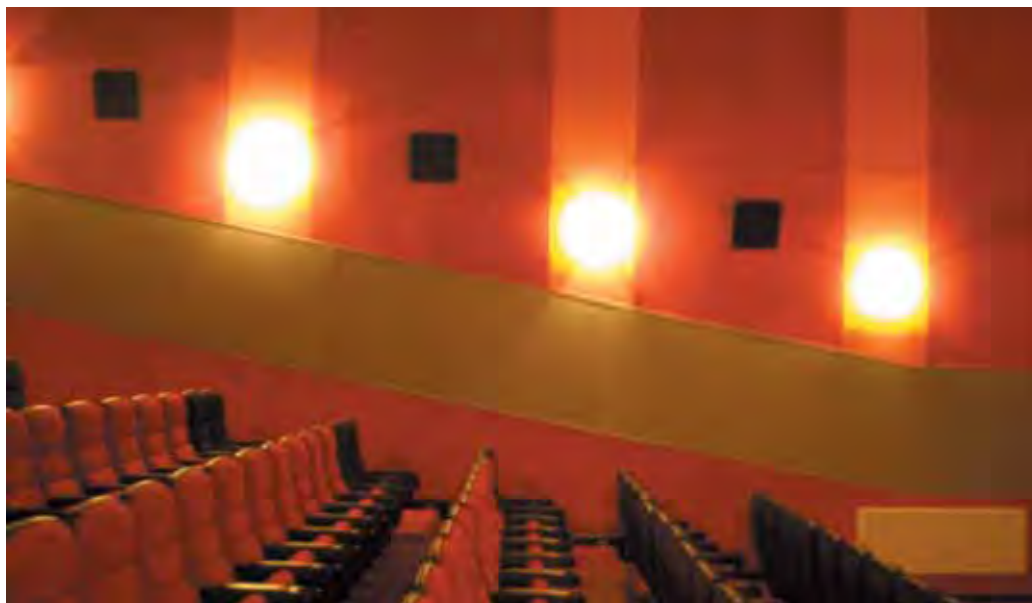
2. Открутите винты, крепящие крышку затвора (3), которая может быть снята со всеми деталями, смонтированными на ней. Следует обратить особое внимание на то, чтобы не повредить электрические соединения.

3. При помощи отвертки выньте контрольную лампу из патрона.

4. Вставьте новую лампу в патрон.

5. Повторите в обратном порядке шаги приведенной выше процедуры.

*Продолжение в следующем номере*



## АЗБУКА КИНОПОКАЗА. ЗРИТЕЛЬНЫЙ ЗАЛ. ЧАСТЬ 4\*

ЕСЛИ С ПРИНЦИПОМ РАСПОЛОЖЕНИЯ ЗАЭКРАННЫХ АКУСТИЧЕСКИХ СИСТЕМ, КАК ПРАВИЛО, РАБОТАТЬ НЕ СЛОЖНО, ТО ПРАВИЛЬНОЕ РАЗМЕЩЕНИЕ И РАСЧЕТ НЕОБХОДИМОГО КОЛИЧЕСТВА КОЛОНОК ДЛЯ КАНАЛОВ ОКРУЖЕНИЯ (SURROUND) ВЫЗЫВАЮТ ИНОГДА СЕРЬЕЗНЫЕ ЗАТРУДНЕНИЯ. | **Максим Крикливец** |

В предыдущей части мы подробно рассмотрели, как правильно устанавливаются заэкранные акустические системы. Помимо них важная и ответственная роль возлагается на канал сурраунда (surround – окружение). Это акустические системы, которые устанавливаются на боковых и тыловой стенах зрительного зала.

Одно из отличий звуковых форматов «Dolby Surround», «Dolby Digital» и «Dolby Digital Surround EX» заключается в разном количестве звуковых каналов окружения, которые можно получить в зале. Как я уже отмечал, формат «Dolby Surround» позволяет получить только один канал эффектов

в зрительном зале (то есть канал окружения в зале монофонический). С помощью формата «Dolby Digital» можно воспроизвести и стереофоническое звучание, тем самым добиться более впечатляющих результатов воздействия на зрителя при просмотре. Самый современный формат «Dolby Digital Surround EX» с помощью специальных электронных декодеров позволяет получить целых три канала окружения, то есть столько же, сколько и за экраном. Это, по мнению разработчиков, максимально усиливает впечатления и создает наиболее полную звуковую картину именно для периферийной слуховой зоны.

\* Продолжение. Начало см.: Киномеханик. 2008. № 2–6.

Слуховой аппарат человека устроен таким образом, что именно звуки, пришедшие не с основного направления, а сбоку, сзади и сверху, очень важны. Мозг человека, анализируя эти сигналы, получает информацию об объеме помещения, в котором находится человек. Сигналы тревоги и опасности тоже формируются под воздействием этих звуковых источников. Используя рефлекторный принцип анализа таких сигналов, можно легко обмануть мозг человека и добиться желаемого результата при демонстрации фильма. Такие приемы, как, например, «поместить» слушателя в огромную пещеру на экране и создать слуховые ощущения, что именно там он сейчас находится, используются часто. Специально записанный и обработанный звуковой сигнал создает ощущение огромного гулкого помещения, при этом вы можете не выделять и не слышать отдельные звуки из канала окружения (они будут маскироваться более громкими звуками заэкраных систем), но эти звуки будут обрабатываться вашим мозгом бессознательно.

Именно так сформируется ощущение присутствия в огромной пещере, тем более если это еще и визуально подкреплено. Представьте, что на экране герой пробирается по джунглям. Вокруг слышны шорохи, шелест листьев, безобидное пение птиц, но взгляд героя устремлен вперед и ищет опасность за любым деревом или кустом. И вдруг – неожиданный хруст ветки сзади! Сколько раз я наблюдал, как подобные звуковые эффекты заставляют зрителя вздрогнуть и обернуться прямо в зале, ища мнимую опасность на соседнем ряду.

Распространенное представление о том, что каналы эффектов в зале должны быть слышны всегда, ошибочно. Канал (каналы) эффектов – инструмент звукорежиссера, который он использует, когда считает необходимым подчеркнуть тот или иной звуковой эффект или создать слуховой образ. Встречаются фильмы, в которых на протяжении всего экранного времени канал эффектов «включается» всего несколько раз. И это вовсе не повод для беспокойства. Для того чтобы убедиться, что все исправ-

## Максим Крикливец

### Инсталляционно-звуковая Лаборатория



**КИНОТЕАТРЫ**  
СТРОИТЕЛЬСТВО И РЕКОНСТРУКЦИЯ  
СЕРВИС И РЕМОНТ  
МОБИЛЬНЫЕ КИНОТЕАТРЫ



**ДОМАШНИЕ СИСТЕМЫ**  
ДОМАШНИЕ КИНОТЕАТРЫ  
АКУСТИКА HI-END  
СПЕЦИАЛЬНЫЕ СИСТЕМЫ



**ЗВУКОВОЕ ОБОРУДОВАНИЕ**  
КЛУБНАЯ АКУСТИКА  
РАСПРЕДЕЛЕННЫЕ СИСТЕМЫ  
МОБИЛЬНЫЕ КОМПЛЕКТЫ



**ПРОЕКТИРОВАНИЕ**  
КОМПЬЮТЕРНОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ  
АКУСТИЧЕСКИЙ РАСЧЕТ ПОМЕЩЕНИЙ  
КОНСУЛЬТАЦИЯ

[www.kriklivets.ru](http://www.kriklivets.ru), [info@kriklivets.ru](mailto:info@kriklivets.ru)  
тел.: +7 (495) 506 8040

но, можно порекомендовать просто подойти поближе к одной из колонок и внимательно прислушаться. Скорее всего вы сразу убедитесь, что все работает нормально.

Оптимальная высота, на которой необходимо закрепить колонки канала окружения, определяется исходя из ширины ряда зрительских мест. Передняя стенка акустической системы имеет некоторый наклон, так что подвешенная на вертикальной стене акустическая система направлена вниз под некоторым углом. Высоту, на которую необходимо поднять колонку, можно определить следующим образом. Необходимо поднимать колонку вверх по боковой стене, на которой она будет закреплена впослед-

**РАСПРОСТРАНЕННОЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ О ТОМ, ЧТО КАНАЛЫ ЭФФЕКТОВ В ЗАЛЕ ДОЛЖНЫ БЫТЬ СЛЫШНЫ ВСЕГДА, ОШИБОЧНО. ВСТРЕЧАЮТСЯ ФИЛЬМЫ, В КОТОРЫХ НА ПРОТЯЖЕНИИ ВСЕГО ЭКРАННОГО ВРЕМЕНИ КАНАЛ ЭФФЕКТОВ «ВКЛЮЧАЕТСЯ» ВСЕГО НЕСКОЛЬКО РАЗ. И ЭТО ВОВСЕ НЕ ПОВОД ДЛЯ БЕСПОКОЙСТВА**

ствии, до тех пор, пока ее акустическая ось не будет направлена на зрительские места, расположенные примерно на расстоянии  $1/3$  (от противоположной стены) общей ширины зала. Обычно это около 2,5–3 метров. Такой «прицел» акустической системы делается для того, чтобы максимально компенсировать и сгладить звучание колонок каналов окружения с противоположных стен. То есть, если зрительские места смещены в стороны от оси зала, то они находятся на акустической оси одного канала (где звуковое давление максимально). Акустическая ось громкоговорителя проходит выше него, поэтому он слышит воспроизводимые ею звуки несколько тише за счет смещения от ее акустической оси (где звуковое давление уменьшается). Если в зале имеется подъем, то все последующие колонки ступенчато поднимаются, повторяя подъем гребенки зала, при этом каждая из них находится на одинаковой высоте от пола. Тыловые колонки размещаются на такой же высоте, как и последние боковые. Расстояние между соседними колонками не долж-

но превышать 2,5–2,7 метра. Такой принцип размещения позволяет получить максимально ровное звуковое поле во всем зале.

Конечно, нужно понимать: чем больше зрительный зал (особенно если зал очень широкий), тем сложнее добиться равномерности звучания. Впрочем, даже в небольших залах есть места, где создаваемая звуковая картина не очень комфортна. Эти места расположены по краям зрительских мест и в наиболее удачно спроектированных залах ограничиваются обычно двумя-тремя передними и задними рядами и таким же количеством боковых рядов кресел. Лучше всего приглашать самых уважаемых гостей на места в центральной части партера. Именно относительно центральной части зала всегда идет настройка, и наиболее сбалансированное звучание создается именно там. Эта часть зрительских мест во многих кинотеатрах выделяется в особую ценовую категорию и часто обозначается как VIP-зона. Стоимость билетов в этой зоне несколько выше, но зритель, выбравший места в ней, получает наилучший обзор и наиболее сбалансированное звучание, а часто и некоторые другие плюсы, например более комфортабельные кресла, увеличенное расстояние между рядами и т.д.

В противоположность центральной части зала по краям зрительских мест, на последних рядах, а особенно под балконом и на балконе, если они имеются в зале, звучание всегда хуже. Это объясняется многими причинами, в том числе и законами физики, описывающими процесс распространения звуковой волны в помещении. Добиться полноценного звучания на балконе и под балконом очень сложно, а без использования дополнительных специальных электронных устройств и приборов просто невозможно.

Недостаточное количество громкоговорителей канала окружения приводит к плохой равномерности звукового поля, создаваемого ими в зале. Даже увеличение мощности каждого из них не поможет исправить ситуацию.

*Продолжение в следующем номере*

# АВТОРСКИЙ КИНЕМАТОГРАФ И РЫНОК: РЕАЛЬНОСТЬ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

АВТОРСКОЕ КИНО ПРИНЯТО ОТНОСИТЬ К ТОЙ ЧАСТИ КИНЕМАТОГРАФИЧЕСКОЙ ЖИЗНИ, КОТОРАЯ НАХОДИТСЯ ВНЕ СФЕРЫ ИНТЕРЕСОВ МАРКЕТИНГА КАК ДЛЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ, ТАК И ДЛЯ ПРОКАТЧИКОВ. ОНО ПОЧТИ НЕ РАССМАТРИВАЕТСЯ В ПОЛЕ КИНОБИЗНЕСА, И ЕДИНСТВЕННОЙ ФОРМОЙ ЕГО БЫТОВАНИЯ ПРИЗНАЕТСЯ ФЕСТИВАЛЬНАЯ ФОРМА.

ТАК ЛИ ЭТО НА САМОМ ДЕЛЕ? И ВОЗМОЖЕН ЛИ РАЦИОНАЛЬНЫЙ СИНТЕЗ КИНОИСКУССТВА И РЫНКА? ОТВЕТ НА ЭТОТ ВОПРОС МОЖНО НАЙТИ ТОЛЬКО ПУТЕМ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ЗАМЕРОВ.

**| Екатерина Моисеева<sup>\*</sup> |**

В мире сложились две основные модели функционирования авторского кинематографа – европейская и американская. В основе европейской модели лежит государственная поддержка фильмопроизводства путем введения определенных льгот и субсидий. Американская же модель не предполагает участия государства в процессе создания фильмов и кинопроката и имеет целью получение коммерческой выгоды, но не от массового, а от нишевого сегмента аудитории. В свое время каждая из этих моделей была достаточно эффективной, и на их базе сформировались две теоретические школы. Но сейчас ситуация изменилась: обе стороны приходят к мнению, что авторский кинематограф нуждается в выработке новой модели, основанной на синтезе европейской и американской.

В России эта проблема пока не до конца осознана. Кинопрокатчики по-прежнему воспринимают прокат авторских картин как абсолютно неприбыльное дело. Возможно, нам необходимо обратиться к опыту Запада и США и на его основании выработать оптимальную модель реализации продукции авторского кинематографа.

Коммерчески успешным считается фильм, окупивший себя в прокате минимум в два раза. Бюджет авторских картин обычно небольшой, поэтому те редкие фильмы, которые попадают на экраны кинотеатров, практически всегда себя окупа-

ют, правда, в основном за счет мирового проката. Для примера сравним итоги проката драмы «Эйфория» Ивана Вырыпаева с бюджетом в \$1 млн, окупившейся почти вдвое, и боевика «Код апокалипсиса» Вадима Шмелева, который не вернул потраченных на него \$18 млн, не говоря уже о дополнительной прибыли. В данном случае имеется в виду выгода кинопроизводителей и продюсеров. Для кинопрокатчиков, безусловно, «Код апокалипсиса» был более коммерчески успешным. Однако и для них реализация авторского кино может стать вполне рентабельным бизнесом. Дело в том, что авторские фильмы – это товар особого рода и подход к ним нужен особый, отличающийся от подхода к коммерческому кино. Причина различий проката массового и авторского кино таится в специфике их аудитории.

## **МАРКЕТИНГ КАК СОЦИАЛЬНАЯ ТЕХНОЛОГИЯ ФОРМИРОВАНИЯ АУДИТОРИИ АВТОРСКОГО КИНЕМАТОГРАФА**

В апреле этого года мной было проведено социологическое исследование аудитории авторского кинематографа, целью которого стало составление социально-демографического и эстетического портрета данной категории зрителей, а также выявление их поведенческих характеристик. Исследование носило зондажный характер и бы-

<sup>\*</sup> Младший научный сотрудник НИИ киноискусства.

ло призвано раскрыть потенциальные возможности изучения этой области кинематографической жизни с позиций маркетинга.

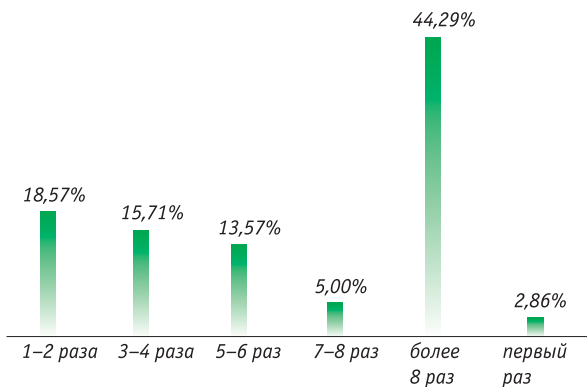
Местом проведения исследования был электронный кинотеатр авторского кино «Мир искусства». Он является единственным культурным учреждением подобного рода, совмещающим в своей деятельности показ авторских фильмов, проведение теоретических и практических занятий по киноискусству, а также проведение мастер-классов с известными кинематографистами.

В ходе исследования было установлено, что аудитория авторского кинематографа – это активные зрители, посетившие кино клубы и кинотеатры авторских фильмов за последние шесть месяцев более восьми раз. Что касается обычных кинотеатров, то 44% опрошенных за последние полгода посещали их менее двух раз.

Основным сдерживающим фактором был неинтересный репертуар (34%), на втором месте – отсутствие свободного времени (28%) и на третьем месте – цена билета (10%). Оптимальная стоимость билета на дневные сеансы для данной категории зрителей составляет 50–100 рублей, а на вечерние сеансы – 100–250 рублей, что в принципе соответствует реальному положению дел.

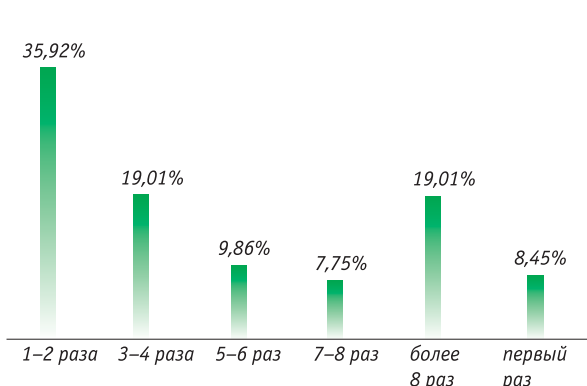
Для данной категории зрителей не столько цена кинобилета, сколько репертуар является сдерживающим фактором при посещении коммерческих кинотеатров. Эта аудитория не гонится за качеством обслуживания, для нее не так важно, какая именно звуковая система и кинопроекторная аппаратура установлены в кинотеатре, насколько комфортабельны кресла в кинозале и насколько уютно кафе. Главное для нее – это качество самого репертуара. Дело в том, что цель посещения кинотеатра у зрителей авторского

**СКОЛЬКО РАЗ ЗА 6 МЕСЯЦЕВ ВЫ ПОСЕЩАЛИ КИНОТЕАТРЫ АВТОРСКОГО КИНО?**



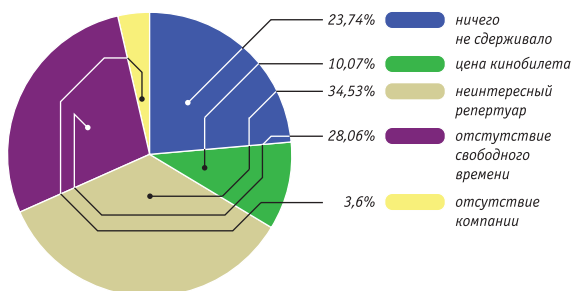
кино – это не отдых и развлечение, а получение социального или интеллектуального опыта. Определяющая роль принадлежит индивидуальной мотивации просмотра того или иного фильма, при этом уже не так важна стоимость самой услуги. Но так будет оставаться до тех пор, пока количество учреждений, представляющих данную услугу (показ авторских фильмов), будет небольшим. С их увеличением среда будет становиться все более и более конкурентной: при наличии одинакового репертуара зритель авторского кино будет руководствоваться другими преимуществами кинотеатра.

**СКОЛЬКО РАЗ ЗА 6 МЕСЯЦЕВ ВЫ ПОСЕЩАЛИ ОБЫЧНЫЕ КИНОТЕАТРЫ?**

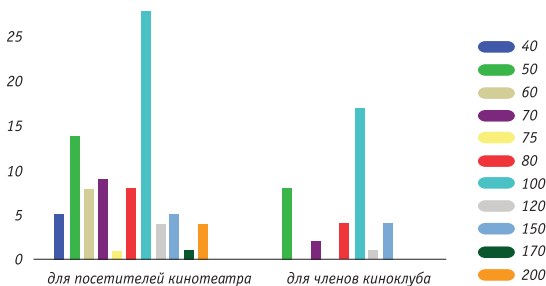




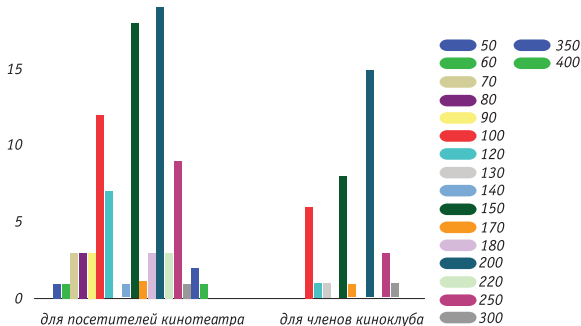
**ЧТО ДЛЯ ВАС ЯВЛЯЕТСЯ СДЕРЖИВАЮЩИМ ФАКТОРОМ ПРИ ПОСЕЩЕНИИ КОММЕРЧЕСКОГО КИНОТЕАТРА?**



**ОПТИМАЛЬНАЯ ЦЕНА КИНОБИЛЕТА НА ДНЕВНЫЕ СЕАНСЫ**



**ОПТИМАЛЬНАЯ ЦЕНА КИНОБИЛЕТА НА ВЕЧЕРНИЕ СЕАНСЫ**



Социально-демографический профиль аудитории авторского кинематографа таков. В основном это молодые люди в возрасте 19-24 лет, в большинстве своем студенты гуманитарных факультетов или люди с высшим образованием, работающие в сфере искусства. Среди них преобладают представители женского пола (66%), что соответствует половозрастной структуре населения страны в целом.

Аудитория авторского кинематографа – это активные посетители не только киноклубов и кинотеатров, но и других культурных учреждений. Это образованная аудитория с довольно высокими эстетическими потребностями и глубокими познаниями в области киноискусства. За последние полгода 73% респондентов посещали выставки современного искусства, 66% – концерты поп/рок-музыки, 58% – театральные постановки, 53% – выставки классического искусства, 31% – концерты классической музыки.

Что касается глубины кинематографических познаний респондентов, то в среднем около 60% опрошенных слышали или читали что-либо о трех-пяти российских кинофестивалях из девяти перечисленных, а 35% посещали хотя бы один из них. Наиболее популярными оказались «Кинотавр» (90% опрошенных), Московский международный кинофестиваль (77%), фестиваль «Новое британское кино» (56%), «Киношок» (39%) и «Сталкер» (36%), а наиболее посещаемыми – Московский международный кинофестиваль и «Новое британское кино».

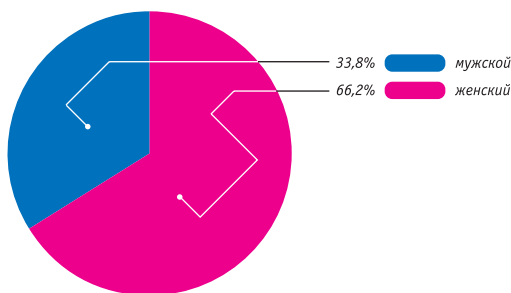
Кинофестивали являются одним из самых действенных механизмов продвижения фильмов к зрителю авторского кино. Они фактически проводят предварительную рекламную кампанию и формируют потенциальную аудиторию для проката авторских картин в кинотеатрах. Учитывая, что участие фильма на кинофестивалях и получение наград являются показателем, на который ориентируется аудитория авторского кино, посредники коммуникации могут его использовать в качестве определенного маркетингового элемента.

Можно отметить и еще один важный бизнес-нюанс. Аудитория авторского кинематографа не нуждается в массивных рекламных кампаниях, так как информацию о выходе новых филь-

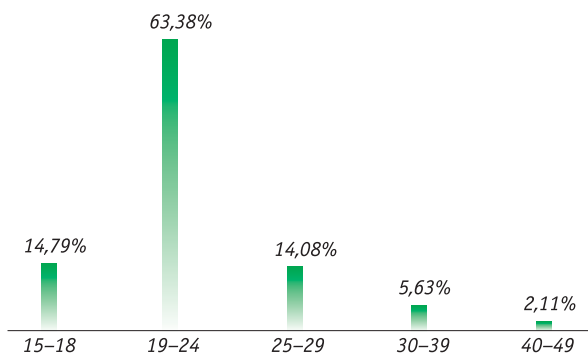
мов они в основном получают не из средств массовой информации или рекламы, а от знакомых и друзей (73% респондентов). Из этого следует, что механизмом продвижения авторского кино к зрителю является эффект «сарфанного радио», что предполагает больше времени для раскрутки и качественно меньше затрат на рекламную продукцию. Ален Сюсфельд, генеральный директор французской кинокомпании UGC, например, предлагает увеличить число предварительных просмотров для авторских картин, чтобы породить слухи.

В целом прокат авторских фильмов может стать вполне рентабельным бизнесом. По данным исследования, 80% зрителей авторского кино при выборе фильма в первую очередь руководствуются именем режиссера. Таким образом, нет необходимости тратить огромные денежные средства на продвижение: рекламой авторских фильмов становится имя автора как один из элементов технологии маркетинга. Использование имиджа автора как звезды является основной коммерческой стратеги-

**ПОЛ РЕСПОНДЕНТОВ**



**ВОЗРАСТ РЕСПОНДЕНТОВ**



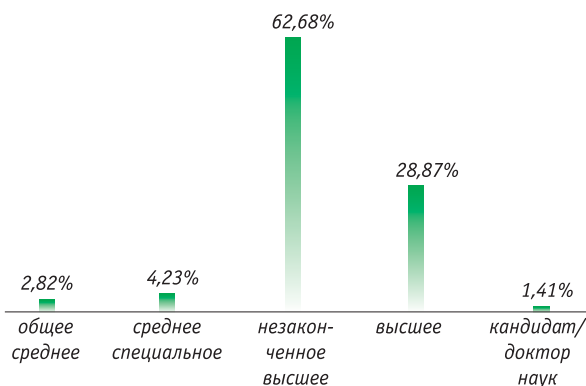
**Какие культурные мероприятия вы посещали за последние 6 месяцев?**

Выставки современного искусства	23,7%
Выставки классического искусства	17,3%
Театральные постановки	18,7%
Оперные спектакли	2,8%
Балетные спектакли	1,4%
Концерты классической музыки	10,2%
Концерты поп/рок-музыки	21,6%
Эстрадные концерты	2,8%
Мюзиклы	1,4%

**Сфера деятельности респондентов**

Наука	2,1%
Образование	2,1%
Здравоохранение	1,4%
Культура/искусство	12,7%
Госслужба	1,4%
Бизнес	7,0%
Пенсионер	0,7%
Студент	65,5%
Реклама	1,4%
IT	4,2%

## ОБРАЗОВАНИЕ РЕСПОНДЕНТОВ



ей и основным механизмом продвижения авторских фильмов на рынке. В этом заключается принципиальное отличие проката авторских картин от проката массовых, где имена режиссеров, по мнению Рене Клера, упоминают только в силу привычки и они «значат не больше, чем подпись кассира, стоящая на банковских билетах».

Необходимо учитывать и еще одну специфическую особенность авторских картин. Их жизненный цикл дольше, чем у массовых. Это фильмы, которые могут показываться годами и на которые зрители могут ходить по нескольку раз. Здесь абсолютно неприменима стандартная схема двухнедельного проката: авторские картины могут держаться на экране в течение месяца или даже нескольких месяцев. Для того чтобы сработал эффект «сарафанного радио», необходима обратная связь.

Идеальной формой организации проката авторских фильмов может стать выделение в многозальных кинотеатрах и мультиплексах специального зала для показа «сомнительных», по мнению кинопрокатчиков, фильмов. Наряду с показом новых фильмов там могут демонстрироваться и фильмы прошлых лет, а также могут организовываться встречи с творческими работниками кино и кинокритиками. Кроме того, кинотеатры могут проводить различные внутренние

фестивали, недели показов фильмов отдельных режиссеров и отдельных стран, выступать в качестве площадки в рамках международных кинофестивалей.

Опыт использования подобного рода учреждений в Москве есть, однако их количество удручающе мало. Краткое описание московских кинотеатров авторского кино содержится в таблице, где отмечены их достоинства и недостатки.

## ПОДВОДЯ ИТОГИ

Эффективность реализации авторских фильмов на современном рынке киноиндустрии может быть достигнута за счет активизации двух направлений деятельности.

Во-первых, введение продукции авторского кинематографа в систему рыночных отношений. Это то, что необходимо взять из американской модели. Для этого должны быть созданы особые условия кинопроката с учетом специфики данного сегмента аудитории.

Во-вторых, некоммерческому сектору кино как производителю культурно значимой продукции необходима государственная поддержка кинопрокатчиков в виде различных налоговых послаблений. Это то, что может быть взято из практики европейских стран. Чтобы обратить внимание посредников кинокоммуникации на неприбыльную, по их мнению, отрасль, необходимо ввести определенные финансовые поощрения для этой отрасли.

Разные страны вырабатывают собственные способы взаимодействия киноискусства и индустрии, поэтому необходимы обмен опытом и выработка по возможности универсальной модели проката и производства авторского кино. Первыми шагами на пути решения поставленной задачи должны быть: изучение потребителей авторского кинематографа, описание их социально-демографического профиля и выявление поведенческих характеристик.

**О каких из ниже перечисленных кинофестивалей вы что-либо слышали или читали?**

«Белые Столбы»	6,3%
«Вертикаль»	6,3%
«Кинотавр»	24,3%
«Киношок»	10,6%
«Московская премьера»	1,8%
ММКФ	20,7%
Фестиваль американского кино «Новые образы Америки»	5,3%
«Новое британское кино»	15,1%
«Сталкер»	9,8%

**Какие из ниже перечисленных кинофестивалей вы посещали?**

«Белые Столбы»	1,6%
«Кинотавр»	1,6%
«Киношок»	3,1%
«Московская премьера»	4,7%
ММКФ	39,1%
Фестиваль американского кино «Новые образы Америки»	4,7%
«Новое британское кино»	29,7%
«Сталкер»	15,6%

**Откуда вы узнаете о выходе новых фильмов?**

От друзей	72,9%
Из рекламы по телевидению	17,1%
Из рекламы в кинотеатрах	20,0%
Из рекламы в Интернете	37,9%
Из интернет-сайтов о кино	54,3%
Из прессы	32,1%
Из наружной рекламы	22,9%
По радио	9,3%

**Чем вы руководствуетесь при выборе фильма в первую очередь?**

Именем режиссера	80,6%
Актерским составом	43,2%
Страной производства фильма	24,5%
Жанром	47,5%
Мнением знакомых, друзей	52,5%
Мнением кинокритиков	28,8%
Наградами на кинофестивалях	27,3%
Рекламой	4,3%
Рецензиями в Интернете	28,8%

Кинотеатр	Характеристика
«Иллюзион», Котельническая наб., 1/15	Открыт в 1966 г. В отличие от других кинотеатров, оставшихся от советских времен, активно приспособляется к диктуемым рынком условиям. После капитального ремонта в 2004 г. кинотеатр значительно обновился: зрительный зал на 220 мест стал более комфортабельным, была установлена современная проекционная и звуковая аппаратура, при этом сохранился классический вид фойе с уютным кафе, а цена кинобилета не превышает 120 руб. В репертуаре по-прежнему преимущественно отечественная и зарубежная классика из коллекции Госфильмофонда России, ретроспективы фильмов выдающихся режиссеров, однако новые фильмы на экраны попадают крайне редко.
«35 мм», ул. Покровка, 47/24	Единственный в своем роде коммерческий кинотеатр в Москве, который показывает новое некоммерческое кино разных стран. Критерием отбора фильмов является их экзотичность и небанальность. Отсутствует ретроспектива старых фильмов. Зал кинотеатра рассчитан на 178 мест. Здесь проходят разнообразные фестивали и конференции. Цены достаточно высокие (от 100 до 500 руб.), однако в будни на утренние и дневные сеансы студенты могут купить два билета по цене одного. Кинотеатр четко определил свою аудиторию: это в основном студенты творческих вузов и интеллигенция средних лет.
«Мир искусства», ул. Долгоруков- ская, 33, стр.3	Первый электронный кинотеатр, который открылся в 2001 г., когда появились технологии электронного кинопоказа. Несмотря на полное отсутствие рекламы, это заведение довольно популярно в студенческой среде, однако оно не окупает себя из-за высокой арендной платы и низкой цены на билеты (утренние сеансы бесплатные, стоимость билетов на остальные – от 80 до 180 руб., студентам, школьникам, пенсионерам, педагогам предоставляется скидка 50%). Кинотеатр небольшой (60 мест) и абсолютно некоммерческий, он существует за счет того, что его создателям удается параллельно заниматься фильмопроизводством. Из-за этого уровень сопровождающих кинематографических услуг невысокий: отсутствует фойе и кафе, вместо кресел стулья и т.д. Но несмотря на это, у кинотеатра есть своя постоянная аудитория, которая приходит главным образом на фильм, а не в кинотеатр.
Музей кино	Создан еще в 20-е годы прошлого века. В 2004 г. Музей кино был выселен с территории Киноцентра на Красной Пресне и нашел помещения для кинопоказа в здании ЦДХ на Крымском валу и в кинотеатре «Салют». В репертуаре преимущественно классика мирового кинематографа, практически отсутствуют новые фильмы. Об уровне оснащенности и состоянии кинозалов можно судить по тому, что кинотеатр является государственным учреждением и находится в ведомстве федеральных властей.
«Эльдар», Ленинский пр-т, 5	Открыт в 2005 г. в статусе учреждения культуры. Кинотеатр располагает тремя залами, где показывают как голливудские блокбастеры, так и новое авторское кино. Довольно успешный вариант реализации концепции коммерческого проката авторского кино.
Сеть кинотеатров «5 звезд» (в том числе кинотеатр «Ролан»)	Сеть многозальных коммерческих кинотеатров, принадлежащих группе компаний «Парадиз» и транслирующих наряду с популярным кино интеллектуальное. В процентном отношении авторских фильмов качественно меньше. Однако существует специальная стратегия их реализации. Например, на экране авторские картины держатся не две недели, а значительно дольше. Альманах «Париж, я тебя люблю» и мелодрама «Наука сна» не выходили из репертуара в течение нескольких месяцев. В кинотеатрах также проходят различные фестивали, мастер-классы, пресс-конференции и «круглые столы».



## КОМУ НУЖЕН ИНТЕРНЕТ?

БОЛЬШАЯ ЧАСТЬ СОВРЕМЕННЫХ КИНОТЕАТРОВ СТРАНЫ ИМЕЕТ СОБСТВЕННЫЕ САЙТЫ ИЛИ ПРЕДОСТАВЛЯЕТ ИНФОРМАЦИЮ О НОВИНКАХ КИНОПРОКАТА И СВОИХ РЕЛИЗАХ НА СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ ИНТЕРНЕТ-ПОРТАЛАХ. НАСКОЛЬКО ЭФФЕКТИВНО ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТАКОГО РОДА МЕДИА? | **Мирослава Цапко\*** |

Продолжая знакомство наших читателей с результатами экспресс-опросов, производимых в семи регионах России (Москва, Подмосковье, Санкт-Петербург, Казань, Челябинск, Новосибирск, Ново-российск), относительно ожидания отечественных киноновинок в этом номере мы решили остановиться на Интернете как одном из самых доступных для региональных кинотеатров информационном ресурсе.

Исследовательские данные, собранные в 2007 г., выявляющие основные источники информации о новых фильмах, выходящих в прокат, демонстрировали разницу между Москвой и регионами.

**ГИСТОГРАММА 1**  
(в % от числа ответивших)

### Источники информации о новинках кинопроката (регионы)



\* Начальник социологического отдела «ЭСПАР-аналитик», генеральный директор UCPR-Research, к.с.н., доцент.

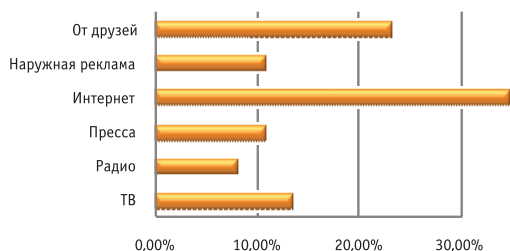
**ГИСТОГРАММА 2**  
(в % от числа ответивших)

**Источники информации о новинках кинопроката (г. Москва)**



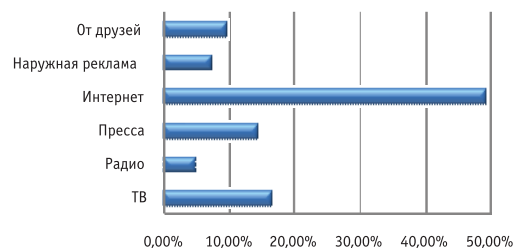
**ГИСТОГРАММА 3**  
(в % от числа ответивших)

**Источники информации о фильме «Нас не догонишь»**



**ГИСТОГРАММА 4**  
(в % от числа ответивших)

**Источники информации о фильме «Маяк»**



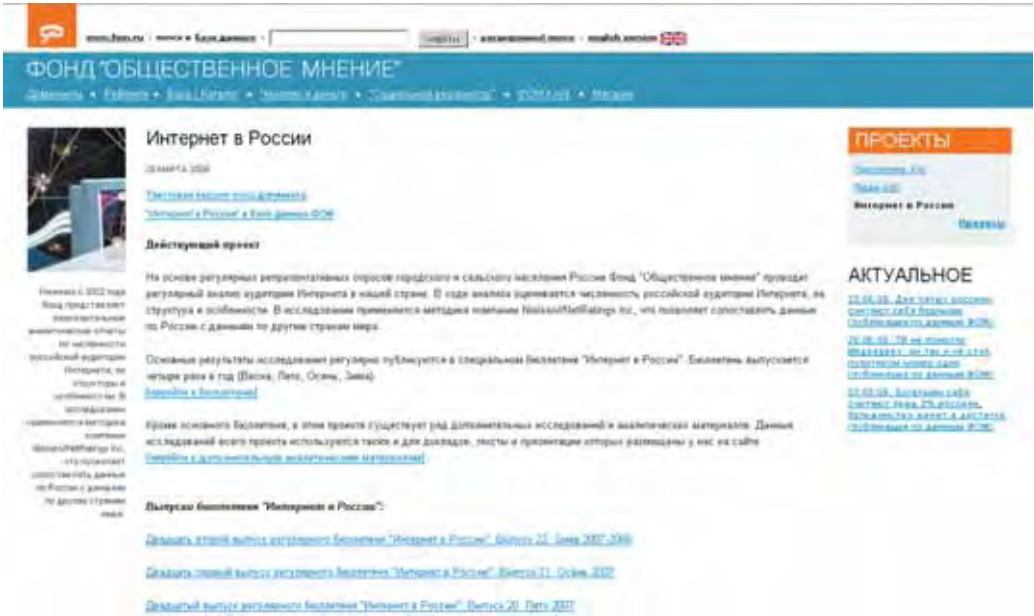
Как видно из приведенных в гистограмме 1 данных, в регионах Интернет упоминается кинозрителями в качестве источника информации о новинках кинопроката крайне редко, тогда как москвичи весьма широко пользуются этим информационным каналом (гистограмма 2). Это объясняется вполне объективными причинами.

Фонд «Общественное мнение» четыре раза в год публикует отчет по проекту «Интернет в России». Последние данные были обнародованы 20 марта 2008 г. Согласно этим данным в России Интернетом пользуется 27% всего населения РФ, что составляет 30,6 млн человек, из них: 10,4 млн – в Центральном (исключая Москву), 5,6 млн – в Приволжском, 3,7 млн – в Северо-Западном, 3,5 млн – в Сибирском, 3,3 млн – в Южном, 2,6 млн – в Уральском, 1,5 млн человек – в Дальневосточном округе. Таким образом, около четырех миллионов российских пользователей Интернета проживают в Москве.

Среди опрошенных фондом 66% пользуются Интернетом дома, 39% – на работе, 10% – на учебе, 6% – в интернет-кафе, 13% – у друзей, 7% при помощи сотовой связи и 2% пользуются Интернетом в других местах.

Что касается половозрастных характеристик российских пользователей Интернета, то среди них, несмотря на то что женское население превалирует, 52% мужчин и 48% женщин. Для Москвы свойственна обратная пропорция: 47% мужчин и 53% женщин, что полностью отражает общую демографическую ситуацию в столице. При этом в столице проявляется тенденция «взросления» интернет-пользователей (таблица 1).

Необходимо отметить, что различия по уровню образования среди московских и региональных пользователей Интернета практически нет. Порядка 39% имеют высшее образование, 36% – среднее специальное, 26% – среднее



и незаконченное среднее образование. Кроме того, 48% региональных интернет-пользователей и 45% московских идентифицируют свой доход как высокий или выше среднего<sup>1</sup>.

Таким образом, распространение Интернета и, соответственно, интернет-рекламы носит отчетливо выраженный «очаговый» характер, захватывая в первую очередь жителей крупнейших российских городов. Средний интернет-пользователь – мужчина в возрасте 18–24 лет с высшим образованием и высоким доходом, который пользуется Интернетом у себя дома и проживает в Центральном регионе РФ.

Возможно, именно социально-демографическими особенностями пользователей объясняется тот факт, что информация о фильмах, вышедших в прошлом году в прокат без миллионов рекламных бюджетов, чаще черпалась кинозрителями именно из Сети. Об этом говорят данные экспресс-опросов нашего журнала.

Гистограмма 3 свидетельствует о том, что большая часть (35%) жителей Москвы, принявших участие в опросе, считает, что узнала о фильме «Нас не догонишь»

ТАБЛИЦА 1 (В % ОТ ЧИСЛА ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ)

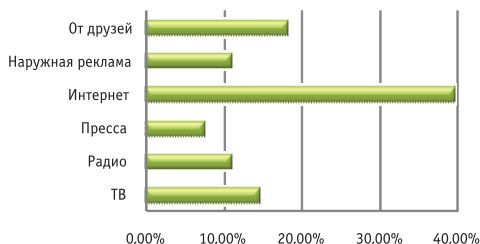
Возрастные группы	Регионы	Москва
От 18 до 24 лет	31%	27%
От 25 до 34 лет	30%	22%
От 35 до 44 лет	21%	19%
От 45 до 54 лет	13%	17%
От 55 лет и старше	5%	15%

<sup>1</sup> Опросы «Интернет в России / Россия в Интернете». Выпуск 22. Зима 2007/08. Адрес доступа: [http://bd.fom.ru/report/cat/smi/smi\\_int/int08011](http://bd.fom.ru/report/cat/smi/smi_int/int08011)



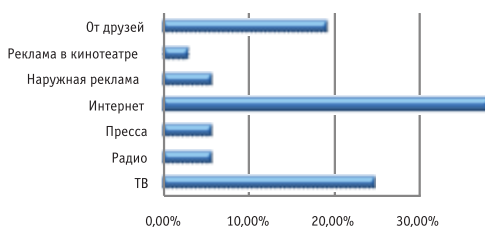
**ГИСТОГРАММА 5**  
(в % от числа ответивших)

**Источники информации о фильме «Чертовое колесо»**



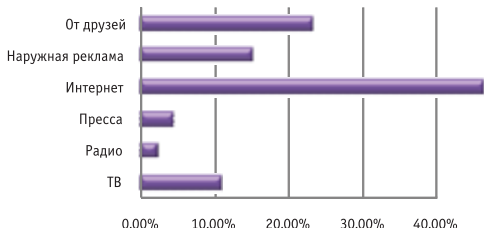
**ГИСТОГРАММА 8**  
(в % от числа ответивших)

**Источники информации о фильме «1612»**



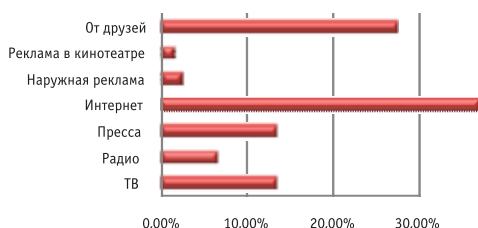
**ГИСТОГРАММА 6**  
(в % от числа ответивших)

**Источники информации о фильме «Экватор»**



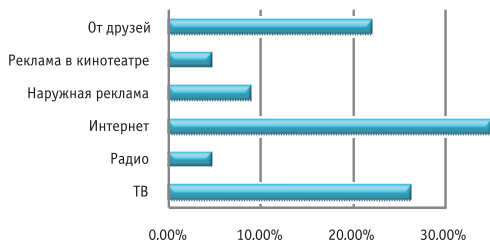
**ГИСТОГРАММА 9**  
(в % от числа ответивших)

**Источники информации о фильме «Натурщица»**



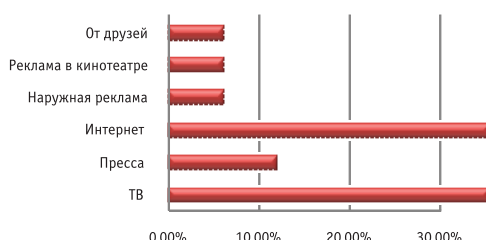
**ГИСТОГРАММА 7**  
(в % от числа ответивших)

**Источники информации о фильме «Русская игра»**



**ГИСТОГРАММА 10**  
(в % от числа ответивших)

**Источники информации о фильме «12»**



благодаря Интернету, 23% респондентов склоняются к мнению, что узнали об этом фильме от друзей, а 13% увидели информацию о нем по телевидению.

Подобное распределение мы видим и относительно других фильмов, вышедших как скромным количеством копий, так и достаточно широко.

По данным АКАР, рынок интернет-рекламы в России в ближайшие годы будет продолжать бурно расти. Пик этого роста приходится на 2006–2008 гг. Реклама в Интернете растет по 70% в год, в дальнейшем темпы прироста несколько снизятся – до 52% в год. При этом к 2010 г. доля сегмента интернет-рекламы увеличится до 5,2% от общего объема рынка рекламы в России, что составит более \$0,5 млрд.

В целом развитие Интернета в России пока недостаточно, чтобы исполь-

зовать его как систему массовой коммуникации с аудиторией. Однако Рунет продолжает расширяться и является самым быстрорастущим сегментом, при этом его перспективность и

**СРЕДНИЙ ИНТЕРНЕТ-ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ – МУЖЧИНА В ВОЗРАСТЕ 18–24 ЛЕТ С ВЫСШИМ ОБРАЗОВАНИЕМ И ВЫСОКИМ ДОХОДОМ, КОТОРЫЙ ПОЛЬЗУЕТСЯ ИНТЕРНЕТОМ У СЕБЯ ДОМА И ПРОЖИВАЕТ В ЦЕНТРАЛЬНОМ РЕГИОНЕ РФ**

преимущества налицо. В мире интернет-реклама заняла уже 4% глобального рынка рекламы. Люди все больше предпочитают узнавать информацию через Интернет, а рекламные кампании через Интернет становятся неотъемлемой частью рекламной политики мейджоров<sup>2</sup>.

# CINEMECCANICA



## СЕРВИС

ОБОРУДОВАНИЯ  
ДЛЯ КИНОПОКАЗА

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

\* Подробности предоставления услуги – в Регламенте сервисного обслуживания

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

На правах рекламы



Лампы OSRAM

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

## кинокомфорт™

первоклассное оборудование  
для цифровых и 35-мм кинотеатров

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

<sup>2</sup> Рекламный рынок в России в 2005 г. // Новостной портал Пресс-атташе.ру. 6 февраля 2006 г.  
Адрес доступа: <http://www.press-attache.ru/Article.aspx/mediaeco/1908>

## ПОДГОТОВИТЕЛЬНЫЙ ПЕРИОД

Данные на 10.06.2008 г.

**Две женщины**  
мелодрама**Россия**  
Студия: Централ  
Партнершип  
Автор сценария: Геннадий  
Островский  
Режиссер: Алиса  
Хмельницкая  
В ролях: нет  
Слоган: нет  
Афиша: нет  
Сайт: нет  
Дистрибьютор: ЦПШ  
Премьера: 2009 г.

*Дама средних лет и молодая девушка оказываются на борту одного самолета. Даму только что бросил муж, а девушка, наоборот, готовится к свадьбе. Постепенно у женщин появляется подозрение, что виновник этих событий – один и тот же мужчина.*

**Марафон**  
комедийная драма**Россия**  
Студия: Централ  
Партнершип  
Автор сценария: Геннадий  
Островский  
Режиссер: Карен Оганесян  
В ролях: нет  
Слоган: нет  
Афиша: нет  
Сайт: нет  
Дистрибьютор: ЦПШ  
Премьера: 2009 г.

*Одиноким неудачник средних лет работает спасателем на пляже. Однажды он спасает от самоубийства старуху и сдает ее в дом престарелых, но спустя некоторое время она находит его и предлагает авантюрный план: отправиться в Америку на спортивные соревнования среди стариков и потягаться за большой денежный приз.*

**M+Ж**  
мелодрама**Россия**  
Студия: «Магнит»  
Автор сценария: Алиса  
Хмельницкая  
Режиссер: Александр  
Черных  
В ролях: нет  
Слоган: нет  
Афиша: нет  
Сайт: нет  
Дистрибьютор: ЦПШ  
Премьера: 2009 г.

*Она из Минска, он из Москвы. Она работает в издательстве и в Москву приехала на книжную ярмарку. Встретились они случайно, понравились друг другу – и разошлись. Но тут за дело взялась ее подруга и стала устраивать их встречи, которые они принимали за случайные совпадения.*

**Невеста любой ценой**  
молодежная комедия**Россия**  
Студия: «Магнит»  
Автор сценария: Юрий  
Патренин  
Режиссер: Дмитрий Грачев  
В ролях: нет  
Слоган: нет  
Афиша: нет  
Сайт: нет  
Дистрибьютор: нет  
Премьера: 2009 г.

*Удачливый предприниматель старается заслужить повышение по службе. Для этого он знакомится с бизнесменом, известным своим криминальным прошлым. А во время переговоров неожиданно соблазняет его подружку. На следующее утро, выходя из ее квартиры, герой попадает на глаза шоферу бизнесмена. Теперь ему нужно обеспечить себе алиби в виде невесты.*

**А ТАКЖЕ В ПОДГОТОВИТЕЛЬНОМ ПЕРИОДЕ:** 17, Retrum, Topboy, А жить вы будете долго, Агент, Аэлига, Байкер, Баран. Лодка. Точка.RU, Бледный город, Брестская крепость, Бригада 2, В России идет снег, Варвара, Ведьмин век, Верное сердце, Верую, Весенний перец, Вещий Олег, Видрый мозгор, Влюбленный прапорщик, Волейбол 3000, Волчок, Восток есть восток, Время ненавидеть грех, Все девушки любят джаз, Высокая миссия, Геймеры, Герой, которого все ждали, Гитлер, капут! 2, Гозоль. Ближайший, Головоломка, Голубиная книга, Гонщики, Горячие эстонские парни, Густав, Да ладно..., Дальний свет, Девочки, Деньги для одного, Деревня Байкино, Должник, Дом, Дом влюбленных, Домовой-2, Доходное место, Елеазар, Женщины без границ, Жены призраков, Жизнь Шаумяна, Жила-была одна баба, Забытые в Сибири, Звезда Семирамиды, Золушок, Зона милосердия, Исповедь 100-килограммовой бабочки, Испытание, К вам какой-то олигарх..., Каденци, Как было, Карантин, Киллер и папарацци, Князь Меньшиков, Кража, Красное и белое, Крот, Крылья, Кто стучится в дверь ко мне, Кука 2, Лабиринт, Левша, лейтенант, Лермонтов. Неизвестный избранник, Лишний, Лучшее время года, Манго.Манго, Марафон, Мачеха, Мизинец Будды, Младший, Мойщики, Молодежный мюзикл, Молодое зло, Мужской сезон 2: Время гнева, Мужчина в доме, Музыка под управлением любви, На Таймыр, На танцы, Над городом, Назидание, Наперегонки со смертью, Наша Russia, Небо за нас, Не спать, Неплохие ребята, Неудачник, Нимбус, Новый Иерусалим, Номер 13, Ночь, горячая как смерть!, Облако буйдо, Обратная сторона луны, Одноразовый агент, Орден семи, Папина дочка, патологии, Перевал Пикаперы, Плесень, Плутон, Подписка о невыезде, Поезд, Полиграф, Последний день, Последняя игра в куклы, Последний сказочный герой, Похождения двух горемык, Праздник урожая, Прайм-тайм, Призраки, Приключения русских в Италии, Пробка, Прощание, Прянички, Репортаж, Рита, Самая красивая 2, Самый лучший фильм 2, Самый лучший фильм 3, Севастополь, Семья, Синие, как море, глаза, Скалолазка и запретный источник, Скалолазка и камень судеб, Слон, Соловей-разбойник, Степан Разин, Стерва для чемпиона, Стритрейсеры 2, Танк, Темный лес, Только не сейчас, Трансгрессия, Троян, Увидимся в аду, Угрюм-река, Ушебти, Флористика, Фобос, Хаджи-Мурат, Хан, Цель, Черный ангел, Чечни.NET, Член, Чужая, Шапато, Шут, Элька 2, Я, Японцы

## СЪЕМОЧНЫЙ ПЕРИОД

**О, счастливычик!**

авантюрная молодежная комедия

**Россия**

Студия: «Star Media»  
Места съемок: Киев и Киевская область  
Автор сценария: Александр Зеленко  
Режиссер: Эдуард Парри  
В ролях: Владимир Меньшов, Сергей Шакуров, Армен Джигарханян, Александр Баширов  
Слоган: нет  
Афиша: нет  
Сайт: нет  
Дистрибьютор: нет  
Премьера: нет

*Жизнь для Славика стала бессмысленной, но в последний момент его убеждают в том, что самоубийство – не выход. Ему предлагают поменять свою биографию на чужую и начать новую благополучную жизнь. Но только он избавляется от старых проблем, как тут же появляются новые.*

**Сапсан**  
анимация**Россия**

Студия: продюсерский центр «Эра водолея» по заказу ЦПШ  
Авторы сценария: Максим и Вадим Свешниковы  
Режиссеры: Максим и Вадим Свешниковы  
Роли озвучивают: Константин Хабенский, Рената Литвинова, Алексей Горбунов, Виктор Гусев, Василий Уткин  
Слоган: нет  
Афиша: нет  
Сайт: нет  
Дистрибьютор: ЦПШ  
Премьера: нет

*Волею судьбы птенец сокола-сапсана по имени Митя попадает в гнездо московских голубей. Сначала семья голубей болезненно воспринимает появление сапсана, но вскоре начинает относиться к нему как к родному. Однажды на футбольный матч Россия–Италия прилетает семья итальянских сапсанов, и Митя страстно влюбляется в их дочку Анну-Марию...*

**Сказка XXI**

киноальманах, семейное кино

**Россия**

Студия: кинокомпания «ВВП Альянс» и компания «Moviego»  
Места съемок: Ногинск (Московская обл.), Москва  
Режиссеры: Елизавета Соломина, Александр Баршац, Константин Статский, Бакур Бакурадзе  
В ролях: Алексей Серебряков, Ирина Пегова, Ксения Раппопорт, Гоша Куценко, Анна Михалкова, Максим Суханов, Константин Хабенский, Михаил Пореченков  
Слоган: нет  
Афиша: нет  
Сайт: нет  
Дистрибьютор: КАРО Прокат  
Премьера: декабрь 2008 г.

*Четыре новеллы, снятые молодыми режиссерами: «Детство forever», «Школьный звонок», «Посвящение», «Крепость», «Мир и грушек».*

Данные на 10.06.2008 г.

**Фонограмма**

шпионский эротический триллер

**Россия**

Студия: «МЛ-студия» по заказу ЦПШ  
Места съемок: Москва, Минск, Мальта, Крым  
Авторы сценария: Николай Лебедев, Леонид Порохня  
Режиссер: Николай Лебедев  
В ролях: Фабио Фулько, Елена Николаева, Сергей Гармаш, Нина Усатова, Светлана Тома, Анатолий Белый и Алексей Комашко  
Слоган: нет  
Афиша: нет  
Сайт: нет  
Дистрибьютор: ЦПШ  
Премьера: нет

*Девушка, работающая в службе прослушивания, влюбляется в порученного ей «клиента». Влюбляется по одному лишь голосу. Вскоре она понимает, что ее возлюбленный обречен: на него готовят покушение.*

**А ТАКЖЕ В СЪЕМОЧНОМ ПЕРИОДЕ:** *4, Casual, Ангелы ее величества, Анталия, Антикиллер 3: Сумеречная зона, Безопасные связи, Безумные волосы, Боги Зеленой планеты, Быть или не быть, В поисках капитана Гранта, Варенье из сакуры, Василиса и серый волк, Ваша остановка, мадам!, Волки, Горячие новости, Гофманияда, Дар, Дай, Духless, Завещание Гоголя, Зверобой, Кабы, Каждый решает сам, Как Иван Царевич жениться ходил, дурак, Каменная башка, Кин-Дза-Дза-Дза!, Киф с планеты Дара, Клан Лысых Холмов, Королева, Кромовъ, Кукарача, Летом я предпочитаю..., Любовь-морковь 2, Малахольная, Маленькие трагедии, Молодая дочь взрослого господина, Морской дьявол, Морфий, Москва, я люблю тебя, Московские истории, Мустанг, Небо над Кандагаром, Непобедимый, Новые приключения Аленушки и Еремы, Огни 2030, Первая любовь элезия, Первый отряд, Петя по дороге в царство небесное, Последний вагон, Последний сказочный герой, Поставка, Похороните меня за плинтусом, Про любовь/он, Про Федота-стрельца, удалого молодца, Пыль времени, Ретушер, Сердцу не прикажешь, Скоро весна, Следы на песке, Специалист, Стерва, Тучи над холмом, У ангелов есть крылья, Убить короля?, Утомленные солнцем 2, Чужое тело в ее постели, Чуки-куки, Шаг*

## МОНТАЖНО-ТОНИРОВОЧНЫЙ ПЕРИОД

Данные на 10.06.2008 г.

**Приключения  
Аленушки и Еремы**

3D-анимация, музыкальная комедия

**Россия**

Студия: анимационная студия «Парадиз»  
 Авторы сценария: Константин Мулин, Андрей Гончаров  
 Режиссер: Георгий Гитис  
 Роли озвучивают: Антон Макарский, Инна Гомес, Наталья Щукина, Сергей Чонишвили, Евгений Воскресенский, Рената Литвинова и др.  
 Слоган: нет  
 Афиша: нет  
 Сайт: www.alena-erema.ru  
 Дистрибьютор: «Парадиз»  
 Премьера: 23 октября 2008 г.

*В благоустроенном Тереме проживает великий кулинар Царь Дормидонт со своей обожаемой дочкой Царевной Всеславой. К тетке Ефросинье, помогающей царю по хозяйству, приезжает красавица Аленушка и с первого взгляда влюбляется в талантливую музыканта Ерему. Ерема также полюбил Аленушку, но тут начинается волшебство...*

**Семейка Ады**  
комедия**Россия**

Студия: «Магnum» по заказу ЦПШ  
 Автор сценария: Виктория Бугаева  
 Режиссер: Эльдар Салаватов  
 В ролях: Михаил Ефремов, Елена Яковлева, Римма Маркова, Анастасия Ричи, Владимир и Сергей Крестовские и др.  
 Слоган: нет  
 Афиша: нет  
 Сайт: нет  
 Дистрибьютор: ЦПШ  
 Премьера: нет

*До своей неожиданной кончины бабушка Ада была главой всего семейства. Но и после смерти деловитая старушка не бросает родных на произвол судьбы. Приведение Ады сообщает, что в ближайшее время семья может лишиться квартиры. Обескураженные потомки под руководством бабушки-призрака должны отвоевать законное наследство, иначе дух бабушки Ады никогда не упокоится с миром.*

**Снежный человек**  
новогодняя комедия**Россия**

Студия: «Тан-фильм» по заказу ЦПШ  
 Автор сценария: Татьяна Тронина  
 Режиссер: Константин Чармадов  
 В ролях: Алексей Макаров, Виктория Исакова, Сергей Астахов, Александр Робак, Валдис Пельш  
 Слоган: нет  
 Афиша: нет  
 Сайт: нет  
 Дистрибьютор: ЦПШ  
 Премьера: декабрь 2008 г.

*В новогоднюю ночь трое мужчин и три женщины собираются вместе. После череды комических ситуаций герои понимают, что судьба собрала их здесь не случайно. Каждый из них в канун Нового года находит новое счастье.*

**Стиляги**  
молодежная драма**Россия**

Студия: «Красная Стрела»  
 Автор сценария: Юрий Коротков  
 Режиссер: Валерий Тодоровский  
 В ролях: Антон Шагин, Оксана Акиншина, Максим Матвеев, Игорь Войнаровский, Евгения Хириевская, Екатерина Вилкова, Сергей Гармаш, Олег Янковский, Леонид Ярмольник, Ирина Розанова, Алексей Горбунов  
 Слоган: нет  
 Афиша: нет  
 Сайт: нет  
 Дистрибьютор: ЦПШ  
 Премьера: 1 января 2009 г.

*Это история Москвы начала 50-х, в которой компании молодых людей приходится бороться за право быть не такими, как все, слушать друзую музыку, по-другому одеваться и, конечно же, любить.*

**А ТАКЖЕ В МОНТАЖНО-ТОНИРОВОЧНОМ ПЕРИОДЕ:** 2-АССА-2, Амулет, Анна Каренина, Антириллер, Антонина обернулась, Артефакт, Багровый цвет снегопада, Без вины виноватые, Белое, черное, красное, Бес Пор Но, Братья Карамзовы, Бубен, барабан, В поисках Г.А.Т.У., В гостях у Skazki, Вареники с вишней, Васья, Вий, Возвращение мушкетеров, или Сокровища кардинала Мазарини, Возьми меня с собой, Звездные собаки белка и стрелка, Золушка 4x4. Все начинается с желаний, Другая война, И один в поле воин, Иван Грозный и Митрополит Филипп, Иванов, Изгнание из рая, Иллюзия мечты, Искатели приключений, История Арканакской резни, История любви, или Новогодний прикол, Каникулы строгого режима, Капкан для киллера, Кипяток, Кислород, Колчак, Короткое замыкание, Летнее безумие, Любовные причуды, Любовь.ру, Любочка, Мальтийский крест, Манго. Манго, Мишень, Мырма, Невечерняя, Невинные создания, Никто, кроме нас..., Новогодние подарки, Обитаемый остров, Обитаемый остров. Фильм Второй, Обострение, Обстоятельства, Огни притона, Освоение жизни, Откуда берутся дети, Отряд, Отцы и дети, Парадокс, Парни с MagZ'a, Пассажиры, Песни южных морей, Платон, Поколение Пи, При чужих свечах, Пришел ангела, Приключения Мишки Каверзина, Пророк: Миссия пятого ангела, Прощание, Путь, Разведчики, Ранний рассвет, Россия №513, Русичи, Рыжий пес, С.С.Д., Сага о хантах, Сайд-степ, Сезон ветров, Сезон дождей, Сезон туманов, Сердце врага, Сиделка, Синие бабочки, Скрипка Страдивари, Слепое кино, Снежный человек, Спартакиада, Старшая жена, Сумерки, Тарас Бульба. Запорожская сечь, Тариф новогодний, Татарская княжна, Технолозия, Треск, Трое с площади Карронад, Хоккеисты, Царяпина, Цветок дьявола, Человек-ветер, Человек, который знал все, Черный ход, Чет-нечет, Чудо, Чужая куча, Я вас жду..., Я вернусь, Я не я



## ИНФОРМАЦИОННЫЕ ВОЙНЫ

«РАЗойтись! ВСЕМ УЙТИ С РЕЛЬСОВ! МАШИНЫ МОГУТ ВЗОРВАТЬСЯ! ВОВА, ЕСЛИ ТРАМВАЙ НЕ ТОРМОЗИТ И ЕДЕТ НА ТЕБЯ, ТЫ БЕРЕШЬ КАМЕРУ И БЫСТРО УБЕГАЕШЬ!». ОПЕРАТОР ПРИКИДЫВАЕТ НА ГЛАЗ, КАК БЫСТРО ОН СМОЖЕТ ОТКАТИТЬ КАМЕРУ, И СМОТРИТ НА ТРАМВАЙ, КОТОРЫЙ ДОЛЖЕН ВОТ-ВОТ ПОЕХАТЬ, ЧТОБЫ СТОЛКНУТЬСЯ С МАШИНАМИ. ВО ВНУШИТЕЛЬНОЙ СЦЕНЕ АВАРИИ КРОМЕ ТРАМВАЯ ЗАДЕЙСТВОВАНО ЕЩЕ ПЯТЬ АВТОМОБИЛЕЙ. ЧЕРЕЗ НЕСКОЛЬКО МИНУТ ВСЕ ЭТО ПРИДЕТ В ДВИЖЕНИЕ И ТИХИЕ ПЕРЕУЛКИ СОКОЛЬНИКОВ СОДРГНУТСЯ ОТ ГРОХОТА. СНИМАЮТ БОЕВИК. **[Лиза Сезонова]**

На этот раз боевик не отечественного происхождения, а восточного. Кинокомпания «Кино без границ», выкупившая еще в 2005 г. права на производство российской версии картины Джонни То «Горячие новости», совместно с «Тандем Пикчерс» приступила к съемкам ремейка.

Погонь и перестрелок здесь действительно хоть отбавляй, как и положено в боевике, и этим уже никого не удивишь. А вот сцена с трамваем – редкость, и готовятся к ней тщательно – новых дублей не будет. Все посторонние удалены с площадки, скорая дежурит наготове, члены съемочной

группы, не задействованные в эпизоде, на безопасном расстоянии достают фотоаппараты. Не каждый день увидишь, как трамвай врежется в легковые автомобили. Все напряженно замирают – говорят, что трамвай может даже перевернуться, поэтому нужно быть наготове. И как всегда: подготовка к сцене аварии шла несколько часов, а сама сцена занимает не более двух минут. Легковые автомобили смяты, подходить к ним все еще опасно, так как из бензобаков струйкой льется горячее. Но окружающие дружно аплодируют. Снято!

«Горячие новости» – это история о тех, кто делает новости по обе стороны экрана и не гнушается при этом никакими средствами. В век информационных войн, когда борьба за зрителя становится особенно острой, СМИ вторгаются практически в каждую сферу жизни, стремятся к тотальному контролю, не думая о последствиях. Вот и здесь в классическое противостояние властей и бандитов вмешиваются массмедиа и начинается настоящая война. Масштабную операцию по поимке преступников и освобождению заложников милиция, дабы вернуть себе славу и уважение граждан, намерена превратить в реалити-шоу. Зритель должен в прямом эфире убедиться в доблести органов безопасности. И хотя в эфир поступают сообще-



ния об успехах правоохранительных органов, операция очень скоро выходит из-под контроля. И тогда бандиты начинают трансляцию своей версии событий в Интернете. Борьба между бандитом Германом, капитаном Смирновым и пиарщицей Катей приобретает все больший размах.

Азиатский боевик, перенесенный на русскую почву, создатели характеризуют как «интеллектуальный экшн». Об актуальности темы и отличиях русской версии «Горячих новостей» от оригинала рассказал **Сэм Клебанов, генеральный продюсер** проекта и один из авторов сценария ремейка.

**Чем вас так привлек зарубежный проект, что вы решились снимать ремейк?**

Когда я посмотрел фильм Джонни То, мне показалось, что в России эта исто-





рия может быть еще более актуальной, чем в восточном варианте. Понятно, что противостояние полиции и бандитов может быть везде, но здесь в ситуацию вовлечены массмедиа, которые начинают манипулировать сознанием. Это очень похоже на российскую действительность, где телевидение – гигантский манипулятор.

Когда мы писали сценарий, то подумали, что кроме профессиональных интересов (как для бандитов, так и для полиции) должны непременно быть замешаны и коммерческие, ведь на телевидении можно делать большие деньги за счет рекламы, продакт-плейсмента, спонсорства. К тому же нас привлекла идея информационного противостояния телеканалов и Интернета, так как в России Интернет – единственное свободное, неподцензурное средство распространения информации. История обросла рос-

Евгений  
Цыганов

сийскими реалиями и стала еще более сатирической, чем боевик Джонни То.

### Чем российский вариант отличается от оригинального фильма?

Мы изменили некоторые сюжетные повороты, финал, который у То мне кажется немного странным, неоправданным и искусственным, латали логические провалы. Многие сцены придумывали сами, с нуля.

Принципиальные изменения коснулись образа главной героини. В оригинале девушка, превращающая операцию в шоу, никак не была связана с миром рекламы, кстати у Джонни То на первый план выходило именно противостояние бандитов и полиции. В нашей картине героиня Катя приходит на работу в милицию из рекламного гламурно-глянцевого мира и входит в жесткий мужской мир с жизненным опытом, приобретенным на рекламных роликах для «Икея» и т.п. Кате кажется, что по законам рекламного бизнеса можно работать везде: всегда есть потребитель и есть месседж, который до него нужно донести. Все можно превратить в шоу, срежиссировать. Такая уверенность в себе и во всеисильности СМИ оборачивается большими проблемами.

Мне кажется, что персонаж Кати хорошо узнаваем. Таких девушек, умных, хорошо образованных, но излишне честолюбивых и несущих свою правду «отжившему старому миру», сейчас очень много. Мы постарались сделать акцент





на этом. И в итоге получился едкий сатирический образ.

Изменения коснулись и второстепенных персонажей. В оригинале почти не было героев второго плана: был гангстер, полицейский и их команды, но об этих командах зрители ничего не знали. Мы же придумали подробные характеристики персонажей, чтобы зрители видели две разные группировки, противостоящие друг другу.

**Говорят, ваша работа над фильмом не ограничивается функциями продюсера или даже сценариста...**

Да, в фильме нашлась роль и для меня. Это комедийный персонаж, разъезжающий по городу на большом сверкающем мотоцикле, эдакий мачо. Мой герой – модный режиссер, рекламщик, которого милиция приглашает на помощь. Именно он придумывает схему, по которой можно перемонтировать нужным образом даже те материалы, которые изначально не подходят.

**Какое место реальные СМИ занимают в проекте? Есть ли у вас партнеры с телевидения, например?**

Мы не связаны ни с каким СМИ, нас никто не контролирует. Первый канал заранее приобрел права на показ фильма, еще до начала работы над картиной, – им понравился сценарий, актерский состав. Однако в съемочном



Маша Машкова

процессе канал не участвует. Он также фигурирует в фильме как СМИ, освещающее происходящие события.

Никаких намеков на реальные события, политические интриги и скандалы медийной жизни современной России авторы призывают не искать. Акцент картины сделан на то, как журналисты могут исказить события, а доискиваться связи с прототипами, предупреждают создатели, – гиблое дело.

Подготовка проекта началась в прошлом году, когда Сэм Клебанов совместно с Александром Лунгиным начал работу над сценарием. Съемки же начались в Москве только в конце апреля и будут идти до середины июля, после чего продолжатся в Швеции.

Режиссером ремейка назначен иностранец Андерс Банке, известный картиной «30 дней до рассвета», которая стала





шведским прорывом в жанре молодежного хоррора и не так давно побывала в российском прокате. Россия для режиссера – страна не чужая: Андерс закончил ВГИК и имеет представление о наших реалиях. А вот роли в боевике были доверены российским артистам – Евгению Цыганову (неуловимый бандит Герман), Андрею Мерзликину (капитан Смирнов) и **Маше Машковой** (пиарщица Катя). С исполнительницей роли амбициозного пиар-директора мы поговорили в перерывах между съемками.

### **Маша, как вы попали в проект?**

Как все артистки – прошла кастинг. Если бы не Андерс, то меня не было бы в этой картине. Не думаю, что какой-нибудь русский режиссер сегодня взял бы меня в кино, так как власть предассудков очень сильна. Андерс не знал, ни чья я дочка, ни где снималась,

**Продюсер и исполнитель одной из ролей Сэм Клебанов**

и он, иностранец, поверил в меня. Я чувствую его поддержку, и для меня это очень ценно.

### **Ваша героиня играет по своим правилам в схватке бандитов и милиции. Как вы думаете, на чьей она стороне?**

Катя – капитан милиции, но пришла она в органы, что называется, по блату. Она генеральская дочка, и теперь в должности директора по связям с общественностью наслаждается властью. Она цепкая и честолюбивая девушка, экспериментатор, превращает жизнь в шоу и не считается с нормами морали. Я думаю, она готова идти по головам ради достижения своих целей. Но в то же время назвать ее злой или беспринципной нельзя. Она хочет быть первой, чтобы родители ею гордились, и не думает о последствиях.

**Режиссер Андерс Банке**

### **Вам не кажется, что Катя – очень узнаваемый современный персонаж. Может быть, она и есть героиня нашего времени?**

Возможно. Я еще пытаюсь разобраться в ее характере. Такие девушки нередко встречаются в медийной сфере, но героиня ли это – покажет фильм.

А зрителям фильм покажут уже в начале 2009 г.: прокат боевика планирует на январь-апрель.



*Фото с блога проекта в ЖЖ – [community.livejournal.com/newsmakers/](http://community.livejournal.com/newsmakers/)*



## КАННСКАЯ ПУТЕВКА

КАННСКИЙ КИНОФЕСТИВАЛЬ ТАК ТЕСНО СВЯЗАН С КАННСКИМ КИНОРЫНКОМ, ЧТО ОТДЕЛЯТЬ ФЕСТИВАЛЬНЫЕ ПОКАЗЫ ОТ РЫНОЧНЫХ НЕТ СМЫСЛА. СОВОКУПНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ КИНОПРОИЗВЕДИЙ НЕВЕРОЯТНО ОБШИРНО, И, КОНЕЧНО, ВСЕ ЭТИ СОТНИ ФИЛЬМОВ НИКАК НЕ МОГУТ ПОПАСТЬ В КИНОТЕАТРЫ НАШЕЙ СТРАНЫ. БОЛЬШИНСТВО ИЗ НИХ ТРУДНО СЕБЕ ПРЕДСТАВИТЬ У НАС ДАЖЕ В ОГРАНИЧЕННОМ ПРОКАТЕ – ОНИ СПЕЦИФИЧНЫ И ЯВНО РАССЧИТАНЫ НА ПРЕСЫЩЕННЫЙ РЫНОК РАЗВИТОЙ КИНОДЕРЖАВЫ. НО ЕСТЬ ОДНА КАТЕГОРИЯ КАРТИН, КОТОРАЯ В РОССИИ ВПОЛНЕ МОЖЕТ ПРЕТЕНДОВАТЬ НА ЗРИТЕЛЬСКОЕ ВНИМАНИЕ. |Сергей Сычев|

Фильмы, о которых пойдет речь, – это авторские высказывания, своеобразные и цельные настолько, что не вписываются в привычные рамки жанров и видов кино. Достаточно привлекательные для того, чтобы заинтересовать дистрибьюторов и массовую аудиторию (звезды-актеры и мэтры-режиссеры), но и достаточно уникальные, чтобы не отпугнуть любителей необычного кино. Кстати, чтобы вывести эти картины за пределы фестивальной (и DVD) резервации, иногда многого и не требуется. Судите сами...

### МУЖСКОЕ КИНО

Начать стоит с фильма Клинта Иствуда «Подмена», участвовавшего в основном конкурсе. Один из самых известных киноковбоев мира, Иствуд уже много лет снимает фильмы о «неудобной» действительности и сильных людях, способных ей противостоять. Его фильмы получают награды на главных кинофестивалях, идут во всех кинотеатрах мира с аншлагами. Но почему-то в России в последнее время его фильмы принято обходить стороной: не артхаус, не блокбастер, но что-то, с чем слишком сложно работать. По-

следние фильмы Иствуда шли более чем вяло: негромкая премьера, минимум рекламы, мало зрителей, несколько копий... Возможно, подобная участь ждет и «Подмену», и не поможет ни участие Анджелины Джоли, ни специальный приз 61-го Каннского фестиваля. Между тем в фильме филигранно выстроена атмосфера Лос-Анджелеса конца 20-х годов прошлого столетия, которая только усиливает впечатление от главного конфликта фильма: молодой женщине возвращают вместо ее пропавшего ребенка другого, который утверждает, что он и есть ее сын. Отчаявшаяся мать попадает в центр противостояния двух враждующих группировок, которые используют ее несчастье в своих интересах. Остросюжетный, проблемный, актуальный и драматичный настолько, что иногда скатывается к сентиментальности, фильм «Подмена» – типично мужское зрелище, где сцены насилия и безумия (маньяк, убивающий детей лопатой и хохочущий на виселице, сумасшедший дом с бессердечными санитарями и пр.) соседствуют с тем, что должно вызывать скупую слезу, – страдания женщин и детей. Фильм требует крепких нервов, но все свои требования с лихвой вознаграждает эмоциональной и эстетической ценностью. Такой можно показывать вечером, когда парочки уже пошли в кафе после комедии, а дети заснули. Его, в конце концов, можно позиционировать как разновидность фильмов ужасов, где доказывается, что главный монстр – это человек.

**ПОРТРЕТ-ПАМФЛЕТ**

«Кустурица о Марадоне» (вне конкурса) – фильм, продолжающий линию, начатую Эмиром Кустурицей в «Историях на Супер-8». Поэтому в кинотеатральный прокат в России ему будет выйти чрезвычайно сложно: неигровое кино у нас в прокате не любят ни в каком виде, даже если его снял режиссер, фильмы которого давно стали народными (кстати, «Истории...» за пределы DVD так и не попали).



Кадр из фильма «Подмена»

Эссе «Кустурица о Марадоне» рассказывает одновременно и о легендарном футболисте, и о Фиделе Кастро, и о захватнической политике США, и о гастролях группы «The No Smoking Orchestra» вперемешку с песнями «Sex Pistols», и о самом Кустурице, для которого имя Марадоны заключает в себе слишком много понятий, чтобы можно было ограничиться простыми портретными съемками «говорящих голов», смонтированными с хроникой. Кустурица – серб, ему по месту прописки положено интересоваться политикой. Он активно выступает с громкими заявлениями, всенародно бичует социальную несправедливость, вызывает на дуэль местных политиков, носит футболки с оскорбительными надписями в адрес США. В его фильмах можно найти элементы памфлета и карикатуры на внутреннее устройство Сербии, сильно достается американцам, но общее весе-

Клинт Иствуд и Анджелина Джоли, фотосессия в Каннах





лье до такой степени сильно, что они отходят в зрительском восприятии на второй план.

В «Марадоне...», его имя Кустурица в титрах не случайно ставит рядом со своим («Кустурица – это Марадона кинематографа»), политика всплывает вновь и гораздо острее, чем прежде. Футбол оказывается единственным действенным средством борьбы Аргентины против главного внешнеполитического врага – США, а Марадона, «уделявающий» на футбольном поле западные страны, – почти Че, устраивающий маленькую революцию там, где ее не ждали. Марадона самовлюблен, сентиментален, он выкрикивает плакатные лозунги и очень любит песни о самом себе. Его обожает вся страна. И Кустурица, который поддакивает Марадоне и погружается в саморефлексию, заканчивающуюся обличительной речью против Северной Амери-

Кадр из фильма «Кустурица о Марадоне»

Кадр из фильма «Меня зовут Брюс»



ки. Дух бунта, революции, карнавала, футбола оказывается у Кустурицы единым выражением общественного порыва к правде. Хотя идейная сторона фильма слишком неровная и не выдерживает серьезной критики, зритель подчиняется обаянию двух уверенных в своей правоте мужчин, потому что, как сказал Пушкин, «следовать за мыслями великого человека есть наука самая занимательная». Важное отличие фильма Кустурицы о Марадоне от большинства портретно-биографических фильмов заключается в том, что он сделан предельно кинематографично, в расчете на большой экран и качественный звук. Отсюда обилие общих планов и глушащий рефрен «God Save the Queen», под который виртуальный Марадона обыгрывает фигурки западных политиков. Полуторачасовой формат позволит фильму идти большим количеством сеансов, а Чемпионат Европы и связанный с ним интерес к футболу привлекут не только поклонников Кустурицы, но и футбольных фанатов. Собственно, у фильма есть рекордное количество завлеклок, которые помогли бы его рекламировать без особенных вложений, даже если просто перечислить их в объявлении в фойе кинотеатра крупными буквами. Кустурица и кино. Аргентина, Марадона и футбол. Музыка «The No Smoking Orchestra» и «Sex Pistols». Кастро. Лозунг «Бей американцев!» На каждый из этих пунктов найдется положительно реагирующий процент аудитории, который, пожалуй, даже согласится смотреть непривычную субтитрированную версию.

### САМАЯ ЛУЧШАЯ КОМЕДИЯ

Другой пример авторского высказывания, о котором стоило бы сказать, – это, должно быть, самый бесшабашный фильм Канн-2008 «Меня зовут Брюс» Брюса Кемпбелла, показанный на кинорынке. Безжалостная комедия с элементами пародии и трэша снята культовым актером, главная роль которого – Эш,

безжалостно истреблявший оживших трупов в трилогии Сэма Рейми «Зловещие мертвецы». С одной стороны, общая эстетика фильма похожа на комедии братьев Фарелли, Абрахамса и братьев Цукеров, с другой – он может показаться настолько постмодернистским и радикальным, что даже проглотившие «Самый лучший фильм» прокатчики могут испугаться работы с ним. Но это только на первый взгляд.

Сюжет фильма умещается в трех строках: жители маленькой деревушки разбудили злого духа Куан Ди и, чтобы избавиться от него, зовут на помощь легендарного героя боевиков Брюса Кемпбелла. Правда, в жизни он оказывается ожиревшим и трусоватым ловеласом, актером-неудачником, которого никогда не позовут играть в хороших фильмах. Дальше все развивается банально и предсказуемо, но для постмодернизма сюжет второстепенен. Начать с того, что в течение всего фильма, усеянного трупами и залитого морем крови, зритель встречается с двумя фермерами, которые в стиле «кантри на завалинке» добродушно исполняют зонги о том, как Куан Ди придет и всех зарежет. Музыкальные номера исполнены настолько виртуозно, что зритель, кажется, всю оставшуюся жизнь будет периодически вспоминать несложный мотивчик «Quan Di is his name». Фильм наполнен высказываниями Кемпбелла о кинематографе, которые оценят возвращенные в эпоху видеомагнитофонов синефилы.

Вслед за пародией на боевики фильм представляет изнанку процесса производства малобюджетных би-мувиз, в которых продюсеры постоянно заставляют играть Кемпбелла. Нарочито безвкусные декорации, аляповатый грим и одна и та же роль, которую за копейки вынужден играть уже молодой актер, – все это поразительно напоминает биографию самого Кемпбелла, у которого, кроме Эша в «Зловещих мертвецах» да cameo в блокбастерах того же



Кадр из фильма «**Меня зовут Брюс**»

Рейми (в том числе во всех частях «Супермена») и других почитателей былых заслуг Кемпбелла, нет ни одной примечательной роли. Но в рамках фильма авторская рефлексия представлена с тем фирменным чувством юмора и стиля, каким прославился этот актер в 80-х. Штампованные фильмы, в которых он снимается в «Меня зовут Брюс», на экране переплетаются со штампованной действительностью, шаблонными мыслями, безысходностью и при этом потенциальной возможностью любого невероятного события. Китайский бог Куан Ди выглядит настолько естественно в созданной реальности, что зритель теряет грань между реальным и виртуальным (эффект видеоигр и самых модных молодежных фильмов последнего времени). Фильм Кемпбелла – комедийный метаужастик, фильм о кино и обо всем, что можно впихнуть в

Кадр из фильма «**Новая жизнь**»





полтора часа развеселого действия. Он только и ждет показа в российских кинотеатрах, чтобы собрать и публику, и кассу. Ведь он уж точно качественнее всех отечественных и большинства зарубежных аналогов.

Кадр из фильма «Новая жизнь»

#### ФРАНЦУЗСКОЕ КИНО О НАС

Напоследок о фильме, подобных которому в кинотеатральном прокате у нас еще не было, но место для которых уже готово. Французский неигровой фильм «Новая жизнь» Раймона Депардона – один из хитов прошедшего каннского кинорынка, собиравший полные залы на всех показах и, хочется надеяться, замеченный хотя бы одним российским покупателем. Реалии фильма во многом совпадают с российскими, а сам он напоминает отечественный телевизионный хит 90-х «Кучугуры и окрестности» Владимира Герчикова.

Режиссер Раймон Депардон



Сюжет «Новой жизни» очень прост. В течение нескольких лет автор беседует с жителями маленькой провинциальной деревушки о том, как они живут, и следит за тем, как с течением времени меняется их жизнь: старики постепенно умирают, на смену им приходят молодые с их новыми представлениями о сельском хозяйстве и о жизни в целом. Они, с одной стороны, обновляют жизнь деревни, а с другой – понемногу начинают подчиняться местным традициям. Повествование о простых людях, которые рассказывают о простых вещах, – одна из доминирующих в мировом кинематографе тенденций, успешно приживающаяся в России. Но при этом в фильме рефреном идет ироничный комментарий автора, который между беседами по-доброму подшучивает над слабостями простодушных крестьян или рассказывает о тех изменениях в их жизни, которые он заметил, а камера по каким-то причинам упустила. Фильм изобилует пейзажами французской глубинки, где так же, как и у нас, ворчливые, но в глубине души добрые старики пасут стада овец, а молодые строят масштабное хозяйство – фермы с наемными рабочими. Благодаря непринужденному и лиричному тону фильма, схожести реалий и персонажей с русскими «Новая жизнь» – идеальная картина для семейного просмотра, способная одинаково нравиться и оглохшим от взрывов в соседних залах подросткам, с удивлением узнающим в героях своих родителей и бабушек-дедушек, и более старшему зрителю, которому вопросы смены поколений, выбора цели в жизни и отношения французских крестьян друг к другу также близки. Такую ленту можно ставить на дневное время и приглашать на нее ребят из соседней школы или на вечер – для тех, кто слишком устал после работы и хочет посмотреть качественный, спокойный и добрый фильм о живущих за несколько тысяч километров похожих на него людях.



## ЭМИР КУСТУРИЦА: «МАЛЕНЬКАЯ НАЦИЯ МОЖЕТ ПРОРВАТЬСЯ ТОЛЬКО ЧЕРЕЗ КИНО ИЛИ ФУТБОЛ»

ПОКАЗАННЫЙ ВНЕ КОНКУРСА ФИЛЬМ ЭМИРА КУСТУРИЦЫ «КУСТУРИЦА О МАРАДОНЕ» СТАЛ ОДНИМ ИЗ ЗАМЕТНЫХ СОБЫТИЙ КАННСКОГО ФЕСТИВАЛЯ. ИНТРИГОВАЛО САМО СОЧЕТАНИЕ ИМЕН ЗНАМЕНИТОГО ФУТБОЛИСТА И ЗНАМЕНИТОГО РЕЖИССЕРА. НАША ВСТРЕЧА С КУСТУРИЦЕЙ ПРОИЗОШЛА НАУТРО ПОСЛЕ ПРЕМЬЕРЫ ЛЕНТЫ И БУРНОЙ ВЕЧЕРИНКИ. НО ЭТО НЕ ПОМЕШАЛО МОЕМУ СОБЕСЕДНИКУ БЫТЬ В ОТЛИЧНОЙ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ ФОРМЕ. | **Андрей Плахов** |

**Весь фестиваль говорит о вчерашней премьере, о том, как вы играли и пели со своей группой «The No Smoking Orchestra», и о том, как в разгар веселья ворвался Марадона...**

Да, это была непростая ситуация для меня как музыканта. Представьте, вас слушает пять тысяч человек – и вдруг появляется некто. Все отворачиваются от тебя и смотрят на него. И он затягивает ту же песню...

**В ваших отношениях с Марадоной есть элемент соперничества?**

Это исключено, потому что мы выражаем себя в разных сферах. И выражаем по сути одно и то же, недаром меня называют иногда Марадоной кинематографа. Я был одним из миллионов людей на нашей планете, кто под-

прыгнул от радости, когда он забил два гола в ворота англичан в 1986 г. Это было торжество справедливости, достигнутое в первый и последний раз. Сколько раз мы играли с Англией – и судьба подыгрывала им. И тут вдруг судья не заметил «божественной руки» Марадоны. Зато второй его гол – это было произведение, достойное того, чтобы поместить его в музей современного искусства.

**В чем заключается ваша общность?**

Аргентина и Сербия – две страны, экономика которых была подорвана Международным Валютным Фондом, то есть супервластью Запада. Марадона восхищает меня как великий футболист, но в то же время он близок мне как бунтарь, не приемлющий власти чистогана.





### Как возник замысел картины?

Еще довольно давно мне предложили взяться за этот проект испанцы, однако прошло немало времени, прежде чем он стал реальным. Я видел другие фильмы о Марадоне, и каждый раз у меня было впечатление, что авторы используют его, чтобы рассказать какую-то другую историю. Но Марадона – феномен, оказавший глубокое влияние на современный мир, и нет нужды превращать реальность в фикцию. Я сразу понял – буду делать чисто документальный фильм о своем герое.

### В чем заключались трудности этого проекта?

Иногда я не верил, что закончу картину. Я встретился со своим героем, когда он совершил some-back после трудного периода потери профессии, болезней, наркотической зависимости. Он вернулся как религиозный человек и политический активист,

Диего Марадона и Эмир Кустурица, фотосессия в Каннах

Кадр из фильма «Кустурица о Марадоне»



критикующий политику Буша. Снимать его было непросто: свет софитов раздражал его, ведь он впервые за долгое время публично выступал за пределами Аргентины.

Но в то же время он был если не актером, то прирожденным шоуменом: выступал у себя на родине в ток-шоу, где даже иногда натурально плакал. Мы ездили за ним по миру в поисках правды его характера и снимали; все было довольно хаотично, и только потом стала складываться концепция.

### В чем суть характера Марадоны? Вы задали ему не так уж много провокационных вопросов, например не стали спрашивать о наркотиках или о его предполагаемых связях с неаполитанской каморрой...

Я не верю в его связь с каморрой. Но когда приезжаешь в город, где каморра влиятельна, лучше встретиться с «отцами города» и выпить с ними кофе. Если сразу скажете им «fuck you», вы ничего не добьетесь. Я живу в маленькой стране, где многие притворяются мафиози, приходится с ними коммуницировать.

Я не спрашивал Марадону о наркотиках, но старался достаточно ясно показать его главную проблему: он хочет сбалансировать две противоположные части своей личности, все плохое, что в нем есть, и все хорошее. Он весь – сплошное противоречие. Говорит, что не уделяет внимания своей семье, а потом мы видим огромные куски home-video его семейной жизни. И так во всем. Сегодня он проклинает Соединенные Штаты, завтра рекламирует «Кока-колу». Так и в футболе: в судьбоносном матче с Англией он забил один «дьявольский» и один «божественный» гол. Бог прощает его грехи: он несколько раз вплотную подошел к смерти, но Бог не принял его. В каком-то смысле он – современный святой.

### Противоречивых людей, в которых зло борется с добром, много. А в чем все же феноменальность характера Марадоны?

В том, что каждый его жест и вся его судьба приобретают символический характер. Марадона – икона нашего времени, как в середине прошлого века иконами были Элвис Пресли и Мэрилин Монро. Если бы Энди Уорхол был жив, он рисовал бы не Монро, а Марадону. Но в какой-то момент звезда покидает публичную арену и не знает, как жить дальше. Этим Марадона напоминает мне другого икону – Марлона Брандо. Для великого футболиста идеальной жизнью был бы матч, в котором никогда не раздавался бы финальный свисток.

**Марадона близок вам также политически?**

США двадцать раз после мировой войны бомбардировали разные страны, в том числе и мою. В 1999 г. у нас убили 3000 мирных жителей, и я знаю, что нас бомбил не Шон Пенн, а Хавьер Солана. Вспоминаю логику Раскольникова: Наполеон убил тысячи людей, что же мешает мне убить одну никому не нужную старуху? И я знаю, как это важно – доказать, что ты как представитель маленькой страны способен сопротивляться, можешь заставить говорить о себе весь мир. Маленькая нация может прорваться только через кино или футбол. Я знал, что Марадона политически ангажирован, но не представлял, до какой степени. Достаточно услышать его нелепые приятные высказывания о предыдущем Папе Римском.

**Но в рассуждениях Марадоны много наивного – в том, например, как он выражает свои чувства к Фиделю Кастро...**

Нельзя относиться к нему как к философу, он не кончал университетов. Однако у него мощнейшая интуиция и он способен смотреть в корень. В Фиделе он видит не какой-то идеал, а образ сопротивления Америке. И я слышал, например, что даже Билл Клинтон уважает Кастро.

**Кто из современных футболистов может сравниться с Марадоной? Зидан?**



**Кадр из фильма «Кустурица о Марадоне»** Он сильный игрок, но не вызывает у меня того же восторга, как Марадона. Проблема в том, что современные футболисты, такие как Бэкхем, больше обязаны своей славой не игре, а рекламной и медийной шумихе за пределами поля. Марадона начал рекламировать «Кока-колу» уже потом, а популярность завоевал благодаря своей игре и таланту.

**Есть еще личности, которые кажутся вам достойными того, чтобы сделать о них фильм?**

Панчо Вилья. Именно о нем я собираюсь сейчас снимать картину. Игровую. В главной роли скорее всего выступит Хавьер Бардем. Это будет смешное кино. Вот одна сцена. Отряд крестьян-революционеров захватывает город. Там есть кинотеатр, а они никогда не видели кино. Среди них есть одноглазый, он настаивает на том, что оплатит только полбилета.

**Кадр из фильма «Кустурица о Марадоне»**





*ММКФ-59. Сергей Герасимов  
и Сергей Бондарчук, получивший главный приз за свой  
фильм «Судьба человека»*

## КИНОФЕСТИВАЛЬ – ИДЕОЛОГИЧЕСКОЕ ОРУЖИЕ

КОГДА ЗАХОДИТ РЕЧЬ О МЕЖДУНАРОДНЫХ КИНОФЕСТИВАЛЯХ, ТО ПЕРВЫМ НА УМ ПРИХОДИТ ЗНАМЕНИТЫЙ КАННСКИЙ. КАЖЕТСЯ, ОН БЫЛ ВСЕГДА И САМЫМ ПЕРВЫМ. ОДНАКО ПАЛЬМА ПЕРВЕНСТВА (КСТАТИ, ГЛАВНЫЙ ПРИЗ КАНН – «ЗОЛОТАЯ ПАЛЬМОВАЯ ВЕТВЬ») ПРИНАДЛЕЖИТ ВЕНЕЦИИ. ИМЕННО ТАМ В 1932 Г. СОСТОЯЛСЯ САМЫЙ ПЕРВЫЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ КИНОФЕСТИВАЛЬ. А СЛЕДОМ ЗА НИМ, КАК ЭТО НИ ПОКАЖЕТСЯ НЕПРАВДОПОДОБНЫМ, СОСТОЯЛСЯ ФЕСТИВАЛЬ В МОСКВЕ. ЭТО БЫЛО В ФЕВРАЛЕ 1935 Г. И ЛИШЬ МНОГО ЛЕТ СПУСТЯ – КАННЫ (1946), ЗАПАДНЫЙ БЕРЛИН (1951), САН-СЕБАСТЬЯН (1953) И Т.Д. **[Михаил Фридман]**

### НЕЗАСЧИТАННЫЙ ФЕСТИВАЛЬ

Не только в спорте бывают незасчитанные голы. Оказывается, в кинематографе может быть незасчитанный фестиваль. Вряд ли остался хоть один живой свидетель, но сохранились документы, в которых сказано, что 21 февраля 1935 г. в Москве, в Колонном зале Дома Союзов, состоялось торжественное открытие первого советского кинофестиваля. Статус международного придавало ему участие кинематографистов из восьми стран. Известно, что открывался он показом знаменитого «Чапаева», созданного на «Ленфильме», и

в конкурсную программу смотра вошли фильмы, снятые в Ленинграде, – «Юность Максима», «Горячие денечки», «Крестьяне». Эта программа и получила первую премию. Вторая досталась французскому режиссеру Рене Клеру за фильм «Последний миллиардер». А третью премию получил американский режиссер Уолт Дисней за свои мультфильмы «Три поросенка», «Летающий мышонок», «Забавные пингвины».

Через два года, когда должен был состояться второй кинофестиваль, наступил страшный 1937-й, потом были война и

восстановление разрушенного, потом не стало самого Сталина. И забыли про фестиваль, как будто его и не было.

### ОДИН ПИШЕМ, ДВА – В УМЕ

Первым в нашем сегодняшнем фестивальном летоисчислении считается кинофестиваль 1959 г. От него ведется счет московским киносмотрам. Но будем верны истории и согласимся, что был он все-таки вторым. Как в анекдоте, один пишем, два – в уме.

Москва 1959-го уже знала наплыв иностранных гостей – за два года до этого в столице прошел Всемирный фестиваль молодежи и студентов. Жизнь в СССР менялась – прошумел XX съезд, разоблачивший культ Сталина. Но как ни подчеркивали руководители партии и правительства свою открытость внешнему миру, идеологию они блюли незыблемо. В конкурсные программы допускались ленты, прошедшие цензуру, и приглашение на участие получали режиссеры из стран социализма, а также «прогрессивные» и лояльные по отношению к советской власти кинематографисты из капиталистических стран. Огромное количество призов, изготовленных мастерами

### ОГРОМНОЕ КОЛИЧЕСТВО ПРИЗОВ, ИЗГОТОВЛЕННЫХ МАСТЕРАМИ ПРИКЛАДНОГО ИСКУССТВА ИЗ ВСЕХ СОЮЗНЫХ И АВТОНОМНЫХ РЕСПУБЛИК, РАСПРЕДЕЛЯЛОСЬ ПО ПРИНЦИПУ: НИКОГО НЕ ЗАБЫТЬ

прикладного искусства из всех союзных и автономных республик, распределялось по принципу: никого не забыть. Так, на фестивале 1959 г. вместе с режиссером из ФРГ Куртом Хофманом золотую медаль (одну из главных премий) получили режиссеры из Пакистана – Аджай Кардар (за фильм «Настанет день») и Чехословакии – Иржи Семене (за картину «Бегство из тени»). Ну а гран-при присудили Сергею Бондарчуку за фильм «Судьба человека».

Я не случайно подробно остановился на работе того давнего фестиваля. Все по-



**ММКФ-63.** Главный приз получил режиссер Федерико Феллини

следующие фестивали советского времени проводились по его образцу.

### БАЛУЕВ ПРОТИВ ФЕЛЛИНИ

Среди правил Московского фестиваля советского времени обязательным было назначение председателем жюри крупного советского режиссера и включение в конкурсную программу как минимум одного нашего фильма. На фестиваль 1963 г. был отобран фильм «Знакомьтесь, Балувев!». Сегодня никто и не вспомнит эту поделку на производственную тему, снятую по бездарному роману В. Кожевникова. В тот год было несколько фильмов, куда более достойных, особенно «Застава Ильича» Марлена Хуциева. Но он был лично разгромлен Никитой Хрущевым и объявлен идеологически порочным. И вот «...Балуев» должен был составить конкуренцию новой картине Феллини «8 1/2». Само участие выдающегося режиссера с мировым именем, неоднократного обладателя «Оскара», главных призов фестивалей в Венеции, Каннах, Западном Берлине за фильмы «Маменькины сынки» (1953), «Дорога» (1954), «Ночи Кабирии» (1957), «Сладкая жизнь» (1959), прибавляло авторитета Московскому фестивалю. Но в представленной им на конкурс картине главным героем был не Балувев – «человек, обладающий лучшими качествами людей своего поколения» (так было написано в аннотации), а морально неустойчивый кинорежиссер да еще в момент жизненного и творческого кризиса. Картина была не-



простая по языку, полная метафор и ассоциаций, в которых сны и фантазии перемежаются с реальными событиями. Но это был высочайший уровень режиссуры, и всем членам жюри было ясно, что картина Феллини – лучший фильм фестиваля, достойный главного приза.

Однако в ЦК КПСС, куда был вызван на ковер председатель жюри Григорий Чухрай, думали иначе. Там требовали, чтобы Чухрай использовал свой авторитет среди членов международного жюри и склонил их в пользу «...Балуева». Уверяли, что «8 1/2» главного приза не заслуживает, что это фильм элитарный, непонятный массам. Железный аргумент был такой: «А вы знаете, что Никита Сергеевич уснул на этом фильме?!» Запугивали: «Будете делать то, что вам говорят, или положите партийный билет!» Чухрай понимал, что положить билет на стол означало конец его карьере, что дверь в кинематограф бу-

**ММКФ-65.**  
**Члены жюри**  
**Григорий**  
**Козинцев и**  
**Марина Влади**

дет закрыта для него навсегда. Для него, поставившего «Сорок первый», «Балладу о солдате», «Чистое небо» и в свои 40 лет полного новых замыслов. Но у него хватило мужества и смелости заявить: «Я сделаю так, как полезно для дела. В следующий раз назначьте другого, более сговорчивого».

Фильм Феллини получил Большой приз фестиваля. Но и «Знакомьтесь, Балуев!» был удостоен специального приза жюри, который, по остроумному замечанию кого-то из киноманов, стали называть «Приз за лучший фильм о Балуеве». Однако свои 20 миллионов в прокате он собрал, и в первую очередь благодаря «завоеванному» спецпризу. А «8 1/2» на советских экранах не появился: по уставу фестиваля зарубежный фильм, получивший премию, должен быть куплен для проката, но мы его купить отказались.

Многим на Западе стало известно, как выкручивают руки членам жюри из социалистических стран, требуя голосовать «как надо», как подтасовывают голоса. Не потому ли так низок был престиж Московского МКФ. С каждым смотром к нам приезжало все меньше видных кинематографистов, и каждые два года (именно с такой регулярностью проходил ММКФ) главный приз получали наши картины, независимо от того, заслуживали они награды или нет. А победные репортажи в ЦК о новых достижениях советского кинематографа все шли.



### ДЕРСУ УЗАЛА (2 серии)

авторы сценария ЮРИЙ НАГИБИН, АКИРА КУРОСАВА

режиссер АКИРА КУРОСАВА

операторы АСАКАДЗУ НАКАИ, ЮРИЙ ГАНТМАН,

ФЕДОР ДОБРОНРАВОВ

художник ЮРИЙ РАКША

композитор ИСААК ШВАРЦ

в ролях: ЮРИЙ СОЛОМИН, МАКСИМ МУНЗУК, ВЛАДИМИР КРЕМЕНА, АЛЕКСАНДР ПЯТКОВ, СВЕТЛАНА ДАНИЛЬЧЕНКО, ДИМА КРОШИКОВ, СУЙМЕНКУЛ ЧОКМОРОВ И ДР.

«Мосфильм» (СССР) при участии «Ателье-41» (Япония),

1975 г., 1-я серия – 8 ч., 2-я серия – 7ч., ш-э, цв.,

РУ 9243/75

За год проката фильм посмотрело 20,7 млн зрителей

Будем справедливы, в конкурсные программы включались фильмы высокого художественного уровня, как «Судьба человека» или «Чистое небо», «Это сладкое слово – свобода!» или «Журналист», но ни разу за все 30 советских лет Московского фестиваля в его программы не включались фильмы Сергея Параджанова, Андрея Тарковского, Алексея Германа, Марлена Хуциева – самых самобытных советских режиссеров.

**«ДЕРСУ УЗАЛА». «ЗОЛОТОЙ ПРИЗ» ММКФ-1975.**

Это была по-настоящему серьезная победа отечественного кино. И хотя фильм снимался на «Мосфильме», на наши деньги, но ставил его выдающийся режиссер XX века, японец Акира Куросава. Разумеется, сумма прописью на его контракте была такая, что не снилась ни одному нашему выдающемуся режиссеру. Но сам факт того, что легендарный Куросава снимает фильм в Москве на русском материале, по сценарию, написанному писателем Юрием Нагибиным, с Юрием Соломиным в роли Арсеньева, прибавлял вес всей советской кинематографии. Включенный в программу IX МКФ в Москве 1975 г., он был удостоен «Золотого приза» и премии ФИПРЕССИ, позднее – американского «Оскара», итальянского приза «Давид ди Донателло», Национальной премии Испании, а французские кинокритики вручили премию Максиму



**ММКФ-73.** Мунзуку – исполнителю заглавной роли, за лучшую актерскую игру.  
**Акира Куросава** на пресс-конференции (третий слева), ведущий – **Армен Медведев** (в центре)

**«ВЫБОР ЦЕЛИ» ГЛАВНЫЙ ПРИЗ ВКФ-1975**

Советское многонациональное кино, без преувеличения, было красочным и многоцветным. В 60–80-х годах во весь голос заявили о себе режиссеры Узбекистана, Казахстана, Киргизии, Грузии. На полную мощь работали киностудии Украины, Белоруссии и прибалтийских республик. Напрашивалось создание собственного фестиваля, на котором соревновались бы работы этих киностудий, привлекая тем самым внимание зрителей.

И первый такой смотр состоялся в Ленинграде в 1964 г. – Всесоюзный кинофестиваль. Впрочем, как и в случае с международным, фактически он был не первым, а четвертым, так как с 1958 по 1960 гг. фестивали проводились трижды, однако

**ВЫБОР ЦЕЛИ (2 серии)**

авторы сценария ДАНИИЛ ГРАНИН, ИГОРЬ ТАЛАНКИН  
 режиссер ИГОРЬ ТАЛАНКИН  
 оператор НАУМ АРДАШНИКОВ  
 художники ТАТЬЯНА ЛАПШИНА, АЛЕКСАНДР МЯГКОВ  
 композитор АЛЬФРЕД ШНИТКЕ  
 в ролях: СЕРГЕЙ БОНДАРЧУК, ГЕОРГИЙ ЖЖЕНОВ, НИКОЛАЙ ВОЛКОВ, ИРИНА СКОБЦЕВА, МИХАИЛ УЛЬЯНОВ, АЛЛА ДЕМИДОВА, НИКОЛАЙ БУРЛЯЕВ, СЕРГЕЙ ЮРСКИЙ, ОЛЕГ БАСИЛАШВИЛИ, ИННОКЕНТИЙ СМОКТУНОВСКИЙ и др.  
 «Мосфильм», 1975 г., 1-я серия – 8 ч., 2-я серия – 8 ч., ш-ф, цв., РУ 2131/75

*За год проката фильм посмотрело 11,6 млн зрителей*





затем последовал перерыв до 1964 г. И словно забыли про те три и стали считать снова. Чтобы Всесоюзный не пересекался с Московским международным, который проходил раз в два года по нечетным годам, решено было проводить его раз в два года по четным. Правда, с 1973 г. Всесоюзный кинофестиваль стал ежегодным. Его двадцатилетняя история изобилует не только большими победами по-настоящему талантливых кинолент, но и чиновничьей борьбой амбиций, фарисейским соблюдением национальных «норм»: «всем республиканским сестрам по серьгам», не случайно фестивали проходили в столицах союзных республик. И поэтому кроме Большого приза было еще три-четыре главные премии. Безоговорочным приоритетом пользовались фильмы на святые темы – ленинскую, историко-революционную и военно-патриотическую. Поэтому первые премии получали такие фильмы, как «Ленин в Польше», «Железный поток», «Освобождение». Уж если на глазах всего мира на международных фестивалях мы разрешали себе подтасовки, то уж на своем тем более – нам никто не указ.

«У советских собственная гордость»... Вспоминается помпезная пресс-конференция в новом тогда кинотеатре «Октябрь» по поводу выхода на экран фильма «Выбор цели» (1975) о создании в СССР атомного оружия. На нее были приглашены не только советские, но и зарубежные журналисты. Особый интерес к фильму

ВКФ-85.  
Минск

проявили американские и британские газетчики, которые прекрасно были осведомлены о том, что Игорь Курчатов в своей работе над бомбой пользовался разведанными обо всех научных достижениях в этой области, сделанных в США и Англии. В фильме, разумеется, об этом не было ни слова, и зарубежные журналисты засыпали каверзными вопросами режиссера фильма Игоря Таланкина, автора сценария писателя Даниила Гранина, исполнителя главной роли Сергея Бондарчука и ведущего пресс-конференцию – одного из начальников Госкино. Им пришлось изрядно напрячься, отбиваясь от назойливых газетчиков. Надо сказать, что в фильме хватало подтасовок. К примеру, среди действующих лиц значались и Сталин, и Жуков, великие ученые Иоффе и Капица, но почему-то был забыт Лаврентий Берия, хотя известно, что именно он был главным куратором Атомного проекта и возглавлял специальный Комитет по атомной энергии. Фильм был признан большой удачей советского кино и на VIII ВКФ-1975 в Кишиневе получил Большой приз.

### И ВСЕ-ТАКИ – ПРАЗДНИК!

Для киноманов Московский международный кинофестиваль в советское время был праздником души. Раз в два года мы получали фантастическую возможность посмотреть зарубежные фильмы, которые никогда и нигде посмотреть не могли. Потому что в кинотеатрах кроме конкурсных лент в эти дни показывали фильмы, не вошедшие в конкурс. А зачастую это были самые новые картины. Многие на дни фестиваля брали отпуск или отгулы, накопленные заблаговременно, жили в бешеном ритме, носясь из одного кинотеатра в другой. С какой радостью и азартом мы делились впечатлениями, счастливые от сознания того, что приобщились к мировому кинопроцессу и посмотрели фильм, о котором говорит весь кинематографический мир. Сегодняшнему свободному, избалованному зрителю такое не понять. И слава Богу.

## ИЮЛЬ. ЖЕЛАННАЯ АЛЬТЕРНАТИВА | Лера Бахтина |

За постперестроечное время кинофестивали в нашей стране стали заменой проката. В этот же период появился, а с развитием новой системы долбированного и мультиплексного кинопроката распространился устойчивый термин – «фестивальное кино». Не описанный ни в одном из словарей или справочников, он понятен и звучит как приговор: это фильмы, разумеется, интересные, но небольшому кругу любителей незрелищного кино, а для прокатчика это просто ужас, заведомо провальный (с точки зрения сборов) фильм. Синонимы – некоммерческое кино, авторское кино. Оно действительно редко попадает на большие экраны, а если попадает – то идет небольшим количеством копий в столицах или городах-миллионниках.

Так было до недавнего времени, пока зрители не привыкли к сиквелам-триквелам, выстреливающим на экраны пулеметными очередями, к однообразным фэнтези, клонирующим одно другое в новые школьные каникулы, к потоку неразличимых молодежных хорроров. И последние год-два уже модно говорить о том, что зритель хочет видеть не просто качественное, а разное кино. И то самое «фестивальное кино» приходится очень кстати: в осенний прокат 2007 г. друг за другом выходят призеры и участники отечественных и международных кинофестивалей – «Путешествие с домашними животными», «Отрыв», «Два в одном», «Изгнание», «Ласточки прилетели», «Александра», «Русалка». Среди 15 блокбастеров лета-2007, показавших лучшую наработку на копию, оказываются «Внутренняя империя» Дэвида Линча и «Время» Ким Ки Дука. А «Бюллетень кинопрокатчика» с недавнего времени представляет бокс-офис фильмов, вышедших в ограниченный прокат! И тут выясняется уже совсем невероятное: наработка на копию мелодрамы Вонга Кар Вая «Мои черничные ночи» лишь слегка отстает от наработки новогоднего хита «Ирония судьбы. Продолжение»: \$50 205 против \$54 298 (замечу, что фильм Кар Вая вышел в прокат почти на два месяца позже).

Никакой революции – неизбежный процесс: путешествия большим автобусом уступают место индивидуальным поездкам, а блокбастеры освободят зал-другой для кино совсем иного рода.

О прокатных перспективах фестивального кино июль рассуждают наши журналисты на следующих восьми страницах.







# THE ROLLING STONES: ДА БУДЕТ СВЕТ!

|Кирилл Адикеков|

ФИЛЬМ-КОНЦЕРТ

## автор сценария

УИЛЬЯМ МОНАХЭН

## режиссер

МАРТИН СКОРСЕЗЕ

## оператор

РОБЕРТ РИЧАРДСОН

## продюсеры

СТИВ БИНГ,  
МАЙКЛ КОЛ,  
МИК ДЖАГГЕР,  
ВИКТОРИЯ ПИРМЭН,  
КЕЙТ РИЧАРДС И ДР.

США-Великобритания, 2008 г.,  
цв., 4/6., 35 мм, Dolby Digital,  
2 часа 2 мин.

## мировая премьера

7 февраля 2008 г.

## российская премьера

17 июля 2008 г.

## дистрибьютор

«Наше кино»

## Узнать о фильме:

Официальный сайт (англ.):

[www.shinealight.es/](http://www.shinealight.es/)

Страница фильма в IMDb:

[www.imdb.com/title/tt0893382/](http://www.imdb.com/title/tt0893382/)

## Что происходит

Титаны ритм-н-блюза – группа «The Rolling Stones» – дают два концерта подряд в нью-йоркском концертном зале Beacon Theatre, представляя альбом «A Bigger Bang». Смонтированные номера выступлений перемежаются отрывками из архивных интервью середины 60-х и закулисными трэвеллингками камеры, не теряющей из вида режиссера картины – Мартина Скорсезе.

## Что интересного

Режиссеру Мартину Скорсезе удалось как нельзя правильней выбрать место для съемок своего фильма. Beacon Theatre – роскошнейший памятник американского ар-деко двадцатых годов прошлого века – спустя девяносто лет своего существования стал лучшим обрамлением для декадентствующих «роллингов». Выбор этот был, вероятно, продиктован особой любовью Скорсезе к Нью-Йорку, городу, в котором происходит действие большинства его картин. Но если раньше Скорсезе снимал то, что происходило на улицах города, то начиная с 90-х и по сию пору режиссер увлечается историей. И финальный компьютерный зум-аут камеры, воспаряющей от входа в зал прямо в небо, откуда ночной Нью-Йорк смотрится величественнее всего, в «The Rolling Stones: Да будет свет!» – традиционный для Скорсезе прием, открытый им еще в «Бандах Нью-Йорка».

«The Rolling Stones» предстают у Скорсезе метафорой жизни: на сцене они ровно такие же, как и за кулисами. Небрежность, с которой Ричардс скользит по своей гитаре, оседая прямо на пол, не кажется наигранной. Бешеная энергия Джаггера, давно сменившего туфли на кроссовки, как ни странно, нисколько не противоречит его солидному возрасту. Одна из последних групп эпохи «британского вторжения» сегодня находится на пике своей славы. Все, что остается делать их давнему поклоннику Скорсезе, – это просто снять «The Rolling Stones» как они есть. Чем режиссер и занимается на протяжении двух часов экранного времени: транслирует прекрасную мощь фирменного «стоуновского» г`п`b, сыгранного, как и всегда, живую.

Фильм Скорсезе абсолютно прямолинеен, что в случае с концертом «The Rolling Stones» является настоящей похвалой мастерству режиссера.

## Что с этим делать

«The Rolling Stones: Да будет свет!» – первый опыт работы с иностранной картиной для компании «Наше кино». По словам Сергея Сельянова (к слову, давнего фаната группы), эта картина понравилась ему лично. И продвигать ее необходимо как настоящий хит летнего проката, интересный поклонникам и «The Rolling Stones», и Скорсезе.



# БАНЗАЙ, РЕЖИССЕР!

|Маргарита Ермакова|

КОМЕДИЯ, ДРАМА

## Что происходит

Врачебный осмотр манекена: ему делают гастроскопию, рентген, потом начинают задавать вопросы, а он, конечно же, молчит. Врач говорит манекену: «В следующий раз пусть придет сам»...

## Что интересного

Сам – это Такеши Китано, исполнитель главной роли. В этом фильме Такеши Китано и режиссер, размышляющий о своей работе, и главный герой всех придуманных им сюжетов. Как и в фильме «Такешиз», он сделал главными героями картины кинематограф и самого себя, пребывающего в творческом поиске.

Кадры типичного боевика сменяются кадрами фильма ужасов, а те – кадрами романтической комедии. «Банзай, режиссер!» – это размышления Такеши Китано о том, какой фильм он хотел бы снять.

Себя он представляет в виде манекена, которого постоянно носит под мышкой «как покорное судьбе alter ego» (выражение кинокритика Валерия Кичина) и в которого превращается, когда ситуация становится для него неприятной. Судя по картине, Такеши надоели и кровожадные «фильмы якудзы», и боевые старики типа «Затоичи». Хотя гангстерские ленты, конечно, не единственное, на что способен Такеши Китано. Его фильм «Куклы» стал настоящим триумфом. Но, кажется, он все испробовал, и фильм, как отмечают критики, несет в себе все признаки усталости, отсутствия свежих идей, творческой опустошенности.

## Что с этим делать

О фильме много говорят, показывают на фестивалях (в частности, «Банзай, режиссер!» был показан на венецианской Мостре-2007), но массовым или хотя бы таким же популярным, как «Фейерверк», «Куклы» или «Затоичи», он от этого не станет. Как ни крути, фильмы Такеши Китано понятны не всем, да и отсутствие дубляжа (фильм выйдет в прокат с русскими субтитрами) отпугнет часть зрителей. Впрочем, стоит заметить, что Китано – признанный режиссер, выдающийся актер и, конечно же, имеет своих почитателей. Дополнительный интерес к его новому фильму вызовет его визит в Москву на 30-й ММКФ.

Ставка на громкое имя и напоминание о прежних работах Такеши Китано – лучшая стратегия в данной ситуации. И, конечно же, манекен из фильма был бы очень кстати: думаю, многие захотят сфотографироваться с ним в фойе кинотеатра.

## автор сценария и режиссер

ТАКЕШИ КИТАНО

## оператор

КАТСУМИ ЯНАГИШИМА

## композитор

СИНЪИТИРО ИКЭБЭ

## продюсер

МАСАЮКИ МОРИ

## монтаж

ТАКЕШИ КИТАНО

## в ролях:

ТАКЕШИ КИТАНО,  
ЭНН СУДЗУКИ,  
КЕЙНО МАЦУЗАКИ,  
ЕСИНО КИМУРА,  
ЮКИ УЧИДА,  
ТОРУ ЭМОРИ и др.

Япония, 2007 г.,  
цв., ч/б, 35 мм, Dolby Digital,  
1 час 44 мин.

## мировая премьера

2 июня 2007 г.

## российская премьера

9 июля 2008 г.

## дистрибьютор

«Кино без границ»

## узнать о фильме:

Официальный сайт фильма (яп.):  
[www.office-kitano.co.jp/banzaiz/](http://www.office-kitano.co.jp/banzaiz/)  
Страница фильма в IMDb:  
[www.imdb.com/title/tt0996435/](http://www.imdb.com/title/tt0996435/)



# ДОРОГУША

|Лиза Сезонова|

ДРАМА

**автор сценария и режиссер**

ЮХАН КЛИНГ

**оператор**

ГЕЙР ХАРТЛИ АНДРЕАССЕН

**композиторы**

УЛЬФ ЭНГСТРЕМ,

РОБЕРТ ЭСТЛУНД

**продюсер**

ФРЕДРИК ХЕЙНИНГ

**в ролях:**

МИШЕЛЬ МИДОУЗ,

МИКАЭЛЬ СЕГЕСТРЕМ,

РИЧАРД УЛЬФАСЭТЕР,

МИКАЭЛЬ ЛИНГРЕН,

НАТАЛИ САННЕМАН И ДР.

Швеция, 2007 г.,

цв., 35 мм, Dolby, 1 час 33 мин.

**мировая премьера**

9 февраля 2007 г.

**российская премьера**

24 июля 2008 г.

**дистрибьютор**

«Кино без границ»

**узнать о фильме:**

Страница фильма в IMDb:

[www.imdb.com/title/tt0875581](http://www.imdb.com/title/tt0875581)

**Что происходит**

Жизнь 20-летней Евы меняется, когда бойфренд узнает об измене и уходит от нее, а мать уезжает за границу, не оставив ни гроша. Теперь ей придется начать новую жизнь: переехать в квартиру поскромнее и устроиться на работу. Схожие проблемы испытывает и 60-летний Бернард, только что разведенный и уволенный с работы. Судьба сводит пожилого инженера и высокомерную любительницу вечеринок в маленьком Макдоналдсе, куда они приходят работать.

**Что интересного**

Фильм Юхана Клинга сделан скромно – минимальная спонсорская поддержка и никакой от Шведского института кинематографии. Его снимали по выходным и по ночам, с малым количеством дублей и редко переставлявшая камеру. Тем не менее «Дорогуша» стала одной из самых ярких дебютных картин в Швеции за последние годы.

До этой ленты Клинг снимал и продюсировал рекламу и телевизионные шоу. В 2002 г. в его короткометражке «Я» впервые появилась героиня по имени Ева, которую сыграла Мишель Мидоуз. «Дорогуша» – непосредственное продолжение той ленты.

Новый фильм Клинга – социальная драма, остроактуальная для Швеции, переживающей кризис потерянного поколения. История, рассказанная режиссером, отражает реальную и болезненную ситуацию: потерю послевоенных социально-демократических принципов новым поколением молодых шведов. Вещи заменили и стали значить гораздо больше человека.

Юхан Клинг, правда, утверждает, что кино для него – «это в первую очередь способ изучить несимпатичных героев». И его картина – яркое тому подтверждение: заставить зрителя сопереживать очередной Бекки Шарп может только настоящий талант.

«Дорогуша» получила признание на родине – она была названа лучшим фильмом 2007 г. по версии Шведской ассоциации критиков. Чувства стиля у авторов ленты не отнять: несколько отчужденная манера изображения напоминает лучшие образцы кино 60-70-х.

**Что с этим делать**

Любители северного кинематографа могли оценить «Дорогушу» на фестивале шведского кино в Москве осенью 2007 г. Теперь же все поклонники социальных драм, сдобренных изрядной долей иронии, смогут увидеть фильм.



# ЗАБАВНЫЕ ИГРЫ

[Екатерина Самылкина]

ТРИЛЛЕР

## Что происходит

Обычная семья (муж, жена и маленький сын) в собственном загородном доме оказывается в заложниках у двух молодых людей. Они просто постучались в дом и ради собственного удовольствия начали унижать и убивать.

## Что интересного

В 1997 г., когда американцы делали, смотрели и распространяли по всему миру фильмы с большим количеством насилия, режиссер Михаэль Ханеке в Австрии снял «Забавные игры». В том же году на Каннском кинофестивале кинокритик Андрей Плахов назвал ленту «самым шокирующим фильмом в Европе». «Забавные игры» журналисты и артхаусная публика в числе других интерпретаций посчитали критикой американского общества потребления, и кинопотребления в том числе. Однако до самого объекта критики эта картина не дошла – не любят американцы смотреть кино с субтитрами.

И вот через десять лет, спустя пару войн, развязанных США, и после выхода нескольких американских антивоенных картин Ханеке снял ремейк, которым многие поклонники режиссера остались недовольны. Еще бы – диалоги прежние и даже эпоху тотального распространения мобильных телефонов в расчет автор принял нехотя: зачем всем трястись над одним телефоном, когда у каждого есть свой?

Но смысл в дословном исполнении слова *re-make* все-таки есть – у «Забавных игр» с англоязычными актерами-звездами больше шансов быть увиденными средним американцем. Хотя и без революционных потрясений бокс-офиса – всего \$511 тыс за первый уикенд, при том что фильм показывали в 274 американских кинотеатрах.

Ремейк «Забавных игр» пришел к нам, когда вся страна занята построением общества потребления. А беспощадное насилие Ханеке обрушивает как раз на добропорядочную семью среднего класса, в чем некоторые увидели антибуржуазный характер фильма. С одной стороны, страшно не настолько, чтобы зрители выходили из залов с недоеденным попкорном, как на «Суини Тодде...», с другой – как раз настолько, чтобы задуматься о надежности своего положения, не переставая этот попкорн поглощать.

## Что с этим делать

Не давать смотреть детям. Да и взрослым со слабой психикой тоже. Ханеке вполне серьезно ставил перед собой задачу сделать такое кино, чтобы никто не ушел из кинотеатра счастливым.

*автор сценария и режиссер*

МИХАЭЛЬ ХАНЕКЕ

*оператор*

ДАРИУС ХОНДЖИ

*продюсеры*

РЕНЕ БАСТИАН,

КРИСТИАН БОТ,

АДАМ БРАЙТМАН,

КРИС КОЭН,

СКЭЙДИ ЛИС И ДР.

*в ролях:*

НАОМИ УОТТС,

ТИМ РОТ,

МАЙКЛ ПИТТ,

БРЕЙДИ КОРБЕТ,

ДЕВОН ГЕРХАРТ И ДР.

США-Франция-Великобритания-  
Австрия-Германия-Италия, 2007 г.,  
цв., 35 мм, Dolby Digital,

1 час 51 мин.

*мировая премьера*

20 октября 2007 г.

*российская премьера*

3 июля 2008 г.

*дистрибьютор*

«Централ Партнершип»

*узнать о фильме:*

Официальный сайт фильма (англ.):

[wip.warnerbros.com/funnygames/](http://wip.warnerbros.com/funnygames/)

Страница фильма в IMDb:

[www.imdb.com/title/tt0808279/](http://www.imdb.com/title/tt0808279/)



# ЛУНА В БУТЫЛКЕ

|Лера Бахтина|

КОМЕДИЯ

## режиссер и автор сценария

ГРОХО

## оператор

УНЭКС МЕНДИА

## продюсеры

КРИС КАРЛИНГ,  
ДЖОНАТАН КАРЛИНГ,  
СИМОН ДЕ САНТЬЯГО,  
ВИКТОР РИПОЛЛ,  
ЭДМОН РОШ И ДР.

## в ролях:

БАРБАРА ГОЗНАГА,  
ЭДУАРД СОТО,  
МАРИНА ХЕРРЕРО,  
ДОМИНИК ПИНОН,  
ЛИ ЗИММЕРМАН,  
МАЙКЛ ДЖЕНН И ДР.

Испания, 2007 г.,  
цв., 35 мм, Dolby Digital, 1 час 35  
мин.

## мировая премьера

16 ноября 2007 г.

## российская премьера

31 июля 2008 г.

## дистрибьютор

«Русский репортаж»

## узнать о фильме:

Официальный сайт фильма (исп.):  
[www.lalunaenbotella.com/](http://www.lalunaenbotella.com/)  
Страница фильма в IMDb:  
[www.imdb.com/title/tt0798435/](http://www.imdb.com/title/tt0798435/)

## Что происходит

Молодой писатель пытается найти вдохновение для своего романа среди эксцентричных обитателей кафе «Россиньоля». А их там предостаточно: это официантка Алисия, которая решила никогда не влюбиться; хозяин кафе Паскуаль, который очень давно ждет приезда своих друзей Ирен и Курта; дон Хосе, который боится открыть некое давно пришедшее письмо. Все они мечтают изменить свою жизнь, но никак не могут решиться на это.

## Что интересного

«Луна в бутылке» – выражение, означающее нечто очень желанное, но при этом невозможное, недостижимое. В комедии Грохо таким желанным и недостижимым оказывается счастье героев.

Режиссер Грохо работает в европейском кинематографе уже больше десяти лет, однако только в 2007 г. появился его полнометражный дебют. До него Грохо был известен как автор сценариев и режиссер трех философских короткометражек об одиночестве человека. Все они были представлены на различных европейских фестивалях, в том числе номинировались и на главную испанскую кинонаграду «Гойя», и на главный приз Берлинале. Короткометражка «Пятно на потолке» («La Gotera») в 1997 г. удостоилась специального приза европейского жюри на Фестивале фантастических фильмов в Брюсселе.

Свою дебютную комедию Грохо выстроил из абсурдного юмора, прихотливых историй и эксцентричных персонажей – всего того, что стало почвой для «Деликатесов» (1991) Марка Каро и Жан-Пьера Жене, «Амели» (2001) того же Жене или, например, «Убить Фрейда» (2004) Хоакина Ористрелла. Кстати, фильмы Жене вспоминаются в разговоре о «Луне в бутылке» еще и потому, что в одной из главных ролей в этой комедии снялся уникальный французский актер Доминик Пиньон. Это «актер с лицом», воплощение маргинальности, талисман Жене. В роли владельца кафе Паскуаля Россиньоля он, как всегда, делает невероятное достоверным и убедительным.

## Что с этим делать

Испанское кино режиссера-дебютанта и без звезд – не слишком удачные исходные данные для российского проката. Однако у «Луны в бутылке» есть довольно действенный козырь – участие фильма в программе «Отражения» 30-го МКФ. На волне фестивальных показов и благожелательного «сарафанного радио» может сложиться очень неплохой прокат (недавний пример – прокат испанской же комедии «Убить Фрейда»).



# МИСТЕР ОДИНОЧЕСТВО

КОМЕДИЯ, ДРАМА | **Лица Сезонова** |

## Что происходит

Однажды во время выступления в доме престарелых Майкл Джексон знакомится с Мэрилин Монро и между ними вспыхивает любовь. И Мэрилин, и Майкл – актеры-двойники, зарабатывающие своим сходством со звездами на жизнь в Париже. Увидев в Джексоне родственную душу, Монро предлагает ему отправиться вместе с ней в Шотландию, где живет ее муж Чарли Чаплин и дочка Шерли Тэмпл, а также целая коммуна двойников – Мадонна, Папа Римский, Красная Шапочка, английская королева.

## Что интересного

Сценарист и писатель Хармони Корин известен как представитель независимого американского кино. Еще в 1995 г. прогремел фильм Ларри Кларка «Детки» по сценарию Корина, где центром сюжета стала жизнь манхэттэнских подростков, полная наркотиков и секса. Две первые полнометражные картины самого Корина – «Гуммо» (1997) и «Джулиен – мальчик-осел» (1999) – заслужили одобрение критиков за изобретательное повествование и использование ручной видеокамеры. Нынешняя лента Корина, участвовавшая во многих кинофестивалях (в том числе в программе «Особый взгляд» в Каннах-2007), громких похвал не снискала, но не стала от этого менее любопытной.

В «Мистере Одиночестве» есть все – от социальной пародии до абсурдистского фарса. На роль двойника Майкла Джексона режиссер пригласил Диего Луну, известного ролями как в мейнстриме, так и в артхаусном кино. Возможно, определяющим стало даже не легкое внешнее сходство, ведь задачи полного перевоплощения перед Диего Луной и другими актерами не стояло. Персонажи «Джексон», «Мэрилин», «Чаплин», «Мадонна» – не точные копии своих героев, они стали такими, последовательно подчиняя свою жизнь придуманному образу. Однако их бегство в другой мир оборачивается одиночеством.

## Что с этим делать

Киноманы уже могли увидеть «Мистера Одиночество»: фильм привозили в Москву и на 29-й ММКФ, и на Фестиваль независимого американского кино. Однако в прокат картина попадает только теперь, пересекаясь, пожалуй, лишь с лентами того же прокатчика и жанра: «Кус-кус и барабулька», выходящей в конце июня, и стартующей на неделю позже «Банзай, режиссер!». У любителей артхауса начинаются жаркие деньки. Непосвященных же в залы могут заманить постеры героев-двойников и неподдельные, полные драматизма истории.

## авторы сценария

ХАРМОНИ КОРИН,  
АВИ КАРИН

## режиссер

ХАРМОНИ КОРИН

## оператор

МАРСЕЛЬ ЗЮСКИНД

## композиторы

ДЖЕЙСОН СПЕЙСМАН,  
«THE SUN CITY GIRLS»

## продюсеры

НАДЖА РОМЕЙН,  
ПИТЕР УОТСОН И ДР.

## в ролях:

ДИЕГО ЛУНА,  
САМАНТА МОРТОН,  
ДЕНИ ЛАВАН,  
ДЖЕЙМС ФОКС,  
АНИТА ПАЛЛЕНБЕРГ И ДР.

Великобритания-Франция-США-  
Ирландия, 2007 г.,  
цв., 35 мм, Dolby Digital / Dolby SR,  
1 час 52 мин.

## мировая премьера

22 мая 2007 г.

## российская премьера

3 июля 2008 г.

## дистрибьютор

«Кино без границ»

## узнать о фильме:

Официальный сайт фильма (англ.):

[www.misterlonely.co.uk/](http://www.misterlonely.co.uk/)

Страница фильма в IMDb:

[www.imdb.com/title/tt0475984/](http://www.imdb.com/title/tt0475984/)



# НИРВАНА

СОЦИАЛЬНАЯ ДРАМА | Лора Кыт |

**автор сценария**

ОЛЬГА ЛАРИОНОВА

**режиссер**

ИГОРЬ ВОЛОШИН

**оператор**

ДМИТРИЙ ЯШОНКОВ

**звукорежиссер**

СТЕФАН АЛЬБИНЕ

**продюсер**

СЕРГЕЙ СЕЛЬЯНОВ

**в ролях:**

ОЛЬГА СУТУЛОВА,  
МАРИЯ ШАЛАЕВА,  
АРТУР СМОЛЬЯНИНОВ,  
МИХАИЛ ЕВЛАНОВ,  
АНДРЕЙ ХАБАРОВ,  
ДМИТРИЙ ИЦКОВИЧ,  
ОЛЕГ ГАРКУША И ДР.

Россия, 2008 г.,

цв., 35 мм, Dolby Digital,

1 час 33 мин.

**мировая премьера**

12 февраля 2008 г.

**российская премьера**

3 июля 2008 г.

**дистрибьютор**

«Наше кино»

**узнать о фильме:**

Официальный сайт:

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

Страница фильма на сайте

дистрибьютора:

[www.nkino.ru/movie/1770/](http://www.nkino.ru/movie/1770/)

**Что происходит**

Двадцатилетняя Алиса приезжает в Петербург. Она влюбляется в парня по имени Валера, который живет со своей подругой Вэл. Оба плотно сидят на игле. Вэл объявляет Алисе войну, потому что Валера – смысл ее пребывания в этом мире.

**Что интересного**

У дебютанта в большом игровом кино режиссера Игоря Волошина за плечами документальные короткометражки, премия «ТЭФИ», участие в мировых кинофестивалях. Премьера «Нирваны» тоже прошла на киносмотре – картина была представлена в программе «Форум» на Берлинале-2008.

Уже сейчас «Нирвана» имеет статус самого необычного российского кино последних лет (и приз за лучший дебют фестиваля «Кинотавр»-2008). Киберфэшн, имперский киберпанк, кич-арт – так пресса пытается определить ее жанр. А по сути – это жутковатая история про трех наркоманов с далеко не счастливым концом, облаченная в яркую визуальную форму.

Художники картины Павел Пархоменко, Надежда Васильева и Анна Эсмонд создали особенный мир с фантазмагоричными, будто инопланетными, и мертвыми петербургскими интерьерами прошлого века. Когда-то Волошин был лидером панк-группы и признается, что чувству подобной формы учился у Ридли Скотта с его «Бегущим по лезвию бритвы».

Вдохнуть жизнь в этот придуманный мир пытаются актеры нового поколения – Мария Шалаева (приз за лучшую женскую роль в фильме «Русалка» на «Кинотавре»-2007), Ольга Сутулова (обладательница «ТЭФИ» за роль в фильме «Ленинград»), Артур Смольянинов (звезда «Шика», «9 роты»). Изюминкой проекта стало участие в нем Олега Гаркуши (лидера культовой группы «Аукцыон», шоумена, актера, поэта), который сыграл неожиданную для его фактуры эпизодическую роль охранника наркодилера.

**Что с этим делать**

3 июля богато на многообещающие премьеры, поэтому в продвижении «Нирваны» лучше сделать ставку на визуальную составляющую. Фильм можно продвигать с помощью выставок современного искусства, устроенных в фойе вашего кинотеатра. Там же можно провести конкурс на лучшую инсталляцию на тему фильма или организовать перформанс с участием ярких представителей современной моды, например таких звезд, как «Фреш-арт».



# ПЛЕННЫЙ

|Лиза Сезонова|

ДРАМА

## Что происходит

Чечня, двое русских солдат взяли в плен молодого чеченца. Он будет их проводником через блокпосты боевиков. Но непростое совместное путешествие, в котором кроме разрывов мин, выстрелов и засад отведено место красоте и доверию, поставит героев перед мучительным выбором – спаситесь ценою жизни другого или спасти, отдав свою жизнь.

## Что интересного

В основу драмы Алексея Учителя положен рассказ Владимира Маканина «Кавказский пленный», в котором привязанность русского солдата к чеченскому подростку носит сексуально окрашенный характер. Это заставило «желтую» прессу кричать на всех улах о «нашем ответе «Горбатой горе» еще во время работы над картиной. Однако режиссер советует всем успокоиться – никакого гомосексуального подтекста в ней нет и в помине. «Фильм о том, что мы все порой находимся в плену, и не только в военной обстановке», – говорит Алексей Учитель. Отношения русского солдата и чеченского мальчика – символическое отражение отношений двух культур, рассказ о детях, которые оказались в страшной ситуации войны и противостояния. По замыслу режиссера, жалко должно быть всех троих, не виноватых в роковом стечении обстоятельств.

Чеченскую войну снимали в Крыму, а в роли боевиков вживались местные крымские татары. Исполнителей главных ролей искали долго: режиссеру нужны были неизвестные лица, которым зрители смогли бы поверить. В итоге «простых русских ребят» – актеров Вячеслава Крикунова и Петра Логачева – нашли во Владивостоке и Орловском драмтеатре, а чеченского мальчика, спустя полгода, – в грузинской школе в Москве. Сложность поиска актера на роль чеченца заключалась в том, что его внешность должна была обжигать, чтобы стало по-настоящему страшно от сознания того, что такую красоту предстоит убить. Увидев фотографию Ираклия Мсхалаи с запоминающимися выразительными глазами, режиссер не сомневался ни минуты, что актер найден. Ираклий, недавно приехавший из Кутаиси, даже по-русски разговаривал с трудом. Теперь он осваивает актерское мастерство и готовится к большому будущему, которое ему и его напарникам прочит режиссер.

## Что с этим делать

Чеченская тема еще долго будет актуальна в нашей стране, подтверждением чему служит интерес к таким фильмам, как балабановская «Война» (2002), «Живой» (2006) Велединского, сокуровская «Александра» (2007), михалковские «12» (2007) и др. Серьезным конкурентом «Пленному» в начале июля может стать лишь лента Прошкина «Живи и помни», также посвященная моральному выбору, который делают ее герои, но во время Великой Отечественной войны.

## авторы сценария

ВЛАДИМИР МАКАНИН,  
ТИМОФЕЙ ДЕКИН

## режиссер

АЛЕКСЕЙ УЧИТЕЛЬ

## оператор

ЮРИЙ КЛИМЕНКОВ

## композитор

ЛЕОНИД ДЕСЯТНИКОВ

## продюсер

АЛЕКСЕЙ УЧИТЕЛЬ,  
ДИМИТР ГОЧЕВ,  
КИРА САГАГАНСКАЯ

## в ролях:

ИРАКЛИЙ МСХАЛАИ,  
ПЕТР ЛОГАЧЕВ,  
ВЯЧЕСЛАВ КРИКУНОВ,  
ЮЛИЯ ПЕРЕСИЛЬД,  
АНДРЕЙ ФЕСЬКОВ,  
СЕРГЕЙ УМАНОВ И ДР.

Россия-Болгария, 2008 г.,  
цв., 35 мм, Dolby Digital,  
1 час 20 мин.

## мировая премьера

13 июня 2008 г.

## российская премьера

3 июля 2008 г.

## дистрибьютор

«Централ Партнершип»