11-й ФОРУМ И ВЫСТАВКА «КИНО ЭКСПО» 2009

Совместно с action!

БЮЛЛЕТЕНЬ КИНОПРОКАТЧИКА

№ 9 (38) СЕНТЯБРЬ 2009

WWW.KINOMETRO.RU

На правах рекламы

ДИСТРИБУЦИОННАЯ КИНОКОМПАНИЯ "ПАРАДИЗ" ПРЕДСТАВЛЯЕТ

ПЛАНЕТА 51

ЭТОЙ ОСЕНЬЮ НЕЧТО ОЧЕНЬ СТРАННОЕ
ПОЯВИТСЯ НА ПЛАНЕТЕ 51.
МЫ!

planeta51-movie.ru

МИРОВАЯ ПРЕМЬЕРА 22.10.09

АСТРОБОЙ

ОН СОЗДАН ДЛЯ ПРИКЛЮЧЕНИЙ

www.astroboy-movie.ru

На правах рекламы

Основано
на реальных
событиях

РИЧАРД ГИР ПЕС ФОРЕСТ

ХАТИКО

САМЫЙ ВЕРНЫЙ ДРУГ

An INFERNO PRODUCTION Produced In Association with Hachiko LLC and GRAND ARMY ENTERTAINMENT, LLC in association with OPPERMAN VINER CHRYSTYN ENTERTAINMENT and SCION FILMS A LASSE HALLSTROM FILM

RICHARD GERE JOAN ALLEN "Hachiko-A Dog's Story" SARAH ROEMER CARY-HIROYUKI TAGAWA ERICK AVARI and JASON ALEXANDER

Casting By RICK MONTGOMERY Music Supervisor LIZ GALLACHER Music By JAN A.P. KACZMAREK Costume Designer DEBORAH NEWHALL Editor KRISTINA BODEN Production Designer CHAD DETWILLER Director of Photography RON FORTUNATO Co-Executive Producer TOM LUSE SAM FRANKEL Associate Producers MICHAEL VINER DWIGHT OPPERMAN JULIE CHRYSTYN ROXANNA FARZANEH Co-Producer DEAN SCHNIDER Executive Producers JIM SEIBEL PAUL MASON JEFF ABBERLEY JULIA BLACKMAN Produced by VICKI SHIGEKUNI WONG BILL JOHNSON RICHARD GERE Screenplay by STEPHEN P. LINDSEY Directed by LASSE HALLSTROM

DOLBY DIGITAL ВОЛЬГА

В КИНОТЕАТРАХ СТРАНЫ С 22 ОКТЯБРЯ

На правах рекламы

На правах рекламы

В КИНОТЕАТРАХ С 8 ОКТЯБРЯ 2009
ЗАПРЕЩЁННАЯ РЕАЛЬНОСТЬ
По роману В.Головачёва «СМЕРШ-2»
В ролях: И. Петренко А. Балуев В. Вдовиченков
Л. Толкалина Т. Канделаки А. Ходюш

от продюсеров
"ПАРИЖ, Я ЛЮБЛЮ ТЕБЯ"

ЭНДИ ГАРСИА
ТЕЙЛОР ДЖИР
ДЖОН ХЁРТ
МЭГГИ КЬЮ
ДЖУЛИ КРИСТИ
НАТАЛИ ПОРТМАН
РЭЙЧЕЛ БИЛСОН
ДЖЕЙМС КААН
ХЕЙДЕН КРИСТЕНСЕН
ДЖАСИНДА БЭРРЕТ
ЭЛИ УОЛЛАХ

АНТОН ЕЛЬЧИН
ШАЙА ЛАБАФ
БРЭДЛИ КУПЕР
ДЖАСТИН БАРТА
ОРЛАНДО БЛУМ
ЭТАН ХОУК
РОБИН РАЙТ ПЕНН
БЛЕЙК ЛАЙВЛИ
КРИСТИНА РИККИ
КИ ШУ
КРИС КУПЕР

НЬЮ-ЙОРК, Я ЛЮБЛЮ ТЕБЯ

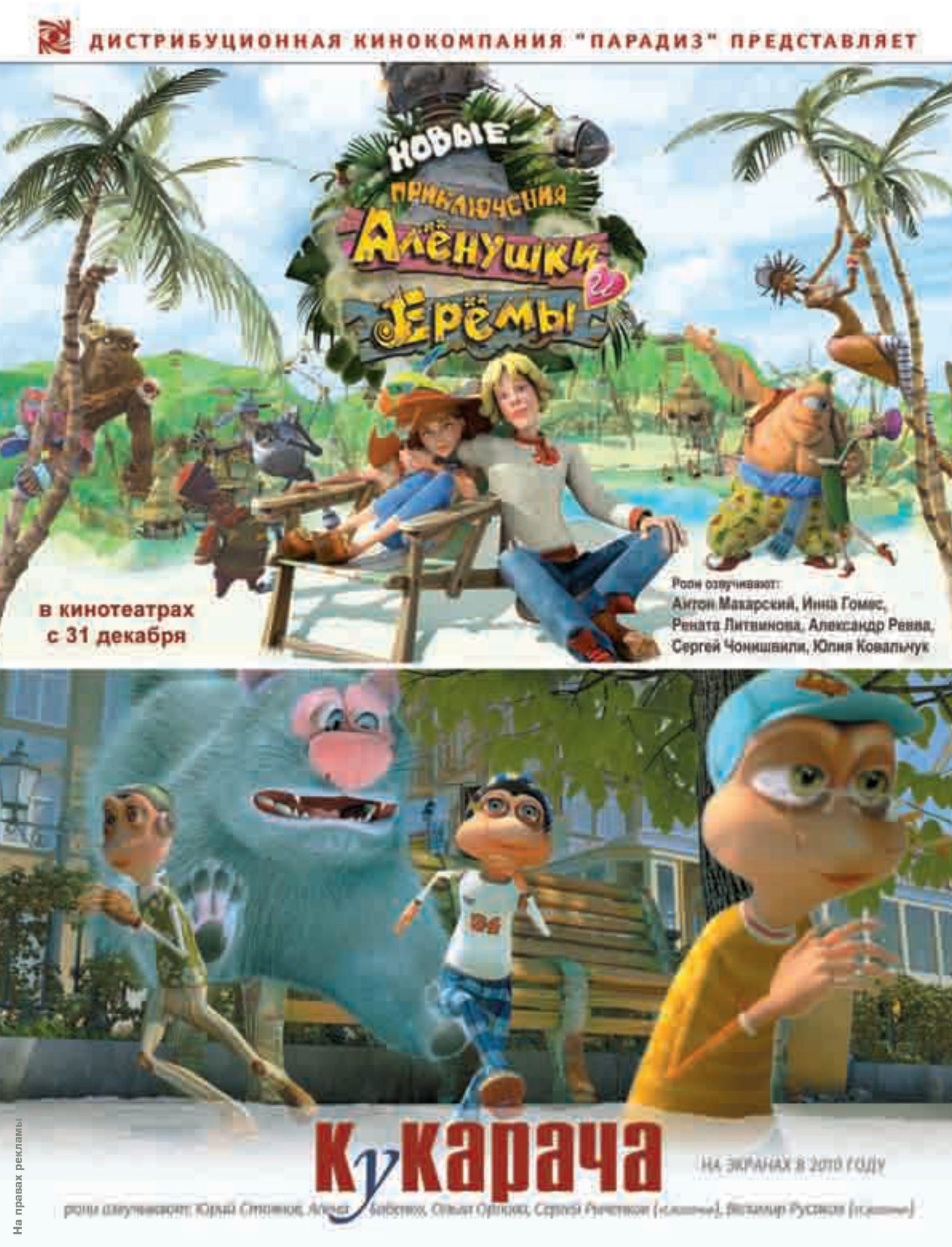
Лучшие режиссёры, лучшие актёры и лучший город

В КИНОТЕАТРАХ С 29 ОКТЯБРЯ

WWW.NEWYORKILOVEYOU.RU

TOPFILM

На правах рекламы


ДИСТРИБУЦИОННАЯ КИНОКОМПАНИЯ "ПАРАДИЗ" ПРЕДСТАВЛЯЕТ
НОВЫЕ ПРИКЛЮЧЕНИЯ АЛЁНУШКИ И ЕРЁМЫ
в кинотеатрах с 31 декабря
Роли озвучивают:
Антон Макарский, Инна Гомес, Рената Литвинова, Александр Ревва, Сергей Чонишвили, Юлия Ковальчук
Кукарача
НА ЭКРАНАХ В 2010 ГОДУ
роли озвучивают: Юрий Стоянов, Алена Бабенко, Ольга Орлова, Сергей Ричетков (и.о.ленин), Владимир Русаков (и.о.ленин)

На правах рекламы

БЮЛЛЕТЕНЬ КИНОПРОКАТЧИКА

БК@

ЭЛЕКТРОННОЕ ИЗДАНИЕ

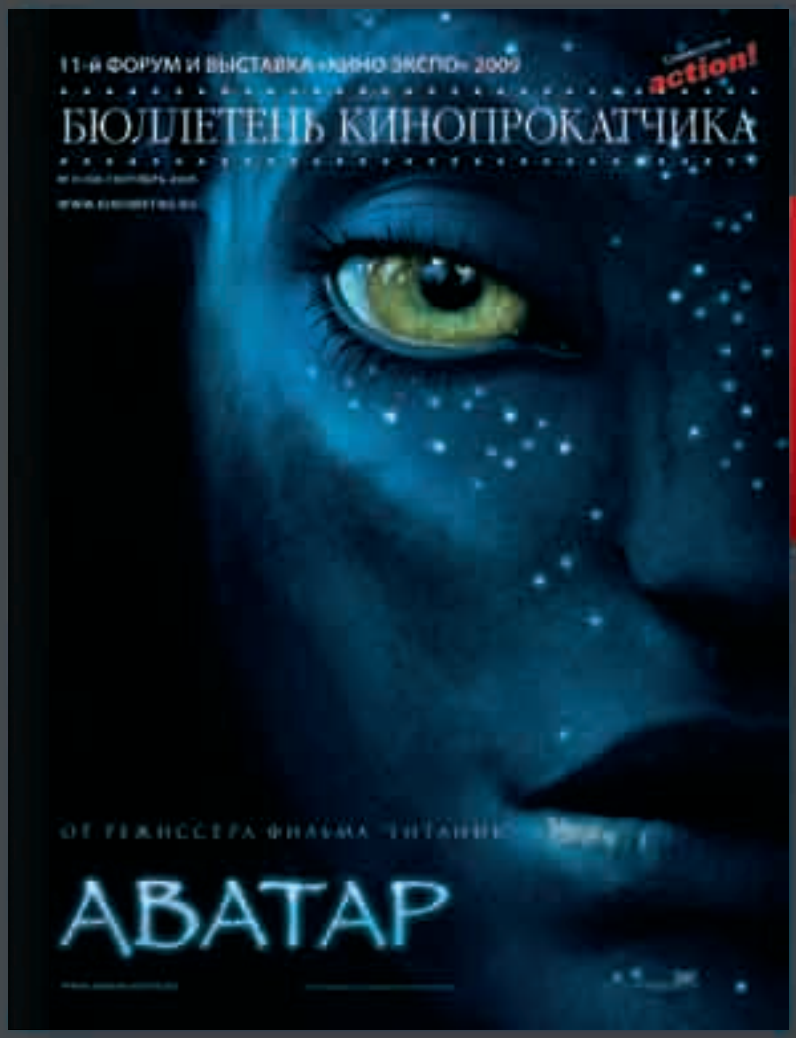
«БЮЛЛЕТЕНЬ КИНОПРОКАТЧИКА» выходит еженедельно с ноября 2003 года. Содержание рассылки – касса последнего уик-энда России, Украины и США, анализ и мониторинг местного кинорынка, прогнозы его развития, мнения экспертов по всем актуальным проблемам кинопроката и кинопроизводства, оценка коммерческого потенциала проката фильмов в России, обзоры рекламных кампаний фильмов. Еженедельно обновляется информация о планируемых релизах российских кинокомпаний на 2 года вперед.

Подписавшись на наше издание, вы будете получать на Ваш рабочий стол:

БЮЛЛЕТЕНЬ КИНОПРОКАТЧИКА превью рассылка (эл.) - еженедельно во вторник

БЮЛЛЕТЕНЬ КИНОПРОКАТЧИКА полная версия (эл.) - еженедельно в пятницу

БЮЛЛЕТЕНЬ КИНОПРОКАТЧИКА печатный дайджест – ежемесячно



СТОИМОСТЬ ПОДПИСКИ НА 1-3 АДРЕСА ЭЛЕКТРОННОЙ ПОЧТЫ

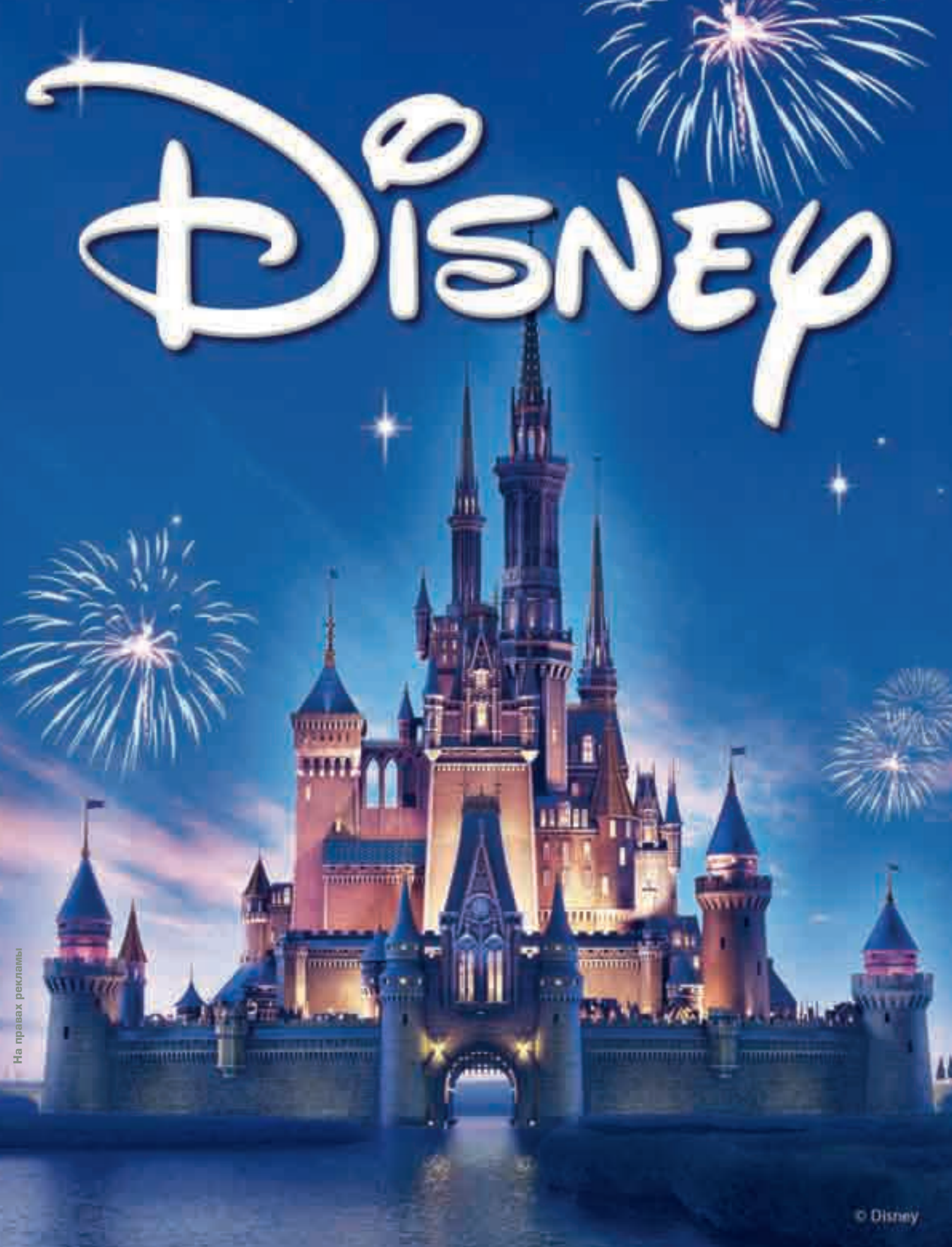
1 месяц - 1500р.

3 месяца - 4500р.

6 месяцев - 9000р.

12 месяцев - 18000р.

Срок подписки:
Вы можете подписаться на срок от 3 до 12 месяцев.
Дополнительную информацию
можно получить по телефону
(495)785-62-82, sub@kinometro.ru



На правах рекламы

Disney · PIXAR

ДВА ФИЛЬМА В ТРЁХ ИЗМЕРЕНИЯХ

История игрушек

История игрушек 2

© Disney/Pixar

ТОЛЬКО СЕЙЧАС И ТОЛЬКО В DISNEY DIGITAL 3D

С 1 ОКТЯБРЯ

На правах рекламы

ПЕРВЫЙ РОССИЙСКИЙ ФИЛЬМ ОТ СТУДИИ, ПОДАРИВШЕЙ ВАМ

Хроники Нарнии

Walt Disney

Пираты Карибского Моря

Walt Disney

Зачарованная

На правах рекламы

На правах рекламы

Джон Траволта Робин Уильямс

Disney

Так себе каникулы

В КИНО с 26 НОЯБРЯ

WALT DISNEY PICTURES PRESENTS JOHN TRAVOLTA ROBIN WILLIAMS "OLD DOGS" A TAPESTRY FILMS PRODUCTION A WALT BECKER FILM

KELLY PRESTON SETH GREEN ELLA BLEU TRAVOLTA LORI LOUGHLIN AND MATT DILLON DAVE JORDAN JOHN DE'ONEY JOSEPH G. ANDERS TOM LEWIS RYAN FOLSEY

DAVID SHIPMAN JEFFREY L. KIMBALL A.S.C. BARRETT GRANT ANDREW PANAY ROBERT LEVY PETER ABRAMS DAVID DIAMOND & DAVID WEISSMAN

TAPESTRY WALT BECKER Disney.com/OldDogs

На правах рекламы

На правах рекламы

На правах рекламы

На правах рекламы

ПРЕДСТАВЛЕНИЕ НАЧИНАЕТСЯ В ПОЛНОЧЬ
ДАРРЕН ШЭЙН
1993 -2009
ИСТОРИЯ ОДНОГО
ВАМПИРА
UNIVERSAL PICTURES PRESENTS IN ASSOCIATION WITH RELATIVITY MEDIA A DONNERS COMPANY / DEPTH OF FIELD PRODUCTION A PAUL WEITZ FILM "CIRQUE DU FREAK: THE VAMPIRE'S ASSISTANT" JOHN C. REILLY KEN WATANABE JOSH HUTCHERSON CHRIS MASSOGLIA RAY STEVENSON PATRICK FUGIT WITH WILLEM DAFOE AND SALMA HAYEK
ORIGINAL SCORE BY STEPHEN TRASK COSTUME DESIGNER JUDIANNA MAKOVSKY EDITED BY LESLIE JONES A.C.E. PRODUCTION DESIGNER WILLIAM ARNOLD DIRECTOR OF PHOTOGRAPHY JAMES MURO EXECUTIVE PRODUCERS COURTNEY PLEDGER SARAH RADCLYFFE ANDREW MIANO DAN KOLSRUD KERRY KOHANSKY PRODUCED BY LAUREN SHULER DONNER PAUL WEITZ EVAN LESLIE BASED ON THE "CIRQUE DU FREAK" SERIES OF BOOKS BY DARREN SHAN
ELATIVITY MEDIA
SCREENPLAY BY PAUL WEITZ AND BRIAN HELGELAND
В кинотеатрах с 22 октября
DIRECTED BY PAUL WEITZ
SOUNDTRACK ON VARÈSE SARABANDE
A UNIVERSAL PICTURE UNIVERSAL
© 2009 UNIVERSAL STUDIOS
www.vampirestory.ru
реклама

ТИМУР БЕКМАМБЕТОВ
ПРЕДСТАВЛЯЕТ
Черная Молния
реклама
На правах рекламы
FOCUS
UNIVERSAL

СТРАНА УЗНАЕТ СВОЕГО ГЕРОЯ

В ДЕКАБРЕ 2009

SANTA MONICA
AMERICAN FILM MARKET
NOVEMBER 4–11
2009

Don't Let Your Competition Discover New Films and Projects Before You Do

AFM

The Only Film Market in Hollywood
400+ Production/Distribution Companies
1,000s of New Projects & Films

afci cineposium 09
October 31–November 3

AFI FEST
PRESENTED BY Audi

The Britannia Awards®
November 5

На правах рекламы

AKIN GUMP STRAUSS HAUER & FELD LLP · The Hollywood Reporter · KPMG · Brand in Entertainment · VARIETY · mda Media Development Authority Singapore · FILMART · Screen International · Audi

Register today for the Best Rates at www.AmericanFilmMarket.com

Artwork Credits: Transporter 3 courtesy Europacorp, Bienvenue Chez les Ch'tis courtesy Pathe Distribution, Taken courtesy Europacorp, The Reader courtesy The Weinstein Company, Twilight courtesy Summit Entertainment, Slumdog Millionaire courtesy Pathe International. ® The Santa Monica Pier sign is a Registered Service Mark of the City of Santa Monica (California). Use is with the permission of the service mark owner. ©2009 Independent Film & Television Alliance.

ОСТОРОЖНО, КУШАТЬ ПОДАНО
ОБЛАЧНО
ВОЗМОЖНЫ ОСАДКИ
В ВИДЕ
ФРИКАДЕЛЕК
А ТАКЖЕ В 3D
Звездные голоса: А. Пушной, Т. Лазарева, М. Шац
В КИНО С 22 ОКТЯБРЯ
animation
CLOUDY-MULT.RU
COLUMBIA PICTURES
На правах рекламы

На правах рекламы

КЭТРИН ЗЕТА-ДЖОНС **ДЖАСТИН** БАРТА

НЯНЬКА ПО ВЫЗОВУ

В КИНОТЕАТРАХ С 1 ОКТЯБРЯ

TOPFILM distribution

На правах рекламы

На правах рекламы

В "ОБИТЕЛИ ЗЛА"
ДЕННИС КУЭЙД
ОРУМ
ЙСЯ ТОГО, ЧТО БУДЕТ ПОТОМ
АХ С 15 ОКТЯБРЯ
TOPFILM

КАК ОСТАНОВИТЬ УБИЙЦУ,
ЕСЛИ ОН УЖЕ ЗА РЕШЕТКОЙ?
ДЖЕЙМИ ФОКС
ДЖЕРАРД БАТЛЕР
ЗАКОНОПОСЛУШНЫЙ ГРАЖДАНИН
В КИНОТЕАТРАХ В НОЯБРЕ
TOPFILM
На правах рекламы

XI КИНО ЭКСПО

Международный Форум и Выставка «КИНО ЭКСПО» 2009

Главное событие года для киноиндустрии!

Санкт-Петербург
13–17 сентября 2009 г.

Варшавский экспресс
развлекательно-торговый комплекс

- Ежегодный профессиональный форум киноиндустрии России, стран СНГ и Балтии — кинотеатры, дистрибьюция фильмов, кинопроизводство.
- Показы и презентации новых отечественных и зарубежных фильмов-блокбастеров. В «Кино Экспо» принимают участие ведущие компании — дистрибьюторы фильмов. На данный момент подтверждены презентации XXth Century Fox. BVSPR, Universal, «Каро Премьер» и Warner Bros. Pictures, «Каропрокат», «Каскад Фильм», «Леополис», «Наше кино», «Парадиз», «Централ Партнершип» и Paramount и др.
- 11-я международная выставка «Кино Экспо»: все для создания и эффективной эксплуатации современных кинотеатров и развлекательной инфраструктуры, новейшие цифровые технологии кинопоказа и кинопроизводства.
- Деловая программа «Кинобизнес в новых экономических условиях» — конференции, круглые столы, семинары, деловая встреча представителей киносетей и кинотеатров.
- Новая удобная площадка — 9-ти зальный мультиплекс, выставочные залы, отличная инфраструктура питания, комфортные условия просмотра фильмов. Специальные льготные цены на проживание.
- **Золотая осень в Северной столице!**

www.kinoexpo.ru

До встречи в Санкт-Петербурге!

Организаторы:

Министерство культуры Российской Федерации

НП «Сообщество национальных кино-театральных организаций «КиноАльянс»

Генеральный спонсор Форума

Генеральный партнёр по кинотехнологиям

Партнёр по цифровым технологиям

Официальные спонсоры Форума

Партнёры Форума — дистрибьюторы фильмов

Генеральный информационный спонсор

Генеральный медиа партнёр

Медиа партнёр

На правах рекламы

XI КИНО ЭКСПО

Международный Форум и Выставка «КИНО ЭКСПО» 2009

Тел./факс: (812) 449-13-03, 449-13-43, 766-05-87, 449-26-05, 375-20-16, 375-11-32

E-mail: info@kinoexpo.ru

УСТАНОВКА НА ОСЕНЬ

Вот и закончилось лето – время, когда мы ездили по фестивалям и долгими теплыми вечерами вели пространные разговоры о будущем российского (и не только) кино, когда с нетерпением ждали цифр каждого летнего блокбастера и радовались за «ледниковую» белку, спорили о преимуществах и недостатках нового Тарантино, смаковали АНТИХРИСТА и искали потаенные смыслы в РАЙОНЕ № 9. В общем, пришла пора заканчивать теоретизировать и начинать делать дела.

Номер, который вы держите в руках, посвящен адаптации фильмов на русский язык. Когда нам пришла в голову идея сделать ТЕМОЙ НОМЕРА дубляж, мы поняли, что парой фраз явно не ограничимся. Во-первых, дубляж оказался одним из самых обсуждаемых вопросов среди профессионалов и кинолюбителей, а во-вторых, выяснилось, что большинство людей даже не подозревают, из чего состоит этот трудоемкий процесс. В дискуссии на столь «горячую» тему приняли участие Руслан Татаринцев и Алексей Рязанцев, Дмитрий «Гоблин» Пучков и Павел Силенчук, Евгений Бейлин и Михаил Вулих, Марина Жигалова-Озкан и многие-многие другие.

Другим эксклюзивным материалом номера стало исследование кинотеатрального рынка – о том, насколько сократилась посещаемость кинотеатров за последний год и сколько «недобрали» некоторые картины в результате инфляции, читайте в рубрике СПЕЦПРОЕКТ. Прогнозы развития ситуации на рынке кинопроката и кинопроизводства – здесь же, в интервью с Анной Крутовой, Георгием Малковым и Ренатом Давлетьяровым.

Настроение, по нашим наблюдениям, у большинства участников рынка хорошее, что подтверждают НОВОСТИ КИНОПРОИЗВОДСТВА и наша незаменимая таблица PRE-PRO-POST. В общем, установка однозначная: собираем урожай, отдаем долги соседям и бодро движемся дальше – пора готовиться к новогодней битве!

Ваш «БК-ACTION!»

Редактор:
Мария Гаврилова
Над номером работали:
Светлана Поликарпова, Алена Кадурина,
Мария Левина, Максим Туула, Анастасия Дугинова,
Анастасия Бахмутова, Дмитрий Черников,
Людмила Гаврилова, Борис Бабушкин, Сергей Доденко
Фотографы
Лариса Камышева, Геннадий Авраменко
Арт-директор:
Дмитрий Ивлянов
Адрес редакции:
105064, г. Москва, Нижний Сусальный пер., д. 5, стр. 10,
1-й под., 3-й этаж, офис 17
Т/ф: (495) 785-62-82

Издатель:
ООО «Метрополитэн Э.Р.А.»
119992, Москва г, Усачева ул, д. 11, кор. 17
Генеральный директор:
Дмитрий Литвинов
Управляющий директор:
Оксана Татаринцева
Директор по рекламе:
Николай Трипольский
Отдел подписки:
7 (495) 785-62-82,
e-mail: sub@kinometro.ru, www.kinometro.ru

Эксклюзивное размещение рекламы:
— РА «Планета Информ»,
тел. 7 (495) 783-76-57,
ad@kinometro.ru

Журнал зарегистрирован в Федеральной службе по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия.
Свидетельство о регистрации СМИ ПИ № ФС77-29255 .
от 17 августа 2007 года.
Подписано в печать 09.01.2009.
Отпечатано в типографии «Диджитал ЭКСПРЕСС».
Тираж 5000 экземпляров.
Журнал распространяется бесплатно.

Перепечатка материалов возможна только с письменного разрешения редакции. При цитировании ссылка на «Бюллетень Кинопрокатчика» обязательна. Редакция не несет ответственности за содержание рекламных материалов. Мнение авторов может не совпадать с мнением редакции.

©«Бюллетень Кинопрокатчика», 2009
©«Метрополитэн Э.Р.А.», 2009

СОДЕРЖАНИЕ # 9 (38) сентябрь 2009

НОВОСТИ КИНОПРОИЗВОДСТВА 4

ТЕМА НОМЕРА: ДУБЛЯЖ – ВТОРАЯ ЖИЗНЬ ФИЛЬМА?
РУСЛАН ТАТАРИНЦЕВ И АЛЕКСЕЙ РЯЗАНЦЕВ – о дедлайнах и голосах 10

ВЕСТИ С ФРОНТА: ДИСТРИБЬЮТОРЫ О ДУБЛЯЖЕ 17

ПАВЕЛ СИЛЕНЧУК, ДМИТРИЙ «ГОБЛИН» ПУЧКОВ И СЕРГЕЙ КОЗИН –
о комфорте, совершенстве и мате 22
РУКОВОДИТЕЛИ ВЕДУЩИХ СТУДИЙ ДУБЛЯЖА – о насущном 28

ВЕСТИ С ФРОНТА
КИНОТЕАТРЫ О ДУБЛЯЖЕ 38

СПЕЦПРОЕКТ
РОССИЙСКАЯ КИНОИНДУСТРИЯ: ЧТО ДЕЛАТЬ?
Исследование динамики посещаемости кинотеатров России 42

Интервью с АННОЙ КРУТОВОЙ («Наше Кино») 50
Интервью с ГЕОРГИЕМ МАЛКОВЫМ («Леополис») 54
Интервью с РЕНАТОМ ДАВЛЕТЬЯРОВЫМ (Гильдия продюсеров РФ) 56

СТАТИСТИКА 27, 58

КИНОИНСАЙТЫ
СМЕХ И ВОЗБУЖДЕНИЕ ИЛИ ЖЕНЩИНА НА КОЛЕНЯХ:
теория и практика ки-арта 62

КАКОЙ ФИЛЬМ – ТАКОЙ И ПОСТЕР
Обзор последних постеров – 2009 70

ФЕСТИВАЛИ
КАРЛОВЫ ВАРЫ – 2009 84

PRE-PRO-POST 90

ЯРМАРКА ТЩЕСЛАВИЯ
На премьере «Лопухов» 97
«Кислород» Ивана Вырыпаева 97
Выборг – русская Венеция 98

ОРГАНАЙЗЕР 100

КТО ТАКИЕ «ОДНОКЛАССНИКИ» СЕРГЕЯ СОЛОВЬЕВА?

Помимо таланта, Сергей Соловьев отличается несколькими режиссерскими качествами: он снимает быстро, и снимает про то, что ему действительно нравится, а не про то, что диктуют тенденции времени, политическая этика и бюджеты продюсеров. Не далее как этой весной прошли премьеры фильмов АССА-2 и АННА КАРЕНИНА, а режиссер уже закончил съемки нового проекта под кодовым названием ОДНОКЛАССНИКИ. Как на самом деле будет называться фильм, пока не решено, но варианты есть самые креативные. Один из них недавно предложил Сергею Соловьеву поэт и музыкант Сергей Шнуров – «Одноглазники». И хотя такое название подразумевает определенное отношение к героям фильма, Соловьев рассматривает и его. Другие варианты включают «Вконтакте.ру», «Агу, или одноклассники» и самое лаконичное и быстро запоминающееся – ОДНОКЛАССНИКИ. Говорят, оно не понравилось владельцам одноименной социальной сети, но Соловьев считает, что тут нет почвы для разногласий: «Одноклассники» – это нормальное русское слово, использовать которое имеет право каждый».

Сюжетная идея фильма возникла у студентки Соловьева Сони Карпуниной, которая принесла мастеру несколько страничек текста, впоследствии выросшего в полнометражный сценарий. Сама же Соня сыграла в картине главную роль. Как и многие работы Соловьева, ОДНОКЛАССНИКИ – фильм о молодежи и для молодежи, фильм о поиске себя во взрослой жизни, неизменно сопряженной с любовью и освобождением от влияния родителей. Возможно, мы увидим некий современный парафраз 100 ДНЕЙ ПОСЛЕ ДЕТСТВА или НЕЖНОГО ВОЗРАСТА, а возможно, нечто совершенно неожиданное.

История любви двух героев начинается с выпускного бала, который режиссер описывает как «безумие, спровоцированное родителями, которые хотят, чтобы их дети вступили в жизнь счастливыми и богатыми». За балом и за «безумием», как водится, следует расплата. «Для меня большое удовольствие делать картины про людей, которые мне нравятся. Мне интересны эти люди и то, что их волнует. В этом вся идея фильма», – рассказал Соловьев.

Съемочный период продлился 45 дней и завершился в июле, а съемки проходили на сталелитейном заводе в подмосковном городе Электросталь, в Санкт-Петербурге, а также в современной Мекке для всех бездельников и трудоголиков, месте лечения душевных ран и поиска себя – в штате Гоа, Индия. Музыку к фильму написала дочь Сергея Соловьева и Татьяны Друбич Анна Соловьева, которая уже принимала участие в музыкальном оформлении фильмов АННА КАРЕНИНА и АССА 2.

«Сейчас картина находится на самой последней стадии – завтра делаем врезку негатива. Остается озвучание, – рассказал Соловьев. – Мы планируем, что фильм выйдет в прокат в октябре или ноябре».

Бюджет проекта был скромным, и снимался он на средства самого режиссера и группы близких ему людей. «Я выгрызаю деньги и ресурсы из скал и дерев, – признался Соловьев. – По сути, это картина, взявшаяся из воздуха».

ТАЙНА «МММ», ИЛИ ВОЗВРАЩЕНИЕ ЛЕНИ ГОЛУБКОВА

В последние выходные августа в Москве начались съемки нового проекта кинокомпании «Леополис» ПИРА**МММ**ИДА. В первый съемочный день были сняты «знаковые» эпизоды будущего фильма: приезд главного героя на заседание Кабинета министров в Белый Дом и съемка первого рекламного ролика «МММ». Конечно, участие в нем принимал горячо любимый медиагерой начала 90-х Леонид Голубков. Буквально на следующий день творческая группа устроила взрыв в центре столицы (сцена покушения на главного героя), около гостиницы «Украина», и благополучно укатила в Минск, где будет сниматься большая часть картины. По словам продюсера Георгия Малкова, в Минске намного проще восстановить атмосферу Москвы середины 90-х.

Среди претендентов снимать ПИРА**МММ**ИДУ были и Игорь Волошин, и Павел Бардин, но в результате режиссером авантюрного экшна о построении эпохальной финансовой пирамиды выступает Эльдар Салаватов, только что закончивший третьего АНТИКИЛЛЕРА. «Мы думали, Эльдар захочет отдохнуть после АНТИКИЛЛЕРА Д.К. – все-таки очень долгий и сложный проект, но он, наоборот, отменил все отпуска и с новым драйвом полностью включился в ПИРА**МММ**ИДУ», – рассказывает Георгий Малков.

Оператор-постановщик – Горан Павичевич. Сценарий написан Сергеем Крайневым и Максимом Василенко по автобиографической повести Сергея Мавроди.

«Конечно, в фильме есть много впечатляющих моментов той истории, как человек, собирая огромные деньги, выстраивал свою «медийную» власть в стране, – рассказывает Малков. – В Новый год он делал свое обращение к народу (как оплаченная реклама), количество пунктов продажи акций было сопоставимо с числом отделений «Сбербанка», на известном всем москвичам

Владимир Пермяков

телефонном номере «100» автоответчик сначала называл котировки акций «МММ» и только потом сообщал точное время. А Леня Голубков?! Он стал практически альтернативным премьер-министром. По крайней мере, знали его все, и доверяли ему больше, чем тогдашнему официальному правительству». На проекте с производственным бюджетом $2,5 млн продюсерам Сергею Ливневу и Георгию Малкову удалось собрать настоящий звездный состав. В фильме принимают участие Алексей Серебряков, Екатерина Вилкова, Григорий Добрынин, Гоша Куценко, Даниил Спиваковский, Алексей Горбунов, Артем Михалков, Равшана Куркова, Ирина Апексимова,... и, конечно же, Владимир Пермяков в роли Лени Голубкова.

Продюсеры обещают уже на «Кино-Экспо» показать 4 тизерных трейлера для кинотеатров, которые в начале октября будут рассылаться по кинотеатрам. Съемки закончатся в конце октября, а релиз картины «Леополис» запланировал на середину апреля 2010 года.

Алиса Хмельницкая, Резо Гигинеишвили, Максим Осадчий

ДЕБЮТ АЛИСЫ ХМЕЛЬНИЦКОЙ – «БЕЗ МУЖЧИН»

Кинокритик и драматург Алиса Хмельницкая дебютирует в большом кино с проектом БЕЗ МУЖЧИН – историей двух незнакомых женщин, которые оказываются попутчицами в путешествии длиной в московскую ночь. Их рейс отложен до утра, и, отправившись гулять по ночному городу, они распутывают клубок загадочной истории, в центре которой – мужчина, не безразличный им обеим. Ироничная, немного абсурдная, но вместе с тем универсальная драма наверняка сможет найти отклик в сердцах самых разных женщин. «У фильма широкая аудитория, я бы назвал ее «45 минус», – отметил Максим Королев, продюсер проекта. – Две разные по возрасту героини затрагивают проблемы и двадцатилетних, и сорокапятилетних». Съемки недавно закончились, сейчас картина находится в стадии монтажа и подготовки к озвучанию, в то время как продюсеры решают, когда и как вывести ее в прокат. «Фильм выйдет на экраны в следующем году. Сейчас мы все дочищаем, доделываем, а в это время ищем подходящее время в прокатном расписании на осень следующего года», – рассказал Королев.

Продюсеры относят проект в категорию «семейного кино» и надеются, что он будет интересен как женщинам, так и мужчинам. «В фильме есть некий налет мелодрамы, но все равно это легкое, комедийное кино, – считает Максим Королев. – Алиса Хмельницкая сама написала сценарий, и получилась интересная, крепкая история. Кроме того, Алиса показала себя как очень хороший режиссер, у нее есть чувство стиля, красоты, ритма».

Кроме «человеческой» истории, фильм привлекателен сильным актерским составом: в БЕЗ МУЖЧИН сыграли Анна и Надежда Михалковы, Михаил Пореченков, Вера Воронкова и Сергей Газаров. Генеральным продюсером проекта выступил Резо Гигинеишвили, который постоянно работал вместе с режиссером на съемочной площадке. Также среди продюсеров значатся Бахтияр Худойназаров, Рушут Руштов и Геннадий Островский – известный сценарист и по совместительству муж Алисы Хмельницкой. Оператором-постановщиком выступил Максим Осадчий, а художником-постановщиком – Григорий Пушкин.

«Над фильмом работают замечательные люди, – говорит Геннадий Островский. – В этом дебюте проявится энергичная, необычно снятая история. В ней есть парадоксальность, «щемящесть» и ирония. Яркая, но не социальная – она не похожа на большинство современных фильмов, таких, например, как патриотический ТАРАС БУЛЬБА.

Бюджет проекта Хмельницкой составил $1,3 млн, и хотя «ВВП Альянс» и кинокомпания «Ввысь» в эту сумму уложились, продюсеры признают, что сделано это было с трудом.

Вера Воронкова

«СТВ» ВЗЯЛАСЬ ЗА «ДОЧКА ЯКУДЗЫ»

Через пару недель в Японии начнутся съемки нового проекта режиссера Гуки Омаровой ДОЧКА ЯКУДЗЫ, который она делает вместе с кинокомпанией «СТВ». Несмотря на криминально-боевое название, фильм обещает быть комедией. Сценарий, написанный Сергеем Бодровым и Ганной Слуцки, рассказывает историю приключений десятилетней Юрико – дочки влиятельного якудзы Тацио Ямада – на юге России, куда она попадает случайно, в результате вынужденной посадки по пути в Рим. Оказавшись в Крыму (именно там будет проходить вторая часть съемок фильма),

Сергей Бодров, Гука Омарова

девочка теряет своих верных телохранителей и остается одна в незнакомой стране. Но Юрико – дочка якудзы, она привыкла быть сильной. Она ищет выход из сложившейся ситуации, а находит непутевого парня Леху и даже спасет ему жизнь. Согласно обычаю и японскому кодексу чести, теперь Леха должен служить ей всю жизнь, не обращая внимания на языковые и юридические трудности.

Главную роль сыграет японская школьница Чика Аракава (Chika Arakawa). В картине также примут участие Сергей Гармаш, Владимир Ильин, Сергей Газаров. Кинопрокатная компания «Наше кино» планирует выпустить картину в 2010 году.

АТАНЕСЯН СНИМАЕТ ДЛЯ FOX

В период официально объявленного мирового экономического кризиса, когда в России остановлены съемки множества полнометражных фильмов, продюсер Александр Атанесян запустился с картиной НА ИЗМЕНЕ с бюджетом $3 млн, спокойно отвечая на вопросы журналистов: «Кризис? А что это?»

Режиссер Александр Атанесян, известный кинозрителям, прежде всего, по фильму СВОЛОЧИ, на проекте НА ИЗМЕНЕ выступает в качестве автора сценария, режиссера и продюсера. Сюжетная основа – пьеса Рэя Куни «Не обслуживается», которую московские театралы знают по постановке «Номер 13» во МХТ им. Чехова. Атанесян переписал диалоги и шутки и перенес действие комедии из Англии прошлого века в современную российскую действительность, объяснив свое решение очень лаконично: «Это очень смешная пьеса. Ничем не актуальная сегодня. Она просто смешная».

Съемки фильма начались на «Мосфильме» в августе и продлятся до середины сентября. Все действие разворачивается в сквозной декорации фешенебельного отеля. Именно здесь останавливается депутат Государственной думы Петр Соломатин на время командировки, однако на заседание в парламент не торопится. Вместо этого он предпочитает уединиться со своей секретаршей Елизаветой Кошкиной. Но все идет наперекосяк, когда нечаянно на балконе собственного номера Соломатин обнаруживает бездыханное тело неизвестного мужчины, придавленное оконной рамой.

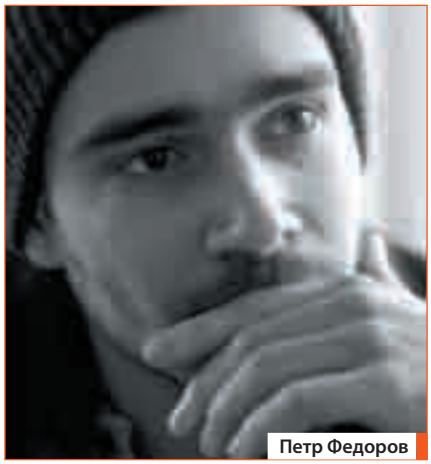
Главные роли исполняют артисты телевизионного скетч-шоу «6 кадров» Андрей Кайков и Эдуард Радзюкевич, а секретаршу играет известная модель Евгения Трофимова. В роли ревнивого мужа секретарши – Андрей Панин, а Игорь Верник оказался лучшим претендентом на роль влюбленной женщины, обойдя на пробах Екатерину Вуличенко и Екатерину Стриженову. Олимпийский чемпион по фигурному катанию Роман Костомаров взял на себя немаловажную роль детектива. Кроме того, предложение сняться в картине приняли Нонна Гришаева, Александр Головин, Александр Олешко, Алексей Панин, а также солист группы «Челси» Роман Архипов. «Саундтрек пока только готовится. Над ним работают продюсер Игорь Архипов, композитор Владимир Матецкий, группа «ЦАО» и еще несколько приятных коллективов», – рассказывает Александр Атанесян.

Прокатывать картину будет «20 Век Фокс СНГ», релиз запланирован на весну 2010 года. НА ИЗМЕНЕ – далеко не единственный проект, на котором «Фокс» планирует сотрудничать с Александром Атанесяном. Он также выступит продюсером двух проектов, которые Fox International планирует снимать в России, – российских переложений фильмов ДЕЛОВАЯ ЖЕНЩИНА (Working Girl) с Хариссоном Фордом и ГНЕВ (Man on Fire) с Дензелом Вашингтоном, которые обещают стать первыми российскими официальными ремейками голливудских картин. Съемки этих проектов должны начаться весной-летом 2010 года.

Андрей Панин, Роман Костомаров

ГЕРОИ «ОСТРОВА» В «ЕВГЕНИИ ОНЕГИНЕ»

Еще один проект, который Fox International собирается осуществить в России, – экранизация ЕВГЕНИЯ ОНЕГИНА. Партнером для этой сугубо русской картины выступит кинокомпания Art Pictures в лице продюсеров Федора Бондарчука и Дмитрия Рудовского.


Петр Федоров

Сценарий по мотивам романа Александра Сергеевича Пушкина написал Ким Белов – известный киножурналист, в недавнем прошлом главный редактор журнала Empire, один из авторов сценария фильма БУМЕР. Действие знаменитого романа будет перенесено в наши дни, а роль Евгения Онегина исполнит Петр Федоров, влюбивший в себя кинозрителей (и особенно зрительниц) после сериала КЛУБ и фильма ОБИТАЕМЫЙ ОСТРОВ. Ленского сыграет Даниила Козловский, а роль Татьяны пророчат Юлии Снегирь.

Планируется, что съемки, которые пройдут в Москве и Санкт-Петербурге, начнутся в середине октября. Режиссером назначен Артем Аксененко – еще одна звезда ОБИТАЕМОГО ОСТРОВА, которая практически осталась за кадром. Аксененко был вторым режиссером на проекте и, видимо, проявил себя настолько профессионально, что теперь продюсеры доверили ему экранизировать Пушкина. Производственный бюджет фильма составит $2,5 млн, а релиз намечен на начало 2010 года.

С 26 НОЯБРЯ 2009

фильм **ПАВЛА САНАЕВА**

НА ИГРЕ

Кинопрокатная компания «КАРОПРОКАТ» и «РУССКАЯ КИНОКОМПАНИЯ «ИВАН!» при участии компании «РУССКОЕ СЧАСТЬЕ ЭНТЕРТЕЙМЕНТ»
при финансовой поддержке Министерства культуры РФ представляют фильм «На Игре!»
Производство «КорОван ПРОДАКШЕН»
сценарий: ПАВЕЛ САНАЕВ, АЛЕКСАНДР ЧУБАРЬЯН оператор-постановщик: ВЛАДИСЛАВ ГУРЧИН R.G.C., художник-постановщик: ВЛАДИМИР НАМЕСТНИКОВ
композитор ИВАН БУРЛЯЕВ, режиссер-постановщик ПАВЕЛ САНАЕВ, продюсеры: АЛЕКСЕЙ РЯЗАНЦЕВ, АЛЕКСАНДР БОНДАРЕВ
генеральные продюсеры: ЛЕОНИД ОГОРОДНИКОВ, ОЛЕГ АНДРЕЕВ, ЭДУАРД БЕРМАН, АМИР ГАЛЛЯМОВ, ИГОРЬ РЕНИЧ

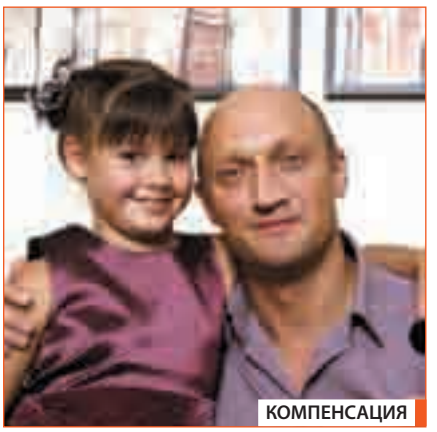
www.na-igre.ru

На правах рекламы

ШАНТАЖ ГОШИ КУЦЕНКО И ДРУГИЕ ФОКУСЫ «ПАРАДИЗА»

Кинокомпания «Парадиз» в августе запустила в производство сразу два новых проекта,

ПОЦЕЛУЙ СКВОЗЬ СТЕНУ


КОМПЕНСАЦИЯ

причем если один из них – детектив, который снимает известная режиссер Вера Сторожева (ПУТЕШЕСТВИЕ С ДОМАШНИМИ ЖИВОТНЫМИ, СКОРО ВЕСНА), то другой представляет собой непринужденную комедию от Вартана Акопяна, режиссера ПЛАТОНА.

Итак, по сценарию Натальи Назаровой (СЛУШАЯ ТИШИНУ, ВНУК ГАГАРИНА, ДУРА, сериал РАНЕТКИ) Вера Сторожева снимает криминальную мелодраму КОМПЕНСАЦИЯ с Гошей Куценко в роли отца, который вынужден переосмыслить ошибки прошлого. Помочь ему в этом берутся дочери, которых он оставил много лет назад, требуя «компенсацию» за моральный ущерб. Съемки фильма начались 4 августа в Москве и продлятся до 21 сентября. Музыку напишет Илья Шипилов, любимый композитор Сторожевой, работавший над ее предыдущими картинами. Оператором выступит молодой оператор Олег Кириченко, блестяще дебютировавший полнометражным фильмом РУСАЛКА в 2007 году.

По словам режиссера, ей интересно пробовать себя в разных жанрах, и криминальная мелодрама – не исключение. Ориентировочный бюджет фильма составит $1,5 млн – меньше, чем «компенсация» в $2 млн, которую запрашивают в фильме оскорбленные дочери за небрежное отношение отца. Продюсерами фильма выступят Геворг Нерсисян и Армен Манасарян.

В противовес КОМПЕНСАЦИИ, ПОЦЕЛУЙ СКВОЗЬ СТЕНУ Вартана Акопяна будет легкой, комедийной историей о неудачливом ассистенте фокусника, внезапно получившего талант проходить сквозь стены. Естественно, герой с радостью пользуется своим новым даром, пока не понимает, что кое-чем придется пожертвовать ради блага других. Съемки фильма начались в середине августа и продлятся до начала октября. Еще в мае создатели картины приступили к работе над компьютерной графикой, объем которой будет значительным – без нее герой Антона Шагина (СТИЛЯГИ) вряд ли сможет проходить сквозь стены. Возможно, с этим связан и внушительный бюджет фильма – около $2,7 млн. Кроме Шагина, в фильме снимаются Александр Адабашьян, Сергей Газаров, Светлана Немоляева, Иван Охлобыстин и Сосо Павлиашвили. Оператором выступает Вахтанг Тар-Хакобян, работавший с Акопяном на фильме ПЛАТОН.

Обе картины «Парадиз» планирует закончить к весне 2010 года и выпустить в кинотеатральный прокат количеством 350–400 копий для фильма КОМПЕНСАЦИЯ и более 600 копий для фильма ПОЦЕЛУЙ СКВОЗЬ СТЕНУ.

«СЧАСТЬЕ» СЕРГЕЯ ЛОЗНИЦЫ

На Украине завершился летний период съемок нового фильма Сергея Лозницы СЧАСТЬЕ МОЕ, по сценарию самого режиссера. Сергея Лозницу заслуженно считают классиком документального кино: закончив мастерскую игрового кино Наны Джорджадзе во ВГИКе в 1997 году, он снял 11 документальных фильмов и получил за них около 40 наград, включая «Нику» и призы на Берлинском МКФ, в Карловых Варах, Торонто, Оберхаузе и Лейпциге.

Действие картины СЧАСТЬЕ МОЕ происходит в наши дни в российской глубинке и иногда переносится во времена Второй мировой войны. Свой первый полнометражный игровой проект Сергей Лозница снимает с серьезным бюджетом (более 1,5 млн евро) и несколькими иностранными партнерами. Продюсерами выступают Олег Кохан (SOTA Cinema Group, Украина) и Хайно Декерт (Deckert Distribution, Германия). По словам Лозницы, работа над фильмом СЧАСТЬЕ МОЕ – это результат удачного стечения обстоятельств: украинский продюсер Олег Кохан посмотрел его фильмы и предложил сотрудничество, в то время как режиссер вместе со своим немецким продюсером как раз искал партнеров на Украине. Кроме того, он понял, что для него пришло время сделать художественное кино.

Активная подготовка началась еще в феврале 2009-го: творческая группа дорабатывала сценарий, проводила кастинги, выезжала в экспедиции и занималась прорисовкой декораций. Летом было отснято 60 минут фильма. В новом для себя жанре Лозница максимально использует ресурсы документалистики для приближения истории к реальности: в съемках приняли участие более 300 местных жителей, причем 10 из них сыграли роли второго плана.

Главную роль в фильме – водителя-дальнобойщика, который уезжает от неразрешенных домашних проблем в рейс, чтобы столкнуться в пути со страшными открытиями, играет молодой белорусский актер Виктор Немец, а роли второго плана исполняют Владимир Головин (ХОЛОДНОЕ ЛЕТО 53-ГО) и Ольга Шувалова (ВСЕ УМРУТ, А Я ОСТАНУСЬ). За операторскую работу в ответе Олег Муту, оператор и продюсер румынского фильма 4 МЕСЯЦА, 3 НЕДЕЛИ И 2 ДНЯ, получившего «Золотую пальмовую ветвь» в Каннах в 2007 году.

«Предыдущие документальные работы Сергея Лозницы были выстроены на хронике, – рассказывает Олег Кохан, – и это была одна степень сложности. Здесь же ему предстоит решать более масштабные постановочные задачи, и я совершенно спокоен за результат. Качество подготовки, кастинг и совершенно уникальный состав съемочной

Виктор Немец

группы не просто вдохновляет меня, а убеждает, что фильм должен получиться».

Своим новым фильмом Лозница намерен «растормошить» зрителя, возможно даже шокировать его, с целью заставить крепко задуматься об окружающей действительности. Сценарию предшествует эпиграф из Гоголя: «Бывает время, когда нельзя иначе устремить общество или даже все поколение к прекрасному, пока не покажешь всю глубину его настоящей мерзости». Режиссер считает, что художник имеет право демонстрировать жестокость происходящего, только если он отчетливо показывает свое отношение к тому, что снимает. Тем не менее, в будущем Сергей Лозница обещает вернуться к документальному кино.

Заключительная часть съемочного периода СЧАСТЬЯ МОЕГО пройдет на Украине в январе и феврале 2010 года, а премьера запланирована на 2011 год.

ЕФРЕМОВ, ЛАВРОНЕНКО, ЛЕЩЕНКО И МОИСЕЕВ В ДЕБЮТЕ АНТОНА БАРЩЕВСКОГО

Антон Барщевский, продюсер киноромана МОСКОВСКАЯ САГА и режиссер телесериала ТЯЖЕЛЫЙ ПЕСОК, завершил съемки

Валерий Закутский

своего первого полнометражного художественного фильма. Лирическая комедия, выход которой запланирован на начало 2010 года, получила название КОНФЕРАНСЬЕ.

В основе фильма – история блистательного шоумена Алексея Зайцева по прозвищу Зайчик, роль которого исполняет Валерий Закутский. Зайчик настолько востребован, что в какой-то момент перестает успевать работать на многочисленных корпоративах, телевизионных программах, концертах и юбилеях, которые проходят в самых разных уголках земного шара. Чтобы удержаться на гребне волны, он обращается за помощью к своему другу, ученому Диме Афоничеву (Марат Башаров), который занимается исследованиями в области мозга и надеется найти рецепт абсолютного счастья. Афоничев с согласия Зайцева проводит эксперимент на нем… Сценарий написали Эдуард Радзюкевич и Сергей Плотов, известные работой над сериалами МОЯ ПРЕКРАСНАЯ НЯНЯ и КТО В ДОМЕ ХОЗЯИН?.

Под предлогом уморительной комедии Барщевский умудрился собрать в кадре практически весь цвет российского шоу-бизнеса. Не хватает только Киркорова с Пугачевой, но у них, если повезет, еще есть шанс поучаствовать в рекламной кампании фильма. «Главную роль исполняет Валерий Закутский – именно под него писался сценарий, – рассказывает режиссер. – Также специально для Михаила Ефремова писалась его роль импресарио Валька. Выбор других актеров тоже не занял много времени. Мы предложили роли Марату Башарову, Константину Лавроненко, Саше Балуеву, Марине Голуб – им понравился сценарий, и они согласились. Единственное – никак не могли утвердить актрису на роль Алины, любимой девушки нашего главного героя. В итоге ее будет играть Марина Александрова. Кроме профессиональных актеров, в фильме появятся различные медийные персонажи. Например, Лев Лещенко – он играет себя в молодости и сегодня, Борис Моисеев, Ольга Орлова, Андрей Апполонов-Григорьев, Аркадий Укупник, Гарегин Тосунян, председатель Ассоциации российских банков, и замечательный российский хоккеист Александр Овечкин. По сюжету, все эти люди – профессиональное окружение конферансье Зайчика».

Картина, бюджет которой составил $3 млн, будет отличаться не только звездами шоу-бизнеса, но и выразительной натурой: съемки проходили на Камчатке, в Риме, в Венеции и в Москве. Оператором-постановщиком фильма стала Маша Соловьева (ПУШКИН. ПОСЛЕДНЯЯ ДУЭЛЬ, ГЛЯНЕЦ, МУЖСКОЙ СЕЗОН. БАРХАТНАЯ РЕВОЛЮЦИЯ, КРОМОВЪ), а художником-постановщиком – Екатерина Залетаева (БОГИНЯ: КАК Я ПОЛЮБИЛА, НОЧНОЙ ДОЗОР, МИКА И АЛЬФРЕД). Производящая компания – Cinema & Stage Production. Дистрибьютор на момент сдачи номера в печать определен не был.

МИНИ-МАРКЕТ НА ФЕСТИВАЛЕ «ЗАВТРА»

CentEast in Moscow 18 October 2009

В этом году на фестивале ЗАВТРА/2morrow, помимо кинопросмотров и мастер-классов для любителей кино, будет часть, предназначенная исключительно для профессионалов киноиндустрии – а именно для продюсеров, прокатчиков, представителей телеканалов, заинтересованных в вопросах дистрибуции и совместного производства. При поддержке Международной программы МЕДИА Европейского сообщества (MEDIA International Programme of the European Community), Варшавского кинофонда и кинокомпании ТВИНДИ впервые состоится международный Кинофорум «Проект на Завтра» (CentEast Moscow) – сначала 16 октября в Варшаве, в рамках кинорынка CentEast на Варшавском МКФ, а потом 18 октября в Москве в рамках кинофестиваля ЗАВТРА/2morrow.

Цель мероприятия – продвижение картин из Восточной Европы на мировом рынке, привлечение к ним внимания международных дистрибьюторов, поиск партнеров для будущих проектов. «Я рад, что у нас появилась возможность совместной работы с международным фестивалем независимого кино «Завтра» и Варшавским кинофондом. Надеемся, что организация площадки в Москве, где в рамках молодого, динамичного фестиваля будут представлены самые интересные проекты следующего года, снимающиеся в России и Восточной Европе, послужит решению этой задачи. Наши польские коллеги проделали в этом направлении большой путь, и нам есть чему у них поучиться».

На форуме будут представлены более 20 картин режиссеров из Восточной Европы (Белоруссии, Болгарии, Молдавии, Польши, Румынии, России, Словакии и Украины) на разных стадиях производства. К участию принимаются фильмы, находящиеся в съемочном или монтажно-тонировочном периоде, а материалы будут демонстрироваться в виде трейлеров или полных рабочих версий. Предварительный отбор проектов заканчивается 4 сентября.

По приглашению организаторов на форум «Проект на Завтра» в Москву приедут около 40 представителей известных европейских продюсерских, дистрибьюторских и телевизионных компаний. Поэтому, помимо показов, в рамках форума пройдут общие и индивидуальные встречи создателей фильмов с потенциальными партнерами.

По словам директора Варшавского кинофонда Стефана Лаудина, фильмов с каждым годом становится все больше, в том числе в Восточной Европе, но лишь немногие из них можно увидеть за пределами страны, где они производятся. «В Восточной Европе проходят несколько мероприятий в год, специализирующихся на копродукциях, – рассказывает Лаудин. – Безусловно, это очень важно, но, с моей точки зрения, привлечь внимание международных агентов по продажам не менее важно, чем найти партнеров по производству. CentEast начался в 2000 году, когда мы пригласили нескольких отборщиков международных фестивалей посмотреть польские картины на Варшавском фестивале. Уверен, что сотрудничество с ТВИНДИ и приход проекта в Россию станут началом нового этапа в нашем развитии».

ДУБЛЯЖ – ВТОРАЯ ЖИЗНЬ ФИЛЬМА?

Вопрос о том, как приспособить иноязычный фильм для своей, национальной аудитории, стар, как звуковое кино. В конце 20-х годов его решали оригинальным способом: снимали несколько версий фильма – так, например, фильм АТЛАНТИК 1929 года был сделан сразу на английском, немецком и французском. Постепенно для адаптации фильмов на национальный язык стали использовать привычные для нас сегодня способы перевода, причем при тоталитарных режимах дубляж стал дополнительным орудием цензуры. В СССР первый фильм был дублирован на русский, согласно некоторым источникам, в 1935 году – им стал ЧЕЛОВЕК-НЕВИДИМКА, а режиссером дубляжа выступил Марк Донской. С тех пор и отсчитывают историю советской школы дубляжа. В разное время дубляжом занимались видные актеры и режиссеры – например, Александр Демьяненко или Татьяна Лиознова. Сегодня дубляж остается самым главным способом, с помощью которого зарубежные фильмы адаптируются для публики не только в России, но и в Германии, Испании, Франции, Италии, Чехии, Венгрии, Латвии, Украине, Китае, Иране.

В странах, где предпочли субтитры, ратуют за их дешевизну и за сохранность оригинального аудиовизуального решения. Зарубежные фильмы, как правило, выходят с субтитрами в Турции, Португалии, Греции, Великобритании, Ирландии, США. При этом прокатчики прекрасно осознают ограничения, которые субтитры накладывают на аудиторию, а потому телепередачи и анимационные картины для детей – скажем, мультфильмы Хаяо Миядзаки – по всему миру выходят в дубляже, и работать над ними не брезгуют даже такие звезды, как Ума Турман, Патрик Стюарт или Кирстен Данст.

Профессионалы традиционно относятся с презрением к третьему способу переложения фильма на национальный язык – закадровому переводу, считая, что он расцвел в Восточной Европе в 90-е годы только благодаря тяжелой финансовой ситуации. Однако закадровый перевод существовал и до этого, правда, распространен был куда меньше. Например, в Польше до недавнего времени он являлся основным способом локализации видеопродукции, особенно на телевидении. До сих пор польская публика – даже детская аудитория – отдает предпочтение «закадру». Мейджорам же закадровый перевод выгоден своей низкой стоимостью по сравнению с дубляжом.

Похоже, у современного российского зрителя сложилось скептическое отношение к русскоязычным версиям иностранных фильмов: то и дело в Интернете раздаются возмущенные крики в адрес дистрибьюторов и студий дубляжа с обвинениями в непрофессионализме и порче оригинального материала. По всей вероятности, в основе этих претензий лежит попросту непонимание самой сущности процесса. БК-Action! решил детально разобраться в том, как устроен дубляж, и понять, действительно ли существуют сбои, в которых так любят обвинять профессионалов обыватели.

ДИСТРИБЬЮТОРЫ: ВЕРШИТЕЛИ СУДЕБ

Судьба фильма, по сути, целиком зависит от студии и дистрибьютора – именно они принимают все основные решения об адаптации фильма. Для начала определяют, каким способом будет переведен фильм, и выбирают дубляжную студию, а в конце именно одобряют финальную версию. Степень участия во всех фазах, заключенных между двумя этими моментами, зависит от значимости проекта и отношения к нему дистрибьютора, но как клиента, который «всегда прав». Иногда фильмы поностью отдаются на откуп студиям дубляжа, а иногда дистрибьюторы приглашают для озвучания целую когорту звезд и шагу не дают ступить режиссеру без одобрения голливудской студии-мейджора. На примере компаний «Централ Партнершип» и «Каро» мы решили определить различия в подходах двух крупнейших российских дистрибьюторов и посмотреть, где проходит граница ответственности мейджора, дистрибьютора и студии дубляжа.

РУСЛАН ТАТАРИНЦЕВ: «ДЕДЛАЙН – НАШ ГЛАВНЫЙ ВРАГ»

Руслан Татаринцев всегда относился к вопросам дубляжа фильмов очень щепетильно. Сначала он, возглавляя отдел маркетинга, в свободное от работы время следил за адекватностью и добросовестностью переводов в UIP и Universal, а теперь тем же самым занимается в «Централ Партнершип», российском агенте Paramount. Именно Татаринцев первым решил, что российским звездам пора заняться озвучанием мультфильмов, и помог Дмитрию «Гоблину» Пучкову из «сообщника видеопиратов» превратиться в гуру кино-переводчиков.

БК-ACTION! Руслан, считаете ли вы, что дистрибьютор должен принимать активное участие в процессе дубляжа?

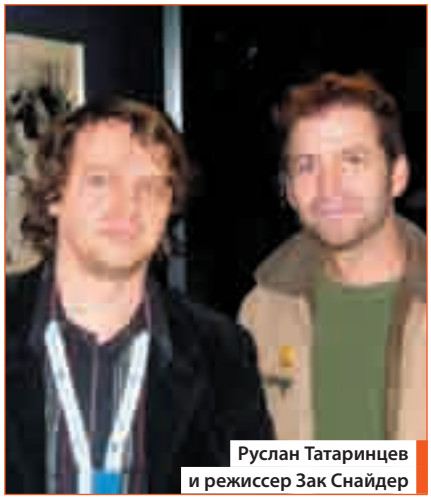
РУСЛАН ТАТАРИНЦЕВ: Кто-то же должен выполнять функцию «госприемки» – осуществлять определенный контроль качества адаптации и дубляжа. Мы эту роль выполняем, так как, если не делать этого, продукция легко может получиться некачественной. Об этом гудит весь Интернет, на множестве киносайтов то и дело встречаешь: «убитый переводом фильм, уродский дубляж, локализаторы проклятые». На форумах и в блогах на эту тему обычно никто не стесняется в выражениях.

БК-ACTION! В Интернете же пишут в основном киноманы. Вы считаете, качество дубляжа действительно влияет на результат проката?

ТАТАРИНЦЕВ: Считаю, что влияет. Процент недополученной прибыли, конечно, посчитать сложно. Существует устойчивое мнение, что дубляжу у нас должного внимания

SLANGPRODUCTION[S]
CREATIVE AGENCY
WWW.KINO-SLANG.RU

РЕШЕНИЕ ТВОРЧЕСКИХ ЗАДАЧ
ПО АДАПТАЦИИ ФИЛЬМОВ ЛЮБОЙ СЛОЖНОСТИ


Руслан Татаринцев и режиссер Зак Снайдер

не уделяют, что для главных студий, конечно, стыдно. На самом деле, в последнее время практически все мейджоры стали намного больше времени и денег вкладывать в адаптацию своих картин. Только, говоря об адаптации, я разделял бы проблему на две составляющие: дубляж как техническую часть и локализацию как креативную задачу. С технической стороной вопроса наши студии дубляжа чаще всего справляются отлично, а вот с креативной… поразному бывает.

БК-ACTION! А голливудские студии присылают своих супервайзеров?

ТАТАРИНЦЕВ: Только на крупных, знаковых проектах – таких, как ТРАНСФОРМЕРЫ, БРОСОК КОБРЫ, ИНДИАНА ДЖОНС. Нам, кстати, повезло – на анимации DreamWorks и больших фильмах Paramount наш супервайзер – Павел Силенчук, лучший спец в своем деле. На остальных супервайзерами чаще являемся мы сами. Ведь перевод, который ты делаешь, продолжает потом жить и на телевидении, и на DVD... Я до сих пор не могу простить себе ПОЛИЦИЮ МАЙАМИ – мы просто проворонили его в смысле контроля дубляжа, и в итоге там такие перлы, что каждый раз при просмотре приходится вздрагивать. Например, один персонаж спрашивает: «Почему вы ко мне пристали?» Ему отвечают: «Потому что не надо быть преступником». И так разговаривают герои фильма Майкла Манна! Кино – это копия жизни, где зритель привык идентифицировать себя с героем. И текст, естественно, является очень важной составляющей этой идентификации. Если герои говорят на неестественном языке, то зритель не поверит ни единому кадру,и все впечатление от фильма будет испорчено. Надо добавить, что там диалоги пишут специально обученные люди – мегапрофи, подобные которым у нас заняты в производстве (в основном, телесериалов), но никак не в дубляже, к сожалению.

БК-ACTION! В чем причина плохих переводов? Вроде бы в этой сфере работают вполне профессиональные люди.

ТАТАРИНЦЕВ: Конечно, проблема не в отсутствии профессионализма. Скорее, в отсутствии времени и конкуренции в этом бизнесе. В нескольких существующих в Москве студиях работают очень опытные режиссеры дубляжа, но каждый из них делает и сериалы, и мультики, и самые разные фильмы, и рекламу – естественно, у них в какой-то момент «замыливается глаз», вырабатываются некие стереотипы, срабатывает эффект конвейерного производства.

Часто, в дубляже многое теряется. Как, например, невозможно перевести поэзию. Вернее, перевести можно, но это будут уже другие стихи, другие слова. Мы эти потери всегда стараемся компенсировать, найти максимально точные эквиваленты в русском. Самая главная проблема переводчиков – то, что я называю «литературщиной». Они имеют свой определенный словарный запас и зачастую пользуются академическими, устаревшими выражениями, в то время как в большинстве фильмов герои говорят на сленге, то есть на современном разговорном языке, который меняется буквально каждый день. Есть еще возрастная проблема: молодежи среди переводчиков мало, и многие хорошие переводчики просто не в состоянии адекватно перевести большинство фильмов, где постоянно попадаются всякие молодежные словечки типа «чиксы» и «твиттиться». И вот эта самая «литературщина» – первое, что выдает плохой перевод. Он моментально становится невыносимо фальшивым. Часто теряется юмор. Например, РАЗВОД ПО-АМЕРИКАНСКИ из комедии у нас превратился в откровенную драму. Может случиться и наоборот, когда драма из-за неточного перевода превращается в комедию.

Есть много примеров фильмов, которые мы спасли, но есть и те, которые мы спасти не успели. Дедлайн – наш главный враг. К примеру, на таких больших проектах, как ТРАНСФОРМЕРЫ, режиссеры до последнего дня все перемонтируют, меняется звуковая дорожка, и поэтому окончательный материал мы получаем в последний момент. Переводчик за ночь переводит диалоги, потом за три дня записываются актеры. Конечно, я утрирую. Но, думаю, нехватка времени – основная причина, по которой страдает дубляж.

БК-ACTION! Какие самые распространенные ошибки и трудности, с которыми приходится сталкиваться?

ТАТАРИНЦЕВ: У переводчиков часто такая беда случается: они повторяют идентичные фразы в речи разных героев за достаточно короткий экранный период. «Черт тебя побери, козел», – говорит один персонаж. Через десять минут другой: «Черт тебя побери, козел» – и не потому, что в сценарии заложена игра слов какая-то, а просто потому, что переводчик не выходит за пределы своего стандартного набора идиом.

Но если даже переводчик сделал очень точный и аккуратный перевод, появляется следующая опасность – укладчик. Укладчики делают «липсинк», то есть синхронизируют губы дублеров с текстом, сделанным переводчиком. Не удивляйтесь, но укладчик может даже кардинально изменить смысл, стараясь подобрать более лаконичную и похожую по артикуляции фразу. Этого мы не можем принять.

Крайне важна роль режиссера дубляжа – человека, который дирижирует работой всех, прежде всего актеров. У режиссеров часто бывает свое видение, они могут совершенно по-своему понять значение некоторых сцен или даже всего фильма. Режиссеры дубляжа – люди творческие, очень обидчивые. Мы иногда ссоримся до смерти, до проклятий и наложения анафемы☺. Кстати, одна из реальных проблем режиссеров дубляжа – незнание языка. Иногда они с легкостью меняют местами слова, даже не представляя, о чем идет речь.

Актеры тоже могут все испортить – неточными интонациями и низким качеством игры. Когда в оригинале блещет обладатель «Оскара», то скопировать его манеру непросто. Хороших актеров дубляжа, как и переводчиков, укладчиков и режиссеров, не так много. И в этом – очередная сложность. Студии тасуют одну и ту же колоду. Когда я слышу, что голосом Гарри Поттера, к примеру, говорит, не знаю, например, Супермен, а фильмы вышли один за другим… меня это, мягко говоря, удивляет. И если требования к дубляжу фильмов на студиях в последние годы все-таки повысились, то к трейлерам по-прежнему относятся спустя рукава: «Да там две минуты, сейчас быстро все сделаем». А для дистрибьютора, как это ни цинично звучит, трейлер даже важнее фильма. Ведь благодаря трейлеру люди приходят на этот фильм.

БК-ACTION! Вы сами присутствуете на дубляже?

ТАТАРИНЦЕВ: На ключевых проектах стараюсь. Конечно, не сижу с утра до вечера всю неделю, но когда пишется главный герой, приезжаю на запись. Например, на БРУНО и АДРЕНАЛИНЕ 2. На ЖЕЛЕЗНОМ ЧЕЛОВЕКЕ и СОЛДАТАХ НЕУДАЧИ мы с коллегами вообще не вылезали из студии. Считаю, что из всего, что мы сделали, эти фильмы самые удачные по дубляжу, практически без изъянов. Была проделана титаническая работа: привлекали продвинутых друзей из Америки и хардкоровых фанатов из Сибири, очень много раз все переделывали и переписывали. Во-первых, там очень

SLANGPRODUCTION[S]
CREATIVE AGENCY
WWW.KINO-SLANG.RU

много сленга и языковых нюансов, а во-вторых, просто гениальная игра актеров. Сыграть так же, как Роберт Дауни-младший, – да еще две роли в одной, – сможет далеко не каждый. Так что русскому Дауни – Владимиру Зайцеву – респект и уважуха!

БК-ACTION! Почему в компаниях нет отдельного человека, кто бы контролировал работу по дубляжу?

ТАТАРИНЦЕВ: В прокатных компаниях, конечно, есть производственные отделы, которые отвечают за дубляж. Но речь идет о контроле технического качества, креатив проконтролировать сложнее. Например, у нас этим занимается Наталья Иванова, которая першла из «Буэна Висты», а в UPI сейчас этим занимается Ксения Герасимова, мой бывший заместитель. Она долгое время жила в Швейцарии и Англии и буквально думает на английском. Знает французский, испанский… и, конечно, виртуозно владеет русским. На мой взгляд, именно такие люди могут спасти индустрию локализации, но их очень мало. И, к сожалению, их практически нет в студиях дубляжа. Здесь явно нужна свежая кровь – об этом говорят и прокатчики, и сами дубляжные студии, но никакого развития я пока не вижу. Уже много лет переводом фильмов занимаются одни и те же люди, а новые кадры нужно искать, растить, заниматься ими. Талантливые люди редко приходят по объявлению.

БК-ACTION! С точки зрения маркетинга, есть ли смысл привлекать к дубляжу звезд?

ТАТАРИНЦЕВ: В UIP мы первыми ввели эту практику в России на мультфильмах DreamWorks. Если не ошибаюсь, все началось с МАДАГАСКАРА в 2005-м, а теперь каждый дистрибьютор приглашает звезд для озвучания анимации. Мы всегда старались подбирать не только самых медийных, но еще и хороших актеров. Ведь можно пригласить суперпопулярную телеведущую, которая окажется не в состоянии ничего сыграть. К актерам дубляжа предъявляется и очень много технических требований: возраст, характер персонажа и тембр голоса должны совпадать с оригиналом.

Но механизм этот работает, в первую очередь, на паблисити. Привлекая в мультфильм звезд, вы получаете намного больше внимания прессы: репортажи с премьеры, интервью, обложки и фото в глянце, новостные блоки. Без участия звезд все эти опции просто невозможны.

БК-ACTION! А если о фильмах говорить?

ТАТАРИНЦЕВ: С фильмами несколько иначе. В дубляже игрового кино мы пока активно не используем звезд, честно говоря. Если в фильме играет уже одна звезда – зачем ее двоить? Там есть другие рекламные возможности, и мы их используем. Когда мышь говорит голосом какой-то российской звезды – это одно дело, а когда Ричард Гир говорит голосом Филиппа Киркорова, то лично я испытываю культурный шок! Хотя вот прошлогодний опыт Тимура Бекмамбетова с локализацией русскими звездами его же собственного фильма ОСОБО ОПАСЕН, на мой взгляд, удался.

БК-ACTION! Вы первый пригласили Гоблина в кино, а теперь его имя пишут на афишах. Довольны сотрудничеством?

ТАТАРИНЦЕВ: Да, мы действительно первые стали работать с Гоблином – в 2004 году, еще когда все называли его пиратом. На самом деле никогда он, конечно, никаким пиратом не был. Наше сотрудничество началось с провокационного мультика ОТРЯД АМЕРИКА, где мы решили делать не дубляж, а закадровый перевод уже узнаваемым голосом Димы. Из последнего – вместе работали на АДРЕНАЛИНЕ 2 и БРУНО, фильмах независимых, где мы не так сильно зависели от студий и могли чуть-чуть похулиганить. На этих проектах он был переводчиком и супервайзером. Если хотя бы однажды сходить на сеанс с живым закадровым переводом Гоблина, то сразу поймешь, сколько может у оригинала отнять дубляж и сколько добавляет адекватный перевод.

Кстати, режиссером дубляжа на обеих картинах (мы их дублировали на студии «Пифагор») был Александр Новиков. В дубляже молодежных, сленговых, провокационных комедий, на мой взгляд, он лучший. Они с Пучковым обсуждали каждое слово, каждую интонацию. На БРУНО вообще был ад, из актера выжали семь бочек пота. Коэн там говорит на английском с австрийским акцентом, картавит, и еще эти «голубые» интонации постоянно. Было очень сложно. К тому же, многие вещи Дима сам озвучивал – например, голос диктора и закадровый текст.

БК-ACTION! Вас не смутило, что поклонники Гоблина – люди, в основном, далекие от проблем гомосексуализма?

ТАТАРИНЦЕВ: Именно поэтому мы и пригласили его на БРУНО. Это был контрход: его имя сработало на ту часть зрителей, для которых голубые и все, что с ними связано, жесткое табу и для них отличный фильм остался бы незамеченным. Тем более, сам Дима был в восторге, промоутировал проект по всем доступным каналам, а у Гоблина каналов достаточно. Он вообще никогда не возьмется за кино, которое ему не нравится. Для усиления эффекта мы еще хотели привлечь на главную роль какого-нибудь известного мачо вроде Вани Урганта. Звезду с однозначной сексуальной ориентацией – такого анти-Сергея Зверева. К сожалению, не срослось, потому что (опять же!) очень жесткие сроки были. В итоге Коэна озвучивает очень хороший актер, который сыграл все очень близко к оригиналу.

БК-ACTION! А кто ходит на спецсеансы, которые Гоблин устраивает в «Ударнике» и «Октябре»?

ТАТАРИНЦЕВ: Люди, которым не жалко заплатить 600 рублей за хорошую адаптацию. И таких людей не так уж мало. Его показы собирают полные залы – я был на пяти, и на всех были аншлаги. Аудитория очень разная – много людей старше 30, и молодежи тоже много. Но всех можно назвать подготовленными зрителями, насмотренными. Кстати, на БРУНО я ходил подряд на два сеанса: сначала смотрел нашу прокатную копию с дубляжом, а потом – в живом переводе Гоблина. На втором показе реакция зала была в три, в пять раз сильнее. Над шутками, которые на первом показе вызывали пару смешков, на втором – лежал весь зал. Дело не в том, что шутки другие, – просто он чувствует публику, играет словами, интонациями. А в дубляже что-то теряется в процессе укладки еще и потому, что английский язык короче русского.

БК-ACTION! Почему бы тогда не выпускать хотя бы некоторые картины с закадровым переводом?

ТАТАРИНЦЕВ: Мейджоры не пойдут на это. Наши сделали исключение – войсовер на том же ОТРЯДЕ АМЕРИКА, но для взрослого мультфильма, в котором куклы трахаются и убивают террористов, – это такой форс-мажорный экстрим. В остальных случаях – либо дубляж, либо субтитры. Третьего не дано.

БК-ACTION! Во всем мире зарубежное кино идет с субтитрами. Почему в России нет?

ТАТАРИНЦЕВ: Субтитры противопоказаны кассовым сборам. Всегда считалось, что русские – самый читающий народ в мире. Выясняется, что нет. Или люди, которые ходят в кино и которые читают книги, – это разные люди? Сомневаюсь. Но, тем не менее, субтитры отпугивают массового зрителя, и даже СТРАСТИ ХРИСТОВЫ (где субтитры были оправданны изначально) пострадали в кассе. Поэтому бытует мнение, что в других странах – особенно в Америке, – субтитрируя зарубежные картины, они защищают свой внутренний рынок. Там, конечно, традиция субтитров намного более развита, но на них все равно ходит намного меньше зрителей. Наверное, на большом экране сложно следить за титрами и изображением одновременно.

SLANGPRODUCTION[S]
CREATIVE AGENCY
WWW.KINO-SLANG.RU
У ВАС БОЛЬШЕ НЕ БУДЕТ ПРОБЛЕМ С ЛОКАЛИЗАЦИЕЙ

МЕГАН ФОКС

ЧЁРТ ПОБЕРИ!

ОНА – ЗЛО. РЕАЛЬНОЕ ЗЛО...

ТЕЛО ДЖЕННИФЕР

www.telo-film.ru

В КИНО С 1 ОКТЯБРЯ

На правах рекламы

АЛЕКСЕЙ РЯЗАНЦЕВ: «ПРАВИЛЬНО ДАВАТЬ ВТОРУЮ ЖИЗНЬ ФИЛЬМУ НА НАЦИОНАЛЬНОМ ЯЗЫКЕ»

Все профессионалы кинорынка прекрасно знают Алексея Рязанцева как генерального директора кинопрокатной компании «Каро Премьер», в то время как для любителей американского кино Алексей Рязанцев – актер дубляжа, подаривший голоса их любимым персонажам. Именно его голосом говорят Профессор Снейп из ГАРРИ ПОТТЕРА, Арагорн из ВЛАСТЕЛИНА КОЛЕЦ, Раз-Два из РОК-Н-РОЛЛЬЩИКА, командир Локк из МАТРИЦЫ и многие-многие другие.

БК-ACTION! Как получилось, что вы стали актером дубляжа?

АЛЕКСЕЙ РЯЗАНЦЕВ. Я бы хотел стать актером дубляжа, но, к сожалению, не получается ☺. С удовольствием занят другой профессией, актерство – скорее, хобби, спровоцированное производственной необходимостью. В 1997 году я занимался театральной дистрибуцией фильмов компании «НТВ-Профит», и мы приобрели права на ПЯТЫЙ ЭЛЕМЕНТ. Только-только начинал возрождаться прокат в лице единственного зала «Кодак-Киномир», и только-только был открыт к очередному кинофестивалю большой зал «Пушкинского». Мы сочли тогда возможным дублировать фильм Люка Бессона и выпустить его количеством около 15 копий. Хотелось сделать стопроцентно качественный дубляж – когда каждый персонаж говорит своим голосом, то есть озвучивает его отдельный актер. Когда мы получили исходные материалы и стали заниматься вопросами дублирования, то оказалось, что за время лихолетья перестал существовать не только прокат, но и дубляж, некогда представленный прекрасными советскими режиссерами и студиями. В итоге мы сумели мобилизовать ресурсы «Мосфильма» и найти режиссера дубляжа – Викторию Чаеву с Киностудии им. Горького. Уже в процессе выяснилось, что нет актера, который должен был дублировать полицейского в одном эпизоде, и я предложил свои услуги. Помните, когда один из копов говорит герою Брюса Уиллиса: «Положите руки на желтые круги». Вот это и был мой первый персонаж. Производственная необходимость впоследствии переросла в хобби, которым я с удовольствием занимаюсь без отрыва от производства. Более того, для фильмов Warner Brothers я делаю это бескорыстно. Хотя однажды я был не столь бескорыстен, когда озвучивал Вигго Мортенсена в фильме ИДАЛЬГО студии «Каскад». Я согласился потому, что до этого озвучивал его в трех ВЛАСТЕЛИНАХ КОЛЕЦ и в фильме НЕОБХОДИМАЯ ЖЕСТОКОСТЬ и представлять Вигго Мортенсена своим голосом для меня почетно.

БК-ACTION! Какие роли ваши любимые?

РЯЗАНЦЕВ. Все, которые я делал. За десять лет их набралось около 50. Дело в том, что у нас нет профессии «актер дубляжа», хотя она существует во многих странах, где развито кинопроизводство, – в Германии, Франции, Италии. Актеры дубляжа – специально обученные люди с актерским образованием. Стоя у микрофона в статичном положении, ты должен передать голосом всю физику, всю игру и, главное, – не испортить персонажа. Фальшь чувствуется сразу: зритель перестает верить герою и истории вообще. Поэтому мы очень ревностно подходим к дублированию фильмов.

Первое время Warner Brothers присылала сюда своего звукорежиссера, который контролирует дубляж на всех территориях. Много нюансов возникает при сведении, когда все звуковые дорожки – шумы, музыка, реплики, фоновые звуки – укладываются в одну фонограмму. При адаптации фильма можно растерять все эти маленькие детали и нарушить тем самым авторский замысел. Поэтому на студии иногда прописывают: здесь важен шум дождя или вой ветра, здесь персонаж должен быть более энергичен, здесь – специальный эффект эха. На некоторых картинах этим занимается непосредственно сам режиссер. На ВЛАСТЕЛИНЕ КОЛЕЦ мы посылали Питеру Джексону пробы голоса, зашифрованные номерами с первого по пятый. Он ко всему относился очень профессионально и уважительно, даже к работе людей, которых никогда не видел. На каждый из голосов он дал короткую описательную характеристику и пояснения, почему этот голос не подходит и чего бы он хотел. Например, писал: «Да, голос очень энергичный, по тембру подходит Арагорну, звучит гениально в определенных моментах, но дело в том, что…» Он никого не обидел, все могли стать Арагорнами, но он выбрал номер три, которым оказался я. Мне всегда интересны характеры людей, роли которых я делаю. Понятно, что я не могу озвучивать, к сожалению, очень молодых, поскольку мой голос никогда не был очень молодым – поэтому я озвучивал Алана Рикмана в ГАРРИ ПОТТЕРЕ и Энди Гарсию в 12 ДРУЗЬЯХ ОУШЕНА. Алан Рикман практически стал моим вторым «я», ведь уже на протяжении восьми лет мы становимся старше с ним вместе.

БК-ACTION! Как вы оцениваете общий уровень дубляжа в России? В Интернете много нареканий, что тот или этот фильм испортили.

РЯЗАНЦЕВ. Хотим мы этого или нет, существует фонетическое различие русского и английского языков. Передать смысл сказанного, адаптировать оригинальную речь к русскому, сделать так, чтобы смыкание любого звука попадало в губы, найти какие-то точные синонимы и омонимы – серьезная работа. Когда в основе картины лежит драматургия, как в ГАРРИ ПОТТЕРЕ, испортить ее сложно. Не случайно Ахматова, Бродский, Гумилев были классными переводчиками. Конечно, таких мастеров вряд ли нужно привлекать, если мы прокатываем фильм МАЛЬЧИШНИК В ВЕГАСЕ, который в оригинале называется «С бодуна». Здесь вцепляться в качество перевода я бы не стал. Конечно, нужна элементарная редакторская работа с текстом монтажных листов. Раньше, когда у нас было чуть больше времени, мы обязательно просматривали подстрочник. Но сейчас мы выпускаем по две фильма в месяц, и для этого потребуется целый редакторский отдел. Но, по крайней мере, мы обсуждаем персонажный подбор голосов. Нескольких наших дубляжей были признаны лучшими среди выходивших в Европе фильмов Warner. Но самая высокая оценка качества проявляется в том, что супервайзер к нам больше не ездит – после нескольких контрольных проверок мы добились доверия со стороны студии. Контроль, безусловно, есть, только выглядит он уже иначе. Дубляж является собственностью Warner, которая за него платит, и каждый актер подписывает отказ от своей части прав на дублированную версию фильма. Фонограмма отсылается в Warner, и они, естественно, смотрят ее перед тем, как дают отмашку на печать копий. Очень редко бывают какие-то проблемы, в основном они связаны со сведением. Например, делают такие поправки: «Здесь разговор происходит в шумной ком-

SLANGPRODUCTION[S]
CREATIVE AGENCY
WWW.KINO-SLANG.RU

ВАМ БОЛЬШЕ НЕ НУЖНО ТРАТИТЬ ВРЕМЯ НА РЕДАКТИРОВАНИЕ ПЕРЕВОДА И ДУБЛЯЖА

10 ЛЕТ

Кинокомпания «КАРО ПРЕМЬЕР», отмечая 10-летний юбилей работы на кинопрокатном рынке России и стран СНГ, благодарит всех своих коллег и партнеров за доверие!

Наше сотрудничество отличает ответственный и творческий подход во всех вопросах. Не секрет, что рабочие, профессиональные взаимоотношения со многими из вас за эти годы переросли в дружеские.
Мы очень ценим это!
Еще раз спасибо за веру, и пусть проблемы и сложности обойдут вас стороной!

С уверенностью в успехе, всегда открытые для вас сотрудники Кинокомпании «КАРО ПРЕМЬЕР»

На правах рекламы

нате, а у вас голоса обычные, как будто разговаривают на улице». Тогда уже мы делаем перезапись.

БК-ACTION! Они никак не контролируют текст переводов?
РЯЗАНЦЕВ. Не думаю, что такой контроль помог бы увеличить, например, бокс-офис фильма ТРАНСФОРМЕРЫ. На каком-то этапе сотрудничества подобный контроль действительно нужен. Но мы нанимаем профессиональных людей, дипломированных и опытных переводчиков, которые работают не один год. Есть редакторы, укладчики, режиссеры дубляжа, и они составляют полноценную команду, которая в итоге и делает финальный вариант. Иногда бывают – сейчас практически нет – какие-то несоответствия между тем, что произносят на экране, и подстрочником. Мы тоже это обсуждаем.

БК-ACTION! Вы все время работаете со студией «Мосфильм-мастер»?
РЯЗАНЦЕВ. Да, потому что, когда мы заключали контракт с Warner в 1999 году, на постсоветском пространстве не было других студий. Приехала техническая комиссия Warner, которая тестировала лабораторию, студию речевого озвучания, студию перезаписи, процесс кодирования – в общем, весь технологический процесс, позволяющий создать локализованную звуковую дорожку фильма. И «Мосфильм-мастер» получил сертификат. Мы пока не видим необходимости что-то менять, за столь долгий период нас устраивает работа с ними. Но что-то, не связанное с контрактом, «Каропрокат» делает, например, на «Неве».

БК-ACTION! Какой момент дубляжа требует наибольшего контроля: перевод, укладка, озвучание?
РЯЗАНЦЕВ. Все перечисленное – необходимые составные части процесса. Нарушения в любом из них сразу приводят к перекосу. Все начинается с того, что режиссер дубляжа подбирает актеров, так, чтобы они естественно звучали в русской версии, и здесь важен опыта режиссера. Так, все части ВЛАСТЕЛИНА КОЛЕЦ делал Леонид Белозарович, который очень четко понимал то, что слышал, еще на этапе подбора актеров. В первой части Фродо озвучивал молодой актер, даже не актер, а певец одной группы, – и вот тогда мы получили по-полной. Голос абсолютно устроил Питера Джексона, но проба – это одно, а конечный результат – другое. Фродо получился несколько изнеженным. Поэтому самая главная часть, на мой взгляд, – это подбор голосов. Все последующие процессы можно правильно структурировать, хотя, безусловно, важны все.

БК-ACTION! Есть ли у вас в компании человек, который занимается контролем?
РЯЗАНЦЕВ. Да, он присутствует уже на окончательном сведении. Раньше это часто делал я. Сейчас этим занимается руководитель производственного отдела, который следит и за тиражами, и за своевременным поступлением исходных материалов в кинотеатры, и за качеством дубляжа. Он принимает финальную версию и делает контрольный просмотр, на который, кстати, мы иногда приглашаем наших букеров.

БК-ACTION! Вы привлекаете звезд к участию в дубляже?
РЯЗАНЦЕВ. Бывает, что мы приглашаем гениального искрометного актера, чей голос имеет индивидуальные особенности и чье имя неплохо бы использовать для продвижения картины. Так делают в Америке, когда ни с того ни с сего Камерон Диаз, Антонио Бандерас, Уилл Смит вдруг начинают озвучивать мультфильмы. Конечно, звезды дают определенный пиар. Однажды мы озвучивали мультфильм ДЕЛАЙ НОГИ и пригласили на пробы ребят из «Камеди Клаб», которые тогда еще не были такими уж звездами, – но ничего не получилось. В советское время голоса актеров становились визитной карточкой персонажа – как, например, в случае с Владимиром Кенигсоном и Луи де Фюнесом в ФАНТОМАСЕ. Много озвучивал Армен Джигарханян, но у него очень индивидуальный голос, его сложно с кем-то спутать. Иногда даже смотришь на персонажа, а видишь все равно Джигарханяна. Хотя недавно он просто блестяще сделал анимационный фильм ВВЕРХ, где герой даже изобразительно похож на Армена Борисовича – такой же седой, приземистый, очки, нос. Если получается органично, можно сыграть и на имени актера. Но если притянуто за уши – персонаж и голос живут отдельно друг от друга. В дубляже необходимо влезть в шкуру героя и представить себе, что ты – это он, и только тогда может получиться.

К сожалению, у нас бытует мнение, что дубляжом занимаются неудавшиеся актеры, и некоторые стесняются работать в этой сфере. Хотя сейчас такое отношение постепенно уходит: любая работа в почете, тем более в кризис. У нас есть замечательные актеры, которые занимаются дубляжом, которые верны своим персонажам. Актеры старой школы, как тот же Александр Белявский или Всеволод Абдулов, никогда не стеснялись своей профессии. С другой стороны, не думаю, что Константину Хабенскому нужно озвучивать обычные голливудские полнометражные фильмы – другое дело мультик, где можно по-актерски похулиганить.

БК-ACTION! Почему вы стали работать с Гоблином: считаете его хорошим переводчиком или его имя привлекает людей в кинотеатры?
РЯЗАНЦЕВ. Мы с Дмитрием провели эксперимент, понимая, что определенные жанры ему удаются, и пример тому – РОК-Н-РОЛЛЬЩИК. Мы выпустили именно непричесанный «гоблинский» перевод, даже первоначальная установка студии была на то, чтобы максимально сохранить жесткость текста. Я же ему не предлагаю переводить ГАРРИ ПОТТЕРА. А здесь у нас была возможность сделать оригинальную дорожку с его утрированным закадровым переводом к выпуску DVD, провести несколько фанатских сеансов с участием самого Гоблина – надо сказать, с очень неплохими результатами. Безусловно, реверанс ему как переводчику. Еще мы делали с ним МАЛЬЧИШНИК В ВЕГАСЕ. Не значит, что мы на всех фильмах подряд будем работать с Пучковым. Он хорош в своем жанре. Тем более что он и сам не будет переводить любовные мелодрамы. Ему интересны острые, оригинальные тексты, находящихся «на грани».

БК-ACTION! Какой вид перевода вы предпочитаете: дубляж, закадровый перевод или субтитры?
РЯЗАНЦЕВ. В любом случае – дубляж. Во всех странах Скандинавии делают субтитры, потому что там очень многие знают английский язык, и это экономически целесообразно в небольших странах, где и сборы небольшие. Дубляж для них – необоснованные траты. Первоначально мы дискутировали со студией, что лучше – дубляж или субтитры, но в нашей стране плохо смотрят субтитрированные копии. Дубляж – это дорогой технологический процесс и дополнительные волнения, но я думаю, что правильно давать вторую жизнь фильму на национальном языке.

БК-ACTION! Сколько стоит дублировать один фильм?
РЯЗАНЦЕВ. Порядка $30–50 тысяч. Траты на дубляж – это согласованные студийные расходы, но я убежден, что разница в бокс-офисе фильма дублированного и недублированного составила бы в разы большую сумму. Например, ЛЕДНИКОВЫЙ ПЕРИОД 3 или ШРЭК универсальны тем, что ориентированы на абсолютно различные аудитории. Образы всех героев считываются даже пятилетним ребенком – и часть из собранных ЛЕДНИКОВЫМ ПЕРИОДОМ 1,350 млрд рублей внесена именно детской аудиторией. А теперь представьте ограничения, которые получил бы этот же фильм с субтитрами: два часа люди перед тобой говорят на незнакомом языке. Окажитесь на секунду в ситуации интуриста, и вы уже почувствуете дискомфорт.

SLANGPRODUCTION[S]
CREATIVE AGENCY
WWW.KINO-SLANG.RU

МЫ ХОТИМ ПОДЕЛИТЬСЯ С ВАМИ
УНИКАЛЬНЫМ ОПЫТОМ ВЕДУЩИХ СПЕЦИАЛИСТОВ
ПО ЛОКАЛИЗАЦИИ С АНГЛИЙСКОГО

БК-ACTION! Влияет ли качество дубляжа на сборы?
РЯЗАНЦЕВ. Безусловно, особенно при современных методах общения. Но идеального дубляжа все равно не бывает, ведь восприятие зрителей очень индивидуально. Например, на премьеру ВЛАСТЕЛИНА КОЛЕЦ пришли толпы почитателей Толкиена, с какими-то деревянными мечами и щитами. Есть свои фанаты и у ГАРРИ ПОТТЕРА, которые по-своему представляют себе, как он говорит и как дышит, и дело даже не в том, слышали ли они оригинальную речь Дэниэла Рэдклиффа. В их ожидания и представления попасть почти невозможно. Для нас главное, чтобы дубляж не был испорчен в первую очередь актерской игрой, соотношением голоса и персонажа и технологическими нестыковками. Звук не должен никуда проваливаться, не быть громче, и главное – соответствовать задумке режиссера.

БК-ACTION! Не обидно ли вам, что актеры дубляжа остаются в тени славы?
РЯЗАНЦЕВ. Ну, почему же в тени … иногда бывают проблески ☺ Недавно, например, я шел от кинотеатра «Октябрь» к себе в офис и разговаривал по телефону, когда вдруг заметил, что какой-то парень буквально преследует меня. Он шел то впереди, то чуть отставал, и все время на меня смотрел. Когда я закончил разговаривать, он подошел и попросил автограф. «Вы ошиблись, я не актер», – была моя первая реакция. «Но ведь это вы озвучивали ПРОФЕССОРА СНЕЙПА В ГАРРИ ПОТТЕРЕ!? Мы всей семьей так любим вашего персонажа!», – возразил он и протянул листок. Если серьезно, то иногда бывает обидно, что актеров дубляжа сейчас никто, кроме киноманов, не знает. Когда мы делали премьеру ВЛАСТЕЛИНА КОЛЕЦ, не было возможности привезти ни Орландо Блума, ни Шона Эстина, ни Вигго Мортинсена, ни Элайджу Вуда. А какая премьера без звезд? Тогда я принял решение представить на сцене актеров, которые озвучивали любимых героев, – Григория Анашкина (Фродо), Володю Антоника (Борамир), Рогволда Суховерко (Гендольф), Славу Баранова (Голлум). Довольны в итоге остались все – и зрители, и, конечно же, мы, актеры ☺

ВЕСТИ С ФРОНТА

ДИСТРИБЬЮТОРЫ О ДУБЛЯЖЕ:

1. **Влияет ли качество дубляжа на результаты проката? Были ли случаи, когда плохой/хороший дубляж снижал/увеличивал посещаемость?**
2. **Каким фильмам вы уделяете наибольшее внимание при дубляже и почему?**
3. **Какое участие принимают студии в процессе дубляжа? Считаете ли вы оправданным подобный подход?**
4. **Есть ли в вашей компании человек, который следит за качеством работы переводчиков, студии дубляжа, сидит на озвучании, то есть контролирует процесс работы над дубляжом фильма?**

МАРИНА ЖИГАЛОВА-ОЗКАН

(генеральный директор компании Disney в России)

1. Мы не проводили отдельного исследования, которое показало бы влияние качества дубляжа на сборы в абсолютном или относительном выражении. Дубляж – это один из важнейших аспектов, которые обеспечивают высочайшее качество продукции Disney. Наши фильмы живут очень долго и после кинотеатрального проката; их многократно пересматривают и дети, и родители. Работая над дубляжом, мы стремимся сохранить и передать те ощущения, настроение, стилистику речи, которые были в оригинальной версии.
2. Безусловно, дубляжу мультфильмов мы уделяем очень большое внимание. Каждый мультфильм для нас – это произведение искусства, новый мир, уникальный продукт. Для дубляжа мультфильмов мы приглашаем наиболее креативных переводчиков и лучших режиссеров дубляжа. В работе с мультфильмами мы уделяем также большое внимание поиску новых интересных театральных актеров.

Специфика дубляжа мультфильмов, главным образом, заключается в том, что это скорее творческий, а не технический процесс. Довольно часто мы сотрудничаем со звездами отечественного кино и эстрады в области дубляжа анимационных и художественных фильмов. Персонажи, дублированные известными российскими артистами, становятся ближе и понятнее нашим зрителям.

Из последних примеров: в анимационном фильме ВОЛЬТ главного героя озвучивал Владимир Вдовиченков, хомяка Рино – Леонид Барац из «Квартета И»; в анимационном фильме ВВЕРХ – Мистера Фредриксена озвучил Армен Борисович Джигарханян; в фильме МИССИЯ ДАРВИНА – агента Хуарес озвучила Тина Канделаки, а агента Харли озвучил Евгений Стычкин; в анимационном фильме ФЕИ – королеву Клэрион озвучила Оксана Федорова, а маленьких фей – Надежда Михалкова, Ирина Рахманова, Елена Великанова, Анастасия Цветаева и Ольга Арнтгольц, а в мультфильме СПЯЩАЯ КРАСАВИЦА колдунье Мелифисенте подарила свой голос несравненная Любовь Казарновская.
3. Дубляжу в Disney придается особое значение. Существуют целые департаменты дублирования в США и Лондоне, а также локальные отделы дублирования во многих странах. В российском офисе компании Disney отдел дублирования отвечает за координацию всего российского дубляжа в целом, но, в первую очередь, за поддержку и контроль творческих аспектов. Мы считаем необходимым участие в дубляже русскоговорящего творческого менеджера со стороны Disney, его присутствие в студии на записи позволяет нам быть уверенными в качестве финального продукта.

Кроме того, голоса многих главных героев и абсолютно всех классических персонажей проходят утверждение творческим менеджером из головного офиса в США. Такая процедура является обязательной для всех стран и всех языков, на которые осуществляется дубляж того или иного фильма. Такой тщательный и детальный процесс к подбору голосов позволяет добиться невероятной схожести с оригиналом.

Для второстепенных персонажей голоса подбирает ассистент по актерам совместно с режиссером дубляжа, но утверждение российского творческого менеджера также является обязательным.
4. Как мы говорили ранее, да, такой человек есть. В российском офисе их даже два. Мы контролируем все этапы работы студии дубляжа.

КСЕНИЯ ГЕРАСИМОВА

(супервайзер дубляжа кинокомпании UPI)

1. Безусловно, качество дубляжа влияет на общее впечатление от фильма и, соответственно, на реакцию зрителя. В последнее время все актуальней становится более креа-

ТРОЙНОЙ КОНТРОЛЬ КАЧЕСТВА:
НА СТАДИЯХ ПЕРЕВОДА-УКЛАДКИ ДИАЛОГОВЫХ ЛИСТОВ, ЗАПИСИ АКТЕРОВ И НЕПОСРЕДСТВЕННО ПЕРЕД МИКСОМ

SLANGPRODUCTION[S]
CREATIVE AGENCY
WWW.KINO-SLANG.RU

тивный, индивидуальный подход к озвучке каждого отдельного фильма. Очень важно стараться избегать штампов и шаблонов, прочно прижившихся в дубляже за последние годы, – хочется живой речи, которая скорее найдет отклик среди зрителя, чем полумертвый диалог «по книжке». Если персонажи сыплют с экрана пустыми канцелярскими фразами, зритель перестает им верить. Также необходимо чувствовать героев и то, что хотел передать режиссер, – к сожалению, какое-то время назад была тенденция упускать нюансы речи и актерской игры в дубляже, из-за чего фильмы из комедий превращались в драмы. Живой пример тому – фильм РАЗВОД ПО-АМЕРИКАНСКИ, невероятно смешной в оригинале и неповторимо унылый в русской версии. Конечно, это сказывается на результатах проката. Из несомненных успехов можно выделить такие фильмы, как СОЛДАТЫ НЕУДАЧИ, МАДАГАСКАР, ЗАТЕРЯННЫЙ МИР и БЕССЛАВНЫЕ УБЛЮДКИ. Как и по другим проектам, по этим фильмам была проделана большая работа, связанная с адаптацией перевода для русского зрителя. СОЛДАТЫ стали культовым фильмом среди ценителей жанра и не сдали позиций даже ТЕМНОМУ РЫЦАРЮ, во многом благодаря удачной озвучке. МАДАГАСКАР 2 выдал рекордные сборы в прошлом году – стал самым кассовым зарубежным фильмом прошлого года, уступив лишь ИРОНИИ СУДЬБЫ 2, за что также можно поблагодарить прекрасный дубляж и великолепную работу наших звезд. ЗАТЕРЯНЫЙ МИР многим покажется неоднозначным примером удачного дубляжа, тем не менее, именно благодаря тщательной адаптации и очень позитивному опыту работы с Сергеем Светлаковым фильм нашел своего зрителя, а многие выражения стали крылатыми, как и в случае с СОЛДАТАМИ НЕУДАЧИ. БЕССЛАВНЫЕ УБЛЮДКИ, пожалуй, один из самых трудоемких проектов, показали прекрасный результат на старте, так что огромное внимание, уделенное дубляжу этой картины, тоже сыграло свою роль.

2. С момента, когда мы осознали важность грамотного дубляжа, наибольший акцент решили делать на комедии. Этому немало поспособствовал уже упомянутый РАЗВОД ПО-АМЕРИКАНСКИ, потерявший в русской версии свою «комедийность». Сейчас проводится одинаково тщательная работа по всем фильмам в том, что касается непосредственно адаптации текста и контроля за качеством озвучки. Проекты различаются лишь одним: работаем ли мы на них со звездами или нет. Звезды приглашаются для озвучания самых многообещающих картин – не только с точки зрения сборов, но и в равной мере с точки зрения нестандартности фильма. Проекты КУНГ-ФУ ПАНДА и ЗАТЕРЯННЫЙ МИР имеют совершенно разные аудитории и масштабы, и оба фильма остались в выигрыше благодаря работе звезд, притом что цели привлечения селебрити такого уровня для каждой из этих картин были свои. Еще одним необычным проектом стала РОК-ВОЛНА – была достигнута полная ассимиляция между фильмом и радиостанцией «Маяк», чьи ведущие озвучили, я бы даже сказала, «оживили» персонажей этой непростой картины. В этом фильме мы также внедрили бренд партнера в дубляж в виде упоминания частоты радиостанции и нескольких словообразований от названия «Маяк». С уверенностью можно сказать, что обе стороны остались довольны результатами совместной работы.

3. Времена, когда студии просто отдавали проект в российский офис и забывали о нем, обеспечивая лишь доставку материалов, в прошлом. Сейчас, особенно в непериод кризиса, студии очень тщательно следят за качеством и креативной составляющей дубляжа. По самым большим проектам ведется много споров и согласований, цель которых – донести до российского зрителя фильм именно в том виде, который ничем не уступает оригиналу, а может, и становится интересней. Из последних проектов образцом тесной работы со студией послужат, опять-таки, БЕССЛАВНЫЕ УБЛЮДКИ: каждый шаг, каждое решение и практически каждое слово были согласованы с головным офисом и с самим Тарантино. Результатом такого сотрудничества стало решение выпустить две версии фильма – одну практически полностью сдублированную, а вторую – так называемую «режиссерскую». Сам Тарантино изначально настаивал на одной, полностью субтитрированной версии, но нам удалось убедить его в необходимости дать российскому зрителю возможность оценить как задумку режиссера, так и, собственно, само кино, полное интриг и переплетений сюжетных линий. Без дубляжа очень сложно следить за развитием событий в такой картине. Ну, а ценителям кино в оригинале вполне подойдет субтитрированная версия фильма. Вовлеченность студии в проекты абсолютно оправданна – ведь чем больше людей уделяет внимание качеству, тем выше оно в итоге будет. А чем выше качество, тем лучше впечатление – значит, тем больше фильм понравится зрителю.

4. Да, это я.

ЕКАТЕРИНА БУШИНА

(директор по производству кинокомпании «20й Век Фокс СНГ»)

1. Конечно, качество дубляжа влияет на успех картины. Никто не сможет сказать в цифрах, как тот или иной дубляж повлиял на кассовые сборы фильма, но судить можно по отзывам зрителей. Их впечатление от фильма и отношение к дубляжу напрямую связано с посещаемостью фильма и его сборами. В качестве примера можно привести наши фильмы ГАРФИЛД и ГАРФИЛД 2, где Олег Табаков озвучивал кота Гарфилда. Дубляж в целом был удачный, плюс голос известного актера в главной роли придал этим фильмам дополнительную привлекательность для зрителя и обеспечил коммерческий успех.

2. Мы уделяем всем фильмам одинаковое внимание. Но бывают картины более и менее сложные для работы, требующие больших творческих затрат. В декабре, например, мы выпускаем АВАТАР Джеймса Камерона – часть диалогов там идет на вымышленном языке, который специально был создан для фильма. Актерам надо будет фонетически копировать этот язык. Некоторые персонажи говорят тоже со специально созданным для этого фильма акцентом, который надо будет соответствующим образом передать на русском.

Если фильм исторический или содержит какую-нибудь специфическую лексику («морскую», например, в фильме ХОЗЯИН МОРЕЙ), то приходится нанимать специальных консультантов. Есть ленты, которые требуют больших временных затрат. Например, если картина выпускается в тот же день, что и в Америке (а все крупные релизы так и выпускаются), то студии приходится работать сначала по предварительной версии, и иногда их бывает несколько штук, а затем в очень сжатые сроки вносить правки, проводить «дописки», перезапись.

Внимательного подхода требуют комедии – чтобы адекватно перевести или адаптировать шутки. Есть фильмы сложные в техническом исполнении – много спецэффектов, сложные обработки голоса. В таких случаях «Фокс» старается предоставить студии максимум полезной технической информации, полученной от создателей фильма, чтобы облегчить работу. Особая история – это работа со «звездами» – переговоры, согласования графиков.

3. Студия полностью контролирует дубляж, начиная от сметы и сроков до перевода, подбора актеров, качества перезаписи. «20й Век Фокс» считает качество дубляжа крайне важным в прокатной судьбе картины и поэтому относится к этому процессу очень серьезно.

4. Да. Непосредственно я контролирую весь процесс дубляжа: перевод, выбор «звезд» (если мы считаем необходимым их привлечение к работе над фильмом), студия всегда согласовывает со мной возникающие по ходу работы творческие вопросы. На озвучании я не сижу, но при малейших ситуациях, требующих особого внимания, прослушиваю записанный материал и утверждаю финальную перезапись.

Крис Пайн

Пайпер Перабо

Избегай зоны скопления людей

Вступая в контакт с другими людьми, считай, что у них – вирус

Никогда не прикасайся к тому, что не прошло дезинфекцию

Помни: заражен – значит мертв

НОСИТЕЛИ

WWW.CARRIERSMOVIE.COM

СКОРО В КИНО

На правах рекламы

СЕРГЕЙ БОНДАРЕВ

(директор по прокату кинокомпании «Вольга»)

1. Несомненно, влияет. Правильный, качественный дубляж – если не половина успеха хорошей картины, то четверть точно. Как ваш зритель будет рекомендовать знакомым фильм, если у него во время просмотра резало слух от гнусавого голоса, которым вдруг заговорил любимый актер, и если он замечал, как на втором плане герои беззвучно открывали рот? Качественный дубляж, как и профессиональная адаптация диалогов, – едва ли не главное, без них можно забыть о возможности «хорошего сарафана», о фразах «точно пересмотрю на DVD» и прочих сигналах того, что ты помог стать проекту «продуктом на века» для российской аудитории. С МИЛЛИОНЕРОМ ИЗ ТРУЩОБ у нас было примерно так же: дубляж фильма, где половина эпизодов на хинди, можно было испортить всего лишь двумя-тремя неправильными или вовремя не принятыми решениями. Насчет посещаемости – простите, странный вопрос. Вы действительно считаете, что влияние дубляжа на посещаемость можно проверить?! Конечно, тест-просмотр или фокус-группа с такой задачей бы справилась, но когда у тебя фильмы идут потоком раз в три недели, приходится довольствоваться: а) собственным чувством вкуса, б) собственным слухом и в) опытом коллег и профессионалов, с которыми ты разделяешь критерии качественного дубляжа.

2. У нашей компании было немного фильмов и достаточно времени, чтобы уделить внимание каждому. Каким наибольшее? Наверное, тем, в которые сильно верим. Чтобы человек пришел на фильм, а не скачал левой ногой озвученную экранку-пиратку с копией того же фильма, мы должны не позволить ему пожалеть о потраченных деньгах, дать ему убедиться в правильности своего решения.

3. На моей памяти были случаи, когда крупная дистрибьюторская компания, мейджор года, выдавала такие ужасающие примеры дубляжей-поделок для голливудских проектов один за другим, что скулы сводило. И что же? Средние фильмы этой компании загибались на первом же уикенде, более-менее устойчивые выживали и со скрипом зарабатывали, практически через один получая люлей от внимательной аудитории за непрофессионализм дубляжистов и пофигизм студии. Если это и можно назвать подходом, то весьма спорным. Неоднократно приняв участие в раздаче этих люлей в блогах и в прессе, я и решил для себя, что доведись мне выпускать когда-либо кино, буду лично следить за качеством локализации или поручу это человеку, которому доверяю. Спасибо Руслану Татаринцеву, который вынес на своих плечах адаптацию сложных проектов в UIP и Paramount, научив меня важности персонального, неформального подхода к дубляжу. Если бы не он, то я бы, наверное, считал за норму отдать фильм с монтажными листами студии дубляжа и прийти за результатом через 10 дней.

4. Есть. Я и Николай Митропольский, приглашенный мной на дубляж МИЛЛИОНЕРА и почти в одиночку вытянувший все наши проекты после РЕСТЛЕРА.

НАТАЛИЯ ИВАНОВА

(менеджер по дубляжу и печати копий «Централ Партнершип»)

1. Абсолютно точно очень влияет. К сожалению, не могу предоставить какие-то конкретные данные по поводу посещаемости, но абсолютно точно знаю, что плохой дубляж может отразиться и на посещаемости, и на «сарафане» в том числе, равно как и хороший дубляж (который особенно важен в комедиях) может поспособствовать сборам.

2. Несомненно, каждый фильм требует пристального внимания и особого подхода при дубляже, но, тем не менее, комедии нуждаются в особом подходе, так как очень зависят от точности перевода и адаптации шуток, качества игры актеров и правильно расставленных акцентов.

3. Здесь все зависит от студии и от конкретного проекта. Обычно больше внимания студии уделяют самым крупным и важным релизам года. Считаю такой подход абсолютно оправданным.

4. Да, такой человек есть, этим занимаюсь я. Все переводы прочитываются, вносятся свои коррективы, согласовываются с директором по маркетингу. В большинстве случаев я присутствую на записи, обязательно отсматриваю предварительный вариант дубляжа – в целом, весь процесс озвучания тщательно контролируется.

СЕРГЕЙ СОРОЧКИН

(генеральный директор кинокомпании «Люксор»)

1. Влияет в значительной степени. Хороший дубляж иногда может «вытянуть» картинку, дать определенную динамику. После просмотра любого фильма какая-то часть зрителей может остаться довольной или недовольной его озвучкой, и это напрямую влияет на «сарафан». А хороший дубляж с популярными актерами, как и во всем мире, может подвигнуть людей на поход в кино.

2. Наша компания уделяет большое внимание дубляжу каждого фильма – особенно это касается лент для самых маленьких наших зрителей. Есть великолепный пример того, как с помощью дубляжа мы смогли расширить аудиторию фильма ПЕРЕПОЛОХ В ГИМАЛАЯХ. Картина вышла в Германии, много собрала именно за счет своего специфического, пошловатого юмора, ориентированного на молодежную аудиторию. Когда мы в первый раз показали фильм в Сочи, многие были в шоке, как можно пускать детей на такие фильмы. Приехав в Москву, мы точно для себя решили, что мультфильм нужно делать семейным. Кардинально изменив текст-дубляж, мы смогли «вытянуть» проект и привлечь детскую аудиторию. Так что по опыту могу сказать: дубляж играет огромную роль, наравне с картинкой и режиссурой.

3. Студии принимают непосредственное участие – они все-таки специалисты в этой области, и предложение исходит от них, а наше дело согласиться с ним или нет. Мы очень внимательно относимся к актерам дубляжа и их голосам, согласовываем все нюансы со студией дубляжа. У нас довольно давно сложились партнерские отношения со студией «Мосфильм-мастер». Положительный момент нашего длительного сотрудничества – это свой «голос» компании – диктор, который озвучивает названия фильмов и титры, ролики.

4. У нас есть такой человек – специалист PR-отдела. Он присутствует на всех этапах, от утверждения текста до раскладки по кадрам, к его слову прислушиваются на студии. После озвучки весь материал присылается к нам в компанию, и коллегиально происходит окончательное утверждение уже готового продукта. Мы внимательно следим за дубляжом своих проектов, в последнее время стали больше вкладывать средств, привлекая узнаваемые «голоса». Например, сейчас в прокате идет фильм БОЛЬШОЕ ПУТЕШЕСТВИЕ ВГЛУБЬ ОКЕАНОВ 3D, где на роль Черепахи пробовались трое известных актеров, но мы выбрали Юлию Рутберг. Она внесла живую струю в этого персонажа, добавила динамики – Черепашка вышла задорной и необычной. Сейчас мы приступаем к озвучанию фильма ПРАВДИВАЯ ИСТОРИЯ КОТА В САПОГАХ. На роль Кота у нас уже есть утвержденная кандидатура – это будет веселый, игривый Кот в исполнении Гарика Мартиросяна. Если все сложится, то роли Принца и Принцессы озвучит чета Безруковых, а Королевой станет Мария Аронова. В связи с этим мы планируем переозвучить трейлер с новыми «голосами» и выпустить новый плакат.

Подготовила Анастасия ДУГИНОВА

SLANGPRODUCTION[S]
CREATIVE AGENCY
WWW.KINO-SLANG.RU

ВИРТУОЗНОЕ ВЛАДЕНИЕ АНГЛИЙСКИМ И РУССКИМ

На правах рекламы

ПЕРЕВОДЧИКИ: НЕЗАМЕНИМЫЕ «ШЕСТЕРЕНКИ»

В понимании обычного зрителя, имеющего крайне отдаленное представление о дубляже, переводчик – это главная фигура, на которой лежит вся ответственность за текст, который мы слышим с экрана, а потому ему и достаются все шишки. На самом деле, хотя переводчик и является автором русского текста, он лишь один из многих участников процесса. Его работа подвергается разнообразным изменениям, попадая к укладчику (который приспосабливает слова к мимике актеров на экране), режиссеру дубляжа и актерам, не говоря уже о том, что свои требования существуют и у заказчиков. Побеседовав с тремя переводчиками – Павлом Силенчуком, Сергеем Козиным и Дмитрием «Гоблином» Пучковым, мы разузнали о деталях работы над оригинальным текстом фильма и увидели, как по-разному можно подходить к самому переводу и к его дальнейшей судьбе.

ПАВЕЛ СИЛЕНЧУК: «НАИБОЛЬШИЙ КОМФОРТ ДАЕТ ДУБЛЯЖ»

Имя Павла Силенчука хорошо известно на студиях дубляжа – не только потому, что почти все из них пользовались его переводческими услугами, но и потому, что уже более двух лет он является независимым супервайзером – связующим звеном между ними и одним из мейджоров. Переводить (и озвучивать) фильмы он начал еще в 1991 году, будучи студентом. Прекрасно зная, что такое перевод на слух, с 1997 года Павел Силенчук работает в дубляже, и сейчас мы знаем его по русским текстам к фильмам МИССИЯ НЕВЫПОЛНИМА 3, МЮНХЕН, КУНГ-ФУ ПАНДА, МОНСТРЫ ПРОТИВ ПРИШЕЛЬЦЕВ, ВАЛЬКИРИЯ, ХРАНИТЕЛИ, ЗВЕЗДНЫЙ ПУТЬ, ТРАНСФОРМЕРЫ, БРОСОК КОБРЫ.

БК-ACTION! Расскажите, в чем заключаются обязанности супервайзера голливудской студии.

ПАВЕЛ СИЛЕНЧУК: Супервайзер – это представитель студии, который на проекте отвечает за связь творческой группы дубляжа со студией-заказчиком. Студия доверяет ему участие в контроле кастинга, проверке уложенного текста, записи, монтажа и сведения – от начала до конца. Он не начальник, но человек, который дает рекомендации. Супервайзер – независимая фигура с точки зрения того, что он работает не на студию звукозаписи или местного дистрибьютора, а на студию-производителя, которая находится за границей. Но дело не в доверии или недоверии студии дубляжа, которая осуществляет проект, а в дополнительном контроле качества: если фильм отдан на какую-то студию, значит, ей уже доверяют.

БК-ACTION! Как изменилось отношение к переводу за последние 10 лет?

СИЛЕНЧУК: За прошедшие несколько лет появился такой фактор, как контроль со стороны прокатных компаний либо представителей компаний-производителей. Они читают уложенный текст и вносят какие-то правки. Сейчас все больше проектов, на которых обязательно утверждают актеров дубляжа. Обычно еще до того, как появляется сам фильм, студия присылает для проб нарезку клипов, рабочий материал или просто фразы с площадки – поэтому бывает, что актерам трудно понять, что вообще происходит в кадре. Присылают и списки героев, на которых нужно сделать пробы, – от пяти до восьми человек. Режиссер дубляжа на свое усмотрение подбирает актеров, основываясь на самой роли и на том, кто озвучивал этого актера раньше. Пробы отсылаются обратно, продюсеры дубляжа на западной студии делают свои пометки. Если кого-то не утверждают, то пишут «Попробуйте еще трех актеров» или «Этот человек потенциально подходит, но нам в данной роли необходимо это и это». Процесс может затянуться на месяц.

БК-ACTION! Каковы общие требования к дубляжу со стороны студии-заказчика?

СИЛЕНЧУК: Существует продюсер дубляжа, тоже фрилансер, который контролирует проект на территориях, рассматривающихся как основные. Как минимум, это пять стран: Россия, Франция, Германия, Италия, Испания, и сейчас добавилась Украина; в этот же список входят некоторые восточноевропейские и азиатские страны и Латинская Америка. Один продюсер контролирует дубляж на всех территориях, и это очень большая нагрузка. Физически он может присутствовать на проверке текста и миксе. Бывает, что в команде продюсера дубляжа есть супервайзеры, которые специализируются на Азии. Кроме того, продюсер находится на прямой связи с авторами фильма, и если у нас возникают вопросы, он с ними консультируется. Для контроля перевода продюсер создает специальную таблицу с ключевыми фразами, которые он (в нашем случае – она) хотел бы проверить в локализованной версии. Из уложенного текста их переводят обратно на английский, и продюсер дубляжа дает комментарий. Когда начинается запись, на серьезных проектах продюсеру отправляют отдельные сцены с участием главных героев, чтобы дополнительно проверить, правильно ли подобраны голоса, хорошо ли они звучат вместе. После записи готовый материал целиком отправляют на прослушивание продюсеру.

БК-ACTION! Часто ли приходится вносить изменения в готовый дубляж?

СИЛЕНЧУК: Бывает, что приходит финальный вариант и оказывается, что нужно внести изменения в уже дублированную версию. Самые сложные ситуации – когда совпадают премьеры мировая и российская и мы идем в ногу с американцами: они делают предварительную версию и присылают ее, скажем, за месяц. Если мы начинаем писать по версии P1, а через две недели режиссер делает вторую версию, он может все перемонтировать, и приходится переделывать. Иногда изменения продолжают вносить до самого сведения, и появляются реплики, которых раньше не было. В этих случаях студии-производители просят, чтобы актеры дубляжа были доступны в любой момент для записи дополнительного материала. Когда, например, обнаруживается, что пропущена реплика, я тоже могу озвучить какую-нибудь крошечную роль.

SLANGPRODUCTION[S]
CREATIVE AGENCY
WWW.KINO-SLANG.RU
ВЫСОКОКЛАССНЫЙ ПЕРЕВОД ОТ НОСИТЕЛЕЙ ЯЗЫКА

БК-ACTION! Каковы стандартные сроки работы?
СИЛЕНЧУК: На больших проектах сведение занимает неделю, запись – 2 недели, всего выходит 5 недель без кастинга. На обычных картинах можно все сделать дней за 10–14. В случаях, когда приходится переводить за 2 дня, я, конечно, стараюсь, чтобы все было хорошо, но это просто тяжело физически.

БК-ACTION! Расскажите о работе переводчика. Вот, например, распространенный упрек – непереведенные имена, как в ТРАНСФОРМЕРАХ.
СИЛЕНЧУК: В случае ТРАНСФОРМЕРОВ все права на имена принадлежат авторам игрушек, и жесткое требование правообладателей – чтобы имена сохранялись на английском. Точно так же в фильме БРОСОК КОБРЫ остались G.I. Joe, Heavy Duty, Snake Eyes. Кроме того, все, что звучит с экрана, – это не собственно перевод, а уже уложенный текст, который подвергается изменениям в студии. Над переводом работают два или три человека, в зависимости от того, является ли переводчик одновременно укладчиком или укладчик – режиссером.

БК-ACTION! Часто встречаются такие совмещения профессий?
СИЛЕНЧУК: Переводчики-укладчики распространены в мировой практике, что вполне логично: ведь здесь не подстрочный перевод, он выражает эмоции. К сожалению, у нас переводчиков-укладчиков немного, но со временем их станет больше. Лично я, зная специфику укладки, стараюсь уже в процессе перевода менять текст в соответствии с требованиями экрана. По крайней мере, пытаюсь соблюдать ритмику. Проблема укладки существует во всех языках. Мне рассказывали, что очень тяжело укладывать немецкий язык, его ритмически сложно отработать. Некоторые продюсеры проводят обсуждения готового, переведенного и уложенного текста. Например, я в присутствии продюсера дубляжа, режиссера дубляжа и укладчика начинаю переводить текст на английский. На эту проверку обычно отводится два дня, обсуждается каждая реплика, учитываются вопросы, возникшие в других странах. Как-то мы работали над большим проектом, и было сделано семь версий. Соответственно, на обсуждение каждой уходило два дня, а весь процесс занял две недели.

БК-ACTION! С какими жанрами сложнее всего работать?
СИЛЕНЧУК: С фильмами, изобилующими американскими реалиями. Картина на тему американского футбола сложнее, чем любая комедия, хотя бы потому, что нужно объяснить, что происходит. Вторая категория – фильмы об афроамериканцах: у них совершенно другой язык. Вообще, передача акцентов – огромная проблема во всех странах, но, например, во Франции гораздо легче найти немецкого или арабского актера с натуральным акцентом. У нас же придуманный акцент по большей части звучит неестественно. Например, в БРОСКЕ КОБРЫ один из героев – шотландец, акцент которого на русском передать невозможно, и поэтому в одном месте пришлось вставить что-то вроде: «Как говорим мы, шотландцы». Но марокканский акцент другого, на мой взгляд, получился неплохо. Совершенно нерешаемая проблема – когда герой говорит с русским акцентом, как, например, в СТАР ТРЕКЕ. Локальный акцент будет звучать в устах образованного молодого человека странно, и, как ни жалко, оригинальный акцент пропал. Зато в украинской версии СТАР ТРЕКА произношение Павла Андреевича Чехова вышло прекрасно. Студии всегда рекомендуют сохранять акценты – это нужно для соблюдения авторского замысла, но они не должны звучать смешно. Кроме того, существует не связанная с переводом проблема, актуальная для всего мира, – дефицит голосов. Новые голоса появляются достаточно редко. Например, на том же СТАР ТРЕКЕ от студии поступила настоятельная рекомендация использовать молодых актеров, свежие голоса.

БК-ACTION! Вы отслеживаете судьбу своего перевода?
СИЛЕНЧУК: Если я закончил перевод на проекте, на котором я не работаю в качестве супервайзера, значит, я работу сделал. Если у укладчика есть вопросы – я отвечу, но вмешиваться в дальнейший процесс считаю неправильным.

ДМИТРИЙ «ГОБЛИН» ПУЧКОВ: «ЗАКАДРОВЫЙ ПЕРЕВОД – НЕ СОВЕРШЕНСТВО, НЕ ПАНАЦЕЯ, НО НАИМЕНЬШЕЕ ИЗ ЗОЛ»

Некоторые киноблоггеры, не сговариваясь, нынешний год окрестили «годом Гоблина», что неудивительно. В переводе Дмитрия Пучкова вышло неожиданно много кинотеатральных хитов – в том числе АДРЕНАЛИН 2, ДЖОННИ Д., БРУНО, БЕССЛАВНЫЕ УБЛЮДКИ. На самом деле, «год Гоблина» наступил гораздо раньше – когда безумную популярность завоевал его пародийный перевод ВЛАСТЕЛИНА КОЛЕЦ. В том же успехе скрывается и причина, по которой к переводческим способностям Гоблина, бывает, относятся скептически: редкие люди осознают разницу между переводами, которые их автор обозначает как «смешные» (не имеющие ничего общего с оригиналом) и «правильные» (претендующие на точное соответствие исходному варианту). Тем не менее, сегодня Дмитрий Пучков превратился практически в единственную звезду киноперевода, чье имя может привлечь зрителей в кинотеатр – особенно если он озвучивает фильм «живьем».

БК-ACTION! Почему кинопереводчику трудно добиться известности и как это удалось вам?
ДМИТРИЙ ПУЧКОВ: Переводчик – не самостоятельная «творческая единица». Переводчик – как маленькая шестеренка, передающая вращение между двумя огромными шестернями разных культур. С одной стороны, необходимейшая часть механизма, с другой – не очень заметная. Хотя в России, где с иностранными языками в последние сто лет ситуация была неважной, хорошие переводчики от безвестности не страдали. Что касается меня, то совпал ряд факторов. Появился Интернет, радикально упростились способы передачи информации, появились DVD, образовался серьезный «вакуум» в области переводов. Переводить надо много, а делать это некому. «Старое поколение» не умеет обращаться с новой техникой – да и не хочет этим заниматься, новое поколение не имеет должного уровня знаний. Ну а в моем случае все в наличии: лет мне много, познания в самых разнообразных областях достаточно обширные, кино люблю, с компьютером на «ты». Плюс некоторые литературно-публицистические способности, которые регулярно проявляю на своем собственном сайте, на который ходят 500 000 человек в месяц – не у каждого журнала такое количество читателей.

SLANGPRODUCTION[S]
CREATIVE AGENCY
WWW.KINO-SLANG.RU

БК-ACTION! Уступаете ли вы зрителям, которые часто ждут от вас не столько «правильного», сколько «смешного» перевода?
ПУЧКОВ: Аудитория делится на две части: одни слышали про «смешные» переводы, другие регулярно смотрят «правильные». Первых больше, но на просмотры фильмов ходят вторые. Ну а те, кто хочет повеселиться, видят фильмы с совершенно неожиданной стороны. Сперва им кажется, что это я все шутки придумываю и поэтому так весело, а потом начинают понимать, что это просто перевод хороший. Так и приобщаются.

БК-ACTION! Как произошел ваш переход из «нелегального» в «официальный» статус?
ПУЧКОВ: Ни в каком «нелегальном» статусе никогда не был. Ранее трудился в компьютерных игрушках – в данной области являюсь автором пары отечественных блокбастеров с миллионными (в долларах) бюджетами. Кино же переводил сугубо для души и для друзей – дабы люди могли понять, о чем же там на самом деле идет речь. Собственно, первым пригласил меня поработать Руслан Татаринцев из UIP – вместе с ним сделали перевод для мультика ОТРЯД АМЕРИКА: ВСЕМИРНАЯ ПОЛИЦИЯ. Фильм вышел в прокат, а я отправился с гастролями по городам и весям, переводить вживую. Вот с этого момента все изменилось: стало ясно, что дело выгодное, что зрителю интересно, а для фильма – дополнительная реклама.

БК-ACTION! Может ли «живой» перевод в кинотеатре стать массовым развлечением?
ПУЧКОВ: Смысл подобных мероприятий как раз в их эксклюзивности, ведь я один и возможности мои не безграничны. Но больше тысячи человек в одном зале на хороший фильм собрать можно – тому примером показ БЕССЛАВНЫХ УБЛЮДКОВ в московском кинотеатре «Октябрь». Что характерно, сделано это было без какой-либо дополнительной рекламы, только с помощью баннера на моем сайте. Причин популярности несколько. Во-первых, фильмы перевожу хорошие, зрители их любят. Во-вторых, попасть могут далеко не все, что добавляет интереса. В-третьих, перевожу и озвучиваю я сам, «за кадром», и многим нравится именно это. Аудитория – неплохо образованная молодежь, проживающая в мегаполисах, любители кино, очень часто – поклонники фильма, способные оценить качество перевода и обеспечить фильму хороший «сарафан».

БК-ACTION! Вы говорили, что в принципе являетесь сторонником закадрового перевода. В чем его преимущества перед дубляжом?
ПУЧКОВ: Современное развлекательное кино немыслимо без качественного звука. И только дубляж позволяет донести до зрителя звук без искажений. Но, например, русский текст примерно на 25% «длиннее» оригинала, а значит, при подготовке для дубляжа урезается. Далеко не все можно свести к афористичным и кратким репликам, точно уложить в артикуляцию. Что-то приносится в жертву, что-то звучит иначе, что-то ликвидируется совсем. При этом мне не кажется, что среди наших актеров есть равноценные замены для звезд калибра Де Ниро, Аль Пачино, Мэрил Стрип. Даже с Арнольдом Шварценеггером как-то не сложилось. Далеко не всегда режиссер дубляжа знает английский настолько хорошо, чтобы адекватно понимать происходящее на экране и верно оценивать сделанное переводчиком. В результате получается несколько не тот фильм, что в оригинале. Субтитры – да, наиболее верный способ перевода: тут тебе и оригинальная речь актеров, и оригинальный звук. Но, судя по опросам, смотреть фильмы с субтитрами хочет примерно 3% зрителей. Закадровый перевод – не совершенство, не панацея, но наименьшее из «зол». Оригинальные голоса актеров – вот они, уместная длительность фраз – вот она, и полное погружение в фильм – тоже вот оно. Кстати, на DVD прекрасно уживаются и оригинальная звуковая дорожка, и дубляж, и субтитры. А если добавить закадровый перевод, тот же самый DVD, к примеру, можно продать еще раз – как коллекционное издание, улучшенное и дополненное.

БК-ACTION! Отслеживаете ли вы судьбу вашего перевода при дубляже?
ПУЧКОВ: Когда поступает предложение сделать перевод, я немедленно предлагаю принять участие в дубляже. Мне ведь как переводчику очевидны вещи, неочевидные другим. С режиссерами дубляжа работал неоднократно, никаких проблем при этом не возникает. Я человек неконфликтный, мне неинтересно самоутверждаться, мне интересно, чтобы дубляж получился хороший и фильм успешно прошел в прокате. Уверенно полагаю, что и остальным участникам процесса в первую очередь интересно то же самое, но не все это сразу осознают. Считаю, отлично получился АДРЕНАЛИН 2: ВЫСОКОЕ НАПРЯЖЕНИЕ, который мы делали вместе с режиссером Александром Новиковым на студии «Пифагор». У нас было полное взаимопонимание, и конечный результат порадовал не только нас, но и зрителей. Да и сборы вроде бы неплохие.

БК-ACTION! Ваше имя – это уже некоторая гарантия успеха картины на рынке. Выбираете ли вы проекты, под которыми подписываетесь?
ПУЧКОВ: Лучше всего у меня получаются переводы фильмов про полицию, про военных, про бандитов и комедии. Кроме того, стараюсь переводить фильмы, которые интересны лично мне. Не обязательно, что всем понравится, но «в правильном переводе Гоблина» – некая гарантия того, что фильм стоит посмотреть.

БК-ACTION! Основная претензия к вашему «правильному переводу» в том, что вы не стесняетесь переводить нецензурную брань как нецензурную брань.
ПУЧКОВ: Нецензурная брань – это как красная краска у художника. Может ли художник писать картины без красной краски? Конечно, но только если сочтет это нужным. Да и то это заставит задуматься, все ли у него хорошо с головой. Авторы диалогов работают со всей «языковой палитрой», а задача переводчика – переводить, а не заниматься цензурой. Что должно быть и чего не должно быть в фильме – решают сценарист и режиссер, а не переводчик. Я не сторонник того, чтобы во всех кинотеатрах звучала нецензурная брань. Я сторонник строгих ограничений по возрасту: давно пора возродить советскую практику «Детям до 16». А для взрослых в подобных словах ничего нового нет, главное – предупредить людей перед просмотром, чего ждать от фильма.

БК-ACTION! Но ведь это лишь малая доля того, что необходимо донести при переводе: существуют еще игра слов, цитаты, культурные реалии…
ПУЧКОВ: Сложнее всего переводить шутки. Все, наверно, помнят, Пряничного человечка из мультика Шрэк. У этого человечка есть «прямой аналог» – наш Колобок. Сказки практически одинаковые, только у человечка есть руки, ноги и глазурные пуговки, а у Колобка наоборот – ни рук, ни ног. У них он говорит про пуговицы, а у нас шутки про Колобка совсем про другое. Перевести подобное «в лоб» практически невозможно. Шутки надо либо придумать заново, либо подыскать понятные нашему зрителю аналоги. При этом нельзя скатываться «в русскость» – дело происходит в Гарлеме, а не в Рязани. Собственно, ловкость перевода реалий одной культуры в другую и есть основной критерий правильности перевода. Сегодня все стало значительно проще, чем всего несколько лет назад. Электронная почта, скайп, возможность мгновенной связи как со специалистами, так и с авторами.

БК-ACTION! К кому вы обращаетесь за советами, когда возникают сложности?
ПУЧКОВ: Обращаться, в первую очередь, следует к создателям фильма. Именно они знают, что именно говорит персонаж и почему он говорит именно это. Они придумывают смешные фамилии, определенным образом привязывают события к топонимам, шутят определенные шутки и придумывают все остальное. Люди, погруженные в другую культурную среду, зачастую просто не осознают очевидного для них и неочевидного для иностранцев. Например, фильм называется Out of Sight, и на русский его переводят как ВНЕ ПОЛЯ ЗРЕНИЯ, а на самом деле это часть поговорки: Out of sight, out of mind – «С глаз долой – из сердца вон». И фильм, соответственно, называется С ГЛАЗ ДОЛОЙ.

SLANGPRODUCTION[S]
CREATIVE AGENCY
WWW.KINO-SLANG.RU
ЭФФЕКТИВНОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ СО СТУДИЯМИ ДУБЛЯЖА

ПРЕДСТАВЛЯНАМА

ФИЛЬМ ГАРИКА МАРТИРОСЯНА И СЕМЁНА СЛЕПАКОВА

Золотые яйца Чингисхана

Наша Раша

Ошенама скоро!

Пинзес! **24 ДЕКАБРЯ**
во всех кинотеатрах

На правах рекламы

СЕРГЕЙ КОЗИН: «МАТ – ЭТО БОЕВОЕ ЗАКЛИНАНИЕ»

Сергей Козин – одно из тех имен, которые знатоки называют сразу, когда речь заходит о переводе фильмов. На его счету переводы множества картин с английского и французского, в том числе РЕСТЛЕР, ВИКИ КРИСТИНА БАРСЕЛОНА, РИКИ, ВНУТРЕННЯЯ ИМПЕРИЯ, ВОЛЬТ, а в качестве весомого бонуса – грандиозная двухтомная «Авторская энциклопедия фильмов» французского критика Жака Лурселя. Нынешнюю карьеру Козин (некогда просто менеджер кинокомпании, но с переводческим образованием) начал с работы в кинозале. Субтитры ко многим фильмам, выпущенным «Централ Партнершип» в ограниченный прокат и показанным в кинотеатре «35 мм», были сделаны именно им. Потом стали приглашать и на дубляж – Козин сотрудничает, например, со студиями «Нева-фильм» и «Пифагор». Именно его голос мы слышим на Московском международном кинофестивале и многих пресс-показах.

БК-ACTION! Какой способ перевода, по-вашему, наиболее адекватен: субтитры, закадровый перевод или дубляж?

СЕРГЕЙ КОЗИН: Мне однажды довелось поехать во Францию записывать закадровый перевод. Понаблюдать за происходящим в студии собрались все – оказалось, что во Франции вообще не делают закадрового перевода. Фильмы выходят с субтитрами и в дубляже. Перевод за кадром считается доисторическим видом перевода, который сейчас, к сожалению, вымирает. Мне он нравится, потому что позволяет переводчику раскрыться, а зрителю – почувствовать фильм. К субтитрам многие у нас еще не привыкли, но, думаю, постепенно приучатся. В Европе субтитры ни у кого проблем не вызывают: слышать актеров всегда интереснее, чем людей, дублирующих их голоса, или переводчика. Считанных переводчиков интересно слушать, а если тебя раздражает голос за кадром, то и фильм будет восприниматься плохо. Порой субтитры – самый адекватный вариант: они абсолютно нейтральны, к ним не испытываешь неприятия, если это не совсем бездарный текст.

БК-ACTION! Чем отличаются переводы фестивальных и прокатных версий?

КОЗИН: Часто фильмы появляются на фестивалях еще до приобретения в прокат, поэтому фестивальные переводы отличаются от прокатных. На фестивалях работает своя служба, там очень строгая система субтитров: например, строка должна иметь определенную длину – не больше 35 печатных знаков. Если фильм потом выпускается с субтитрами, то перевод, возможно, не будет ничем отличаться. А если он выходит в дубляже, делается другая версия.

БК-ACTION! В каких этапах дубляжа вы обычно принимаете участие?

КОЗИН: Бывает по-разному. Я не состою в штате ни одной студии озвучания и сотрудничаю с разными компаниями, меня знают по моим предыдущим работам. Дубляж – действительно сложный процесс, в котором, помимо переводчика, участвует много других людей. Поэтому часто, когда смотришь переведенный фильм, находишь ошибки, которых не совершал. Иногда встречаются очень странные решения, которых не было в твоем тексте и которые возникают при укладке или на стадии озвучания (когда актеру не понравилась реплика или режиссер что-то не так понял). Все зависит от студии и от режиссера, но произойти может что угодно. Мне кажется, единственно верный способ работы – это когда переводчик участвует на всех этапах дубляжа, как, например, мы работали на РЕСТЛЕРЕ.

БК-ACTION! Как вы думаете, почему возникают подобные ошибки – из-за недостаточного профессионализма укладчиков, или других людей, работающих на дубляже?

КОЗИН: Я не могу судить о профессионализме укладчиков, потому что это не моя профессия. Они высочайшие мастера в своей области, прекрасно знающие особенности нашей и английской речи, а укладывать русскоязычные фразы в английские губы – безумно тяжелая работа, я пробовал. Иногда они могут пожертвовать смыслом фразы, выбором слов, который кажется переводчику верным. При известном старании и хорошем сотрудничестве переводчика и укладчика можно найти компромисс. Но чаще всего бывает по-другому, когда заказчика по-настоящему не заботит качество перевода.

БК-ACTION! Каковы основные требования дистрибьюторов к вашей работе?

КОЗИН: Иногда заказчик видит перевод по-своему, в соответствии с установками, о которых переводчик не имеет представления (например, маркетинговыми). Бывает, заказчик подгоняет перевод под книгу, которая вышла до этого. Часто приходится вступать в споры и объяснять, что справедливо, а что нет. Например, в ВОЛЬТЕ есть персонаж – кошка, которую мы назвали Варежкой, в оригинале Mittens. Студия-производитель настаивала на том, чтобы все имена звучали именно так, как в оригинале. Пришлось обосновывать, почему Варежка больше похоже на кошачью кличку, чем Миттенс и вызывает у зрителя больше теплых чувств, – в итоге они согласились. Точно так же я боролся, когда переводил АСТЕРИКСА. Все имена там были «говорящие», но мне не нравились варианты имен из ранее переведенного комикса, на которых они настаивали, и я спорил до хрипоты с французами, почему мои лучше. Объяснял им подробно всю игру слов, каламбуры – и они уступили. Но в этом как раз ничего плохого нет, совершенно нормальный рабочий процесс.

БК-ACTION! Как вы думаете, влияет ли качество перевода на успех фильма?

КОЗИН: Насколько я знаю, успех или неуспех фильма определяется в первую неделю проката – когда о переводе зрителям еще ничего не известно, а работает лишь рекламная кампания. Но качество перевода может влиять на посещаемость на второй или третьей неделе, когда успевают прижиться какие-то шутки и фразы из фильма – например, как было с фильмом ПОСЛЕ ПРОЧТЕНИЯ СЖЕЧЬ. Его выпустили и дублированным, и ограниченным тиражом с субтитрами, где мы позволили себе вольнее обращаться с лексикой. В результате субтитрированная версия собирала полные залы. Людям нравится, когда в кино ругаются, но это должно быть оправданно. Перевод ненорматива всегда зависит от ситуации. Слово fuck в английском вообще употребляется намного легче, нет такого барьера. Русский мат – это своего рода боевое заклинание, которое нужно использовать, чтобы сбить человека с ног. Если материться через слово, то зритель привыкает к подобной лексике, и она перестает производить должный эффект. В ПОСЛЕ ПРОЧТЕНИЯ СЖЕЧЬ, где в оригинале fuck звучит через слово, на русский мы жестко перевели лишь отдельные ударные моменты, и именно эти моменты вызывали постоянный хохот в зале.

БК-ACTION! Я заметил, что фильмы очень любят критиковать за перевод.

SLANGPRODUCTION[S]
CREATIVE AGENCY
WWW.KINO-SLANG.RU

ВЕДЕНИЕ ПЕРЕПИСКИ ПО КРЕАТИВНЫМ ВОПРОСАМ
СО СТУДИЯМИ-ПРОИЗВОДИТЕЛЯМИ

КОЗИН: Критика переводов уже превратилась у нас в национальный вид спорта: про любой фильм скажут, что он плохо переведен. Это настолько избитый штамп, что с ним никто уже и не спорит. Хотя ситуация исправляется. Была смешная история с фильмом ПАРИЖ, Я ТЕБЯ ЛЮБЛЮ, когда в одном украинском издании некий колумнист обвинил переводчика в том, что он не смог отличить Симона Боливара от Симоны де Бовуар – хотя это была режиссерская шутка. Мне понравилась ответная реакция украинской студии дубляжа «Так Треба Продакшн» – они предоставили редакции все материалы фильма, и газета напечатала опровержение. Недавний пример – РЕСТЛЕР, когда перевод запинали за кличку главного героя. Мы назвали его «Бараном», хотя до этого в пиратских переводах уже прозвучал вариант «Таран». Но «Баран» напрашивается и по внешним характеристикам героя (он, кстати, носит амулет с бараньей головой), и исходя из метафорического образа – сравнения с жертвенным агнцем. Все дело в многозначности английского слова ram, которое означает «баран» и «таран» одновременно. Поскольку в фильме кличка работает на всех смысловых уровнях, ограничиться «тараном» значило бы сильно ее обеднить. Единственный недостаток в том, что «баран» звучит неблагозвучно. Но мы решили, что профессиональный рестлер вполне может выбрать себе подобное имя. Хотя пришлось убрать эту кличку из одного места в финале, где она звучит действительно глупо – там я поиграл со словами.

БК-ACTION! Насколько подготовлен должен быть кинопереводчик?

КОЗИН: Переводчик должен быть готов ко всему невозможному. Получив материал, обладая упорством, базовой эрудицией, желанием хорошо поработать, можно подготовиться ко всему во время работы. Неудачные переводы получаются, наверное, из-за соответствующего отношения переводчиков и прокатчиков. Есть сценарии, которые пишутся годами, и в них будет выверено каждое слово. А потом их хотят перевести за три дня. Перевод может выйти по всем формальным признакам точный, но многие нюансы при этом пропадут. Когда я, например, работал с ВНУТРЕННЕЙ ИМПЕРИЕЙ Дэвида Линча, я затянул все сроки, потому что понял: хотя текста немного, каждую фразу нужно выверять. Порядок слов таков, что составляет своего рода паутину смыслов: одна фраза намеренно повторяется по несколько раз в разных контекстах.

Помимо знания языка, хороший переводчик должен чувствовать текст и интересоваться всем новым. Говоря компьютерным языком, вовремя загружать обновления. И, кстати, возраст здесь уже абсолютно не важен. У меня есть знакомые переводчики, скажем, старше сорока, которые могут так обскакать молодежь по части молодежного сленга... Они душой моложе меня. Вот когда человек решает, что всему научился и закрывает створки, через которые проходит внешняя информация, – это очень плохо.

БК-ACTION! Сколько времени обычно выделяется на перевод?

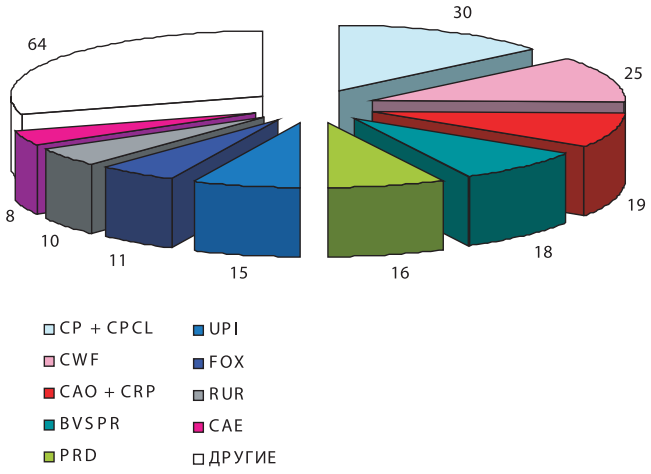
КОЗИН: По-разному. Сейчас наладились отношения с производителями, материалы поставляются вовремя, и есть возможность нормально работать. Срок в две недели, если не спешить, мне кажется нормальным. Можно вполне сделать перевод и за неделю, если стараться.

БК-ACTION! Как вы относитесь к «первопроходчикам», «старой школе»?

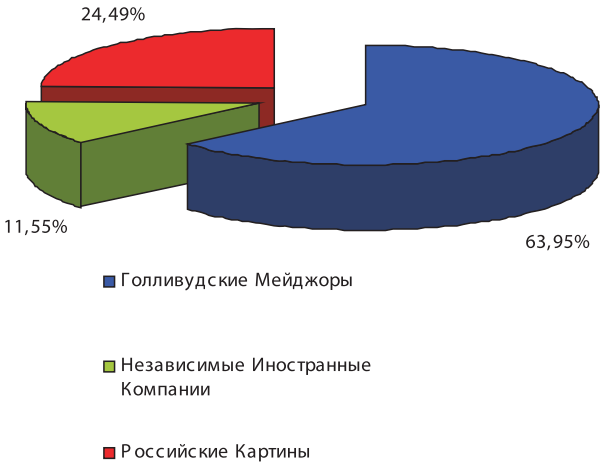
КОЗИН: Там все наши учителя – если не в буквальном, то в метафорическом смысле. На этих голосах мы учились, они привели нас к профессии. Другое дело, что условия раньше были совершенно другие. Как в любом виде деятельности, первый этап всегда держится на энтузиазме и харизме конкретных людей. Все былинные герои бывают в начале истории, а потом на смену им приходят скучные знайки, у которых под рукой уже есть все необходимые материалы – но и славы никакой нет. Иногда мне жаль, что я не являюсь частью той «синхронной» эпохи, но условия работы сейчас несравненно лучше. Монтажные листы теперь часто пишутся с огромным количеством примечаний, в которых растолковывается каждый каламбур и каждая метафора так, что и слепой переведет. Ситуация на пиратском рынке тоже радикально поменялась: если раньше пиратский перевод отличался качеством, то сейчас то, что там творится, и переводом не назовешь. В официальных переводах, по крайней мере, работают люди, знающие язык.

СТАТИСТИКА

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ РЕЛИЗОВ КИНОГОДА 2009 ПО ДИСТРИБЬЮТОРАМ (01.12.08 – 16.08.09)



РАСПРЕДЕЛЕНИЕ СБОРОВ КИНОГОДА 2009 (01.12.08 – 16.08.09)



ПОЛНЫЙ ЦИКЛ РАБОТ
С ПРИГЛАШЕННЫМИ ЗВЕЗДАМИ ДУБЛЯЖА

SLANGPRODUCTION[S]
CREATIVE AGENCY
WWW.KINO-SLANG.RU

СТУДИИ ДУБЛЯЖА: ИСПОЛНИТЕЛЬНАЯ ВЛАСТЬ

Если дистрибьютор принимает все решения по адаптации фильма, то от студии дубляжа зависит, каким способом эти решения будут выполнены. Расклад напоминает отношения «законодательной» и «исполнительной» власти, и в каждом случае полномочия между ними могут распределяться по-разному. Именно студия, как правило, нанимает переводчиков, обращается к режиссерам и подбирает кандидатуры актеров: у каждой существует своя база имен, с которой они привычно работают на протяжении долгого времени. Подчиняясь во всем заказчику, студия дубляжа определяет, каким будет русский облик фильма. На трех ведущих студиях – «Пифагор», «Мосфильм-мастер» и «Нева-фильм» – нам рассказали, как у них складываются отношения с дистрибьюторами, какой этап в работе над фильмом является самым сложным и каковы критерии хорошего дубляжа.

МИХАИЛ ВУЛИХ («ПИФАГОР»): «ЕСЛИ ВЫ ПОСМОТРЕЛИ ФИЛЬМ И ЗАМЕТИЛИ ДУБЛЯЖ – ЗНАЧИТ, ОН ПЛОХ»

Студия «Пифагор» числится среди пионеров российского рынка дубляжных услуг. Еще в 90-е годы, во времена расцвета пиратства, она первой начала сотрудничать с компанией Disney. Опыт, накопленный практически не изменившимся с тех пор кадровым составом, студия считает своим главным преимуществом. «Пифагор» адаптировал для русского зрителя огромное количество фильмов, среди которых – вторая и третья части ШРЭКА, ВОЙНА МИРОВ, МЮНХЕН, ИНДИАНА ДЖОНС И КОРОЛЕВСТВО ХРУСТАЛЬНОГО ЧЕРЕПА, МАММА МІА!, РЕСТЛЕР, СТАР ТРЕК, МИЛЛИОНЕР ИЗ ТРУЩОБ, ПАРФЮМЕР, ВОЗВРАЩЕНИЕ. Генеральный директор «Пифагора» Михаил Вулих рассказал о работе студии и поделился с БК-Action! своим видением задач и проблем русскоязычного дубляжа.

БК-ACTION! Расскажите о возможностях студии. Над каким количеством фильмов вы можете работать одновременно?

МИХАИЛ ВУЛИХ: У нас четыре студии озвучания, где можно записывать актеров, два dolby-зала, один зал для сведения в формате 5.1. Одна из речевых студий может трансформироваться в случае необходимости в две монтажные. Изначально мы спланировали наш комплекс таким образом, чтобы над одним проектом можно было работать параллельно в нескольких студиях: так, например, озвучивался европейский телесериал ВОЙНА И МИР. Мы можем делать до четырех картин одновременно, не считая аудиопроектов, трейлеров, рекламы, сериалов.

БК-ACTION! Какая часть процесса дубляжа наиболее сложна: перевод, укладка, озвучение?

ВУЛИХ: Сложно все. К русскому переводу нужно относиться как к вызову, серьезной технической задаче. Нет ни одного оригинального фильма, созданного с учетом грядущей иноязычной адаптации. Более того, Кубрик, например, прямо запретил дублировать свой последний фильм С ШИРОКО ЗАКРЫТЫМИ ГЛАЗАМИ. Любая локализация есть неизбежное извращение оригинала, насилие над ним. Поэтому прокатчики (они же, как правило, заказчики локализации) могут поставить задачу при дубляже либо максимально приблизиться к замыслу создателей фильма, либо довести изнасилование до апогея, только бы вызвать смех в зале и сорвать кассу. Если все равно не удастся добиться идентичного результата – так почему не изменить текст в угоду русскоязычной публике или какой-то ее части? Лично я отношусь к этому вполне спокойно. Вопрос в том, дает ли автор разрешение на такое изменение своего замысла? Если он согласен, что драму превращают в комедию, – пожалуйста. Есть такое понятие, как гротеск, капустник: вот, например, когда на YouTube в блестяще сыгранный эпизод из ВАЛЬКИРИИ – монолог Гитлера – вставляют другие слова, и получается замечательно. Но к ВАЛЬКИРИИ это никакого отношения не имеет! Наша позиция следующая: дублирующая студия всегда должна уважать авторский замысел. Но если заказчик решил по-другому, то это его право.

БК-ACTION! Какой дубляж вы считаете удачным?

ВУЛИХ: Судить нужно по гамбургскому счету: если вы посмотрели фильм и заметили дубляж – значит, он плох. Тем более плохо, когда зрители весь фильм гадают, с каким акцентом говорит герой, – например, как в фильме АНГЕЛЫ И ДЕМОНЫ, не к ночи будет помянут. Блестящий пример дубляжа с точки зрения и перевода, и подбора голосов, и вообще передачи атмосферы оригинала – это сделанный на студии «Нева» АСТЕРИКС И ОБЕЛИКС: МИССИЯ КЛЕОПАТРА. Из наших работ могу выделить ВОЗВРАЩЕНИЕ Альмодовара или ТРУП НЕВЕСТЫ (диск с нашим дубляжом компания Warner Brothers передала Тиму Бертону как образец отличной локализации). Но это недешевое удовольствие. Понятно, что результат получается совершенно другой, если говорить о ерунде класса В, запускаемой в массовом количестве. Тогда и прокатчик относится к такому продукту соответственно: дает бюджет, которого хватает только на десять арти-

SLANGPRODUCTION[S]
CREATIVE AGENCY
WWW.KINO-SLANG.RU

На правах рекламы

стов, не работает с переводом. Потому что задача его – только получить прибыль. Соответственно, когда нас просят сделать подешевле, я не могу нанять переводчика, который стоит дорого.

БК-ACTION! Кто из мейджоров относится к дубляжу наиболее серьезно?
ВУЛИХ: Paramount и Disney. Немножко меньше – Sony и Universal. Во-первых, они, как правило, требуют проведения проб, что может занять месяц и больше. Во-вторых, иногда требуют обратного перевода. Приходится к переводу давать в скобочках подробные комментарии, разъясняющие, какие ассоциации у русского человека вызывают конкретные слова, выражения, интонации. Доходит и до курьезов. Например, в версиях, предназначенных для просмотра в самолетах, когда зритель не имеет возможности выбирать фильм, вводятся строгие требования на предмет богохульства: любое упоминание Бога всуе запрещено. Нас заставляют убирать восклицание «Боже мой!», и мы пишем письма, объясняющие, что никакой русскоязычный человек не воспримет его как оскорбление.

БК-ACTION! Что еще контролируют мейджоры?
ВУЛИХ: На больших проектах, с участием, скажем, Тома Круза и Стивена Спилберга, студия-производитель нанимает специального человека, контролирующего международный дубляж. Кроме того, на запись приезжает супервайзер, который сидит за спиной у режиссера дубляжа. Все записанное отправляется по интернету на студию ежедневно (!), а не как обычно, когда заказчики смотрят лишь окончательную версию. Сложности возникают хотя бы потому, что чисто интонационно русский и английский звучат по-разному, и для английского уха русское интонирование странно. Было время, когда нам утверждали на роль тех актеров, кому удавалось на пробах полностью скопировать английскую интонацию оригинала. Сейчас это, к счастью, позади.

БК-ACTION! Вы работаете с заказчиками по долгосрочным контрактам?
ВУЛИХ: Наша студия находится у мейджоров в vendor list – списке, условно говоря, авторизованных поставщиков, к которым они могут обратиться в этой стране. С финансовой точки зрения каждая работа имеет свой отдельный бюджет и оформляется отдельным пакетом. Мы получаем так называемый bid material для формирования нашего предложения – это либо версия P1, черновой вариант, еще далеко не готовый, либо нарезка, либо просто общая информация о фильме: продолжительность, количество основных и второстепенных персонажей, число массовых сцен.

БК-ACTION! С кем из режиссеров дубляжа вы работаете?
ВУЛИХ: Ярослава Турылева, Всеволод Кузнецов, Вячеслав Баранов, Алла Гончарова, Александр Новиков. Мы не работаем с теми, за кого нам бы пришлось краснеть.

БК-ACTION! Эти режиссеры специализируются каждый на каком-то жанре?
ВУЛИХ: Все несколько иначе. Мы знаем, кто и с каким материалом работает лучше. Многие заказчики заранее знают, с каким режиссером они хотят писать какой фильм. Если мы не согласны, то всегда пытаемся этот вопрос обсудить. Вообще, мы всегда обговариваем свое право обратить внимание заказчика на то, что какое-то из его пожеланий может навредить конечному результату. В его полной власти изуродовать продукт (бывали случаи, когда мы отказывались из-за этого от упоминания студии в конце фильма), но мы обязательно высказываем свое мнение. И не было еще никого, кто бы не сказал бы «спасибо» за такой подход.

БК-ACTION! По какому критерию вы выбираете переводчиков?
ВУЛИХ: По такому же: кому что удается лучше. Но, по моему мнению, главная скрипка – это укладчик. Задача переводчика – передать вкус языка, донести манеру, жаргон, социокультурную принадлежность героя. Но конечным автором текста, который зритель услышит с экрана, является укладчик. В закадровых кусках, где нет синхрона, текст переводчика часто используется без изменений – если переводчик хороший. Но с укладкой существуют большие проблемы: укладчиков мало, хороших – еще меньше, этому не учат. И требования к ним сейчас снижаются за счет того, что снижается планка качества. Эффект того, что герои с экрана произносят русские слова, приносится в жертву остроте текста, желанию вызвать смех зала любой ценой. Скажем, если бы кто-то ради привлечения молодежной аудитории на пьесу Расина или Шекспира, пригласил после переводчика некоего автора, который знает интересы и язык этой группы населения, и тот стал бы добавлять актуальности, «клубнички», матерщинки, помогая «отбить» вложенные деньги. С другой стороны, то, что коробит меня, не коробит моих детей – и это ни хорошо, ни плохо. Просто так есть.

БК-ACTION! Как обычно подбираются актеры для озвучания звезд?
ВУЛИХ: Сами актеры на выбор того, кого они будут озвучивать, влияния не имеют, они никого не «присваивают». Максимум их возможностей – отказаться. Окончательное решение принимается в большинстве случаев заказчиком либо по согласованию с заказчиком. В большинстве случаев иностранные студии предпочитают, чтобы одного актера озвучивал один и тот же голос, что, с моей точки зрения, не всегда оправданно. Актер, начавший дублировать Брюса Уиллиса 15 лет назад, не обязательно держит себя в той же форме, что и сам Брюс Уиллис, – меняется тембр, дыхание. Другой пример – гениальный Эдди Мерфи, который может даже в одном фильме сыграть совершенно разных героев. Много ли у нас актеров, способных озвучить его в разных ролях? Поэтому заказчикам мы всегда рекомендуем иметь в виду нескольких актеров на одного персонажа. Чаще всего студия просит прислать пробы актера, который уже дублировал звезду в каком-то предыдущем фильме и еще двоих других, каждый раз делая новый «скан». Пример неудачного подбора – голос Майкла Дугласа в фильме ПРИЗРАКИ БЫВШИХ ПОДРУЖЕК. Озвучивший его актер сам был удивлен выбором режиссера. С моей точки зрения, это криминально. В картине МАЛЬЧИШНИК В ЛАС-ВЕГАСЕ спутника Майкла Тайсона озвучил прекрасный актер, но создается полное впечатление, что это – голос за кадром, такое несовпадение с образом.

Некоторые сомнения вызывает мода приглашать для озвучания медийные фигуры. Во-первых, надо понимать, что артист вообще и дубляжный артист в частности – это отдельная профессия. В западных фильмах такая ситуация – исключение и редкость, а результат сродни отечественному. Вспомнить хотя бы «деревянную» Мэрайю Керри в НЕ ШУТИТЕ С ЗОХАНОМ. Но поскольку главным действующим лицом была не она, а ее бюст, это хоть как-то оправданно. Не могу отвечать за маркетинг – на то есть специалисты, но решение озвучивать профессиональных (иногда даже гениальных) актеров неактерами, уверен, с профессиональной точки зрения представляется спорным. Не думаю, что зрители приходят в кино за громкими медийными именами. Интересно было бы провести экзит-поллы на эту тему.

SLANGPRODUCTION[S]
CREATIVE AGENCY
WWW.KINO-SLANG.RU

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ РАБОТА
СО СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫМ СЛЕНГОМ,
ЖАРГОНОМ И ДРУГОЙ НЕНОРМАТИВНОЙ ЛЕКСИКОЙ

СТАТЬ КРЕСТНЫМ ОТЦОМ,
ЧТОБЫ ВЫЖИТЬ

КРИМИНАЛЬНАЯ САГА

ПРОРОК

ФИЛЬМ ЖАКА ОДИАРА

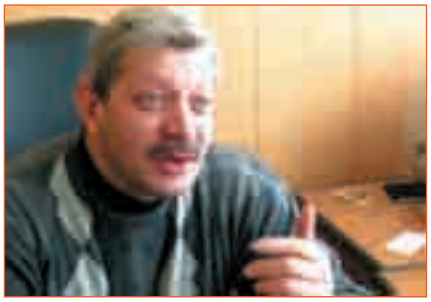
С 8 ОКТЯБРЯ

WWW.PROROK-FILM.RU

FESTIVAL DE CANNES
ГРАН-ПРИ

На правах рекламы

ЕВГЕНИЙ БЕЙЛИН («МОСФИЛЬМ-МАСТЕР»): «КОГДА МЫ ГОВОРИМ ВСЕРЬЕЗ – МЫ ГОВОРИМ ТИХО И МЕДЛЕННО»



Студии «Мосфильм-мастер», наверное, повезло больше и раньше всех: ей достались не только репутация и контракт с Warner Bros., но и технические мощности главного киноконцерна страны. Благодаря этому сегодня студия уверенно держится в тройке лидеров рынка. На «Мосфильм-мастере» были дублированы ВЛАСТЕЛИН КОЛЕЦ, МАТРИЦА, ТРОЯ, ДЕТИ ШПИОНОВ, ТЕМНЫЙ РЫЦАРЬ, ЗАГАДОЧНАЯ ИСТОРИЯ БЕНДЖАМИНА БАТТОНА, фильмы о Гарри Поттере. Генеральный директор студии Евгений Бейлин рассказал БК-Action!, в чем заключаются особенности «мосфильмовского» подхода к дубляжу.

БК-ACTION! Как заказчики контролируют процесс?

ЕВГЕНИЙ БЕЙЛИН: Заинтересованность они проявляют по-разному: кто-то контролирует каждый шаг, кто-то только текст, все зависит от степени доверия. Мы работаем на рынке очень давно, поэтому нам доверяют. Обязательно контролируются текст и первая копия, и это идет картине только на пользу: группа дубляжа видит ее столько раз, что может что-то пропустить, взгляд и слух «замыливаются». Например, какая-то реплика может звучать неразборчиво, но так как группа знает текст практически наизусть, этого никто не замечает. Бывает, заказчик хочет сделать из картины что-то свое: мол, здесь бы нам повеселее, попафоснее, понежнее. Тогда приходится объяснять, что картина уже сделана, заданы темп, ритм. Такие пожелания выдают непрофессионализм.

БК-ACTION! Дубляж очень часто подвергают критике, особенно в интернет-блогах.

БЕЙЛИН: Дело в личном восприятии, каждый человек всегда примеряет героев на себя. Одни и те же слова можно произнести по-разному: вы хотите услышать одно, а я говорю другое. Однажды наш перевод картины раскритиковали за недостаточную эмоциональность, за то, что не так кричат в сценах драки. Замечательно только вот все крики были взяты из оригинального озвучания. С другой стороны, когда нас критикуют конкретно, по делу, мы начинаем анализировать. Менталитет русских и других народов различается: например, когда мы говорим всерьез, мы говорим тихо и медленно, не орем, а когда орем – все равно что целуемся, это нормально. У американцев наоборот: как только герой повышает голос, за этим обязательно стоит напряжение. Накал в американском фильме достигается и другими способами, которые мы зачастую воспринимаем иначе. Например, герой бежит – а мы в обычной жизни делаем это все время. Но оригинал всегда задает и ритм, и темп, и размер, и вы не можете выскочить из этих рамок.

БК-ACTION! Каково место переводчика и укладчика в подготовке дубляжа?

БЕЙЛИН: Укладчик и переводчик – это процентов 50–70 успеха. У нас примерно в равных долях практикуется три варианта: переводчик является укладчиком, укладчиком выступает режиссер или же укладкой занимается специальный человек. Не могу сказать, какой вариант лучше, все имеют право на существование. Как переводчик увидел и перевел картину – так она и будет выглядеть. Актеров и режиссера за собой ведет слово. К сожалению, не все переводчики умеют работать так, чтобы слова звучали на экране нужным образом. Человек, который только начинает этим заниматься, страдает склонностью к литературе, и его приходится править. Если речь идет о картинах, поставленных по известным книгам, мы придерживаемся литературного источника, – даже если нам кажется, что перевод в книге не совсем точен. Люди привыкли к нему, и мы стараемся соблюсти эстетику и принцип перевода, особенно когда речь идет об именах. Так было в случае и с ГАРРИ ПОТТЕРОМ, и с ВЛАСТЕЛИНОМ КОЛЕЦ. Но есть имена, с которыми возникают трудности. Например, имя Патрокл, особенно если его сказать быстро или громко, по-русски будет звучать как «потрогал». Но ведь нельзя ни заменить его, ни использовать английский вариант.

БК-ACTION! С кем из переводчиков вы работаете?

БЕЙЛИН: Мне не хотелось бы называть фамилии, потому что наши конкуренты тут же кинутся к этим людям. От перевода зависит большая часть успеха дубляжа, поэтому переводчиков мы прячем и лелеем. Даже если один переводчик работает на две студии, они скрывают это друг от друга, как и сам переводчик. Долгое время мы работали с Павлом Силенчуком, пока он не нашел более морально и финансово выгодное предложение, и я его прекрасно понимаю. Мы работали с Павлом Санаевым, пока он не стал снимать свое кино. С актерами, которые могут заниматься дубляжом, другая ситуация: их не так много, поэтому они кочуют из студии в студию.

БК-ACTION! Как долго обычно проводится подбор актеров?

БЕЙЛИН: В нашей базе около 1000 театральных и киноактеров. На подбор и утверждение актеров тратится разное время, в зависимости от проекта. Но в течение 5 дней вопросы эти решаются, ни разу не было дольше.

БК-ACTION! Многие профессионалы очень скептически относятся к участию медийных лиц в дубляже. Что вы думаете?

БЕЙЛИН: Вы можете мне сказать, в чем особенности голоса любой медийной личности? Уверены, что сможете узнать ее? Без обсуждения прочих качеств, медийное лицо интересно, когда читает свой текст. При дубляже текст – чужой, и главное – не навредить, не испортить, индивидуальность здесь пропадает. Тина Канделаки очень интересна, когда читает именно свой текст, когда она не зажата рамками дубляжа. Если вы можете по достоинству оценить Александра Цекало, когда видите его выступление на концерте или по телевизору, то когда он озвучивает небольшую роль, Цекало там нет. С другой стороны, голос может быть узнаваем, но ни в коем случае не должен ассоциироваться с внешностью – а ведь это главное у медийных лиц. Другое дело – с мультфильмами, где персонаж завязан на личности актера, озвучивающего его в оригинале. Профессиональный актер в дубляже работает лучше, точнее. Не могу сказать, что медийные лица украшают картину и приносят дополнительные доходы, как уверяют прокатчики.

БК-ACTION! В связи с тем, что вы работаете с сиквелами вроде ГАРРИ ПОТТЕРА, – озвучиваете ли вы одного актера тем же голосом?

БЕЙЛИН: Не всегда удается в силу разных причин. Например, в случае с ГАРРИ ПОТТЕРОМ были проблемы с Роном: актер, его дублировавший, не очень изменился, когда сам Рон заметно повзрослел. У него

SLANGPRODUCTION[S]
CREATIVE AGENCY
WWW.KINO-SLANG.RU

началась мутация голоса, в то время как наш актер еще писклявил. Мы оставили того же актера, но ему пришлось больше напрягаться. Зритель этого не замечает – особенно если картина захватывает. Чем лучше сделан фильм, тем больше он ведет за собой всю группу – это как бежать за более сильным соперником. Бывает, что фильм слабый и неинтересный – но это наша внутренняя проблема, ведь для прокатчика они все родные. Мы не можем себе позволить отказаться от него.

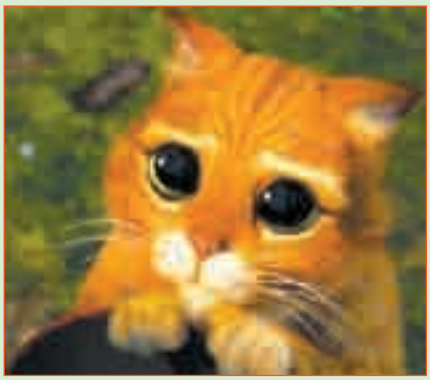
БК-ACTION! С какими режиссерами дубляжа вы сотрудничаете?
БЕЙЛИН: У нас несколько бригад, все выходцы из кино. Кто-то в прошлом кинорежиссер, некоторые выросли из киноактеров, при этом у них разные подходы: актер больше показывает, а кинорежиссер больше объясняет, вводит в состояние. Вообще, люди, занимающиеся кино, точнее чувствуют дубляж.

БК-ACTION! Какой способ перевода вам кажется более адекватным: субтитры или дубляж?
БЕЙЛИН: Субтитры – дело привычки. Для артхаусного кино, которое вызывает узкий интерес, они сгодятся, для массового показа нет. Есть фильмы, которые проигрывают в дублировании: например, Гая Ричи очень трудно адекватно переложить на русский язык. Или возьмите мюзиклы: если вы перепоете Ричарда Гира, пропадет вся прелесть, вся актерская харизма. Притом мне не очень нравится, когда человек говорит сначала по-русски и вдруг начинает петь на английском. Такой вариант возможен, если песенные номера вставные, как в фильме ЧАРЛИ И ШОКОЛАДНАЯ ФАБРИКА, но мюзиклы, на мой взгляд, нужно делать с субтитрами.

БК-ACTION! Почему, по-вашему, американцы не дублируют фильмы, а показывают их с субтитрами?
БЕЙЛИН: Во-первых, они не показывают иностранные фильмы в широком прокате. Им бы переварить то количество картин, которое они выпускают в год, поэтому зарубежное кино им не очень нужно. Вообще, когда к нам обращаются заказчики, первый мой вопрос к ним: сколько копий вы планируете выпустить? Если, например, десять, то я не рекомендую дублировать. Затраты не сопоставимы с отдачей: в каждой картине задействовано 30–50 человек, я не говорю уже о технической части. При затратах на дубляж в $10–15 тыс. (плюс печать копий, выпуск картины) минимальные сборы ваших десяти копий должны составить $150 тыс. Однако некоторые картины остаются для меня загадкой. Например, я очень рад за успех документальной картины «Люксора» ОКЕАНЫ 3D. Я думал, что она будет абсолютным провалом, а собрала около $600 тыс.

ВСЕВОЛОД КУЗНЕЦОВ, АКТЕР И РЕЖИССЕР ДУБЛЯЖА: «НУЖНО ЭМОЦИОНАЛЬНО ЗАЦЕПИТЬ РОЛЬ»

Голос Всеволода Кузнецова знаком каждому, кто видел МАТРИЦУ (Нео), ШРЭКА (Кот в сапогах), ГАРРИ ПОТТЕРА (Волан-де-Морт), сагу о Дэнни Оушене (герой Брэда Питта) – или же хотя бы одну серию ДЖИВСА И ВУСТЕРА (Вустер). Но Всеволод Кузнецов – не только актер, он и режиссер дубляжа на студиях «Мосфильм-мастер» и «Пифагор» и является автором русских версий фильмов ТЕМНЫЙ РЫЦАРЬ, ГАРРИ ПОТТЕР И ОРДЕН ФЕНИКСА, ПОСЛЕ ПРОЧТЕНИЯ СЖЕЧЬ, и ему не понаслышке знакомы профессиональные секреты, помогающие иностранным звездам «заговорить» по-русски.



БК-ACTION! Расскажите о специфике работы режиссера дубляжа.
ВСЕВОЛОД КУЗНЕЦОВ: Чтобы фильм получился, мне нужно примерно представить, как он зазвучит, и добиться того, чтобы голоса не сливались. Очень важен подбор актеров – надо, чтобы тембр либо совпадал с тембром оригинального актера, либо подходил по своим психофизическим данным, «клеился» с лицом. Например, существует такая проблема: здоровенные негры часто говорят высокими голосами – и если подобрать русского актера с идентичным голосом, сложится очень странное впечатление. Нужен голос пониже. Бывает, что и у других крупных актеров голос не «геройский» – и режиссер его переозвучивает, исходя из психофизических данных. Нужно эмоционально зацепить роль, повторить рисунок, который актер сыграл в фильме.

БК-ACTION! Что должен уметь режиссер дубляжа?
КУЗНЕЦОВ: Хороший режиссер дубляжа – как и режиссер театра или кино – прежде всего должен быть хорошим психологом, уметь создать правильную творческую атмосферу, которая поможет артисту максимально раскрыться. Будучи актером, я понимаю, чего бы актеру хотелось получить от режиссера. Большей частью те, кто занимается дубляжом сейчас, вышли именно из актерской профессии – как гуру дубляжа Ярослава Георгиевна Турылева, так и мы, ее ученики. Многие из режиссеров дубляжа являются еще и кино- и театральными режиссерами. По-моему, на «Неве» театральный режиссер Павел Урсул делает несколько фильмов.

БК-ACTION! Сколько актеров, как правило, работает с вами на дубляже отдельной картины?
КУЗНЕЦОВ: В классическом дубляже стараются, чтобы каждого актера дублировал отдельный голос. Ну, скажем, какого-нибудь эпизодического солдата в начале фильма и стражника номер четыре в конце может сделать один актер из так называемого «гургура». А в принципе все делают разные люди – вплоть до эпизодов. По крайней мере, я так стараюсь делать. Когда я иду в кино, мне как зрителю сразу заметно, что кто-то один озвучивает несколько ролей – тем более в больших эпизодах. Часто такие вещи происходят из-за ограниченного бюджета. Для большого экрана сейчас так практически не дублируют, для DVD бывает. В Москве сейчас постоянно дубляжом занимается актеров 300. К ним нужно добавить еще медийные лица, которых приглашают по просьбе заказчиков, и людей, которые занимаются дубляжом непостоянно – один-три раза в год – это, как правило, известные театральные артисты.

БК-ACTION! Правда ли, что существует дефицит голосов?
КУЗНЕЦОВ: Дефицит действительно существует, мы об это все время бьемся. Нам приносят диски с «новыми голосами», но когда я их слушаю, то понимаю, что у нас уже есть актеры с тембрально очень похожими голосами и что эти актеры профессионально подготовлены и уже работают быстрее и лучше. Найти новый тембр очень сложно. Например, у нас есть замечательные девушки 18–20 лет, которые прекрасно работают, но у них очень похожие голоса – использовать их в одном фильме нельзя, потому что голоса будут сливаться.

ОЛЕГ БЕРЕЗИН («НЕВА-ФИЛЬМ»): «ЛУЧШЕ, КОГДА ПЕРЕВОДЧИКИ ПЕРЕВОДЯТ, УКЛАДЧИКИ УКЛАДЫВАЮТ, А РЕЖИССЕРЫ РЕЖИССИРУЮТ»

Петербургская компания «Нева-фильм» занимается почти всем: дистрибуцией фильмов, поставкой оборудования для кинотеатров, исследованиями рынка, производством цифровых копий фильмов, организацией мероприятий в кинотеатрах. Услуги дублирования, которые предоставляют три тон-студии (в Москве, Петербурге и Киеве), – это всего лишь один из аспектов ее деятельности, что, впрочем, не мешает «Неве» с середины 90-х успешно конкурировать с более узко специализированными соперниками. Именно на этой студии были созданы русские версии ТИТАНИКА, ЗВЕЗДНЫХ ВОЙН, АСТЕРИКСА И ОБЕЛИКСА, МАДАГАСКАРА, фильмов о Джеймсе Бонде. Руководитель компании «Нева-фильм» Олег Березин считает, что именно дубляж является ключевым вопросом, определяющим успех фильма на рынке.

БК-ACTION! Есть ли у вас долгосрочные контракты с какими-то студиями-производителями?
ОЛЕГ БЕРЕЗИН: Практически со всеми основными мейджорами.

БК-ACTION! Как дистрибьюторы обычно контролируют процесс дубляжа?
БЕРЕЗИН: Зависит и от дистрибьютора, и от проекта. В основном нашему профессионализму доверяют. Иногда просят на чем-то конкретно поработать в угоду маркетинговым целям. Заказчики, как правило, отсматривают картину с финальным вариантом записи звука. Хотя бывает и тотальный контроль. В таком случае мы просто считаем, что выполняем технические услуги по дублированию, чтобы не попасть всей студией в реанимацию.

БК-ACTION! Сколько времени обычно уходит на дубляж фильма?
БЕРЕЗИН: Приятно иметь в запасе на все дней 25, но такая удача выпадает нечасто. Мощности студии позволяют работать минимум над шестью проектами одновременно. А если умножить мощности студии на хорошего администратора и на 24 часа в сутки то получится намного больше, чем шесть. Мы ведь еще часто пишем звук к российским картинам.

БК-ACTION! Ваша питерская студия тоже занимается дубляжом или вся работа сосредоточена в Москве?
БЕРЕЗИН: Обе студии занимаются и дубляжом, и записью звука к российским проектам. Заказы распределяются честно – отдаем все на студию в другой город, а сами отдыхаем. Ну, а если серьезно, стараемся, чтобы все работали много, и главное – чтобы актерам было удобно. Иногда часть одного проекта пишется в Питере, а часть – в Москве. Тем более что в Петербурге только «Нева» пишет звук к фильмам, которые выходят на широкий экран.

БК-ACTION! Вы занимаетесь дубляжом не только на русский, но и на украинский язык...
БЕРЕЗИН: На Украине сейчас все иностранные фильмы подлежат обязательному дублированию. Несмотря на то, что это определяет положительно уровень занятости нашей киевской студии, мы не думаем, что это правильно. Русскоговорящие украинцы хотели бы иметь выбор языка просмотра в кинотеатрах. Мы записали около 80 проектов. В Киеве у нас есть штат сотрудников, а в Питере – менеджер, курирующий процесс.

БК-ACTION! Сколько актеров в вашей библиотеке?
БЕРЕЗИН: 450 точно. Но мы стараемся привлекать и новые голоса. Претензии к подбору голосов рассматриваем, читая отзывы о дубляже на сайтах. Правда, часто пишут, что роли А и В опять озвучивает N, а он про это ни слухом ни духом…

БК-ACTION! Существуют ли голоса, закрепившиеся за голливудскими звездами?
БЕРЕЗИН: Конечно, есть закрепленные голоса. Мы искренне стараемся приглашать тех, к кому привыкли зрители. Но есть и исключения из правил. Иногда авторы фильма просят провести пробы и утверждают других, иногда просто приходится менять, если актер в отведенные для записи сроки никак не может оказаться ни в Питере, ни в Москве, ни в Киеве.

БК-ACTION! А занимались ли вы сами переводом, укладкой или озвучанием фильмов?
БЕРЕЗИН: Дубляжный отдел не дает… Говорят, что лучше, когда переводчики переводят, укладчики укладывают, а режиссеры режиссируют… Пришлось цифрой заняться J

БК-ACTION! В последнее время дистрибьюторы стали приглашать к дубляжу «скандальных» переводчиков (например, Гоблина), звезд шоу-бизнеса. Как вы к этому относитесь?
БЕРЕЗИН: Все зависит от проекта. Гоблин и его команда – ребята профессиональные, и, если проект требует «гоблинского» подхода к обработке материала, с удовольствием пригласим их или кого-то еще. Выбор есть. С Гоблином, кстати, весело не только работать, но и отдыхать. Мы совсем недавно вернулись с Байкала. Как правило, решение по привлечению звезд принимают прокатчики. Мы радуемся, когда к нашему мнению по этому поводу (раз уж принято решение пригласить) прислушиваются, и тихо негодуем, если наши мнения не совпадают… Но поделать ничего не можем. А когда у прокатчиков появляется желание пригласить известных артистов, которые к тому же умеют работать с дубляжным материалом, то радости нашей нет предела. У нас работали, например, Джигарханян, Бондарчук, Безруков, Хабенский, Боярский, Шарко, Толубеев, Гармаш, Казаков.

Рубрику подготовили
Максим ТУУЛА,
Мария ГАВРИЛОВА

SLANGPRODUCTION[S]
CREATIVE AGENCY
WWW.KINO-SLANG.RU

В НАЧАЛЕ БЫЛО СЛОВО.
ПОЭТОМУ КАЖДОЕ СЛОВО ИМЕЕТ ЗНАЧЕНИЕ

Мишель Парок
Жак Гамблен
Любить по-французски
фильм ИЗАБЕЛЬ МЕРГО
ISABELLE MERGAULT
ISABELLE MERGAULT
JEAN-PIERRE HASSON
WLADIMIR YORDANOFF / VALERIE MAIRESSE / CLAIRE NADEAU / EVA DARLAN

ОБРАЩАЕТЕ ЛИ ВЫ ВНИМАНИЕ НА КАЧЕСТВО ДУБЛЯЖА?

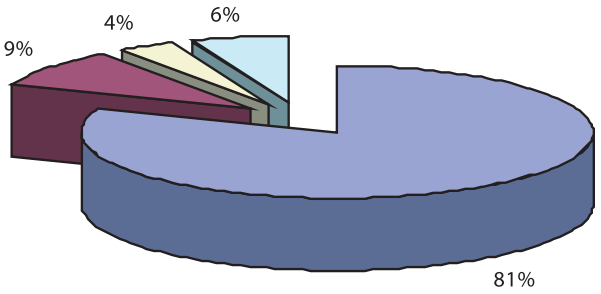
Тема дубляжа фильмов действительно является одной из самых «горячих» в интернет-блогах, посвященных кино. Даже критики, пожалуй, обращают меньше внимания на изыски адаптаций, чем постоянные посетители кинотеатров. Чтобы узнать мнение обычных зрителей, мы провели опрос на сайте www.kinopoisk.ru

ВОПРОСЫ:

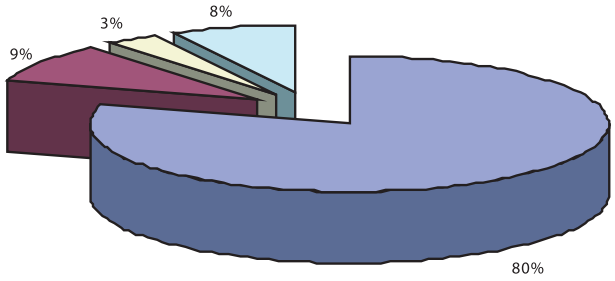
1. **Конечно! Часто плохой дубляж портит все впечатление от просмотра**
2. **Если фильм хороший, то дубляж его не испортит**
3. **Стараюсь не смотреть дублированные фильмы**
4. **Здорово, что в России почти все фильмы дублируют и не приходится читать субтитры**

Опрос проводился с 2 по 27 августа 2009 года
на сайте www.kinopoisk.ru, приняло участие 3461 человек

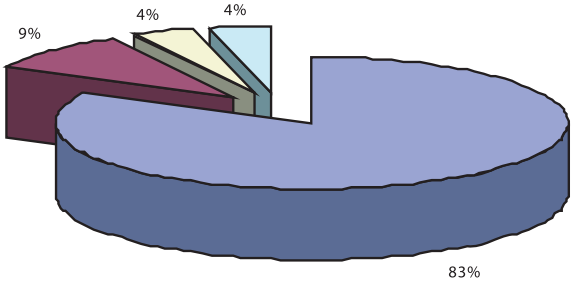
Результаты опроса (3461 человек)



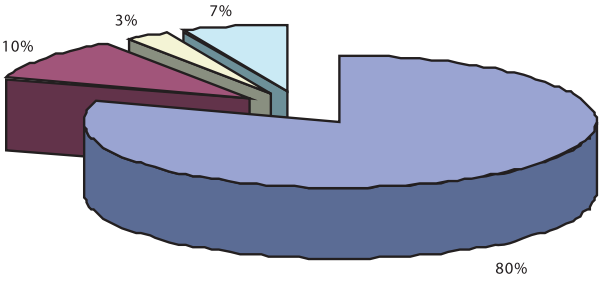
Мужчины



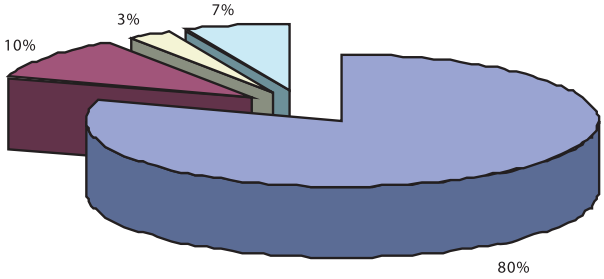
Женщины



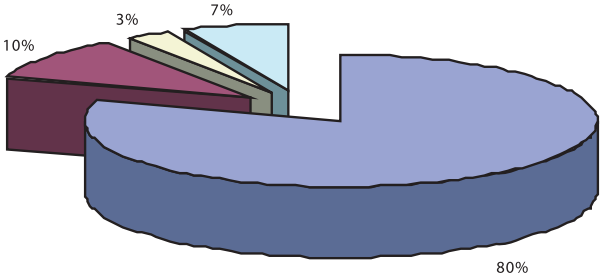
до 18 лет



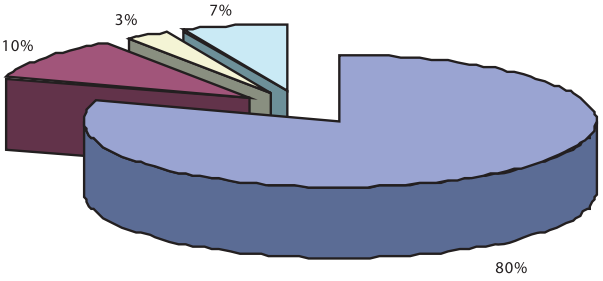
18–24 года



25–34 года



более 35 лет



SLANGPRODUCTION[S]
CREATIVE AGENCY
WWW.KINO-SLANG.RU

CREATIVE SUPERVISING

ТЕХНИКА
техника успеха
ВСЕ ДЛЯ КИНОТЕАТРОВ
Concession
ИЗГОТОВЛЕНИЕ РЕКЛАМОНОСИТЕЛЕЙ
УПАКОВКА ДЛЯ ПОПКОРНА
СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ К ФИЛЬМАМ
ОБОРУДОВАНИЕ И ИНГРЕДИЕНТЫ ДЛЯ КИНОБАРОВ
(812) 320 - 80 - 31
(812) 498 - 09 - 01
НОВИНКА
ИЗГОТОВЛЕНИЕ PROMO МАТЕРИАЛОВ ВСЕХ ВИДОВ: (СТЕНДИ, МОБАЙЛЫ, ГИРЛЯНДЫ И ДР.)
МОБАЙЛЫ
СТЕНДИ
ASTRO BOY
ЗАПРЕЩЕННАЯ РЕАЛЬНОСТЬ

КИНОТЕАТРЫ О ДУБЛЯЖЕ

1. Влияет ли качество дубляжа на результаты проката? Обращают ли ваши зрители внимание на качество перевода и дубляжа? Были ли случаи, когда плохой/хороший дубляж снижал/увеличивал посещаемость?
2. Считаете ли вы, что привлечение российских звезд для дубляжа фильмов и мультфильмов – эффективный маркетинговый ход?
3. Идут ли в вашем кинотеатре фильмы с субтитрами? Как влияет наличие субтитров на посещаемость?

ЮЛИЯ СОЛДАТОВА

(директор по оперативному управлению сети «Инвесткинопроект», г. Москва)

1. Основная цель сейчас у всех, кто занимается кино на разных стадиях производства и проката, – это делать суперкачественный продукт, за который кинозритель будет отдавать свои кровно заработанные деньги сравнительно легко. Дубляж серьезно и весомо влияет на результаты проката, потому что именно он создает определенную атмосферу фильма и заставляет широкую аудиторию говорить о нем долго, позитивно и со вкусом. Дубляж, его оценка становится темой «сарафанного радио». Например, дубляж последних МАДАГАСКАРА и ЛЕДНИКОВОГО ПЕРИОДА разошелся в цитатах. У нас очень хорошо реагировали на дубляж ЗАТЕРЯННОГО МИРА, кто-то шел второй раз послушать Светлакова, и в кассах так и просили билеты: «На Светлакова» – и билетный кассир абсолютно нормально реагировал, не задавая лишних вопросов. Зритель сейчас много наслышан о переводах Гоблина. Например, неделю назад мы получили заявку от нашего кинозрителя, который просил привезти БЕССЛАВНЫХ УБЛЮДКОВ именно в таком переводе. Относительно примеров дубляжа, который бы плохо влиял на сборы, не вспомню. Скорее, было много спокойных рабочих материалов, которые явно не портили картину, но и не придавали ей особого блеска, а может быть, это было и грамотным маркетинговым ходом – не отвлекать от картинки, от содержания и т.д.
2. Уверена, что это очень удачный маркетинговый ход. Хвала тем дистрибьюторам, которые это понимают и продолжают также плодотворно работать над дубляжом, как и в докризисные времена. ЛЕДНИКОВЫЙ ПЕРИОД 3 – тому пример.
3. Так как мы работаем фильмами ограниченного проката, бывает. Неподготовленный зритель реагирует плохо именно потому, что не понимает, на какой фильм и зачем пришел. Были конфликты с возвратом билетов. Когда же мы делаем тематический показ или работаем с профессиональной публикой, как, например, в Тольятти в клубе «Колизей», таких проблем не возникает. Наоборот, нам пишут и говорят слова благодарности за возможность посмотреть оригинальный продукт.

АЛЕКСАНДР ВИГЕЛЬ

(директор по маркетингу и кинопоказу «Квадро-Фильм» – 4 зала на 687 мест, г. Красноярск)

1. Пожалуй, косвенным образом: негативно, если наши звукорежиссеры не угадали характер и образ экранного героя не соответствует его дубляжу, и, наоборот, может позитивно сказаться, если все в порядке и/или использованы голоса наших медийных персон, как в случае с Кучерой, Шелест, Камоловым и т.д. Дубляж персонажей мультфильмов известными людьми нередко работает на привлечение нецелевой аудитории, которая, бывает, приходит просто из любопытства. Впрочем, на тонкости перевода и озвучания обращают внимание те, кто действительно любит, разбирается или начинает разбираться в кино. «Обычный» зритель, когда все в норме, – не замечает. Иногда, правда, приходится слышать негативные отзывы о том, что используются довольно «заезженные» голоса. Если кастинг ограничен только возможностями сайта www.soundfront.ru, например.
2. Дубляж – это еще и технология продвижения, которая совершенно справедливо эксплуатируется дистрибьюторами. Уж если они заполучили вдруг какую-то модную, популярную медиа-персону – это сразу «вывешивается на флаг», которым начинают размахивать с большой амплитудой, и правильно делают, на самом деле. Пока эта технология действенна, особенно с мультфильмами. Стопроцентное, кстати, попадание в ПАНДЕ, полчаса просмотра – и мы уже в полной уверенности, что персонажа рисовали под Галустяна, а не наоборот. Что же касается художественных фильмов – на мой взгляд, лучше этого не делать. Вспомните, например, озвучание Бельмондо Александром Демьяненко.
3. Мне эта серия вопросов очень близка, поскольку одно из моих образований связано со звукорежиссурой, и я отработал много лет на радио и звуковых студиях, прежде чем пришел в кинопрокат. Работать фильмами с субтитрами не рискую, потому что «качество» нашей публики оставляет желать лучшего. Для ценителей кино оригинальная звуковая дорожка – это супер, настоящий подарок! Но у нас таковых человек 500 с натяжкой наберется, а нам по «нижней планке» нужно 3–4 тысячи зрителей «сводить» на этот фильм, и риск сейчас недопустим. Киноманы всегда купят лицензионный DVD и будут в свое удовольствие смотреть, пересматривать разные версии.

Звук в российском кино – это, к сожалению, часто «скользкая» тема, выходят картины с ошибками по основным частотам в звуковой дорожке. Если навскидку, в ВОЗВРАЩЕНИИ МУШКЕТЕРОВ – крайне некомфортное звучание. Навязчивая верхняя середина, жесткий верх, коэффициент усиления на аудиопроцессоре приходилось искусственно понижать на этих сеансах (может, с копией не повезло?). Тут можно долго обсуждать....

ДИАНА БЛОХИНА

(руководитель отдела репертуарного планирования киносети «Роскино»)

1. Мне кажется, вопрос поставлен не совсем корректно. Что значит «плохой» дубляж? Ведь это абсолютно субъективно. Все фильмы сейчас озвучиваются очень качественно и адекватно. Не нравиться могут только какие-то находки прокатчика – например, в АНГЕЛАХ И ДЕМОНАХ попытались передать акценты героев, и лично мне это сильно резало слух. Но я читала отзывы в Интернете: многим зрителям, наоборот, этот ход понравился.

III конференция профессионалов киноиндустрии

«Успешное управление кинотеатром в современных условиях: приемы, тактика, стратегия»

7-12 октября 2009 г. Венгрия г.Будапешт

Организаторы «Техника +» и «Невафильм»

ТЕХНИКА+ НЕВАФИЛЬМ NEVAFILM

Конференция Профессионалов Киноиндустрии единственное в своем роде ежегодное уникальное событие отечественного кинобизнеса, на которое традиционно собираются ведущие представители киноиндустрии России и специальные гости из США и Европы с целью обучения и обменом опытом!

НОВАЯ ПРОГРАММА

Лучшие Кинотеатры Мира

24-х зальный мегаплекс «CINEMA CITY Arena» г.Будапешт, принимает участников конференции

Спикеры: ведущие специалисты киноиндустрии США, Канады, Европы и России.

Генеральный информационный патрнер

журнал "Бюллетень Кинопрокатчика"

Партнеры

Кинобизнес, Gilderdala, CHRISTIE, CINEMA 360, Coca-Cola, IMAX, MALEV Hungarian Airlines, Geometria.ru

Генеральное Консульство Венгерской Республики в Санкт-Петербурге
Российской Культурный Центр при посольстве РФ в Будапеште

Вся информация по телефонам: (812) 498-05-01, 320-80-31
mfc@tehnikaplus.ru kunezz@tehnikaplus.ru

На правах рекламы

Что касается увеличения или снижения посещаемости... По-моему, обычные зрители в последнюю очередь обращают внимание на дубляж, а в первую – все-таки на то, что за актеры, кто режиссер и о чем фильм. Никогда еще не слышала «сарафанного радио» на тему «фильм не очень, но там такой дубляж – сходи посмотри кино!». Единственным исключением являются фильмы в переводе Дмитрия «Гоблина» Пучкова, он – наш российский бренд ☺ Поскольку у него очень много поклонников, то, думаю, его перевод АДРЕНАЛИНА 2 положительно повлиял на прокат. Во всех остальных случаях зрители придут смотреть интересный им фильм, вне зависимости от того, кто его озвучивает и чей перевод.

2. Тема «звезд» в дубляже актуальна в отношении мультфильмов или документальных фильмов. Мне нравится, как у нас озвучивают мультфильмы, – там есть, где разгуляться и проявить свою творческую индивидуальность. И зрителям интересно слышать узнаваемые голоса. Хотя вряд ли на посещаемость, например, ЛЕДНИКОВОГО ПЕРИОДА 3 както повлияло то, кто его озвучивал. «Звездный» дубляж стал, скорее, приятным бонусом для зрителей. Если говорить о менее раскрученных проектах, то дубляж сможет помочь привлечению аудитории только в том случае, если человек, который озвучивает проект, является медийным персонажем и будет во всех своих интервью пиарить выход фильма.

3. Мы показываем фильмы с субтитрами, но не очень часто и только в одном кинотеатре, в Питере. Фильмы в оригинале – это для истинных киноманов, а они не являются нашей основной аудиторией. Хотя очень важно, о каком именно проекте идет речь – о фильме Тарантино или о не очень раскрученном проекте французского или шведского режиссера. Вот сейчас мы работаем режиссерской версией БЕССЛАВНЫХ УБЛЮДКОВ, и она пользуется почти такой же популярностью у зрителей, как и обычная. А французский или шведский фильм сразу отпугнет часть аудитории наличием субтитров. Многие зрители возле кассы, выбирая, на что пойти, предпочтут фильму ПАРИЖ, ПАРИЖ, например, ПРИЗРАКОВ БЫВШИХ ПОДРУЖЕК. И это нормально. Потому что субтитры утомляют зрителей, особенно если они не знают язык оригинала. Но аудитория для фильмов в оригинале есть, и хорошо, что есть кинотеатры, которые показывают такое кино.

БОРИС СОБКО

(руководитель Киноцентра «Галактика» – 4 зала на 701 место, г. Омск)

1. Влияет. Сразу вспоминается недавний релиз АДРЕНАЛИНА 2 – не было указано, что будет «гоблиновский» перевод, после чего нам приходилось в буквальном смысле «огребать» от наших зрителей оплеухи. Все-таки, когда есть специфика перевода, мы должны делать пометки на афишах, в рекламе и т.д. Если бы с тем же АДРЕНАЛИНОМ мы указали, что там такой перевод, то обошлись бы без неприятностей, возникавших после просмотра фильма, и, наоборот, смогли бы привлечь дополнительно зрителя-любителя подобных штучек.

Другой пример – с фильмом АНТИХРИСТ. Был выпущен ролик, который озвучили, как мне показалось, малоприятным голосом – он создавал определенный стиль и образ фильма. Когда мы посмотрели ленту на оригинальном языке с субтитрами, впечатление складывалось совершенно другое – более жесткое, жестокое. Казалось бы, рекламный ролик идет всего минуту – кинокомпания его выпустила с дубляжом и сделала именно таким, поэтому восприятие было одно, а в оригинале – совершенно другое.

2. Считаю большим плюсом, когда фильмы и мультфильмы озвучивают известные персоны, потому что, несомненно, есть поклонники творчества тех или иных актеров, «звезд», представителей шоу-бизнеса, которые дополнительно «подтягивают» в кассу деньги. Такой маркетинговый ход довольно дорогостоящий для прокатных компаний, но, мне кажется, даже если проект не окупается, он дает определенные плюсы. Вы помните, как Александр Демьяненко произносил название фильма ТИТАНИК (на котором когда-то мы все начинали делать деньги), это настолько профессиональное мастерство дублирования, что я до сих пор слышу, как он говорит слово «Титаник».

3. Но не думаю, что львиная масса зрителей обращает столь пристальное внимание на дубляж, но, несомненно, среди этой массы, которая приходит в кинотеатр, сидят настоящие ценители, почитатели, которые внимательно прислушиваются к голосам и звукам с экрана. Согласитесь, если в зале звучит красивый, низкий, поставленный голос, если все слышно и понятно, да еще и голос любимого актера, к примеру Армена Джигарханяна, который озвучивал роль деда в мультике ВВЕРХ, – ну разве это не здорово?! А если бы озвучивал рядовой, никому не известный актер? Тот человек, который выбрал Джигарханяна, – он же умничка! Понял, прочувствовал коммерческий успех. Мультик и так классный, но Джигарханян помог еще дополнительно заработать денежки – это восторг!

Каждый четверг у нас проходит киноклуб «Стоп-Кадр», к которому присоединяется все большая аудитория, предпочитающая нестандартное кино. В большинстве своем это фильмы CP Classic и «Кино без границ». В киноклуб приходит более подготовленная публика. Когда тот же АНТИХРИСТ мы крутили вечерними сеансами в большом зале – собиралось очень много людей, потому что мы организовали достаточно много местной рекламы, но часть народа, когда узнавали, что фильм идет с субтитрами, не брали билеты. Читать не хотят.

АРИНА АРАКЕЛОВА

(руководитель отдела проката, рекламы и маркетинга к/т «Аврора» – 2 зала на 700 мест, г. Санкт-Петербург)

1. Очень сильно влияет, наши зрители обращают внимание на качество дубляжа. Сложнее вспомнить, чтобы дубляж увеличивал посещаемость, но снижал – это точно, когда люди выходили недовольные именно дубляжом и потом была плохая «сарафанка» из-за этого. Сейчас все более-менее стало нормально, за последний год каких-то нареканий по дубляжу в нашем кинотеатре не было.

2. Затрудняюсь ответить, ни разу не видела, чтобы зритель пошел не на конкретный мультик или фильм, а только из-за того, что его озвучивали, например, Камолов или Шелест.

3. Наш зритель очень любит фильмы с субтитрами, поэтому, если есть такая возможность, то мы предпочитаем дублированным копиям субтитрированные. Сейчас у нас будут идти фильмы УШЕДШИЕ с субтитрами и БЕССЛАВНЫЕ УБЛЮДКИ – мы взяли оригинальную, режиссерскую версию. У нас подготовленный зритель, и наличие субтитров влияет положительно на посещаемость. Центр города, Невский проспект – на эти фильмы приходит достаточно много иностранцев, студентов, занимающихся языками. Раньше была проблема, скорее даже технического характера, когда субтитры были светлые и на светлом фоне, но сейчас фильмы очень прилично субтитрируются прокатчиками, у нас и наших гостей нареканий никаких нет.

Подготовила Анастасия ДУГИНОВА

SLANGPRODUCTION[S]
CREATIVE AGENCY
WWW.KINO-SLANG.RU

РЕШЕНИЕ ТВОРЧЕСКИХ ЗАДАЧ
ПО АДАПТАЦИИ ФИЛЬМОВ ЛЮБОЙ СЛОЖНОСТИ

SimEx ! Iwerks

4D киноаттракционы со спецэффектами

- 4D киноаттракционы с эффектом симуляции движения, специальными уникальными креслами, поляризованными очками и эффектами (такими как дождь, снег, пузыри, дым, ветер, молнии)
- Новейшие цифровые проекторы 2K и HD
- Кресла TurboRide
- Эксклюзивная фильмотека
- Разработка дизайн проекта
- Установка и тестирование оборудования
- Производство фильмов
- Маркетинговая и сервисная поддержка

SimEx ! Iwerks

Creating Profitable World-Class Attractions for 20 Years

Эксклюзивный представитель в России компания **“Техника+”**
+7 (812) 498-09-01, 320 80 31
e-mail: caneks@rogers.com info@ tehnikaplus.ru

ПРОИЗВОДСТВО США/КАНАДА

511 King Street West, Suite 130, Toronto, Ontario,
M5V 1K4, Canada 4520 West Valerio Street,
Los Angeles, California 91505, United States
www.simex-iwerks.com

North America: Mike Frueh, mfrueh@iwerks.com,
phone +1 (818) 840.9635

На правах рекламы

РОССИЙСКАЯ КИНОИНДУСТРИЯ: ЧТО ДЕЛАТЬ?

Будучи у всех на устах последние 10 месяцев, глобальный экономический кризис не обошел стороной большинство российских рынков, в том числе и рынок кинопроката и кинопроизводства. В профессиональной среде активно обсуждаются вопросы о том, что посещаемость в российских кинотеатрах существенно упала, сократилась выручка кинотеатров, и это, конечно, отразилось на кинотеатральном бизнесе в целом, и на дистрибьюторах, и на продюсерских компаниях. Мы решили проанализировать основные изменения рынка дистрибуции и сложившиеся на сегодняшний день особенности проката российских фильмов в крупных городах и регионах, а также поговорить с ведущими игроками киноиндустрии, чтобы попробовать понять: ЧТО ДЕЛАТЬ?

ПОСЕЩАЕМОСТЬ КИНОТЕАТРОВ В РОССИИ И СНГ: ДИНАМИКА И ПЕРСПЕКТИВЫ

Динамика еженедельных кассовых сборов в России и в странах СНГ показывает, что посещаемость кинотеатров в текущем 2009 году падала в течение первого квартала по отношению к этому же периоду 2008 года. Начиная с апреля, ситуация на рынке кинотеатрального проката начала выравниваться и стала прослеживаться положительная динамика изменения посещаемости. За первые семь месяцев 2009 года общая (кумулятивная) посещаемость в России и СНГ выросла на 5% (см. рисунок 1)*.

Июньские и июльские релизы повысили загрузку кинотеатров, и все же, по состоянию на 1 августа, снижение посещаемости в отдельных кинотеатрах по сравнению с прошлым годом мы оцениваем в 10–12%. Почему?

Основные причины – рост количества экранов (конкуренция) и экономическая ситуация в стране. Известно, что за последний год количество кинотеатров и экранов в России существенно выросло. По итогам 2007 года, в России насчитывалось только 1510 современных экранов, а на начало 2009 года это число выросло на 23% и составило 1864 экрана. Для простоты анализа предположим, что новые кинотеатры открывались равномерно в течение 2008 и начала 2009 годов. Тогда рост посещаемости к середине 2009 года должен был бы составить приблизительно 10–15%. Однако в первом квартале 2009 года этого не произошло – более того, общая посещаемость к марту была на 10% меньше прошлогодней (рис. № 1). То есть реально, к концу первого квартала 2009 года кинотеатры ощущали падение на 20–25%, а в некоторых случаях и значительно больше.

К середине третьего квартала ситуация исправилась. Улучшения стали заметны уже в начале второго квартала за счет выхода нескольких больших картин: ТАРАС БУЛЬБА. ЗАПОРОЖСКАЯ СЕЧЬ, ОБИТАЕМЫЙ ОСТРОВ. СХВАТКА И ЛЮДИ ИКС. РОСОМАХА. В апреле посещаемость выровнялась до уровня 2008 года, а май оказался практически провальным. Основные причины – теплая погода и увеличившийся световой день, а также сравнительно низкое качество майских блокбастеров, вопреки ожиданиям рынка. Июнь и июль оказались намного сильнее и показали, что российский зритель по-прежнему готов посещать кинотеатры с большим удовольствием, не жалея денег на развлечения.

Тем не менее, рост количества экранов все же повлиял на среднюю посещаемость, которая падает и будет падать. Так, в США и во Франции средняя посещаемость на экран в год в 3–4 раза ниже, чем в России. И невзирая на то, что многие проекты по строительству кинотеатров заморожены, в перспективе рост количества экранов неизбежен, так же как рост количества мультиплексов. Вопрос только времени. Отсюда очевидно, что основные перспективы роста посещаемости кинотеатров всегда и везде будут зависеть от качества фильмов, которые попадают на экраны этих кинотеатров, и, безусловно, от политики кинотеатров в подходах к программированию и ценообразованию.

РИСУНОК 1

КАССОВЫЕ СБОРЫ КИНОТЕАТРОВ В РОССИИ: ФАКТОРНЫЙ АНАЛИЗ

Объем рынка кинопроката России определяется размером кумулятивной выручки (кассовых сборов) всех кинотеат-

** Здесь мы приводим кумулятивные ежемесячные данные, так как еженедельные данные по формату были бы нечитабельны*

РИСУНОК 2

РИСУНОК 3

ров страны. На рисунках 2, 3 показана динамика изменения кассовых сборов в России и СНГ в рублях и долларах США. В первом квартале 2009 года мировой экономический кризис в значительной степени осложнил ситуацию для всех игроков российского рынка кинотеатрального проката. Однако для разных участников индустрии – кинотеатров, дистрибьюторов и продюсеров – динамика изменения кассовых сборов в кинотеатрах имеет разную значимость.

ВЫРУЧКА В РУБЛЯХ

Кумулятивная выручка кинотеатров в рублях увеличилась по состоянию на май 2009 года по сравнению с 2008 годом почти на 17%. На это повлияли три основных фактора.

Во-первых, в период с 1 января по конец июля 2009 года произошло рублевое увеличение средней цены на билет. Во-вторых, уже к маю достигнут прежний уровень кумулятивной посещаемости кинотеатров страны. В-третьих, произошел рост количества экранов в России. Но при этом рост количества экранов повел за собой снижение средней выручки и снижение средней посещаемости на экран и, соответственно, снижение сборов отдельно взятых кинотеатров.

Положительная динамика роста кумулятивной выручки кинотеатров в рублях при сохранении уровней расходов на зарплаты и аренду делают ведущие мультиплексы страны еще более прибыльными в рублях. Но это работает не для всех: во многих регионах, где возросла конкуренция, выручка каждого отдельного кинотеатра (от продажи билетов) падает.

ВЫРУЧКА В ДОЛЛАРАХ

В начале 2009 года динамика изменения кассовых сборов в долларах США показывает, что кумулятивная выручка от продажи билетов сократилась практически на 15%. Для кинотеатров, которые ведут операционную деятельность без привязки к доллару США, этот показатель не столь важен. Однако дистрибьюторы зарубежного контента, и особенно мейджоры, несут реальные потери. Основной валютой калькуляции их выручки является доллар США. Соответственно, падение выручки мейджоров от российского рынка, которое в некоторых случаях достигло более 35%, сильно повлияло на экономику этих компаний в нашей стране. Также рост курса доллара США повлиял на закупочную деятельность российских дистрибьюторов, увеличивая для них риски убытков от покупки прав на зарубежные фильмы.

Общая динамика изменения кассовых сборов в рублях может оказаться положительной для российских производителей фильмов, так как сборы в рублях в первые пять месяцев 2009 года выросли по отношению к сборам этого же периода 2008 года. Но это весьма спорный аргумент и применим только для тех компаний, которые задолго до начала кризиса планировали свою деятельность, опираясь только на российский рубль.

У многих возникает вопрос: «Что было бы, если бы не кризис?» Абстрагируясь от реалий, можно представить, что нет никакого кризиса, а рост кассовых сборов определяется исключительно ростом инфраструктуры российского кинотеатрального проката. Тогда, к примеру, можно рассчитать потери некоторых из игроков российского кинорынка от девальвации рубля.

Для оценки убытков рынка предлагаем принять, что начало кризиса выпало на конец августа 2008 года. И предположим, что курс доллара был бы неизменен и оставался бы на уровне 1 сентября 2008 года по сегодняшний день. Простой анализ выручки десяти самых кассовых зарубежных фильмов, вышедших с 1 сентября 2008 года по 30 апреля 2009 года, показывает, что убыток этих фильмов составил $23 млн, а убыток десяти самых кассовых российских фильмов за этот же период составил более $29 млн (см. рисунки 4, 5).

Традиционно американские блокбастеры выходят в кинопрокат в летний период, в то время как осенне-зимне-весенний сезон обычно заполняется большим количеством российских хитов. В этот раз такой сезон совпал с экономическим кризисом, который и привел к серьезным материальным потерям всех российских игроков рынка.

Из российских релизов с момента начала кризиса больше всего пострадали

РИСУНОК 4

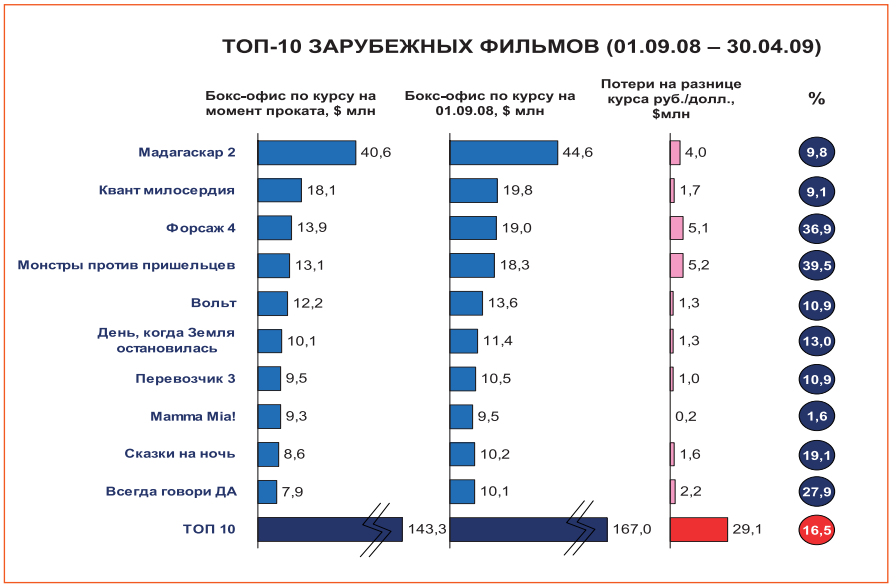


РИСУНОК 5

производители фильмов ТАРАС БУЛЬБА. ЗАПОРОЖСКАЯ СЕЧЬ, САМЫЙ ЛУЧШИЙ ФИЛЬМ 2, ЛЮБОВЬ В БОЛЬШОМ ГОРОДЕ И ОБИТАЕМЫЙ ОСТРОВ. Схватка, чьи потери в долларах США составили более трети от кассовых сборов. Среди зарубежных релизов наиболее остро ощутили падение курса рубля производители фильмов ФОРСАЖ 4 и МОНСТРЫ ПРОТИВ ПРИШЕЛЬЦЕВ. Эти потери не могли не повлиять на инвестиционный климат вокруг продюсеров российских производителей. К середине 2009 года большое количество проектов было закрыто или заморожено, а новые проекты практически не запускались.

Сегодня мы оказались в несколько другой действительности. Если с учетом нынешней ситуации сложить воедино все факторы, то получится, что падение курса рубля начиная с августа 2008 года, которое составило 28% (сейчас курс держится на отметке 31–32 рубля за доллар), компенсируется тремя факторами: ростом инфраструктуры, ростом средней цены на билет в среднем минимум на 10% и ростом посещаемости в кинотеатрах на 5%.

Получается, что падение долларового эквивалента рынка можно оценить в 15–20%, что, безусловно, повлияет на поведение продюсеров при бюджетировании российских проектов. Производственные бюджеты должны сократиться на 30–40%. Как это отразится на качестве российских фильмов – покажет время.

Итоги можно подвести вполне оптимистичные: динамика кассовых сборов в России указывает на постепенное восстановление рынка кинотеатрального проката, и потери продюсеров в долларах США начинают снижаться за счет небольшого роста посещаемости и повышения средней цены на билет.

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПРОКАТА ЧЕТЫРЕХ РОССИЙСКИХ ФИЛЬМОВ

Для наглядности приведем сравнительный анализ четырех российских фильмов комедийно-развлекательного жанра, а именно:

- ☑ **ГИТЛЕР КАПУТ! –** старт 18 сентября 2008 года
- ☑ **ЛЮБОВЬ-МОРКОВЬ 2 –** старт 23 декабря 2008 года
- ☑ **САМЫЙ ЛУЧШИЙ ФИЛЬМ 2 –** старт 22 января 2009 года
- ☑ **ЛЮБОВЬ В БОЛЬШОМ ГОРОДЕ –** старт 05 марта 2009 года

Перед нами – две романтические комедии и две комедии абсурда. Мы выбрали эти фильмы по двум причинам: во-первых, в России в этих жанрах рос-

С 24 ДЕКАБРЯ В КИНОТЕАТРАХ
БЕЛКА И СТРЕЛКА
звездные собаки
www.belka-i-strelka.ru
На правах рекламы

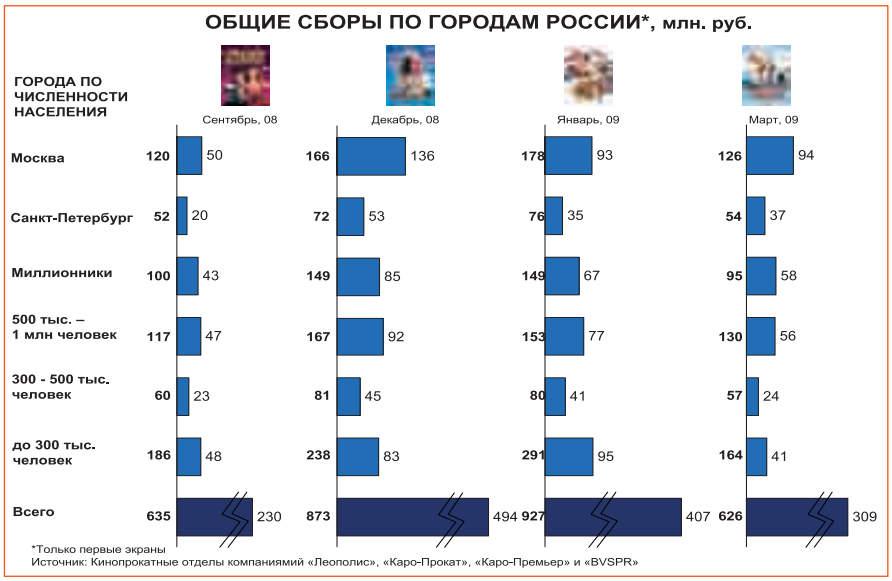


РИСУНОК 7

РИСУНОК 8

РИСУНОК 6

сийские продюсеры могут уверенно конкурировать с Голливудом (россиянам родной юмор ближе американского). Во-вторых, по этим фильмам нам удалось получить информацию из первоисточников. На основании данных, предоставленных дистрибьюторскими компаниями «Каропрокат», «Каро-Премьер», BVSPR и продюсерскими компаниями «Леополис» и Real Dakota, ниже приведен анализ региональных особенностей российского проката, а также зависимость влияния мирового финансового кризиса на разнообразные регионы РФ. Мы основывались на данных о прокате фильмов только на первых экранах страны, чтобы избежать искажения средних показателей на вторых экранах, у которых, как правило, средняя цена на билет значительно ниже общероссийской.

Количество первых экранов в России по этим фильмам следующее:

- ☑ **ГИТЛЕР КАПУТ!–** 635 копий
- ☑ **ЛЮБОВЬ-МОРКОВЬ 2 –** 873 копий
- ☑ **САМЫЙ ЛУЧШИЙ ФИЛЬМ 2 –** 927 копий
- ☑ **ЛЮБОВЬ В БОЛЬШОМ ГОРОДЕ –** 626 копий

Первые экраны позволили собрать в России от 230 до 494 миллионов рублей, причем доля кассовых сборов в двух крупнейших городах, в Москве и Санкт-Петербурге, колеблется от 30% на фильме ГИТЛЕР КАПУТ! до 42% на фильме ЛЮБОВЬ В БОЛЬШОМ ГОРОДЕ (см. рисунок 7). Причем доля расписанных в двух столицах копий от общего числа экранов стандартно составляет около 27–28%.

Важно отметить, что средняя цена билета для каждого из этих фильмов была разной. На рисунках 8 и 9 видна положительная динамика изменения средней цены на билет за весь период. Правда, прокат ЛЮБОВЬ-МОРКОВЬ 2 пришелся на новогодние праздники, что ознаменовалось повышением стоимости билетов. Средняя цена билета по итогам проката картины САМЫЙ ЛУЧШИЙ ФИЛЬМ 2 также заметна ниже.

Рост средней цены билета по России в рублевом эквиваленте за период с сентября 2008 года по март 2009 года составил 10,3%. Однако этот рост произошел не равномерно по стране. Средняя цена на билет в Москве и Санкт-Петербурге выросла значительно, в результате чего доля кассовых сборов двух столиц составляет более 30% от вала. В остальных городах России в совокупности не наблюдается схожего роста средней цены на билет. То есть рублевый рост обще-

Широкий спектр услуг
для вашего кинотеатра

Asia Cinema
www.asiacinema.ru

Приглашаем Вас посетить стенд нашей компании №125 на выставке "Киноэкспо"

Ангарск
+7 (3955) 50-80-81
cinema@asiacinema.ru

Москва
+7 (495) 661-54-66
moscow@asiacinema.ru

Все права рекламы

российских кассовых сборов в большей степени определяется ростом двух основных столичных рынков: Москвы и Санкт-Петербурга. Можно предположить, что такая ситуация сохраняется до настоящего времени.

В других крупных городах России, в которых инфраструктуру кинотеатрального проката можно считать развитой, присутствует как положительная, так и отрицательная динамика изменения средней цены на билет. Среди городов, в которых наблюдается снижение стоимости билета в кино, можно выделить Екатеринбург, Челябинск, Омск, Краснодар, Волгоград, Ярославль и Рязань. Рост средней цены, сопоставимый с Москвой и Питером, был только в Хабаровске и Кемерово.

Таким образом, российский рынок кинотеатрального проката неоднозначно отреагировал на экономический кризис, и рост средней цены на билет в России обусловлен в большей степени ростом цен на билеты в Москве и Санкт-Петербурге. Большинство других регионов не поддержали данной тенденции. Основной причиной сдерживания цены на билет являются понятные опасения, связанные с риском снижения посещаемости кинотеатров.

ПОСЕЩАЕМОСТЬ КИНОТЕАТРОВ ПО РЕГИОНАМ РОССИИ

Сравнивать объемы продаж билетов в кинотеатрах России в рублях или в долларах США – затея неблагодарная: и цены меняются, и обменный курс нестабильный. Поэтому в такой ситуации наиболее аккуратное сравнение может проводиться по уровню посещаемости фильмов. Сравнительный анализ посещаемости на копию четырех российских фильмов по регионам России показал: для продюсеров российских хитов количество копий и качество росписи имеет решающее значение.

Немаловажным фактором, влияющим на сравнение средней посещаемости на копию, является количество копий в регионе, поэтому для удобства мы будем использовать иллюстрации, включающие в себя как количество копий по региону, так и среднюю посещаемость на копию (см. рисунок 12).

На примере фильмов ГИТЛЕР КАПУТ! и САМЫЙ ЛУЧШИЙ ФИЛЬМ 2 заметно, что посещаемость в кинотеатрах Москвы и Санкт-Петербурга значительно ниже, чем аналогичный пока-

РИСУНОК 10

РИСУНОК 11

РИСУНОК12

затель проката фильмов ЛЮБОВЬ-МОРКОВЬ 2 и ЛЮБОВЬ В БОЛЬШОМ ГОРОДЕ. Романтические комедии явно более популярны среди кинозрителей обеих столиц.

Интересным является тот факт, что в городах с населением от 300 тысяч до миллиона человек, включая 9 городов с населением более одного миллиона жителей, посещаемость менее чувствительна к колебаниям, связанным с жанром и качеством фильмов, и держится на достаточно высоком уровне, в отличие от рынков Москвы и Санкт-Петербурга.

Среди городов с численностью населения более 1 миллиона человек (рисунок 13) лидерами по средней посещаемости на копию являются Ростов-на-Дону, Омск и Нижний

Новгород. Высокий уровень посещаемости на копию в этих городах остается неизменным для всех четырех фильмов, что может объясняться недостаточным количеством экранов в этих городах.

На рисунке 14 приведены данные по средней посещаемости на копию в крупных городах России с населением от 500 тысяч до одного миллиона человек. Легко заметить, что успех проката фильма в регионах России сильно зависит от профессионализма дистрибьюторов. Итак, что мы видим? Количество копий имеет значение.

Таким образом, приведенный анализ иллюстрирует не только влияние кризиса на прокатную судьбу фильмов, но и разницу в подходах к дистрибуции фильмов со сравнимым потенциалом.

Лев НИКОЛАУ
и Сергей ДОДЕНКО

Журнал «БК-Action!» выражает благодарность генеральному продюсеру компании Real Dakota Ренату Давлетьярову, генеральному директору «Каропрокат» Алексею Рязанцеву, генеральному директору Sony Pictures Entertainment Russia Микаелю Шлихту, генеральному директору BSVPR Антону Сиренко, финансовому директору «Каропрокат» Илье Шкопу и генеральному директору кинокомпании «Леополис» Георгию Малкову за предоставленную информацию. Мы надеемся на дальнейшее сотрудничество с перечисленными компаниями и с другими участниками рынка, заинтересованными в количественном и качественном анализе российского кинорынка.

РИСУНОК 13

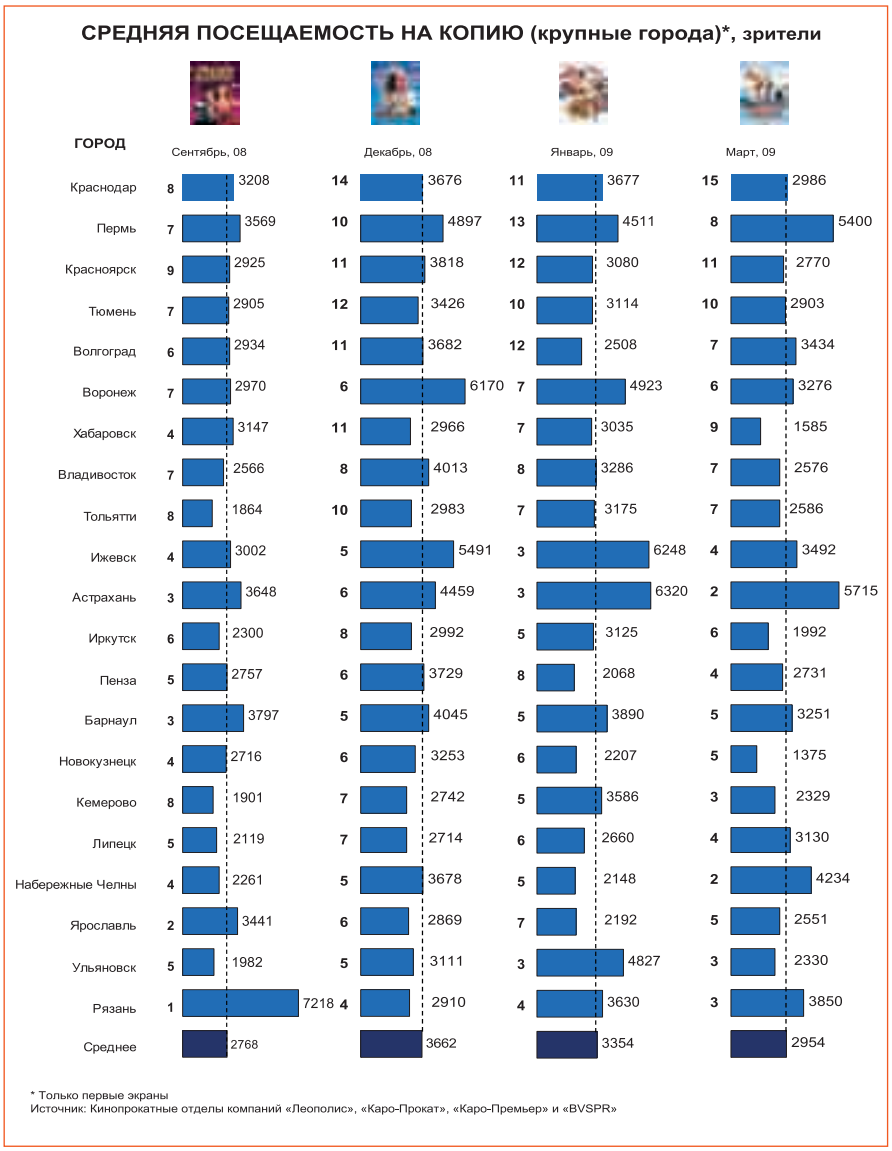


РИСУНОК 14

АННА КРУТОВА:
«Сегодня у кинопрокатчиков нет точных данных, чтобы спрогнозировать, что будет давать кинопрокату рынок малых городов»

По мнению Анны Крутовой, вице-президента компании «СТВ» и члена Совета директоров компании «Наше кино», следующим сокрушительным ударом по киноиндустрии после падения телевизионного и DVD рынков может стать значительное сокращение кинотеатральных экранов. Уже несколько лет на рынке обсуждается замечательный план увеличения числа залов по всей стране, и имя ему «Кино-Сити». В интервью «БК-Action!» Анна Крутова рассказала о том, как продвигается развитие проекта, и поделилась своими мыслями о перспективах для проката и производства российского кино в условиях кризиса.

БК-ACTION! Сейчас и прокатные компании, и кинотеатры стремятся максимально снижать риски и к российским релизам стали относиться еще более осторожно, чем раньше. Как вы оцениваете перспективы проката российского кино в ближайшем будущем?

АННА КРУТОВА. Мы все находимся в одной подводной лодке – прокатчики, продюсеры, кинотеатры, все мы оказались в условиях кризиса не в лучшем положении. Позиция кинотеатров в этой связи более чем понятна. Многие из них по-прежнему платят за аренду те же деньги, что и до кризиса, снижать которую арендодатели не собираются, так как понимают, что владельцы мультиплексов вложили немалые деньги в ремонт и оборудование своих площадок. Им деваться некуда. Получается, что и арендодателя не за что винить – у него тоже кризис. Сегодня мы все вместе оказались в ситуации, напоминающей тупик. Я считаю, что и кризис, и обострение вялотекущего конфликта – это всегда выход на новый уровень развития для умных, талантливых и трудолюбивых людей. Поэтому нужно создавать эффективные бизнес-модели, стараться структурированно взаимодействовать, оптимизировать ресурсы и, несмотря на трудности, стремиться сохранить свой бизнес. Очевидно, что кризис уберет с рынка случайных игроков. Даже не игроков, а случайных пассажиров, которые вдруг решили заняться кино и поохотиться на государственную поддержку. Ведь с падением телевизионного и DVD рынков продюсерские риски повысились и кинопроизводственные компании стали еще более зависимы от государственной поддержки, ее доля сегодня выросла до 70%. Сложившаяся ситуация привела к еще более высоким рискам продюсеров. Как следствие, кинопроизводители станут еще более избирательны, а это приведет к повышению качества фильмов. Количество российских картин в ближайший год вряд ли уменьшится, так как многие дорабатывают то, что начато. По крайней мере крупные компании продолжают жить: помимо анимации, у «СТВ» сейчас запускаются два проекта, «Профит» готовится к съемкам трех фильмов, «Красная стрела» только что закончила производство новой молодежной картины.

Размышляя о ситуации в российском кинопрокате, очевидно, что пришло время участникам рынка сесть за стол переговоров и разобраться, как же сегодня дистрибьюторам российских картин оптимизировать работу с кинотеатрами. На сентябрьском «Киноэкспо» в Санкт-Петербурге совместно с «Планетой Информ» мы готовим семинар, посвященный прокату российского авторского кино. Мы хотим дать возможность российским кинематографистам обсудить с руководителями кинотеатральных сетей и отдельных кинотеатров волнующие их вопросы: как из отрасли превратить российский кинематограф в индустрию, как приучить зрителя смотреть российские фильмы в кинотеатрах и в каких сегментах киноиндустрии государство должно усилить свое участие.

БК-ACTION! Но зачем кинотеатрам поддерживать российское кино? Вы же сами сказали, что им аренду нужно платить.

КРУТОВА. По-моему, было бы странно, если бы кинотеатры вовсе не поддерживали наших производителей. Конечно, принуждать свободных предпринимателей заключать невыгодные им сделки бессмысленно. Путь понятен – улучшение качества продукта и осознанный подход продюсеров к производственным бюджетам и бюджетам на выпуск картин. Сейчас на рынке заметна тенденция к сокращению копий, и параллельно с этим должна возникнуть тенденция к удлинению проката. Долгий прокат даст возможность продюсеру на меньшем количестве копий получить хорошие прокатные результаты, а также увеличить географию показа, а значит, и количество зрителей, которые посмотрят фильм.

Каждому кинопрокатчику известно, что самая эффективная реклама – внутри кинотеатров и на ТВ. Если следовать примеру западных стран, которые стремятся сохранить свой внутренний рынок и создают для отечественных производителей специальные условия выпуска картин, можно создать оптимизированную бизнес-модель для кинопрокатчиков российских фильмов. Конечно, здесь не обойтись без интереса нашего правительства и Законодательного собрания, а также чиновников Министерства Культуры РФ к сохранению и усилению российского кинематографа в условиях кризиса. Пришло время, наконец, изучить и внедрить положительный опыт Франции, Америки и азиатских стран в поддержке и прокате национальных фильмов. Я имею в виду лояльную политику относительно отече-

Иван Охлобыстин

Юрий Кузнецов

Александр Домогаров

Вилле Хаапасало

Алексей Макаров

В ФИЛЬМЕ
Павла Лунгина

Петр **Мамонов**

Олег **Янковский**

ЦАРЬ

Грозный царь — **грозное** время

с 4 ноября в кинотеатрах

Показ фильма на Киноэкспо состоится 13 сентября в 16:30

На правах рекламы

ственного кино в области ТВ рекламы, муниципальных рекламных площадей, а также установление определенных регламентов в позиционировании российского кинематографа внутри кинотеатральных сетей.

БК-ACTION! Какова прокатная политика обновленной кинопрокатной компании «Наше кино»?

КРУТОВА. Выпуская как картины акционеров компании, так и картины других продюсеров, мы стараемся давать реалистичные прогнозы и сдерживать необоснованные амбиции производителя. Мы избегаем излишних трат на печать копий и продвижение в случае, если прокатный потенциал картины их не оправдывает. Объясняем недавно пришедшим в киноиндустрию продюсерам, что не все существующие кинотеатральные залы способны сегодня отбить поставленную у них копию, что большое количество копий – далеко не гарант успешного проката и что реальный результат определяется наработкой на копию. Стремимся оградить производителя от дополнительных (и часто очевидных) рисков. Но у разных продюсеров разная степень ответственности за деньги, которые они тратят на тот или иной проект. Кино – такая индустрия, где порой задействованы самые неожиданные инвестиции. Часто подобные инвестиции попадают в руки к неопытным продюсерам, и начинается «хождение по мукам»: период девеломпмента отработан некачественно, перерасход бюджета на производство, приходит время выпускать картину – а не на что… Продюсер идет к кинопрокатчику за деньгами и помощью, а тот дает нерадостный прогноз и советует сокращать бюджет на выпуск, так как картина может не отбить даже его. Мечта дистрибьюторов – чтобы продюсеры приходили к ним на стадии разработки сценария! Поэтому кинопрокатная компания «Наше кино» приглашает всех российских продюсеров, которые только начали развивать свои проекты. Мы готовы поделиться профессиональным опытом и, возможно, поучаствовать в производстве и выпуске фильма.

Объединив усилия с кинокомпаниями «Профит» и «Красная стрела» в кинопрокатном бизнесе, мы нашли единомышленников и консолидировали свои возможности. Сложенные в одну корзину профессиональные и финансовые ресурсы оптимизировали для акционеров затраты на кампании по выпуску их фильмов, а для всего рынка открыли новую компанию, которая специализируется на прокате российских картин.

На летнем Кинорынке тенденция к сокращению копий и бюджетов на выпуск российских картин стала очевидной. Сейчас это происходит в любом экономическом секторе, и кино не стало исключением. Основная угроза – это сокращение кинотеатральных площадок в России, которым и без того нужно расширяться. Этому вопросу кинокомпания «СТВ» уделяет много внимания, времени и усилий.

БК-ACTION! Вы имеете в виду проект «Кино-Сити», одним из первых инициаторов которого стал Сергей Сельянов?

КРУТОВА. Да, мы уже несколько лет занимаемся разработкой региональной кинотеатральной сети и развитием проекта «Кино-Сити» и уже во многом продвинулись. Позиция кинокомпании «СТВ» в лице ее основателя и руководителя Сергея Сельянова – содействие и развитие проекта на всех уровнях, в том числе и частичное финансирование.

Также партнерами проекта являются Андрей Кончаловский и Федор Бондарчук и Эдуард Пичугин. Видение столь серьезных кинематографистов в важности и необходимости кинофикации РФ полностью совпало, и сегодня проект «Кино-Сити» несет в себе совокупное решение вопросов, необходимых для развития российской киноиндустрии, а также улучшения социальных условий граждан страны.

Руководит проектом Эдуард Пичугин, который в свое время создал высокопрофессиональную управляющую компанию и успешно основал и развил кинотеатральную сеть «Кронверг». Недавно он защитил диссертацию на тему «Управление финансовыми потоками в российском кинопрокате» – это первая научная аналитическая работа в этой области.

БК-ACTION! О каком количестве кинотеатров идет речь?

КРУТОВА. Проект очень масштабный, это новый этап в кинотеатральном бизнесе. Речь идет о сети мультимедийных образовательных центров с услугой кинопоказа. В оснащении кинозалов будут использованы новые проекционные технологии, которые дадут возможность сделать услугу кинопоказа доступной для всех граждан России. Эту модель скорее можно назвать современным дворцом культуры районного значения. Строиться они предполагают в городах с населением не более 500 тысяч человек и районных центрах, которые бы подтягивали окружающие их поселения. Кинотеатры должны иметь от двух до четырех залов. Проект полностью просчитан, имеет внятную бизнес-модель и управляющую компанию, которая сейчас занимается его развитием.

Городов с населением менее 500 тысяч в России более 1500. Понятно, что охватить сразу все одной компании не под силу. Сейчас в разработке находятся 244 города. Главное для нас сейчас – начать и доказать, что идея работает, вслед или вместе с нами и другие компании начнут открывать подобные центры в небольших городах. Естественно, один игрок на рынке проблему кинофикации страны решить не в состоянии.

БК-ACTION! Сколько стоит построить один такой кинотеатр?

КРУТОВА. Максимальная цена – 150 млн рублей в зависимости от количества залов и от условий местности. Стоимость мультимедийного образовательного центра прежде всего определяется его оснащением. Современное цифровое оборудование с опцией 3D откроет новую страницу в истории кинопоказа, что даст возможность управляющей компании одновременно с Москвой проводить премьеры в самых отдаленных регионах России. Затраты на выпуск фильма кинопрокатчиком сократятся по причине отсутствия в них одной из самых высокобюджетных статей – печати и доставки копий. Используя все технологические возможности такого киноцентра, управляющая компания сможет оперировать репертуаром таким образом, что его посещаемость существенно возрастет. Реализация проекта «Кино-Сити» является наиболее эффективным инструментом, при помощи которого и производство, и кинопрокат национальных фильмов станут прогнозируемым и успешным бизнесом.

БК-ACTION! А цена билета какая планируется?

КРУТОВА. Цена билета будет высокодифференцирована. В городах с населением менее 50 тыс. человек она может быть ниже 50 рублей, а в городах выше 400 тыс. превышать 150 рублей. Здесь действует высокотехнологичная система расчетов, которая тоже является ноу-хау компании «Кино-Сити». Основная задача проекта – сделать услугу кинопоказа доступной для всех слоев населения, тем самым повысить посещаемость кинотеатров, что приведет к увеличению сборов с показов по всей России.

Но нюансов предостаточно. Рынок малых городов России как следует не изучен. У жителей малых городов отсутствует культура походов в кино в силу того, что там нет кинотеатров. В отдельных населенных пунктах люди живут настолько бедно, что у них просто нет денег на покупку билетов. Именно поэтому в диалоге с правительством мы говорим о том, что кинофикация РФ – это прежде всего вопрос социальный. Без выделения бюджетных средств на осуществление и развитие этого проекта подобная задача для частного бизнеса невыполнима.

Среди положительных факторов – отсутствие конкуренции в сфере досуга в малых городах. Появление нового места при грамотном управлении сразу

О правах рекламы

сделает его модным и обеспечит приток людей. Кроме того, кинотеатр предполагает разные зоны: фаст-фуд и место для культурного центра, где будут кружки и т.д. Уверена, что при содействии местной администрации эти площадки смогут стать популярными и социально значимыми.

БК-ACTION! Вы рассчитываете на государственную поддержку?

КРУТОВА. Мы работаем над привлечением и частных инвестиций, российских и западных в том числе. У нас есть понимание с нашими потенциальными партнерами. Но без государственной поддержки этот проект реализовывать просто НЕВОЗМОЖНО. Мы рассчитываем, что наше правительство поймет, что хотя кино для народа – вопрос не первой необходимости, но имеет огромное значение в их жизни. Не люблю говорить банальностей, но совершенно очевидно, что американцы доказали, что самый эффективный инструмент формирования доверия и уважения к своей стране в мировом сообществе – это кинематограф. Смотря кино, люди узнают о том, как живут люди в той или иной части света, получают много информации, а подчас и ответы на волнующие их вопросы, либо просто отвлекаются от своих проблем и заряжаются позитивными впечатлениями. И все это является составляющей частью жизни всех людей на нашей планете. Не хочется верить, что руководители нашей страны не осознают всю важность этой задачи. Поэтому мой ответ: ДА, мы рассчитываем, что государство поддержит все начинания, связанные с развитием российской киноиндустрии, в том числе и программу кинофикации РФ.

ГЕОРГИЙ МАЛКОВ: «Дистрибуция в России – это важный элемент продюсирования кино, без управления которым успех невозможен»

Генеральный директор компании «Леополис» Георгий Малков известен своим неуемным энтузиазмом, неутомляемостью и профессиональной подкованностью в области маркетинга. Придя в 2006 году работать в «Централ Партнершип» из компании «Технопарк», Георгий Малков мечтал делать кино. Теперь он его не только продюсирует, но и прокатывает.

БК-ACTION! Превращение «Леополиса» из производящей компании в холдинг с собственной прокатной структурой – это реакция на кризис?

ГЕОРГИЙ МАЛКОВ. Да нет. Идея холдинга родилась из нашего понимания того, что продюсерским продуктом является не просто фильм, но и процесс коммуникации со зрителем. Образцом для многих может являться то, как работает со своими фильмами «Дирекция Кино», когда концом проекта считается момент прихода людей в кинотеатры. Все, что касается маркетинга и продвижения фильма, – тоже часть продюсерского проекта. Поэтому даже когда у нас еще не было собственной прокатной структуры, весь маркетинг мы брали на себя.

Но потом стало очевидно, что дистрибуция все равно неразрывно связана с маркетингом. Если ты разрабатываешь какие-то маркетинговые кампании, но не понимаешь, когда и как все твои рекламные материалы окажутся в кинотеатрах, то идея не сможет быть воплощенной полностью. Да, общение с кинотеатрами напрямую сложнее и требует больше временных и финансовых затрат. Но если ты объяснишь хотя бы ста ключевым кинотеатрам, о чем твой фильм и как его следует позиционировать, то эффект будет гораздо лучше, чем ты объяснишь это однажды прокатной компании, которая поставит твой проект в череду своих релизов и будет в регулярном режиме продвигать его в кинотеатры.

Как прокатчики мы в какой-то момент, наверное, тоже столкнемся с потоком и поймем, что не на все проекты можно делать такое глобальное промо. Но, тем не менее, мы четко определили для себя качественную планку, ниже которой опускаться не собираемся. Например, фильмами российского производства с потенциалом меньше $5 млн мы вообще заниматься не собираемся. Я говорю сейчас только о мейнстриме и о «Леополисе», потому что «ЛеопАрт» – это отдельная история. Ведь можно взять на дистрибуцию уже готовую российскую картину с готовым рекламным бюджетом (соблазн, конечно, есть), расписать его по кинотеатрам и заработать на этом $50–100 тыс. Но потом тебе же работать с кинотеатрами, у которых останется послевкусие от неудачного релиза, и вести долгие и неприятные разговоры с ними. Поэтому, несмотря на то, что мы будем стараться выпускать не менее одного фильма в полтора месяца, для русских картин мы определили такую нижнюю планку. Потенциал и ЛЮБВИ В БОЛЬШОМ ГОРОДЕ 2, и ПИРАМММИДЫ, и ГОП СТОПА, и НАПОЛЕОНА КАПУТ!, который называется ШЕРШЕ ЛЯ ФАМ, мы оцениваем в более $5 млн.

По зарубежным проектам планка ниже просто потому, что есть фильмы для сегментированной аудитории, которые стандартно собирают определенную сумму. Например, прокатывая экшн с каким-то известным актером (особенно если это франшиза), можно быть уверенным в $2–4 млн. Подобный продукт предназначен, в первую очередь, для мультиплексов, и никого не нужно убеждать в его потенциале. Такая же история с западными ромкомами – есть определенный порог, ниже которого романтическая комедия вряд ли опустится.

При этом у нас обязательно будет один проект в год, в который мы будем вкладываться так, как вкладываются продюсеры, выпускающие просто один фильм в год. Сейчас таким фильмом для нас является ЛЮБОВЬ В БОЛЬШОМ ГОРОДЕ 2, естественно. Поэтому мы наняли специального человека в компанию, который будет вести проект и уже с сегодняшнего дня начинать выстраивать коммуникацию с кинотеатрами. Фактически он будет связующим звеном между продюсерами и прокатным отделом – супер-

вайзером проекта. Поробнее мы расскажем об этом на «КиноЭкспо». Масштаб рекламной поддержки ЛВБГ 2 будет сопоставим с тем, что сейчас было сделано по КАНИКУЛАМ СТРОГОГО РЕЖИМА.

БК-ACTION! Как вы собираетесь конкурировать с ЛЮБОВЬ-МОРКОВЬ 3?
МАЛКОВ. Действительно, сейчас мы и ЛЮБОВЬ-МОРКОВЬ 3 стоим на 4 марта, но наша позиция (она согласована с продюсерами ЛЮБОВЬ-МОРКОВЬ 3 и с их потенциальным прокатчиком) такова, что мы не будем устраивать войну, а будем как-то договариваться и расходиться. Пока не могу сказать, как именно подвинутся релизы, но рубиться на этой дате мы точно не будем. Скорее, мы сделаем сплит из двух фильмов, выходящих один за другим, и позволим кинотеатрам собирать в течение полутора месяцев большие деньги. Возможно, договоримся даже о кросс-промоушне, когда один фильм будет тянуть другой. Мы хотим эффективно отработать свои копии, и деньги терять никто не планирует.

БК-ACTION! Будете ли вы уменьшать/увеличивать количество копий при выпуске ЛЮБВИ В БОЛЬШОМ ГОРОДЕ 2?
МАЛКОВ. Уменьшать? Почему мы должны это делать? По первой части ЛВБГ было всего девять неэффективных копий. Уменьшать точно не будем, а увеличение, думаю, произойдет автоматически. Количество копий я сейчас заявлять не буду, но амбиции по сборам наши связаны с цифрой $20 млн плюс только в России.

БК-ACTION! У вас будет канал-партнер?
МАЛКОВ. Будет или не будет у нас канальной поддержки, мы все равно купим время на основных телеканалах. В целом на маркетинг мы собираемся потратить не меньше $4 млн.

БК-ACTION! Как вы обычно рассчитываете рекламный бюджет?
МАЛКОВ. Мы считаем, сколько может потенциально собрать фильм при лучшем раскладе. Взяв лучшие примеры, мы понимаем, что ЛЮБОВЬ В БОЛЬШОМ ГОРОДЕ 2, может собрать более 20 миллионов. Соответственно, мы видим, что компании, собравшие такие деньги, тратили на продвижение не меньше $4 млн.

Еще у нас есть фильм ПИРАММИДА, авантюрный экшн. В этом жанре, к сожалению, российские примеры не очень позитивные: планка достигалась в районе $4–5 млн, но у нас есть очень мощное подспорье в виде экранизации реальной истории. Люди помнят, что такое «МММ», и им будет интересно посмотреть про это кино. Поэтому мы относимся к нему как к франшизе и целимся на цифру $7 млн – как и по АНТИКИЛЛЕРУ Д.К. Хотя пример фильма в этом жанре, собравший больше $7 млн, всего один – это БУМЕР 2. Мы сейчас хотим повторить историю второго БУМЕРА и поэтому изучаем, как они с ним работали. Конечно, задавая себе планку больше $7 млн по двум этим проектам, мы понимаем, что и в рекламу нужно вкладывать не меньше $2 млн.

БК-ACTION! Какие маркетинговые инструменты будете использовать при выпуске Антикиллера ДК?
МАЛКОВ. Маркетинговые инструменты – немножко абстрактное понятие. Главная задача – лаконично и четко рассказать человеку, что это за история. И рассказать не всегда так, как оно есть на самом деле, потому что фильм часто выходит за пределы определенного жанра, а привлечь зрителя мы должны как раз жанром – всю глубину он получит, уже когда придет в кинотеатр.

АНТИКИЛЛЕР Д.К. – это, безусловно, продолжение успешной франшизы, и в нем есть все атрибуты предыдущих частей. Но мы позиционируем его как историю героя, который спасает свою любимую. Вообще, мне кажется, что любое кино и, как следствие, любая маркетинговая коммуникация должна в своем ДНК иметь какой-то сказочный сюжет, знакомый нам с детства. АНТИКИЛЛЕР Д.К., условно говоря, – это история про рыцаря и принцессу.

БК-ACTION! Связана ли ваша идея с тем, что российский боевик или экшн себя дискредитировали?
МАЛКОВ. Они дискредитированы не всегда качеством фильмов, а некорректным продвижением. Не хочу нарываться, но продвижение ПАРАГРАФ 78 нужно было выстраивать в рассчете на широкую аудиторию, а не на условно «фанатскую». При таком походе он мог бы собрать намного больше – ведь кино достойное. Но я говорил немножко о другом. Люди должны приходить в кино за возможностью ненадолго ощутить себя детьми. В чем магия кино? Ты приходишь, и сначала перед тобой появляется темнота, а потом включается экран – вход в сказочную пещеру. Со своими фильмами проще: еще на уровне идеи мы стараемся распознать в проекте то самое волшебство, которое приведет зрителей в кино.

Лучшая мотивация для аудитории – это понятная ему история, которая вызовет понятные эмоции. Когда готовишь кампанию, важно людей не обмануть именно в эмоциях. Можно наврать с сюжетом, о чем-то умолчать, но нельзя рекламировать драму как фильм ужасов, а трагедию как комедию, потому что самое страшное – не получить эмоций, на которые ты рассчитывал.

БК-ACTION! Почему вы решили поменять название НАПОЛЕОН КАПУТ! на ШЕРШЕ ЛЯ ФАМ? Вы отказываетесь от идеи сиквела?
МАЛКОВ. Да, это сиквел – история Наполеона и поручика Ржевского. Но его нужно было перепозиционировать. К сожалению, у ГИТЛЕР КАПУТ! было достаточно плохих рецензий, которые повлияли на решение какой-то части аудитории не смотреть фильм. Поэтому для тех, кто не погружен в тему, мы считаем лучше позиционировать фильм как новый – ШЕРШЕ ЛЯ ФАМ. А тем, кто к ГИТЛЕР КАПУТ! был лоялен, мы расскажем через пиар, что это продолжение.

БК-ACTION! Как вы оцениваете динамику посещаемости в кинотеатрах за последнее время?
МАЛКОВ. Посещаемость немного сократилась, но мы считаем это оздоровительной тенденцией. В первую очередь, люди перестали ходить на фильмы неочевидные, за которыми непонятно, что стоит. А на знаковые, очевидные фильмы люди даже больше стали ходить. В Москве и крупных городах вообще есть тенденция к увеличению количества зрителей, связанная с тем, что многие свой досуг перевели из каких-то развлекательных заведений и кафе в кинотеатры. В городах с населением от 300 до 500 тыс. человек люди действительно стали меньше ходить в кино, но ходить они стали меньше, говорю еще раз, на невнятные фильмы.

БК-ACTION! Сейчас все компании стараются снимать недорогие комедии. Есть мнение, что рынок будет в какой-то момент перенасыщен этим жанром и зрители устанут от комедий. Как думаете – может ли такое произойти?
МАЛКОВ. Такого не может быть, конечно. В нашем кино уже много набралось плохих комедий, и все равно жанр комедии остается востребованным. Вопрос только в качестве. Вот в Америке уже много лет выпускается очень много комедий, но хорошие комедии собирают деньги всегда. Даже если их много, все хорошие комедии все равно соберут деньги, потому что люди будут ходить на хорошие комедии в кино. Все равно не будет такого, чтобы у нас в году выходило по 700 комедий, правда же? Поэтому всем хватит места и зрительского интереса.

БК-ACTION! Зачем вы занялись прокатом – хотите, чтобы дистрибуция кормила производство?
МАЛКОВ. Нет. Как я и говорил раньше, просто в России это важный элемент продюсирования кино, без управления которым успех невозможен.

РЕНАТ ДАВЛЕТЬЯРОВ: «Как только наступает сладостный момент выхода вашего фильма в прокат – вас начинают грабить»

Прошло уже почти полгода, как Гильдию продюсеров России возглавил генеральный директор компании «Интерфест» Ренат Давлетьяров. Многолетнее управление Московским международным кинофестивалем, учреждение так полюбившегося столичным киноманам кинофестиваля «Завтра» и, наконец, производство первой, второй, а теперь и третьей части народно-любимой романтической комедии ЛЮБОВЬ-МОРКОВЬ дает Давлетьярову право называться «одним из самых» на рынке. Возможно, теперь пришло время из довольно формальной организации Гильдии продюсеров превратиться в более осмысленную? БК-Action! встретился с Ренатом Давлетьяровым, чтобы подробно расспросить о новых инициативах и планах Гильдии.

БК-ACTION! Ренат, для чего вообще нужна Гильдия продюсеров России?

ДАВЛЕТЬЯРОВ. Отличный вопрос. Я и сам долго не понимал ее назначения, пока не пришлось заняться этим самому со всей ответственностью.

БК-ACTION! Почему вы решили возглавить эту организацию?

ДАВЛЕТЬЯРОВ. Я долго отказывался и был не в восторге от идеи заниматься общественной работой, так как моя первая и главная задача, мне кажется, – это делать фильмы, а общественная работа между тем отнимает достаточное количество времени.

БК-ACTION! Так чем занимается Гильдия? Вы как продюсер получаете какую-то выгоду от управления этой организацией?

ДАВЛЕТЬЯРОВ. Если вы имеете в виду финансовую выгоду, то, естественно, не получаю. Гильдия продюсеров РФ – некоммерческая общественная организация, которая существует исключительно за счет членских взносов. Никаких субсидий от государства или частных лиц мы не получаем, поэтому интерес мой как продюсера один: взвалить на свои плечи дополнительную ответственность за деятельность, которая направлена на развитие российской киноиндустрии в целом и моего бизнеса в частности. Гильдия занимается исследованиями рынка, работает с юристами по пересмотру существующих законопроектов и разработке новых, лоббирует эти законопроекты на государственном уровне – и все это, как я уже сказал, направлено на оптимизацию работы продюсеров на рынке.

БК-ACTION! Ряд законодательных инициатив Гильдии был выдвинут на парламентских слушаниях, которые прошли в Государственной думе РФ 25 июня. Какие вопросы вы там поднимали?

ДАВЛЕТЬЯРОВ. В парламентских слушаниях от Гильдии выступали я и член Правления Гильдии актер и продюсер Алексей Гуськов. И тезисы, которые мы там озвучили, являют собой некий плод коллективной работы членов Гильдии, решивших всерьез подойти к парламентским слушаниям для того, чтобы обозначить свою позицию. Итак, во-первых, мы говорили о необходимости форсировать процесс внедрения единого электронного билета. Ни для кого не секрет, что в настоящее время киноиндустрия терпит огромные убытки. Только вдумайтесь в то, что происходит на рынке. Продюсер, как правило, получает в кредит инвестиции, после чего огромное количество людей больше года своей жизни тратят на сложнейшую творческую и техническую работу. Потом (в лучшем случае!) результат их труда попадает в кинотеатральную сеть на 2–3 недели. Заметьте, что происходит это в стране, где раньше тираж в 3,5–4 тыс. копий считался мизерным. А как только наступает сладостный момент выхода вашего фильма в прокат – вас начинают грабить. По разным оценкам, от 20 до 30% кассовых сборов оседает в однозальных кинотеатрах, причем с этих денег государство налогов не получает.

Бороться с этим можно путем введения единого электронного билета. Когда все кинотеатры будут подключены к единой системе учета, можно будет получать достоверную информацию о реальных объемах продаж. Кроме того, для развития киноиндустрии просто необходима государственная поддержка кинотеатров, например в виде снижения таможенных пошлин на ввоз кинотеатрального оборудования. Об этом мы тоже говорили на Слушаниях в Госдуме. В нашей стране сейчас 1 900 залов на 140 млн. населения, а в советское время их было 12 000, не считая колхозных, армейских, передвижных экранов.

БК-ACTION! А когда ожидается какая-либо реакция на эти предложения? За прошедшие два месяца Госдума как-то отреагировала?

ДАВЛЕТЬЯРОВ. Гильдия продюсеров России не является организацией, обладающей правом законодательной инициативы, мы можем лишь обратить внимание на важность тех или иных тем для развития индустрии. Что мы, собственно, и сделали на парламентских слушаниях. Но у нас в государстве быстро ничего не делается. Быстро вообще только кошки родятся. И это нормально. Поэтому сейчас наши юристы оформляют высказанные нами предложения в конкретные документы, завязанные на поправках в кодексах. Нельзя же просто процитировать Давлетьярова и на основе его слов написать новый закон. Существует определенный порядок внесения законодательных инициатив, и подобные вещи все-

гда связаны с долгой юридической волокитой, прохождением огромного количества инстанций. Поправки к закону принимаются не так долго, как сам закон, но тоже не быстро.

А пока главным результатом слушаний для нас стало то, что предложения, выдвинутые Гильдией, были внесены в итоговый документ, который и является некой рекомендацией к дальнейшим действиям. Всего на слушаниях было озвучено двадцать предложений, и я не знаю, какие из них вошли в итоговый документ, а какие нет. Но наши вошли все три – это я точно знаю.

БК-ACTION! А с пиратством как бороться? Ведь пираты сокращают потенциальные заработки продюсера не меньше, чем недобросовестные кинотеатры.

ДАВЛЕТЬЯРОВ. Не меньше. Одновременно с комфортно ворующими кинотеатрами, вы на следующий день после премьеры получаете несколько миллионов пиратских DVD-дисков, которые абсолютно недоступны ни для правосудия, ни для правоохранительной системы, ни для правообладателя. И с этим сделать ничего нельзя. Бороться с DVD-пиратством нужно было начинать 10 лет назад, а сейчас уже бессмысленно. Никто об этом не говорит публично, но все прекрасно знают, кто их «крышует», поэтому я считаю, что настаивать на этой борьбе смысла нет. Но можно противостоять интернет-пиратству, и во всех «цивилизованных» странах процесс этот проходит вполне успешно. Говоря словами нашего премьер-министра, «в Америке посадки есть». Там, где блюдут права человека, где есть неприкосновенность личности, за воровство сажают в тюрьму. В ряде европейских стран действуют соответствующие нормативные акты: Digital Millenium Copyright Act («Закон об авторском праве в цифровую эпоху» – *Ред.*) в США, закон «Творчество и интернет» во Франции, Директива Европейского союза. Меры по борьбе с интернет-пиратством принимаются и в России, однако пока их можно назвать скорее эпизодическими. Безусловно, любые подобные действия требуют закрепления на правовом уровне. Предложения, которые выдвигает Гильдия, кажутся мне максимально достижимыми и не бюджетнозатратными. Например, закон об обязанности провайдеров отслеживать пиратский контент – для его внедрения нужно задействовать лишь небольшие контрольные функции Министерства связи и Министерства культуры. Финансовые затраты на такую программу государство вряд ли сможет полностью взять на себя, и в этой связи существует замечательная программа «ВТБ», предназначенная для стимулирования частного бизнеса в малых городах. Так мы лишим огромное количество народа свободного доступа к той культуре интернет-пиратства, от которой неотделимы большие города. В июле в рамках ММКФ совместно с РАПО мы проводили специальное мероприятие на эту тему – семинар «Правовые и практические проблемы использования аудиовизуальных произведений в сети Интернет».

БК-ACTION! То есть вы предлагаете привлечь к ответственности не создателей интернет-сайтов, а сервис-провайдеров?

ДАВЛЕТЬЯРОВ. Сейчас провайдеры считают себя не более чем проводами, которые не несут никакой ответственности за нарушение авторских прав. Более того, эта позиция нашла отражения в нашем действующем законодательстве. В «Законе о связи» и в «Законе об автоматизации защиты информации» написано, что интернет-провайдеры проходят по делу операторов связи, которые не несут ответственности за содержание передаваемой информации, если передают ее без изменений. То есть фактически признается, что сервис-провайдеры и есть эти самые провода, и никакой ответственности за свои сайты они не несут. Мы прекрасно понимаем, что основная задача провайдера – предоставлять услуги, и он не обязан следить за тем, кто и что делает. Но если сервер-провайдер получает информацию от правообладателя, что на их портале какой-то сайт занимается пиратством, с требованием этот сайт отключить, то провайдер должен его отключить, как это происходит во всех странах. А если провайдер не предпринимает действий по пресечению нарушений авторского права, то тогда он сам становится ответственным за данное нарушение. В российском законодательстве эти положения, к сожалению, отсутствуют, и механизм этот у нас пока не работает. В любом случае, речь идет о дополнительной ответственности сервис-провайдеров по отношению к ответственности тех лиц, которые непосредственно занимаются пиратством.

БК-ACTION! Недавно вы также заняли пост вице-президента Международной федерации продюсерских гильдий ФИАПФ* от Европы. Там что собираетесь делать?

ДАВЛЕТЬЯРОВ. Все то же самое, только на международном уровне. По большому счету, к этой должности я отношусь так же, как и к руководству Гильдией. Рассчитываю, что многосторонний обмен опытом и совместное лоббирование интересов на международном уровне будут содействовать решению многих вопросов, принципиальных для российского кинобизнеса. Например, французская Гильдия приглашала меня на заседание по поводу принятия «Закона о пиратстве», что дало мне возможность подробно изучить европейские возможности и механизмы борьбы с этой проблемой. Пока российская киноиндустрия существует совершенно обособленно от мировой, а между тем процесс взаимодействия и даже интеграции очень важен. Он просто необходим – и на информационном уровне, и на уровне оформления официальных соглашений о совместном производстве с другими странами.

БК-ACTION! Напоследок вопрос о ваших продюсерских проектах. Над какими еще проектами вы сейчас работаете?

ДАВЛЕТЬЯРОВ. Сейчас в самом разгаре съемки лирической комедии режиссера Александра Черняева под рабочим названием СОБЛАЗНИТЬ НЕУДАЧНИКА, которую мы делаем совместно с «Казахфильмом» по их же инициативе. В главных ролях – Алексей Чадов и молодая казахская актриса Ассель Сагатова. Название пока условное, на Кинорынке мы покажем ролик с этим названием, но мне оно не очень нравится. Возможно, поменяем его на ЛЮБОВЬ И БОТАНИКА.

БК-ACTION! Это история любви к ботанику?

ДАВЛЕТЬЯРОВ. Действительно, Чадов у нас играет очень необычную для себя роль – классического лузера. Его пытается соблазнить успешная, красивая, уверенная в себе девушка, и неожиданно на ее пути возникает масса комических преград. То есть «соблазнить неудачника» оказывается не так-то просто. Кроме того, в сентябре мы начинаем съемки третьего фильма ЛЮБОВЬ-МОРКОВЬ режиссера Сергея Гинзбурга, но фабулу новой части мы пока держим в секрете.

БК-ACTION! Дата выхода ЛЮБОВЬ-МОРКОВЬ 3 назначена 4 марта. Будете ли вы придерживаться этой даты?

ДАВЛЕТЬЯРОВ. Да, будем. СОБЛАЗНИТЬ НЕУДАЧНИКА мы выпускаем зимой, после Нового года, а ЛЮБОВЬ-МОРКОВЬ приготовили на 4 марта.

БК-ACTION! На этой же дате стоит релиз еще один сиквел еще одного российского ромкома – ЛЮБОВЬ В БОЛЬШОМ ГОРОДЕ 2. Не боитесь конкуренции?

ДАВЛЕТЬЯРОВ. Мы не боимся. Пусть другие боятся.

** ФИАПФ – Международная федерация продюсерских гильдий (FIAPF – Federation International des Associations de Producteurs de Films) объединяет кино- и телепродюсеров всего мира, включает в себя 25 продюсерских организаций из 22 стран. В сфере деятельности этой организации находятся формирование единой стратегии, координация совместных действий и лоббирование интересов в таких областях, как авторское право, борьба с видеопиратством, введение единых стандартов кинопроизводства, взаимодействие со средствами массовой информации, а также поддержка международных фестивалей в Каннах, Берлине, Венеции, кинофестиваля в Локарно и других.*

ТОР-25: ЛУЧШИЕ НАРАБОТКИ РЕЛИЗОВ КИНОГОДА 2009 (01.12.08 - 16.08.09)

№	НАЗВАНИЕ	ДИСТРИ-БЬЮТОР	РЕЛИЗ	ОБЩИЙ СБОР				НАРАБОТКА	
				КОПИИ	РУБЛИ, млн	$, млн	ЗРИТЕЛИ, млн	РУБЛИ	$
1	FRENCH FILM: Другие Сцены Сексуального Характера / French Film	RUR	28.05.09	2	3,307	0,106	0,015	1 653 600	53 000
2	ПОЛТОРЫ КОМНАТЫ, или Сентиментальное Путешествие На Родину	PRD	09.04.09	2	2,580	0,076	0,014	1 290 000	38 200
3	ЛЕДНИКОВЫЙ ПЕРИОД: Эра Динозавров / Ice Age 3: Dawn of the Dinosaurus	FOX	01.07.09	1098	1 386,240	44,445	8,361	1 262 500	40 500
4	АНТИХРИСТ / Antichrist	CPCL	02.07.09	10	9,272	0,297	0,042	927 200	29 700
5	УДУШЬЕ / Choke	CWF	15.01.09	6	5,414	0,172	0,029	902 300	28 600
6	ПАРИЖ / Paris	CPCL	04.12.08	10	8,906	0,319	0,051	890 600	31 900
7	ТАРАС БУЛЬБА. Запорожская Сечь	CP	02.04.09	648	575,130	17,214	3,783	887 500	26 600
8	МИЛЛИОНЕР ИЗ ТРУЩОБ / Slumdog Millionaire	VLG	12.02.09	166	121,199	3,383	0,639	730 100	20 400
9	МОЙ КРОВАВЫЙ ВАЛЕНТИН 3D / My Bloody Valentine 3D	CP	09.04.09	96	70,077	2,074	0,321	730 000	21 600
10	ОБИТАЕМЫЙ ОСТРОВ. Фильм Первый	CRP	01.01.09	916	644,128	21,917	3,716	703 200	23 900
11	ФОРСАЖ 4 / Fast & Furious 4	UPI	09.04.09	696	479,254	14,187	2,899	688 600	20 400
12	ГЕНУЯ / Genova	RUR	02.04.09	2	1,368	0,041	0,008	684 000	20 500
13	СЕГОДНЯ НОЧЬЮ Я СПЛЮ С ТОБОЙ / Ce Soir, Dors Chez Toi	RUR	01.01.09	5	3,303	0,112	0,018	660 600	22 500
14	ГАРРИ ПОТТЕР И ПРИНЦ-ПОЛУКРОВКА / Harry Potter and the Half-Blood Prince	CAO	16.07.09	915	588,381	18,358	3,836	643 000	20 100
15	АНГЕЛЫ И ДЕМОНЫ / Angels & Demons	BVSPR	14.05.09	685	435,115	13,606	2,456	635 200	19 900
16	ВВЕРХ / Up	BVSPR	28.05.09	594	377,081	12,094	2,326	634 800	20 400
17	ТРАНСФОРМЕРЫ: Месть Падших / Transformers: Revenge of the Fallen	CP	25.06.09	913	567,686	18,230	3,753	621 800	20 000
18	МОНСТРЫ ПРОТИВ ПРИШЕЛЬЦЕВ / Monsters Vs Aliens	CP	19.03.09	757	456,014	13,249	2,969	602 400	17 500
19	РАЗОМКНУТЫЕ ОБЪЯТИЯ / Broken Embraces	PRD	09.07.09	60	35,357	1,113	0,164	589 300	18 500
20	ПРЕДЛОЖЕНИЕ / Proposal, The	BVSPR	18.06.09	409	234,408	7,530	1,339	573 100	18 400
21	ПРЕКРАСНАЯ СМОКОВНИЦА / La Belle Personne	RUR	30.04.09	2	1,142	0,034	0,007	571 200	17 200
22	ТЕРМИНАТОР: Да Придет Спаситель / Terminator 4	BVSPR	04.06.09	790	446,101	14,621	2,756	564 700	18 500
23	ЛЮБОВЬ-МОРКОВЬ 2	CRP	23.12.08	931	517,550	18,090	3,010	555 900	19 400
24	СКАЗКИ НА НОЧЬ / Bedtime Stories	BVSPR	01.01.09	455	252,124	8,579	1,475	554 100	18 900
25	ВСЕГДА ГОВОРИ «ДА» / Yes Man	CAO	15.01.09	451	249,726	7,913	1,453	553 700	17 500

Данные на 16.08.09.

ТОР-25: САМЫЕ КАССОВЫЕ РОССИЙСКИЕ РЕЛИЗЫ КИНОГОДА 2009 (01.12.08 - 16.08.09)

№	НАЗВАНИЕ	ДИСТРИ-БЬЮТОР	РЕЛИЗ	ОБЩИЙ СБОР				НАРАБОТКА	
				КОПИИ	РУБЛИ, млн	$, млн	ЗРИТЕЛИ, млн	РУБЛИ	$
1	ОБИТАЕМЫЙ ОСТРОВ. Фильм Первый	CRP	01.01.09	916	644,128	21,917	3,716	703 200	23 900
2	ТАРАС БУЛЬБА. Запорожская Сечь	CP	02.04.09	648	575,130	17,214	3,783	887 500	26 600
3	ЛЮБОВЬ-МОРКОВЬ 2	CRP	23.12.08	931	517,550	18,090	3,010	555 900	19 400
4	СТИЛЯГИ	CP	25.12.08	893	487,501	17,040	2,903	545 900	19 100
5	САМЫЙ ЛУЧШИЙ ФИЛЬМ 2	BVSPR	22.01.09	948	420,210	12,874	2,684	443 300	13 600
6	ЛЮБОВЬ В БОЛЬШОМ ГОРОДЕ	CRP	05.03.09	673	326,028	8,999	1,844	484 400	13 400
7	ОБИТАЕМЫЙ ОСТРОВ. Схватка	CRP	23.04.09	859	204,834	6,014	1,201	238 500	7 000
8	ТАРИФ НОВОГОДНИЙ	PRF	04.12.08	501	108,500	3,886	1,000	216 600	7 800
9	ЮЛЕНЬКА	CRP	19.02.09	421	105,350	2,892	0,647	250 200	6 900
10	ВОЗВРАЩЕНИЕ МУШКЕТЕРОВ	CP	05.02.09	505	91,900	2,552	0,637	182 000	5 100
11	ПРО ФЕДОТА СТРЕЛЬЦА УДАЛОГО МОЛОДЦА	NKI	18.12.08	600	71,733	2,607	0,521	119 600	4 300
12	ЛОпуХИ. Эпизод Первый	PRD	13.08.09	531	65,366	2,000	0,384	123 100	3 800
13	ПЕРВАЯ ЛЮБОВЬ	BVSPR	05.03.09	524	63,429	1,751	0,459	121 000	3 300
14	ТАЙНА ЧИНГИСХАНА	CRP	12.03.09	273	41,783	1,190	0,267	153 100	4 400
15	ПУТЬ	NKI	21.05.09	339	24,378	0,767	0,147	71 900	2 300
16	НА МОРЕ	CP	08.01.09	191	22,286	0,758	0,167	116 700	4 000
17	ГОРЯЧИЕ НОВОСТИ	NST	07.05.09	338	21,982	0,668	0,229	65 000	2 000
18	ОТДАМСЯ В ХОРОШИЕ РУКИ	SVC	23.07.09	188	10,613	0,341	0,072	56 500	1 800
19	ДЕНЬ РОЖДЕНИЯ АЛИСЫ	PNR	19.02.09	200	10,219	0,281	0,146	51 100	1 400
20	АРТЕФАКТ	PRD	26.02.09	163	10,079	0,282	0,063	61 800	1 700
21	ЧЕЛОВЕК, КОТОРЫЙ ЗНАЛ ВСЕ	CP	11.06.09	108	5,000	0,162	0,033	46 300	1 500
22	ИЛЛЮЗИЯ СТРАХА	PRD	04.12.08	72	4,518	0,162	0,026	62 700	2 200
23	ОСТОРОЖНО, ДЕТИ!	PNR	23.04.09	102	3,981	0,117	0,057	39 000	1 100
24	КИСЛОРОД	VLG	30.07.09	50	3,739	0,119	0,022	74 800	2 400
25	ПЯТНИЦА, 12	NKI	02.04.09	74	2,669	0,080	0,018	36 100	$1 100

Данные на 16.08.09.

MEDIA CONSULTING

Компания «Медиа Ресурсы Менеджмент» представляет информационно-аналитические издания о рынке медиа

Media Business Reports

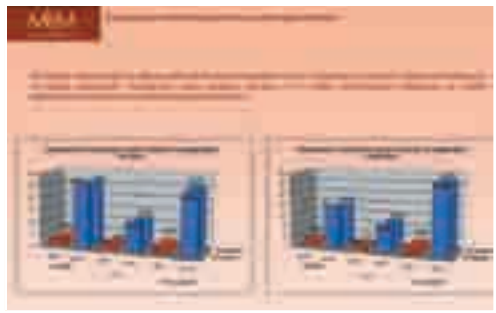
Еженедельное электронное информационно-аналитическое издание

Еженедельно более 20 страниц свежих и эксклюзивных новостей и аналитики украинского и международного медиа-бизнеса, ТОП-ы программ и телеканалов Украины, кинотеатральный ТОП и специальное приложение: в каждом номере – развернутая статья на самые актуальные темы современной медиаиндустрии.

Подробная информация о подписке, примеры выпусков и прочая информация доступна на сайте ***www.mrm.ua/ru/mbr/***

Телесмотрение в Украине

Регулярные отчеты о телесмотрении в Украине



Регулярные аналитические отчеты о телесмотрении в Украине по итогам недели, месяца, квартала, полугодия и всего года, составленные на основе официальных данных измерителя телевизионных рейтингов в Украине – компании GfK-Ukraine.
Анализ рейтингов каналов и программ, анализ сеток и отдельных линеек всех основных телеканалов страны, особенности программирования, тенденции и многое другое.

Подробная информация о подписке, примеры отчетов и прочая информация доступна на сайте ***www.mrm.ua/ru/analytics/***

Будем рады видеть Вас в числе наших подписчиков!

02660, Украина, г. Киев, ул. Закревского, 22, а/я 52
Телефон: +380 (44) 459-4610, Факс: +380 (44) 459-4611
www.mrm.ua Электронная почта: **info@mrm.ua**
Подписка в России: ООО «Метрополитэн Э.Р.А.»
Телефон: +7-495-785-62-82, sub@kinometro.ru
Для подписчиков «Бюллетеня Кинопрокатчика» скидка 30%

На правах рекламы

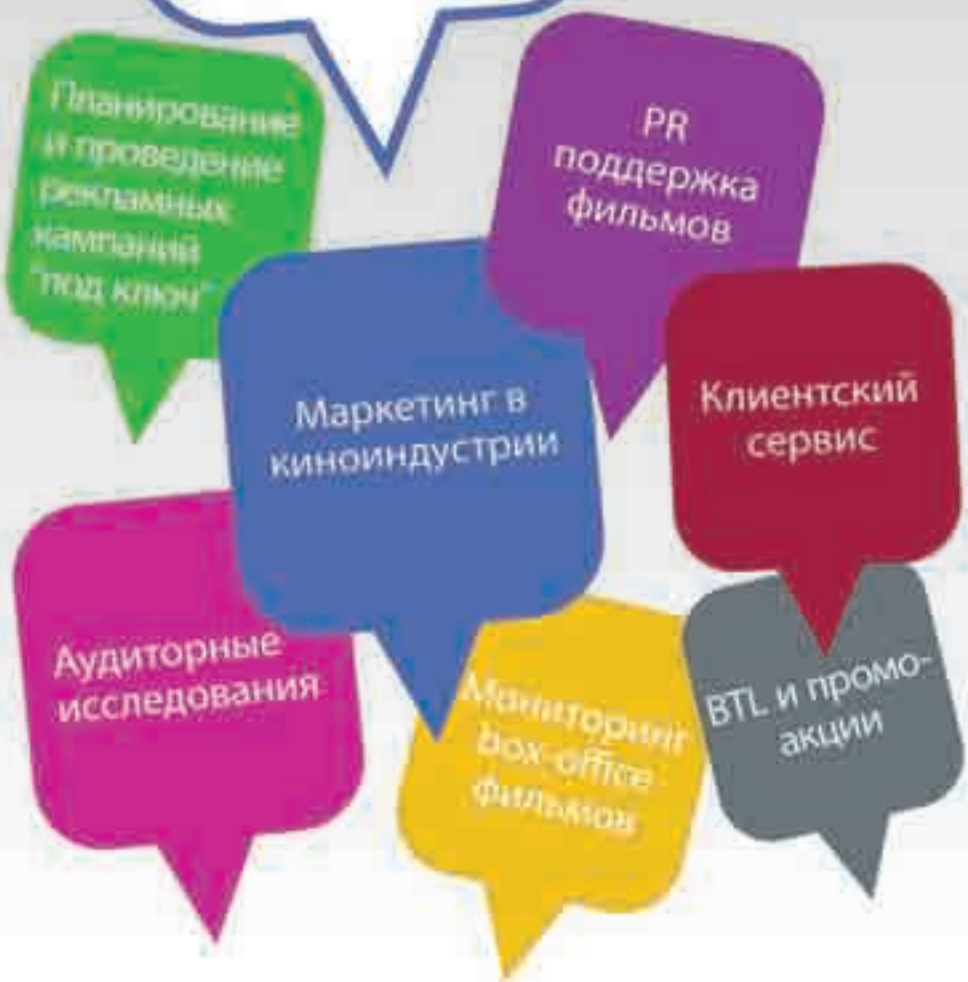
ТОР-50: САМЫЕ КАССОВЫЕ РЕЛИЗЫ КИНОГОДА 2009 (01.12.08 - 16.08.09)

№	НАЗВАНИЕ	ДИСТРИ-БЬЮТОР	РЕЛИЗ	ОБЩИЙ СБОР				НАРАБОТКА	
				КОПИИ	РУБЛИ, млн	$, млн	ЗРИТЕЛИ, млн	РУБЛИ	$
1	ЛЕДНИКОВЫЙ ПЕРИОД: Эра Динозавров / Ice Age 3: Dawn of the Dinosaurus	FOX	01.07.09	1098	1 386,240	44,445	8,361	1 262 500	40 500
2	ОБИТАЕМЫЙ ОСТРОВ. Фильм Первый	CRP	01.01.09	916	644,128	21,917	3,716	703 200	23 900
3	ГАРРИ ПОТТЕР И ПРИНЦ-ПОЛУКРОВКА / Harry Potter and the Half-Blood Prince	CAO	16.07.09	915	588,381	18,358	3,836	643 000	20 100
4	ТАРАС БУЛЬБА. Запорожская Сечь	CP	02.04.09	648	575,130	17,214	3,783	887 500	26 600
5	ТРАНСФОРМЕРЫ: Месть Падших / Transformers: Revenge of the Fallen	CP	25.06.09	913	567,686	18,230	3,753	621 800	20 000
6	ЛЮБОВЬ-МОРКОВЬ 2	CRP	23.12.08	931	517,550	18,090	3,010	555 900	19 400
7	СТИЛЯГИ	CP	25.12.08	893	487,501	17,040	2,903	545 900	19 100
8	ФОРСАЖ 4 / Fast & Furious 4	UPI	09.04.09	696	479,254	14,187	2,899	688 600	20 400
9	МОНСТРЫ ПРОТИВ ПРИШЕЛЬЦЕВ / Monsters Vs Aliens	CP	19.03.09	757	456,014	13,249	2,969	602 400	17 500
10	ТЕРМИНАТОР: Да Придет Спаситель / Terminator 4	BVSPR	04.06.09	790	446,101	14,621	2,756	564 700	18 500
11	АНГЕЛЫ И ДЕМОНЫ / Angels & Demons	BVSPR	14.05.09	685	435,115	13,606	2,456	635 200	19 900
12	САМЫЙ ЛУЧШИЙ ФИЛЬМ 2	BVSPR	22.01.09	948	420,210	12,874	2,684	443 300	13 600
13	ВВЕРХ / Up	BVSPR	28.05.09	594	377,081	12,094	2,326	634 800	20 400
14	НОЧЬ В МУЗЕЕ 2 / Night at the Museum 2	FOX	21.05.09	883	346,905	10,909	2,311	392 900	12 400
15	ЛЮБОВЬ В БОЛЬШОМ ГОРОДЕ	CRP	05.03.09	673	326,028	8,999	1,844	484 400	13 400
16	ДЕНЬ, КОГДА ЗЕМЛЯ ОСТАНОВИЛАСЬ / The Day The Earth Stood Still	FOX	11.12.08	724	280,465	10,063	1,654	387 400	13 900
17	ЛЮДИ ИКС. Начало. Росомаха / X-Men Origins: Wolverine	FOX	29.04.09	774	252,276	7,587	1,568	325 900	9 800
18	СКАЗКИ НА НОЧЬ / Bedtime Stories	BVSPR	01.01.09	455	252,124	8,579	1,475	554 100	18 900
19	ВСЕГДА ГОВОРИ «ДА» / Yes Man	CAO	15.01.09	451	249,726	7,913	1,453	553 700	17 500
20	БРОСОК КОБРЫ / G.I.JOE: The Rise of Cobra	CP	06.08.09	756	246,416	7,916	1,519	325 900	10 500
21	ПРЕДЛОЖЕНИЕ / Proposal, The	BVSPR	18.06.09	409	234,408	7,530	1,339	573 100	18 400
22	АДРЕНАЛИН: Высокое Напряжение / Crank: High Voltage	CP	16.04.09	442	216,988	6,487	1,329	490 900	14 700
23	ОБИТАЕМЫЙ ОСТРОВ. Схватка	CRP	23.04.09	859	204,834	6,014	1,201	238 500	7 000
24	ЗНАМЕНИЕ / Knowing	PRD	19.03.09	479	203,566	5,914	1,116	425 000	12 300
25	ХРАНИТЕЛИ / Watchmen	CP	05.03.09	585	196,210	5,416	1,197	335 400	9 300
26	ДЖОННИ Д / Public Enemies	UPI	23.07.09	415	172,507	5,550	0,950	415 700	13 400
27	МАЛЬЧИШНИК В ВЕГАСЕ / Hang Over	CAO	11.06.09	340	161,840	5,232	0,905	476 000	15 400
28	ЗАГАДОЧНАЯ ИСТОРИЯ БЕНДЖАМИНА БАТТОНА / The Curious Case Of Benjamin Button	CAO	05.02.09	397	158,038	4,389	0,852	398 100	11 100
29	РАЙОН № 9 / District 9	BVSPR	13.08.09	453	151,722	4,641	0,860	334 900	10 200
30	ШОПОГОЛИК / Shopaholic	BVSPR	12.02.09	415	150,915	4,212	0,889	363 700	10 100
31	ЗВЕЗДНЫЙ ПУТЬ / Star Trek	CP	07.05.09	562	135,014	4,105	0,810	240 200	7 300
32	ОПЕРАЦИЯ «ВАЛЬКИРИЯ» / Valkyrie	FOX	29.01.09	520	130,381	3,925	0,752	250 700	7 500
33	ВОЙНА НЕВЕСТ / Bride Wars	FOX	26.02.09	484	126,666	3,544	0,762	261 700	7 300
34	МАРЛИ И Я / Marley & Me	FOX	12.03.09	517	124,112	3,534	0,756	240 100	6 800
35	МИЛЛИОНЕР ИЗ ТРУЩОБ / Slumdog Millionaire	VLG	12.02.09	166	121,199	3,383	0,639	730 100	20 400
36	РОЗОВАЯ ПАНТЕРА 2 / Pink Panther 2	BVSPR	19.02.09	550	119,541	3,281	0,713	217 300	6 000
37	ПРИКЛЮЧЕНИЯ ДЕСПЕРО / The Tale Of Despereaux	UPI	25.12.08	419	113,304	3,960	0,855	270 400	9 500
38	АВСТРАЛИЯ / Australia	FOX	12.02.09	626	109,989	3,070	0,651	175 700	4 900
39	ДРУГОЙ МИР: Восстание Ликанов / Underworld 3: Rise of the Lycans	BVSPR	05.02.09	332	109,716	3,047	0,677	330 500	9 200
40	ПЯТНИЦА, 13 / Friday, The 13TH	CP	12.02.09	318	108,782	3,036	0,703	342 100	9 500
41	ТАРИФ НОВОГОДНИЙ	PRF	04.12.08	501	108,500	3,886	1,000	216 600	7 800
42	ЮЛЕНЬКА	CRP	19.02.09	421	105,350	2,892	0,647	250 200	6 900
43	ЗАТЕРЯННЫЙ МИР / Land of the Lost	UPI	11.06.09	470	100,633	3,254	0,693	214 100	6 900
44	ОБЕЩАТЬ – НЕ ЗНАЧИТ ЖЕНИТЬСЯ / He's Just Not That Into You	CAO	01.04.09	370	97,337	2,913	0,541	263 100	7 900
45	ЗАМЕРЗШАЯ ИЗ МАЙАМИ / New in Town (Chilled In Miami)	PRD	05.02.09	365	95,356	2,648	0,531	261 200	7 300
46	ВОЗВРАЩЕНИЕ МУШКЕТЕРОВ	CP	05.02.09	505	91,900	2,552	0,637	182 000	5 100
47	ЗАТАЩИ МЕНЯ В АД / Drag Me To Hell	WST	09.07.09	274	80,502	2,533	0,520	293 800	9 200
48	ПРИЗРАКИ БЫВШИХ ПОДРУЖЕК / Ghosts of Girlfriends Past	CAO	30.07.09	316	74,461	2,370	0,421	235 600	7 500
49	ПРО ФЕДОТА СТРЕЛЬЦА УДАЛОГО МОЛОДЦА	NKI	18.12.08	600	71,733	2,607	0,521	119 600	4 300
50	ЧЕТЫРЕ РОЖДЕСТВА / Four Christmases	CAO	18.12.08	320	71,628	2,603	0,413	223 800	8 100

Данные на 16.08.09.

PLANETA INFORM
Communication Group

www.planeta-inform.ru
Москва, Нижний Сусальный переулок, д. 5, строение 10, 2-й подъезд, 3 этаж
тел./факс: +7(495) 783-76-57



Эксклюзивное размещение рекламы в изданиях

БЮЛЛЕТЕНЬ КИНОПРОКАТЧИКА БК@

action!

тел. +7 (495) 785-6282 ad@kinometro.ru
Отдел подписки: +7 (495) 785-6282 sub@kinometro.ru, www.kinometro.ru

На правах рекламы

Он рождается в муках и живет полноценной жизнью всего пару месяцев. Он хочет нравиться всем, что противоречит не только здравому смыслу, но даже самой теории вероятности. При всей своей обособленности, он – лишь часть целого, деталь, атрибутика. Его роль – служить кинематографу и умереть молодым, в отблесках славы НАСТОЯЩЕГО искусства, к которому его не причисляли с времен немого кино, но к которому он до сих пор стремится. При всем уважении к успешным рекламным и промо-кампаниям, удачные киноплакаты сегодня – это редкость, ценность и... случайность. К ки-арту на русском рынке есть вопросы. Будем их обсуждать.

Алена Кадурина

СМЕХ И ВОЗБУЖДЕНИЕ ИЛИ ЖЕНЩИНА НА КОЛЕНЯХ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА КИ-АРТА

Что делает плакат эффективным? Почему созданный по всем правилам ки-арт может не сработать? Как сделать многое из ничего? Как выбрать из плакатов-близнецов самый жизнеспособный? На эти вопросы креативный директор рекламного агентства Husky Promotions Алена Кадурина старается ответить, анализируя современные (и не только) кинопостеры и разговаривая с теми, кто непосредственно влияет на выбор того или иного ки-арта.

В отличие от времен авторского плаката 20–30-х и агитационного 30–60-х, процесс создания современного ки-арта как основного звена визуальной рекламной коммуникации строится на трех основных элементах: маркетинг, технология и ремесло.

МАРКЕТИНГ или ПРАГМАТИЧНОЕ

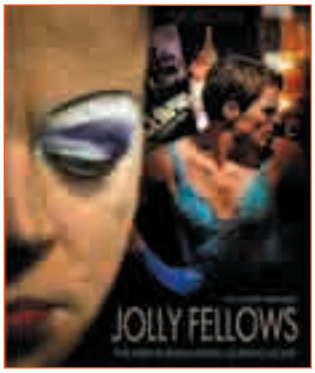
ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ, АУДИТОРИЯ, КРЕАТИВНАЯ ПЛАТФОРМА

Раскладывая на составляющие фильм как продукт, мы обычно выделяем sales points, делаем SWOT-анализ и формируем позиционирование. Другими словами, мы отвечаем на главные вопросы аудитории: что за фильм, о чем он и почему я должен на него пойти? Вернее, почему именно на него? В случае с жанрами, представляющими чистый интертеймент – комедии, боевики, некоторые любовные и приключенческие истории – проблем не возникает. Всегда можно выявить (или смоделировать) их уникальные особенности. Сложно бывает с кино серьезным и многослойным, «непопулярными» / «незрительскими» жанрами, к которым сегодня причислена драма. В этом случае на помощь приходит так называемая «креативная платформа» – набор идей, тем или образов, которые превращают сложносоставное произведение искусства в понятный для зрителя продукт.

Определение жанра и наиболее лояльной аудитории, а также возможность придерживаться выбранного позиционирования – залог эффективности плаката. Если позиционирование включает в себя не один, а все возможные сопредельные жанры и звучит как «фантастический боевик-экшн с элементами мистики и любовной линией, рассчитанный на активных посетителей кинотеатров от 14 до 35, подростков, мужчин, женщин, случайных прохожих в поисках досуга», то приведет это к созданию плаката, который: а) либо нейтрален, б) либо включает в себя нагромождение символов, каждому из которых дается шанс зацепить своего зрителя. Если зритель, конечно, сможет их рассмотреть.

Здесь себя оправдали две схемы: выделять хэдлайнера аудитории (он не может быть мужчиной и женщиной одновременно, у него вполне конкретный возраст, круг интересов и ареал обитания) или создавать серию плакатов для различных целевых аудиторий (если бюджет картины позволяет разместить их в различных информационных полях).

Пример последнего – ки-арты фильма ВЕСЕЛЬЧАКИ. Один создавался для массового русского зрителя, второй – для берлинского Кинорынка. Найдите два сходства, если сможете.



Другой пример чуткого отношения к целевой аудитории – кампания фильма ЛЮБОВЬ В БОЛЬШОМ ГОРОДЕ, где при четком позиционировании и «общем понимании» все же спорили два плаката. Почти одинаковые, они различались в акцентах: больше любви или больше секса? Любовь победила, и этот подход себя оправдал.

СДЕЛАЕМ ЭТО ТЕХНИЧНО

Не менее важны для рабочих плакатов дифференциация форматов, акценты в размещении и сезонность. В идеале главный вижуал картины должен быть адаптируем ко всем форматам (от брендмауэров до мелкой полиграфии), и это не может не учитываться при его создании. Образ не должен терять обаяния, когда из плаката в кинотеатрах, с его деталями, настроением, стилистическими изысками и сложным градиентом, он преобразуется в линейный ай-стоппер 3х6. С сезонностью все проще: вопрос лишь в разнице цветов, контрасте и интонации картинки. Например, эффективные «летние» плакаты – светлые, контрастные, с превалирующим белым.

АНТОН СИРЕНКО, генеральный директор BVSPR CIS: *«Нельзя забывать о ремесле и здравом смысле. В идеале нужно создавать отдельные ки-арты для различных носителей. Очевидно, что ки-арт для наружки хорош без нагромождения элементов и отличается от ки-арта для кинотеатров, где возможны детали. Но если мы говорим о среднем релизе, то размывание зрительского узнавания недопустимо и необходимо.*

СОБСТВЕННО, ПРО ЖЕНЩИНУ НА КОЛЕНЯХ

Но все же основная задача ки-арта – быть ЖАНРОВЫМ, а именно дарить зрителю вполне определенную эмоцию. Если эротическая комедия – плакат смешит и возбуждает (причем одновременно), если экшн – дает адреналиновый толчок, социальная драма – находит отклик в душе (ну или хотя бы провоцирует порыв к дауншифтингу).

ГЕОРГИЙ МАЛКОВ, генеральный продюсер кинокомпании «Леополис»: *«Как правило, люди идут в кино за определенными эмоциями – поржать, поплакать, побояться. Удовлетворите мой жанровый голод – и я приду. Ужастики – большой глаз, страшная рука, открытый рот, клыки, желательно в грязной цветовой гамме. На фильмах-аттракционах важно задать масштаб и ощущение – как ПИРАТЫ и ГАРРИ ПОТТЕР. Мелодрама – это всегда наличие пары, Он и Она, портреты героев или три четверти. Комедия – это белый фон, комичная мимика или смешная ситуация. Хороший пример – ПРЕДЛОЖЕНИЕ. Не только белый, жанровый, классический, но и стоит на коленях женщина – уже интересно...»*

РЕСПЕКТ И УВАЖУХА ИЛИ ОБРАЩЕНИЕ К НАРОДУ

Частая позиция клиента относительно плаката: «Нам лично нравится этот, но разместим мы другой». Эстетизм, вкус и элегантность картинки сегодня не продают. Позиция ясна и правомерна, есть только одно но. Когда мы рисуем понятную жанровую картинку, яркую и простую – мы говорим на языке ЦА. Но разве это гарантирует контакт... коннект... со зрителем? Пробивает ли поверхностное восприятие аудитории – той, которая ходит «в трениках с растянутыми коленками» или, не дай Бог, в костюме «голубоглазка» (вы, наверное, даже не знаете, что это такое)? Ведь именно эта аудитория, по статистике, и делает бокс-офис.

Я не утверждаю, что нужно приглашать Виноградова и Дубосарского к оформлению плакатов, но Кулика позвать можно. Зауважает ли наша аудитория плакат, рассердит ли он ее, вызовет ли насмешку – это уже не важно. Главное, что она отреагирует. И здесь у плаката, который хоть чем-то выбивается из общей массы (особенно если он не поддерживается десятками эфиров, сотнями трейлеров и «межпромом» на национальных каналах), появляется хоть какой-то шанс оправдать свое существование.

АНТОН СИРЕНКО: *«Художественность требует воспитанного восприятия. Однако хороший плакат должен хотя бы немного поднимать планку, быть выше обыденности. Может ли постер быть лучше фильма? Он должен быть лучше фильма. Хороший плакат, как и хорошее кино, воздействует и на насмотренного интеллектуала, и на человека менее привередливого. Из русских могу выделить, наверное, ДОМОВОЙ – простой, читаемый, не без элегантности (правда, его не поддержала касса фильма), ТУРЕЦКИЙ ГАМБИТ (хорош и в аутдоре, и в кинотеатре), СТИЛЯГИ (версия, которая более яркая и провокационная), находки были у ТАРАСА БУЛЬБЫ.*

ГЕОРГИЙ МАЛКОВ: *«В мейнстриме эксперимент настораживает. Это артхаус – экспериментальная площадка, где отрабатываются идеи, лаборатория, где нужно уходить от штампов. Но мы же о бизнесе говорим, а ты не в «Кинообозрение» пишешь ☺ Из последних удач могу назвать ЛОПУХИ, где ки-арт лучше, чем фильм. Хотя, скорее, это можно сказать про стенди.*

ЭСТЕТИКА ПОПУЛЯРНОСТИ

Когда-то комедия, приключения и боевик считались низкими жанрами. Все плакаты для подобных фильмов были ориентированы на эстетику популярности (то, что сейчас называется «зрительским плакатом»). Сегодня эти жанры вышли на первое место, и вот мы наблюдаем эффект подмены: «новая эстетика популярности» становится главнее, чем фильм, вне зависимости от того, какого он жанра и в чем его идея. Следуя за этой эстетикой, социальная драма в своих ки-артах становится сказкой, историей любви, эротикой, а иногда и комедией; трагедия личности на фоне военных реалий – экшном или мистическим боевиком. Понятие «позиционирование» может предполагать самые разные варианты. И, безусловно, в подобной подаче есть подтекст не только коммерческий, но и общечеловеческий – донести до зрителя серьезные ценности в обертке развлекательного кино. Насколько это правильно – вопрос к обсуждению. Есть удачные примеры (тот же РАЙОН № 9), есть – не очень.

ТЕХНОЛОГИЯ

СМЫСЛ И ВИЗУАЛЬНОЕ: ГЕНЕТИЧЕСКИЙ КОД ПЛАКАТА

Ки-арт любого фильма имеет, как минимум, два слоя: визуальный (то, что мы видим перед собой) и смысловой (то, что мы понимаем или домысливаем). Первый дает достоверность, убедительность, визуальный опыт, второй – заставляет включить мыслительный или хотя бы ассоциативный процесс.

Плакат – это код, расшифровав который, ты получаешь максимально полное представление о фильме. Ты считываешь его не только с основной картинки, но и со шрифтовой формы (даже не разбираясь в шрифтах), с царапин на фоне, с «битого» логотипа, с высвеченной фактуры, с цветового решения, с ритмики элементов, с самой его интонации. На плакате не может быть ничего случайного. Если на плакате стоит табуретка – она должна что-то означать, причем не только для создателя, но и для зрителя.

В качестве одного из примеров – альтернативный плакат к фильму НОВАЯ ЗЕМЛЯ, который не был использован в рекламной кампании, но, тем не менее, содержит в себе достаточно глубокий код, ассоциативно ведущий нас к глубинным вопросам фильма.

MORE WITH LESS

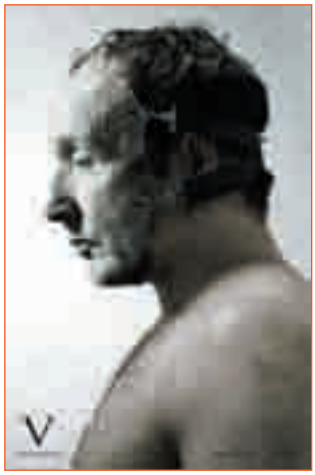
Цитируя Антона Мазурова, «по одному зубу динозавра можно воссоздать весь скелет». Но давайте пойдем наоборот, от скелета. Что если динозавр был небольшим и хилым? Зуб у него будет соответствующим. Плакат тоже не живет в идеальной среде – он живет в среде, заданной фильмом. Если она несовершенна (даже если только с точки зрения зрительских предпочтений), то и возможности плаката сильно ограниченны. Что делать, если в картине нет звезд, красивых молодых героев, необычной фактуры, спецэффектов – того визуального «мяса», которое само по себе привлекает? Нужно искать идею... сочетание символов... мысль. Если ваше кино – не событие – «лучше стрелять, чем говорить». И лучше не понравится некоторым, чем быть не замеченным всеми.

АНДРЕЙ РАДЬКО, координатор проката кинокомпании «Централ Партнершип»: *«В нашей стране, на мой взгляд, полностью отсутствует институт звезд, что резко сужает возможности для воздействия на широкие массы. Достаточно дать Анджелину Джоли и Брэда Питта, стоящих друг к другу спиной, – и даже название на плакате не будет играть существенной роли. При отсутствии сильных звезд на первый план выступает креативность. В целом, плакат должен быть неожиданным и лаконичным. Чем больше деталей – тем хуже он работает».*

ШТАПМ ИЛИ ИДЕЯ?

Иногда смысловую нагрузку в плакате заменяют жанровые «штампы», которые не рассказывают ничего нового, но извлекают из сознания зрителя известные ему истории. Пара на фоне взрыва сигнализирует, что перед нами экшн, пара в поцелуе крупняком – мелодрама. Скучновато, но работает. Хотя нельзя не признать, что эксперименты в мейнстриме, по большей части, могут позволить себя уже состоявшиеся бренды (тот же Тарантино).

ГЕОРГИЙ МАЛКОВ: *«Если проект новый, с не известной никому историей и героями, жанровый штамп дает ощущение надежности. Штамп на плакате – это кино с гарантией. Если в фильме есть идея, ее нужно предложить зрителю тонко и лаконично, но главное – не перемудрить. Еще не нужно создавать большую идею на пустом месте, придумывать то, чего в фильме нет. Что касается экспериментов, то постеры РАЙОНА № 9, скорее, мешали бы кампании, не будь активного пиара. Так же как и тизеры «Бесславных ублюдков», не будь они сделаны для фильма Тарантино».*

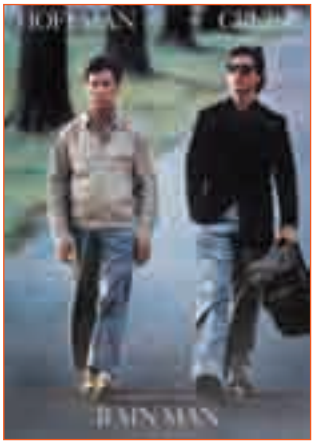


АНТОН СИРЕНКО: *«Суперидея нужна обязательно, еще Станиславский об этом говорил. Конечно, первый уровень должен легко считываться, буквально на бегу, но возможен и второй, более сложный. Чего делать нельзя? Нельзя повторяться».*

РЕМЕСЛО

КЛАССИКА ЖАНРА ИЛИ ЛЮБИМЫЕ ПРИЕМЫ ПЛАКАТА

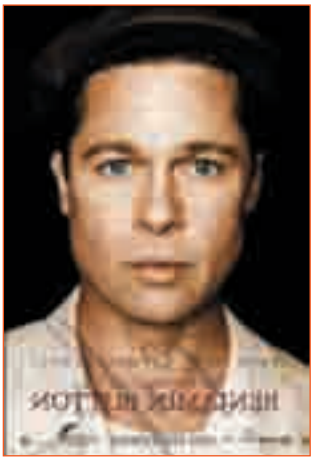
1. КАДР ИЗ ФИЛЬМА. Кинематографическая первооснова, застывший кадр из фильма, не несет особой идеи, но может дать интригу – недосказанность и незавершенность. Однако для плаката недостаточно выбрать любой удачный кадр, в нем должна быть композиция, построенная по принципу единства места, времени и действия. Именно с этого приема начиналась история киноплаката. Сегодня найти такой оптимальный кадр бывает сложнее (учитывая новые приемы съемки и монтажа), чем придумать на основе картины Большую Идею, нарисовать для нее эскизы, провести фотосъемку и создать новый рекламный продукт.



2. КОЛЛАЖ. Берет свое начало в 20-х годах прошлого века, когда многоэпизодность выносилась в плакат как часть самой природы фильма. Сегодня эта «многокадровость» на плакате несет не столько функциональные сюжетные задачи, сколько эмоциональные. Задача – дать максимальное количество картинок, провоцирующих реакцию зрителя. Известный художник плаката Николай Прусаков когда-то вводил небольшие кинокадры в саму графику плаката – в кружочках, квадратиках, в других геометриях, вплоть до виноградных гроздей. В ретроварианте

выглядит забавно, но сегодня считается дурным тоном, намекая на то, что материала немного, он не очень хорошего качества, вот и приходится размещать как придется.

3. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ ПОРТРЕТ. Его почти не знал конструктивистский плакат, но вскоре появились портреты очень «драматургичные»: вычурный фон, яркие цвета контрастировали с застывшим драматичным лицом героя. Сегодня, благодаря новым технологиям (возможностям фотосъемки, компьютерной графики и прочим графическим приемам), психологический портрет обрел новую жизнь, демонстрируя публике максимальную силу образа.

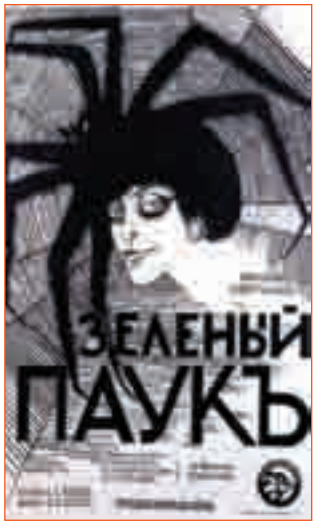


4. МОЛОДЫЕ И КРАСИВЫЕ. Зритель любит героев – разных полов, характеров и типажей. На этом тезисе до сих пор строятся сотни плакатов самых разных жанров – от хорроров до комедий. Стоящие клином или «слоном», разделенные вертикалями и диагоналями, расставленные и рассаженные в хаотичном порядке – герои смотрят на нас отовсюду. В связи с чем эффективность их группового воздействия на сознание снижается (если это не плакат со звездами категории А) и мы снова возвращаемся к необходимости дополнительной идеи или хотя бы дополнительного графического решения.

5. МНОГОПЛАНОВОСТЬ. На заднем плане – лес и замок, на среднем – волки, на переднем – наш герой. Получается, героя мы видим в пространстве и в контексте. Классическая форма, которая работала и будет работать еще долго.

6. ДИНАМИЧЕСКАЯ МОНТАЖНАЯ КОМПОЗИЦИЯ. Классическая композиция видоизменяется, пространство искривляется, мы видим блики, оставленные движением, и буквально чувствуем энергию, которая идет от плаката. Но стоит разместить название по диагонали, сделать его летящим, сияющим и нервным, как тут же еще десятки плакатов перенимают этот прием как догму. И прием моментально превращается в штамп. Здесь важны сильный арт-дирекшн и постоянный поиск, чтобы динамическое решение впечатляло, как в самый первый раз.

7. СИЛА МЕТАФОРЫ или ЧТО ОНИ ТАМ КУРЯТ? Одним из традиционных направлений в киноплакате всегда был прием иносказания. Фотографический материал и графика монтировались так, что приобретали новый смысл. Обычно метафор в коммерческом киноплакате избегают, опасаясь, что зритель не считает заложенный в них смысл. Однако подобные плакаты вызывают максимальный интерес. «Что они там курят?» – спрашивает потенциальный зритель у продюсеров. «Что вы там курите?» – спрашивает продюсер у художников. «Плакат концептуальный, но не зрительский». Не хочу романтизировать этот прием, но на сегодня он является одним из самых сильных техник привлечения внимания. Безусловно, использовать его каждый раз смысла не имеет, но для кино интеллектуального, авторского, для драмы, мелодрамы, детектива, триллера и психологического кино он отлично подходит.



8. ПРОВОКАЦИЯ. Встречается редко. Даже жанр триллера подходит к ней с осторожностью, так как каждая провокация несет в себе антихаризму. А антихаризма в прокате – это риск. Разве что Ларс фон Триер или Саша Бартон Коэн осмелятся – ну так у них и задачи соответствующие.

9. СИМВОЛИЗМ И ФЕТИШИЗМ. Если говорить про классический символизм (обгорелый конвертик письма в плакате фильме про войну), то он, скорее, вызывает разочарование. Но если вводить символы актуальные, которые «на волне» и «в тенденции», то они способны произвести мощнейшую атаку на восприятие. В одной ту-

фельке с трезубцем на месте каблука заключается едва ли не большая сила, чем во всей кампании ДЬЯВОЛ НОСИТ PRADA.Тонкий символизм, поиск в среде целевых групп новых фетишей, внимательное отношение к деталям – это стрелы в самое сердце зрителя.

10. РУКИ У ХУДОЖНИКА ДОЛЖНЫ БЫТЬ ГРЯЗНЫМИ. Один из решающих моментов в плакате – сильный арт-дирекшн, определяющий его эстетику. Здесь важны профессионализм, опыт и фантазия художника, его любовь к визуальному, желание работать как головой, так и руками. Перед тем как создавать плакат, профессионал рисует десятки эскизов с позами героя, выбирая идеальную, он продумывает мельчайшие детали стиля, он заранее знает, в какой гамме цветов, ритмике и манере будет подан зрителю плакат. Он выцарапывает на фактурах надписи (если нужна реалистичность), рисует от руки шрифты, делает аппликации, отсматривает сотни стилистических референсов – чтобы в финале найти то единственное решение, которое не только продаст фильм зрителю, но и станет самодостаточным и уникальным визуальным продуктом.

11. КИСЛОРОД – ЭТО КОГДА ДЫШАТ. Ну и последнее... Всем понятно, что современный ки-арт не может быть проявлением творческой индивидуальности автора (как во времена рисованных плакатов), это даже не столько проявление профессионализма или креативности его создателя, сколько чистый маркетинг. Но плакат должен быть живым. Созданный по всем законам жанра, он может просто не сработать, если тот отчаянный и тотальный прагматизм, с которым он был создан, все же просочится наружу.

АНТОН МАЗУРОВ, президент кинокомпании «ЛеопАрт»: *«Важны жанр, аудитория и... провокация – именно в таком порядке. Должен присутствовать элемент, которого зритель не понимает. Плакат КИСЛОРОДА, где герои плавают, был хороший. Оживляют друг друга? Целуются? Почему под водой? А в постере с рыжей красавицей (финальный ки-арт – Ред.) загадки нет».*

FINAL CUT

Как таковой «школы ки-арта» в России не существует, если говорить не о теории, а о современных потребностях рынка, и все мы до сих пор учимся (и на ошибках, и на успехах). Но большой проблемы здесь нет: с каждым месяцем (не то что годом) появляются все более интересные и качественные решения для продвижения кино.

Сложнее с другим. Если где-то в пустынях Аризоны висят те же плакаты, что и в Нью-Йорке, то есть преодолена коммуникационная пропасть, то в русских глубинках, как и в филиппинских селах, до сих пор висят плакаты рисованные, а к кинотеатру прикреплен штатный художник. Мы сталкиваемся с колоссальным разрывом – как коммуникационным, так и эмоциональным, разрывом в восприятии. Предполагает это либо создание различных ки-артов, либо усреднение / упрощение его в общей массе. Основная задача плаката – преодолевать эту пропасть и становиться суперпродуктом, доступным массовому сознанию, но каждый раз «подтягивающим» его за собой. Залог успеха именно на русском рынке – не только хороший маркетинг и техничная реализация задуманного, но и ощущение времени – изменений в социуме, тенденций, настроений, процессов во всем культурном и информационном пространстве. Как сказал мой знакомый арт-директор Женя Юрканцев, «главная фишка – быть честным и интересным, нельзя быть только маркетологом, нужно быть человеком».

Алена КАДУРИНА

RUSSIAN CINEMA SUMMIT

РОССИЙСКИЙ КИНОСАММИТ

МИЛАН, ИТАЛИЯ. 23-27 октября 2009 (4 дня)

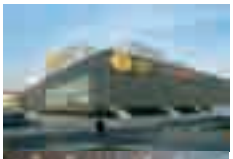
«Большой Альянс»: компании «Деловая Русь», «Кинопроект», «Неопринт» и «Синема 360» приглашают Вас принять участие в российской конференции профессионалов нашей индустрии, посвященной всем основным видам деятельности современного кинотеатра.

ДЕЛОВАЯ РУСЬ® все для кинобаров | КИНО ПРОЕКТ | NEO® print | СИНЕМА 360 ВСЕ РЕКЛАМНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В КИНО

Поездка состоится при поддержке Итальянской Торгово-Промышленной Палаты и посольства Италии в России. Делегация будет иметь статус официальной.

Информационный партнер: журнал «Бюллетень кинопрокатчика», журнал «Кинобизнес сегодня»
Технический партнер: туристическое агентство SODIS

ДЕЛОВАЯ ПРОГРАММА КОНФЕРЕНЦИИ



ТЕМЫ ДОКЛАДОВ И СЕМИНАРОВ:

Кинобар. Взгляд в будущее. Оборудование - калейдоскоп новинок.
Мерчендайзинг в кинобаре. Самообслуживание в кинобаре, премьера и кинобар, меню кинобара.
Уменьшение затрат на расходные материалы: как разговаривать с поставщиками.
Навигация фойе кинотеатра и кинобара. Новые приемы. Motion View.
Акции в кинотеатрах. Сравнительные итоги по акции «Ледниковый период – 3» в России, США и Западной Европе. Коэффициент эффективности.
Стереопоказ. Настоящее и будущее.
Как сделать кинотеатр интересным для рекламодателя.
Защита билетов: полиграфические методы, влияние на ценообразование.
Методы удешевления производства билетов. Возможности компании «Неопринт».
Нематериальная мотивация персонала кинотеатра.
Лизинг. Кредит. Инвестиции. Переговоры с кредиторами.

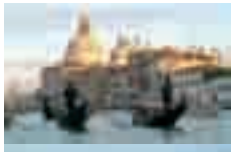
ПРИГЛАШЕННЫЕ СПИКЕРЫ ОТ КОМПАНИЙ:

Cretors
Gold Medal
Christie Digital Systems
PCO
Europlex cinemas
Plasma 3D
Citigroup
Moscow Business School

ПОСЕЩЕНИЯ:

Выставки Host-2009 * (опция)
Ультрасовременного миланского мультиплекса и знакомство с его функционированием

ПРОГРАММА МЕРОПРИЯТИЯ



23 октября 2009 г.
Отлет из Москвы
Прилет в Милан
Размещение в гостинице
Посещение миланского кинотеатра
Театр «Ла Скала» «Идоменей, царь критский»
Опера (опция)

24 октября 2009 г.
Открытие конференции «Технология кинобизнеса». Деловая программа
Обед
Деловая программа

25 октября 2009 г.
Посещение выставки HOST – 2009 (опция)
Гала - ужин. Дегустация итальянских вин.
Вручение сертификатов

26 октября 2009 г.
Экскурсия в Венецию. Прогулка по городу.
Катание на гондолах.

27 октября 2009 г.
Шоппинг. Галерея Виктора-Эммануила II,
Аутлеты
Отлет в Москву

Для участия в мероприятии необходимо зарегистрироваться. Регистрацию можно произвести у Вашего менеджера в одной из компаний – организаторов, а также, заполнив регистрационную форму на сайте **www.popcorn.ru**

ДОПОЛНИТЕЛЬНУЮ ИНФОРМАЦИЮ МОЖНО ПОЛУЧИТЬ:

Деловая Русь:
8 495 956 4000 доб. 2301,
8 800 200 4000 доб. 2301
по России – бесплатно,
Искандер Аминов
milan@busrus.ru

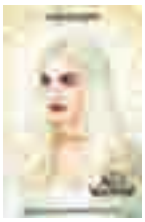
Кинопроект:
+7(495)6607161,
Демченко Юлия
info@kino-proekt.ru

Неопринт:
+ 7 (812) 331-2261,
Олеся Зубарева
info@neoprint.ru

Синема-360:
+7 495 627 78 43,
Павел Шиловский
Pavel.Shilovsky@cinema360.ru

На правах рекламы

ОБЗОР ПОСЛЕДНИХ ПОСТЕРОВ 2009

ПОСТЕР		ЭКСПЕРТЫ	УНИВЕРСАЛЬНОСТЬ (насколько широкую аудиторию охватит постер) *десятибалльная оценка*
2012			
	США / Канада **Жанр:** фильм-катастрофа **Режиссер:** Роланд Эммерих **В ролях:** Джон Кьюсак, Вуди Харрельсон, Тэнди Ньютон, Аманда Пит, Дэнни Гловер **Студия:** Sony Pictures Entertainment **В США** (Европе): 13 ноября **В России:** 12 ноября **Сюжет:** Глобальный катаклизм захлестывает Землю в соответствии с пророчествами майанского календаря. Семья героя Джона Кьюсака спасается от атаки зрелищных спецэффектов.	АЛЕКСЕЙ ГОЛИКОВ	Эксперт молчит
		АНТОН БУСЫГИН	10 «Мы были предупреждены!» – основной тезис, который не надо больше объяснять. Все понятно для всех – фильм-катастрофа с хорошими спецэффектами
АВАТАР / AVATAR			
	США **Жанр:** потенциальная революция кинематографа **Режиссер:** Джеймс Кэмерон **В ролях:** Сэм Уортингтон, Сигурни Уивер, Мишель Родригес, Сои Салданья **Студия:** Fox **В США** (Европе): 18 декабря **В России:** 17 декабря **Сюжет:** Джеймс Кэмерон переворачивает с ног на голову жанр кинофантастки, параллельно рассказывая историю противостояния между человеческой и инопланетной расами.	АЛЕКСЕЙ ГОЛИКОВ	10 Мимо не пройдешь
		АНТОН БУСЫГИН	3 Вообще ничего не понятно из постера, кроме того, как выглядит главный персонаж
АЛИСА В СТРАНЕ ЧУДЕС / ALICE IN WONDERLAND			
	США **Жанр:** сказка для всей семьи **Режиссер:** Тим Бертон **В ролях:** Джонни Депп, Энн Хэтэуэй, Хелена Бонэм-Картер, Миа Васиковска **Студия:** Disney **В США** (Европе): 5 марта 2010 **В России:** 4 марта 2010  **Сюжет:** Тим Бертон переосмысляет сказку Льюиса Кэрролла со звёздным составом и эпическим бюджетом.	АЛЕКСЕЙ ГОЛИКОВ	9 Все видно. Классическая иллюстрация из книги Кэрролла обещает классическую и очень современную экранизацию
		АНТОН БУСЫГИН	7 Те, кто читал книжку или смотрел наш мультик и кому они нравились, – сразу все поймут! Я из этой аудитории, и у меня это вызвало неподдельный интерес. Для остальных постеры останутся сюрреалистичной загадкой!

АЛЕКСЕЙ ГОЛИКОВ, ПАРТНЕР КРЕАТИВНОГО АГЕНТСТВА CROSSCULTURE

Родился в Москве весной 1963 года. Высшее образование получил в ГИТИСе им. А.В.Луначарского, на факультете театроведения. В рекламе Алексей Голиков работает давно и упорно. В качестве творческого директора с 1994 года руководил креативным процессом в сетевых международных агентствах – Bates/Saatchi&Saatchi Russia, Adventa/Lintas, United Campaigns/Publicis, McCann-Erickson Russia, Adventa/Lintas Ukraine, FCB MA. Среди его клиентов – P&G, Mars Inc., Unilever, HP, Compaq, Cadbury/Schweppes, Samsung, Coca-Cola, L'Oreal, Revlon, Nike, Nestle, GM-Opel, Renault, BAT, Rainolds/Japan Tobacco, Allied Domec, BBH, Sun Interbrew и другие. В производстве Алексей отличился как автор сценария и художественный руководитель десятков телевизионных рекламных кампаний, сопродюсер и сорежиссер международных проектов. А еще Голиков парапланерист, переводчик современной американской драматургии, уверенный пользователь Mac, отец двоих детей, потомственный диссидент.

ВИЗУАЛЬНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ (насколько постер бросается в глаза) *десятибалльная оценка*	РАБОЧИЙ ПОТЕНЦИАЛ ПОСТЕРА (какова вероятность того, что зритель пойдёт на фильм, зная о нем только по постеру) *десятибалльная оценка*	ОСНОВНЫЕ ПЛЮСЫ ПОСТЕРА (чем он интересен для потенциального зрителя)	ОСНОВНЫЕ МИНУСЫ ПОСТЕРА (что может «оттолкнуть» зрителя)	РЕЗЮМЕ ЭКСПЕРТА
Эксперт молчит	Эксперт молчит	Эксперт молчит	Эксперт молчит	Эксперт молчит
10 Качественно сделанный постпродакшн при правильном размещении и масштабировании может быть очень эффектным	Те, кто любят фильмы-катастрофы и спецэффекты,– обязательно сходят	Постер отражает суть фильма – это самое главное	Только один этот постер может сработать не очень эффективно. Нужны интегрированные и креативные коммуникации для фильма	Постер полностью отражает суть фильма, к нему не надо никаких объяснений
10 Суперконтраст, ничего лишнего	10 Сочетание современного названия, режиссера ТИТАНИКА и классического дизайна, и жанр понятен – все любят мистификации	10 Вышеперечисленные	Игровой ли это фильм – или мульт?	Супер
7 В принципе, сделано качественно и стильно	В постере нет никакой коммуникативной идеи, что должен понять зритель?	Основной плюс – визуальная эстетика	Основной минус – отсутствие сообщения	Все сказал
10 Хорошо, но постер с Белой королевой мутный	8 Зритель этого жанра пойдет	Современно, иронично, виртуозно. Возможно, не хватает немного хулиганства.	Нет минусов	Эстетика, до которой нам далеко. Новейшая классика!
10 Все сделано очень качественно! Хотя лично у меня было представление, что в Зазеркалье должно быть больше цвета!	Кто знает это произведение – обязательно пойдет, для остальных же нужно доносить дополнительное сообщение в рекламной коммуникации, которого пока нет на постерах.	Основной плюс – то, что это серия постеров. Мне очень понравились персонажи и качество их проработки. Очень хорошая визуальная составляющая!	Основной минус – это тоже серия! Если не будет большой ротации всех четырех постеров, чтобы их было видно все сразу, – коммуникационная сила заметно ослабнет	Для тех, кто в курсе, – достаточно. Если вы ничего не знаете про Алису – то из этих постеров сложно что-то уяснить. Все может исправить какое-то креативное сообщение или слоган, например!

АНТОН БУСЫГИН, СТАРШИЙ АРТ-ДИРЕКТОР АМК ZNAMENKA

Родился в 1976 году в Сибири, высшее образование получал в Тольятти, в Международной Академии Бизнеса и Банковского дела по специальности «дизайн». Работал в дизайн-студиях и агентствах: «Мастер Дизайн», Direct Design, Maxima, Lowe Adventa, McCann Erickson.

Среди известных работ Антона Бусыгина – рекламные кампании для брендов «Московский картофель» (Русский продукт) и Mild Seven, Coca-Cola и Canon, Nuts и Rowenta, ВнешТоргБанка и Норильского Никеля, для пива «Доктор Дизель» (Heineken), журналов «Новый Очевидец» (Lighthouse Publishers), «Русский репортер» («Эксперт») и «Индустрия рекламы», издательства «Известия» и телекоммуникационной компании «МТС» (тариф «Супер-ноль» и МТС BlackBerry®). Награды имеет разные, начиная с призов рекламного фестиваля « Идея!», заканчивая «Золотыми барабанами» Golden Drum. Журнал [Как] включил день рождения Антона Бусыгина в график обязательных к поздравлению людей, отличившихся в отечественном дизайн- и рекламоостроительстве, имена которых должен знать каждый.

АНТИКИЛЛЕР Д.К.

Россия
Жанр: боевик с любовной линией
Режиссер: Эльдар Салаватов
В ролях: Гоша Куценко, Михаил Ефремов, Сергей Шакуров, Вячеслав Разбегаев
Студия: «Леополис»
В России: 26 ноября
Сюжет: Третья часть приключений Лиса в исполнении Гоши Куценко. Привет из уже подзабытого жанра «фильмов про бандитские разборки».

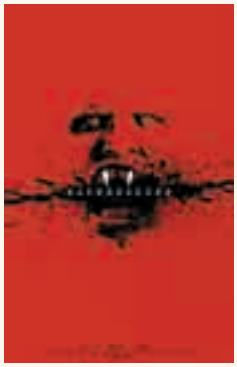
1

2

3

		УНИВЕРСАЛЬНОСТЬ
1	АЛЕКСЕЙ ГОЛИКОВ	8 Сразу страшно
2		8 Гошу не пропустят, посмотрят
3		5 Лирическая комедия? Или битва?
1-3	АНТОН БУСЫГИН	5 Как говорится, хотели как лучше… Понятно, что снимается Куценко, понятно, что что-то про кровь и убийства вперемешку с любовью.

ВОИНЫ СВЕТА / DAYBREAKERS



Австралия / США
Жанр: вампирский экшн
Режиссеры: Майкл Спириг, Питер Спириг
В ролях: Итан Хоук, Виллем Дефо, Изабелл Лукас
Студия: Lionsgate
В США (Европе): 8 января 2010
В России: 7 января 2010
Сюжет: В вампирском государстве кончаются запасы крови в то время, как люди организуют сопротивление подавляющему режиму. Герой Хоука оказывается между двух огней.

АЛЕКСЕЙ ГОЛИКОВ	10 Мимо не пройдешь
АНТОН БУСЫГИН	3 Только те, кто что-то знает или о чем-то догадывается

ДЖОНА ХЕКС / JONAH HEX

США
Жанр: экранизация комикса с элементами вестерна
Режиссер: Джимми Хейвард
В ролях: Джош Бролин, Меган Фокс, Джон Малкович
Студия: Warner Bros.
В США (Европе): 18 июня 2010
В России: 12 августа 2010
Сюжет: Ветеран гражданской войны с обожженным лицом противостоит колдуну вуду, пытающемуся освободить американский Юг путем создания армии нежити.

АЛЕКСЕЙ ГОЛИКОВ	9 Все ясно
АНТОН БУСЫГИН	6 В принципе, все понятно. Постер сделан по основным законам жанра

ВИЗУАЛЬНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ	РАБОЧИЙ ПОТЕНЦИАЛ	ОСНОВНЫЕ ПЛЮСЫ ПОСТЕРА	МИНУСЫ	РЕЗЮМЕ ЭКСПЕРТА
8 Жанр понятен	3 Смертельное оружие «для бедных»	Скоро, Куценко	Прошлый век	И?...
8 Только Гоша	3 Сколько можно?))	Скоро, Куценко	Прошлый век	Ну и?))) Три картинки – и кино можно не смотреть – нет интриги
3 Путано и не цепляет	3 Достали уже	Скоро, Куценко	Прошлый век	Какое кино… такой и постер
3 Сложно сказать, заметят или не заменят эти постеры. Тизеры не задают никаких вопросов, на которые бы хотелось получить ответы, (основной принцип тизера) и почему именно эти знаки и именно в таком сочетании? Можно было хотя бы дуло пистолета в виде сердца сделать – было бы креативнее…	Для своей аудитории (тех, кто смотрел предыдущие серии и кому они понравились, тех, кто любит Гошу Куценко, и тех, кто любит такой формат фильмов) – все отлично, и они пойдут. Для остальных же нет никакого сообщения, почему надо посмотреть этот фильм	Основной плюс – это узнаваемое лицо	Основной минус – отсутствие интересной эстетики исполнения постера и непонятные знаки на тизере, из которых совсем не следует ревиллер	Очень сложно у нас получается работать с селебрити. Если уж в постере ничего, кроме этого, нет, то можно хотя бы поискать какой-то интересный визуальный стиль съемки… Хороший в этом смысле пример – реклама к фильмам Тарантино
10 Без промаха	10 Аудитория жанра придет	Ничего лишнего	Мелковато для наружки	Достойно
9 Очень бросается, но ничего не понятно. Очень интересный графический стиль!	Мне кажется, постер и задача сагитировать пойти на фильм вообще никак не связаны	Постер очень лаконичный и графичный	Из него вообще ничего не понятно	Все сказал
8 Вроде, все видно	9 Полная ясность – чего ждать	Классика жанра	Прошлый век	Ну и что?))
7 Ничем не примечателен и даже незаметный, особенно в нашем киноинформационном пространстве. Стоит отметить очень хороший стиль фотосъемки и постпродакшна.	Пойдут ли на фильм после того, как увидят этот постер, – неизвестно. Но вот если бы наш плакат АНТИКИЛЛЕРА был сделан в подобной эстетике фотосъемки и стиля, шансов у него было бы больше.	Хороший арт-дирекшн и фотошутинг, красивая женщина	Нет идеи, что все-таки важно для коммуникации	Качественный арт-дирекшн для хорошего аватарка к фильму

ЖЕНА ПУТЕШЕСТВЕННИКА ВО ВРЕМЕНИ / THE TIME TRAVELER'S WIFE		УНИВЕРСАЛЬНОСТЬ
США **Жанр:** мелодрама **Хронометраж:** 107 минут **Режиссер:** Роберт Швентке **В ролях:** Эрик Бана, Рейчел МакАдамс **Студия:** New Line Cinema **В США** (Европе): 14 августа **В России:** 15 октября **Сюжет:** Романтические отношения главных героев идут непоправимо плохо из-за того, что персонаж Баны генетически предрасположен к непроизвольному перемещению во времени.	АЛЕКСЕЙ ГОЛИКОВ	10 Про любовь – это всем
	АНТОН БУСЫГИН	5 Обычный постер для обычной мелодраммы
ЗОМБИЛЭНД / ZOMBIELAND		
США **Жанр:** комедийный хоррор **Режиссер:** Рубен Фляйшер **В ролях:** Вуди Харрельсон, Эмма Стоун, Эмбер Хёрд, Билл Мюррей (в роли зомби) **Студия:** Relativity Media **В США** (Европе): 9 октября **В России:** 3 декабря **Сюжет:** Мир вновь захватывают зомби, и единственная цель оставшейся группы молодых людей под предводительством Вуди Харрельсона – выжить. Отвязный американский парафраз на «Зомби по имени Шон».	АЛЕКСЕЙ ГОЛИКОВ	10 Совершенно универсально
	АНТОН БУСЫГИН	7 Фильм, а соответственно и постер, для сугубо своей аудитории любителей мистики и ужасов. Им, думаю, все понятно
ИНФОРМАТОР / THE INFORMANT		
США **Жанр:** шпионская комедия **Хронометраж:** 108 минут **Режиссер:** Стивен Содерберг **В ролях:** Мэтт Дэймон, Мелани Лински **Студия:** Warner Bros. **В США** (Европе): 18 сентября **В России:** 5 ноября **Сюжет:** Сотрудник крупной корпорации начинает сотрудничать с ФБР, но со временем завирается так, что становится невозможно отличить правду от вымысла.	АЛЕКСЕЙ ГОЛИКОВ	10 Хочется все прочитать
	АНТОН БУСЫГИН	9 Альтернативная эстетика кинопостера. Символизм и лаконичность – всем понятно, но не всем доступно, к сожалению
КОШМАР НА УЛИЦЕ ВЯЗОВ / A NIGHTMARE ON ELM ST.		
США **Жанр:** ремейк классического ужастика **Режиссер:** Сэмьюэль Бэйер **В ролях:** Джеки Эрл Хейли и др. **Студия:** New Line Cinema **В США** (Европе): 30 апреля 2010 **В России:** уточняется **Сюжет:** Переложение знаменитой серии Уэса Крейвена о маньяке, преследующем детей в их снах, снятое с другой точки зрения – здесь Фредди Крюгер станет жертвой общества, ищущей мести, а не юморным психопатом, которого исполнял в классике Роберт Энглунд.	АЛЕКСЕЙ ГОЛИКОВ	9 Знаковая картинка – сразу все ясно, но ничего нового
	АНТОН БУСЫГИН	10+ Можно ничего и не писать, как там и сделано! Все сразу всем понятно. Единственное но – новое поколение, наверное, не знает, кто такой Фредди…
НЕВОЗМУТИМЫЕ / THE EXPENDABLES		
США **Жанр:** боевик **Режиссер:** Сильвестр Сталлоне **В ролях:** Сильвестр Сталлоне, Джейсон Стэтем, Джет Ли, Дольф Лундгрен **Студия:** Lionsgate **В США** (Европе): 23 апреля 2010 **В России:** уточняется **Сюжет:** «Слай» Сталлоне возрождает боевики категории «Б» в фильме с самым феерическим кастингом за последние двадцать лет. Один этот фильм заменит вам пару десятков лент восьмидесятых.	АЛЕКСЕЙ ГОЛИКОВ	7 Эстетика не универсальная
	АНТОН БУСЫГИН	8 Звезды говорят сами за себя…

ВИЗУАЛЬНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ	РАБОЧИЙ ПОТЕНЦИАЛ	ОСНОВНЫЕ ПЛЮСЫ ПОСТЕРА	МИНУСЫ	РЕЗЮМЕ ЭКСПЕРТА
10 Супер	10 Супер, все пойдем	Намек на ФОКУС ФИЛМС, нарушение гравитационных ожиданий – прекрасный ход	Нету	Супер! Картинка и название вместе создают силуэт истории – хочется разглядывать – захочется и билет купить
3 Не знаю, увидят ли его вообще	Если в кинотеатре не будет никаких ближайших сеансов, а в кино парочка уже пришла – то пойдут на этот. Либо пойдут те, кому интересны данные актеры	Все очень обычно, но стоит отметить качество, профессиональную фотосъемку, что в наших киноплакатах не всегда встретишь	Эксперт молчит	Могло бы быть и лучше. Лицо фильма ясно, но никакого сообщения не доносит
9 Добавить бы лицо человеческое;))	10 Для своей аудитории	Классика	эксперт молчит	эксперт молчит
6 Есть шанс быть замеченным. Даже понятно примерно, о чем речь	Кому хочется ужасов – те пойдут. Но ничего нового или какой-то интересной интерпретации жанра это произведение не несет	Хорошо сделанный постпродакшн	Какой-то он мрачноватый, хотя тема это предполагает	Все сказал
10 Не пропустишь	10 Все аргументы видны	Хорошая графика, много интриги	Не вижу	Надо посмотреть
9 Мне очень нравится такая стилистика, и смотрится она достаточно ярко и заметно	Все, кто знают, кого играет Мэтт Дэймон, – поймут. Остальным придется прочитать аннотацию	Очень лаконично	Простой обыватель не сразу догадается, что за мысль стоит за этим плакатом	Легко и заметно – таков вердикт
9 Бросается и узнается «Пятница, 13»	8 Своя аудитория есть, остальные даже случайно не купят билеты	Думать не надо	Думать не надо	Думать не надо
10+ Обязательно заметят: Фредди вернулся!!!	Все, кто любят Фредди, кто любят ужасы, и чья осознанная жизнь начиналась или продолжалась в 90-е, – непременно пойдут	Все отлично	Ничего плохого	Хи из ком бэк. При должной организации коммуникации и интеграции – получится бомба
7 Каша с кровью	5 Девочки не пойдут	Не вижу, кроме верности своей эстетике	Все, кроме Сталлоне	Сталлоне снялся в категории С?
7 Странно немного, что при таком звездном составе мы видим только одну спину… но в этом, может, и есть интерес какой-то	Пойдут, как только рассмотрят, кто играет и о чем этот фильм	Череп хороший	Какого-то особенного решения или стиля нет…	Попадает в ранг обычных, ничем не примечательных постеров

НИНДЗЯ-УБИЙЦА / NINJA ASSASSIN

США
Жанр: боевик
Хронометраж: 99 минут
Режиссер: Джеймс МакТиг
В ролях: Наоми Харрис, Рэйн, Сунг Канг
Студия: Warner Bros.
В США (Европе): 25 ноября
В России: 3 декабря
Сюжет: Протеже братьев Вачовски, снявший «V значит Вендетта», вновь берется за комиксоидный боевик, в этот раз более зрелищный и в разы менее «интеллектуальный».

	УНИВЕРСАЛЬНОСТЬ
АЛЕКСЕЙ ГОЛИКОВ	7 Аудиторию захватит только свою – других не обманет
АНТОН БУСЫГИН	8 Все понятно: нинзя, кинжал и кровища… если в фильме больше ничего нет – то все очень доходчиво

НЬЮ-ЙОРК, Я ЛЮБЛЮ ТЕБЯ / NEW YORK, I LOVE YOU

США / Франция
Жанр: киноальманах
Хронометраж: 110 минут
Режиссеры: Аллен Хьюз, Бретт Ратнер, Натали Портман и др.
В ролях: Брэдли Купер, Шайа Лабаф, Натали Портман, Кристина Ричи и др.
Студия: Ever So Close
В США (Европе): 16 октября
В России: 29 октября
Сюжет: Сиквел альманаха «Париж, я люблю тебя», снятый другими режиссерами и о другом городе. В остальном все то же самое – не слишком оригинальная ода городу и любви.

АЛЕКСЕЙ ГОЛИКОВ	3 FOR WHOM HOW
АНТОН БУСЫГИН	9 Прекрасное продолжение Парижа! Этот проект явно не для масс, но для тех, кто видел «Париж, я люблю тебя», – все понятно

ОБРАТНЫЙ ХОД / THE REBOUND

США
Жанр: романтическая комедия
Хронометраж: 97 минут
Режиссер: Барт Фройндлих
В ролях: Кэтрин-Зета Джонс, Джастин Барта
Студия: A&F Productions
В США (Европе): сентябрь 2009
В России: 1 октября 2009
Сюжет: Комическая история любви между матерью-одиночкой (Джонс) и ее молодым соседом (Барта).

АЛЕКСЕЙ ГОЛИКОВ	3 Такой посредственный постер работает только если на нем – суперзвезды
АНТОН БУСЫГИН	7 Для кого-то слишком просто, для кого-то банально, для кого-то скучно, а для кого-то мечта. В целом, все понятно

ОСТРОВ ПРОКЛЯТЫХ / SHUTTER ISLAND

США
Жанр: драматический триллер
Хронометраж: 148 минут
Режиссер: Мартин Скорсезе
В ролях: Леонардо Ди Каприо, Макс фон Зюдов, Бен Кингсли, Марк Руффало
Студии: Appian Way, Paramount
В США (Европе): 2 октября
В России: 1 октября
Сюжет: Американский детектив прибывает на остров, где содержатся самые опасные преступники с психическими отклонениями. В процессе расследования об острове открывается множество страшных тайн.

АЛЕКСЕЙ ГОЛИКОВ	10 Всем все понятно
АНТОН БУСЫГИН	8 Все прямо и в лоб! Ди Каприо на острове борется со злом. Все понятно зато

ПАНДОРУМ / PANDORUM

США / Германия
Жанр: научно-фантастический триллер
Режиссер: Крис Олвэрт
В ролях: Дэннис Куэйд, Бен Фостер
Студия: Constantin Film
В США (Европе): 18 сентября
В России: 15 октября
Сюжет: Два астронавта просыпаются на космическом корабле, не помня ничего ни о себе, ни о своем задании, но в процессе фильма пытаются вспомнить, параллельно открывая множество страшных тайн.

АЛЕКСЕЙ ГОЛИКОВ	Эксперт молчит
АНТОН БУСЫГИН	5 Очень сильный визуальный знак, но, к сожалению, ничего из него не ясно.

ВИЗУАЛЬНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ	РАБОЧИЙ ПОТЕНЦИАЛ	ОСНОВНЫЕ ПЛЮСЫ ПОСТЕРА	МИНУСЫ	РЕЗЮМЕ ЭКСПЕРТА
10 Грамотно	9 Свои пойдут	Композиция	Типографика	В молодежных трендах я не силен
7 Чистый, лаконичный стиль. Видно, что человек что-то громко орет. Хочется только его лицо рассмотреть	Постер сам по себе никакой информации не несет. Любители драк сходят на этот фильм	Чистый, лаконичный стиль, сильная экспрессия	Кроме того, что нет коммуникационной идеи в постере, все отлично. Хотя, возможно, идея и состоит в истошном крике – тогда она должна быть проведена по всем каналам коммуникации (радио бы хорошее получилось)	Все сказал
3 Неясно – куда сначала смотреть и где чего читать	? Возможно, это цитата из незнакомого мне культурного контекста	Возможно, это цитата из незнакомого мне культурного контекста	Возможно, это цитата из незнакомого мне культурного контекста	Возможно, это цитата из незнакомого мне культурного контекста
7 Стиль иллюстрации (если его брать за решение этого постера) мог быть интереснее. Но знак (факел-сердце) найден очень хороший!	Пойдут те, кто видел предыдущий фильм и он им понравился. Если же человек не в теме – вряд ли что-то будет понятно	Хорошо найден знаковый элемент: факел и сердце. Хотя это одно из первых, что может прийти в голову – но, тем не менее, работает	Не нравится стиль иллюстрации	Непопсовая работа и непопсовое кино
8 Нормально все видно	6 Лирическая комедия пользуется спросом всегда, но этот постер не выдержит конкуренции с другой комедией	Не вижу	Посредственно и обещает такое же кино	Сколько раз мы такое уже видели?
7 С точки зрения стиля постер очень неинтересный, но есть один «нюанс» в зубах – он как то обращает на себя внимание	На фильм пойдут, если ничего рядом не будет интересней. Или чтобы получить ответ на вопрос «Почему чувак в зубах держит трусики?» Мне очень интересно	Обычный рядовой постер	Что-то нужно сделать с задником белым… как-то он выбивается сильно. И написание можно было бы сделать интересней	На месте этого парня хотели бы оказаться многие мужчины! А с визуальной точки зрения постер неинтересный
10 Хорошо все видно	10 Такое не пропустят;))	Звезда, саспенс, стиль, жанр – все сразу понятно, и интрига есть	Темновато	Тут вообще много постеров, специально сделанных для лайт-боксов , где они освещаются с обратной стороны, – на мониторе такие кажутся мрачноватыми, а в темное время суток на улице – супер!
7 Заметят ли этот постер? Заметят, если захотят. Ни название, ни образ – ничто его не выделяет, кроме Ди Каприо!	Пойдут исключительно на имя, в нашем случае – на лицо	Очень качественный арт-дирекшн, интересная типографика	Нет мысли, какой-то, хоть маленькой, идейки	С Ди Каприо постеры гораздо интереснее получаются
Эксперт молчит	Эксперт молчит	Эксперт молчит	Эксперт молчит	Эксперт молчит
10 Постер обязательно заметят, но вот поймут ли…	Почему-то не возникает у меня лично желания идти на руку…	Очень сильный по восприятию визуальный образ	Вообще не видно названия, и оно непонятно, если рассмотреть. Хоть что-то в коммуникации должно быть понятно: либо визуальный образ, либо слова, а здесь ни то, ни другое не привносит ясности в восприятие	Чтобы люди пошли на этот фильм, нужно как-то дать им понять, о чем он, что интересного они там увидят…

			УНИВЕРСАЛЬНОСТЬ
ПИЛА 6 / SAW VI			
	США **Жанр:** триллер **Режиссер:** Кевин Гройтерт **В ролях:** Тобин Белл и др. **Студия:** Twisted Pictures **В США** (Европе): 23 октября **В России:** 29 октября **Сюжет:** Маньяк Джигсоу вновь восстает из мертвых и в шестой раз донимает своих жертв безумными пытками.	АЛЕКСЕЙ ГОЛИКОВ	7 Ну понятно
		АНТОН БУСЫГИН	8 Если не знать, что такое ПИЛА, то постер не очень понятен. Но если знать – то все отлично
ПРИНЦ ПЕРСИИ / PRINCE OF PERSIA			
	США **Жанр:** экранизация видеоигры, приключения **Режиссер:** Майк Ньюэлл **В ролях:** Джейк Джилленхол, Джемма Атетон, Бен Кингсли, Альфред Молина **Студия:** Jerry Bruckheimer Films **В США** (Европе): 28 мая 2010 **В России:** 27 мая 2010 **Сюжет:** Экранизация знаменитой компьютерной игры (а вернее, ее 3D-ремейка), в которой наследник персидского престола противостоит зловещему визирю с помощью песков, способных изменять ход времени.	АЛЕКСЕЙ ГОЛИКОВ	9 Все понятно
		АНТОН БУСЫГИН	10 Понятнее не бывает. Принц Персии
ПРОРОК / UN PROPHETE			
	Франция / Италия **Жанр фильма:** криминальная драма **Хронометраж:** 150 минут **Режиссер:** Жак Одиар **В ролях:** Тахар Рахим и др. **Студии:** Why Not Productions **В Европе:** 26 августа **В России:** 8 октября **Сюжет:** История молодого мусульманина, который попадает в тюрьму и проходит через тернии криминального мира, чтобы стать крестным отцом.	АЛЕКСЕЙ ГОЛИКОВ	5 Понятно, что посредственно
		АНТОН БУСЫГИН	5 Почему этот человек пророк – из постера не ясно, и не ясно, почему должно быть ясно
РОЖДЕСТВЕНСКАЯ СКАЗКА / A CHRISTMAS CAROL			
	США **Жанр:** 3D-сказка **Режиссер:** Роберт Земекис **В ролях:** Джим Керри, Гэри Олдман, Колин Ферт **Студия:** Walt Disney Pictures **В США** (Европе): 6 ноября **В России:** 5 ноября **Сюжет:** Очередная перепевка классики Чарльза Диккенса, в этот раз с Джимом Керри в роли Скруджа и технологией motion capture 3D.	АЛЕКСЕЙ ГОЛИКОВ	10 А чего непонятного?))
		АНТОН БУСЫГИН	10 Очень хороший прием и идея! К тому же, Джим Керри. Все очень хорошо!
СОЛОМОН КЕЙН / SOLOMON KANE			
	Великобритания / Франция / Чехия **Жанр:** приключение **Режиссер:** Майкл Джей Бассет **В ролях:** Джеймс Пюрфой, Маккензи Крук, Джейсон Флеминг и др. **Студия:** Davis Films **В США** (Европе): уточняется **В России:** 31 декабря **Сюжет:** Экранное воплощение одного из персонажей Роберта Ховарда, автора «Конана». Соломон Кейн – пуританин XVII века, борющийся со злом в любых его формах.	АЛЕКСЕЙ ГОЛИКОВ	10 Сразу ясно, чего ждать
		АНТОН БУСЫГИН	3 В серой – серой стране, под серым-серым дождем шел серый-серый человек, и у него были серые-серые мысли… Что нужно уяснить из этого постера, кроме того, как выглядит главный персонаж, – неясно…

ВИЗУАЛЬНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ	РАБОЧИЙ ПОТЕНЦИАЛ	ОСНОВНЫЕ ПЛЮСЫ ПОСТЕРА	МИНУСЫ	РЕЗЮМЕ ЭКСПЕРТА
9 Мишень;))	7 Отсекает случайную аудиторию и случайные сборы;))	Лаконизм	Скучно и не страшно	Больше похоже на обложку диска ;))
10 Интересный визуальный ход и очень качественный арт-дирекшн. Любители ужасов все заметят	Точно пойдут те, кто ходил на предыдущие 5 фильмов. Для тех же, кто не видел ничего из ПИЛ, понадобится дополнительная информация	Очень хороший стиль – то, чего не хватает в наших кинопостерах зачастую	Минус один: если не знать истории, то можно не понять, о чем это. Но те, кому он предназначается, все понимают	Отличный постер для страшного и неглупого фильма!
9 Все видно	9 Интересно в меру	Классика	Маловато напряжения для этого жанра	Главное, зачем люди идут в кино – это новые образы, новые герои. Такие, как этот.
8 Если на него смотреть, он заметен	Если кому-то захочется посмотреть исторический фильм о персах и Персии – наверное, сходят	Хорошая фотография, хороший свет, хорошая колористика, хорошая типографика	Нет никакой знаковой или метафоричной мысли	Постер очень качественно сделан, но у рекламной кампании по этому фильму нет никакой идеи…
3 Не лучший кадр из этого кино	3 Ни то, ни сё	Не вижу	Нет эмоции – с оружием идет, как с авоськой	Скука
5 Несмотря на то, что фильм получил «Пальмовую ветвь», постер сделан очень посредственно, хотя фильм, наверное, хороший.	Рабочий потенциал постера очень невысок. А вот единственное, что интересно в нем, – это копилайн «из тюремной пешки в короли мафии». Если фильм действительно об этом – то это и нужно реализовывать, но только по-другому	Хороший копилайн	Разделенное пространство на заднике (камера и улица), разблюренное на стыке – это прием из 90-х. Наверное, можно поинтереснее решить эту задачу. Вообще, сюжет очень интересен, но он никак не отображен в визуальном ряде постера.	Глядя на постер, у меня не появилось никакого желания пойти на этот фильм. Но читая копилайн – оно появляется. В этом проблема плаката.
10 Оптимальный контраст оранжевый-черный	10 На Керри пойдут	Саспенс, Керри, классический лаконизм без суеты – «премиум» стиль	10 Мрачновато для легкого развлечения с попкорном	Интригует, обещает зрелище и переживания высшей пробы – но точно не для большинства дебилов
10 Один из немногих постеров, где есть идея! Единственное но – как-то он мрачноват для светлого и по идее веселого праздника Рождества…. но персонаж Джима Керри все решит, я думаю, по итогу.	Во-первых, люди пойдут на Джима Керри, во-вторых – на мистику перед Рождеством.	Очень хороший арт-дирекшн, идея и исполнение. И хороший шрифт, который, видимо, специально сделали для этого фильма!	Можно было бы добавить немного мэджика, веселости какой то	Очень хороший постер, с точки зрения графики и идеи! А вот как он будет продавать – это вопрос для обсуждения…
5 Все корректно, но не броско	8 Кроме депрессии, ничего не обещает	Классическая композиция – без суеты	Невеселая история не для всех	Тысячу раз видели такие постеры и такие фильмы
5 В метро этот постер сольется с толпой. Хотя из серости тоже можно сделать идею – например, наносить этот постер на асфальт – тогда точно заметят	Почему я должен пойти на этот фильм, если я ничего не знаю про Саломона Кейна – неясно…	Сделано, тем не менее, очень красиво!!!	Возможно, если бы ему поставить бабл над головой и в нем написать что-то типа «с ума сходят по одному…» или что-нибудь еще – то появилось бы больше интриги…	Быть или не быть – вот в чем вопрос

СОРОРИТИ РОУ (КРИК В ОБЩАГЕ) / SORORITY ROW

США
Жанр: ужастик
Хронометраж: 101 минута
Режиссер: Стюарт Хендлер
В ролях: Брайана Эвиган, Лиа Пайп, Джейми Чунг
Студия: Summit Entertainment
В США (Европе): 11 сентября
В России: 8 октября
Сюжет: Ремейк второсортного ужастика 83-го года. За девушками из общежития, случайно убившими свою подругу, начинает охотиться маньяк...

	УНИВЕРСАЛЬНОСТЬ
АЛЕКСЕЙ ГОЛИКОВ	10 Все понятно
АНТОН БУСЫГИН	7 Для любителей ужасов – прекрасная тема. Шесть сестер не дадут соскучиться. Думаю, в русском прокате этот фильм можно так и назвать: «6 сестер»

СУМАСШЕДШАЯ ПОМОЩЬ

РФ
Жанр: комедия
Хронометраж: 118 минут
Режиссер: Борис Хлебников
В ролях: Евгений Сытый, Анна Михалкова, Сергей Дрейден
Студии: «Коктебель», «Централ Партнершип»
В России: 3 сентября
Сюжет: комические приключения белорусского провинциала и московского инженера.

АЛЕКСЕЙ ГОЛИКОВ	2 Обещает скучный компьютерный мульт
АНТОН БУСЫГИН	5 Понятно, что это комедия. Понятно, что русская комедия, а понятно это потому, что ничем другим это быть не может. Не очень понятно, причем здесь утка

СУРРОГАТЫ / SURROGATES

США
Жанр: фантастический боевик
Хронометраж: 104 минуты
Режиссер: Джонатан Мостоу
В ролях: Брюс Уиллис, Розамунд Пайк, Винг Реймс
Студия: Touchstone Pictures
В США (Европе): 25 сентября
В России: 24 сентября
Сюжет: Футуристичная фантастка, в которой людей заменяют их суррогатные аналоги. Внезапно начавшуюся волну убийств роботов (а вместе с ними и людей) расследует коп в исполнении Уиллиса.

АЛЕКСЕЙ ГОЛИКОВ	10 Напряженная криминально-психологическая драма с Уиллисом в новом образе – всем интересно
АНТОН БУСЫГИН	10 Брюс Уиллис форевер! Старина Брюс опять спасает человечество – почему бы и нет? Всем все ясно

ТЕЛО ДЖЕННИФЕР ПОСТЕР 2

1

2

США
Жанр: юмористический хоррор
Хронометраж: 102 минуты
Режиссер: Карин Кусама
В ролях: Меган Фокс, Аманда Сифрид, Адам Броди
Студия: 20th Century Fox
В США (Европе): 18 сентября
В России: 8 октября
Сюжет: Новый сценарий от автора «Джуно» Дьябло Коди. Юная чирлидерша из американской школы становится одержима бесами и начинает убивать своих одноклассников. С юмором, конечно.

АЛЕКСЕЙ ГОЛИКОВ	1	9 Исчерпывающая информация без эмоций
	2	9 Бронебойно, но не оригинально
АНТОН БУСЫГИН	1-2	7 Видимо, какой-то триллер про сексуальных девиц. В чем фишка?

ВИЗУАЛЬНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ	РАБОЧИЙ ПОТЕНЦИАЛ	ОСНОВНЫЕ ПЛЮСЫ ПОСТЕРА	МИНУСЫ	РЕЗЮМЕ ЭКСПЕРТА
10 Из шести портретов сделали единый объект и избежали каши – молодцы	10 Те, кому интересны женские переживания, не пропустят	Есть эмоция, настроение, обещание	Обещает много слез, затянутую женскую историю	Достойно, но не событие
7 Не то чтобы он бросается в глаза… но взгляд может остановиться	Те, кто любят ужасы, могут пойти… И то встает вопрос, что именно эти сестры делают такого особенного и ужасного в этом фильме? Не плохо было бы основной бенефит фильма отразить	Интересно, сколько снималось девушек для этого постера?	Не хватает мысли и метафоры	Постер фильм не продал, на мой взгляд
8 Бросается, не спорю – как гопник на прохожих	2 Непонятен жанр и непонятно, кому интересно – детям? Ничего сумасшедшего – скука и куча претензий	Заметный	Непонятно, что обещают	Реклама мультика, вторично, скука, нет интриги, нет эмоции вообще. Никакой
10 Сказать нечего: постер заметен. Игрушки для ванн редко используются в коммуникациях	Сплошные загадки: утка с крестом – одна загадка, «сумасшедшая помощь» – другая. Если человеку захочется найти отгадку в фильме – он сходит.	Яркий визуальный образ	Нет связи образа с названием и уж тем более с главными героями и темой кино в целом. Ну и если придираться к деталям, то физика отражения утки другая, сейчас это просто фотошопный флип. Этим и отличаются наши от ненаших постеров	Уверен, что исходя из сюжета фильма и даже оставив эту же утку, можно найти более говорящие комбинации знаковых образов, чтобы чуть больше объяснить, о чем этот фильм
6 Немного перегружен...	10 Жанр ясен, звезда узнаваема – ясно, что такое нельзя пропустить	Уиллис и все))	Слишком много попытались сказать и показать	Если постер хоть и грамотный, но абсолютно рядовой – значит, такое будет и кино...
6 Постер абсолютно стандартный и не выделяющийся. Есть только Брюс Уиллис	Шансов мало, но есть. В основном – из-за селебрити, конечно	Брюс Уиллис	Возраст БрюсаУиллиса. Примитивная и шаблонная эстетика футуризма	Могло бы быть лучше
5 Слишком статично и перегружено	5 Есть люди, которые вообще только это смотрят;))	Девушка	Каша, слово «ад» – не пугает и не смешит	Просто рядовая халтура
10 Любовь и кровь – что еще надо?))	10 Точно понятно, чего ждать	Классика	Ординарно	Твердая четверка
6 Заметен ни больше, ни меньше, чем все остальное… Если бы там были губы Аджелины Джоли – было бы привлекательнее	Была бы здесь Джоли – кассовый сбор был бы гораздо больше…	Молодое тело	Чего-то не хватает в сообщении: либо больше секса, либо больше смысла. Оба постера сделаны в разной гамме и стилистике, а по идее, это серия	Почему бы и нет?

ХАТИКО / HACHI

США
Жанр: звериная драма
Режиссер: Лесс Хальстром
В ролях: Ричард Гир, Пёс Форест
Студия: Grand Army Entertainment
В США (Европе): 18 декабря
В России: 22 октября
Сюжет: «Биопик» о японской собаке, прождавшей хозяина десять лет после его смерти.

	УНИВЕРСАЛЬНОСТЬ
АЛЕКСЕЙ ГОЛИКОВ	10 Знакомое лицо + собака
АНТОН БУСЫГИН	9 По своей банальности постер доступен всем. Детей и животных замечают все

ЧАСТНАЯ ЖИЗНЬ ПИППЫ ЛИ / THE PRIVATE LIVES OF PIPPA LEE

США
Жанр: драма
Хронометраж: 93 минуты
Режиссер: Ребекка Миллер
В ролях: Робин Райт Пенн, Алан Аркин, Киану Ривз
Студия: Elevation Filmworks
В США (Европе): 13 октября
В России: 15 октября
Сюжет: Экранизация книги Ребекки Миллер самой Ребеккой Миллер. Полуавтобиографическая история девушки, пытающейся найти свое место в жизни параллельно с поиском родственной души.

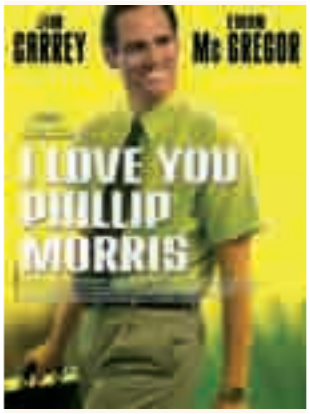
АЛЕКСЕЙ ГОЛИКОВ	10 Всем сестрам по серьгам;))
АНТОН БУСЫГИН	9 Много красивых женщин и один Киану Ривз – подходит почти для всех

ШЕРЛОК ХОЛМС / SHERLOCK HOLMES

США
Жанр: комедийный экшн
Режиссер: Гай Ричи
В ролях: Роберт Дауни-мл., Джуд Лоу, Рейчел МакАдамс
Студия: Lin Pictures
В США (Европе): 25 декабря
В России: 14 января 2010
Сюжет: Альтернативное видение приключений самого знаменитого британского сыщика от автора «Большого Куша» и «Рок-н-Ролльщика».

АЛЕКСЕЙ ГОЛИКОВ	10 Все сразу ясно
АНТОН БУСЫГИН	10 Классика! Все, ну или практически все, знают, кто такие Шерлок Холмс и Доктор Ватсон. Единственное, лично для меня, – наша экранизация Конан Дойля Масленниковым и Ливанов в роли Холмса навсегда останется лучшей!

Я ЛЮБЛЮ ТЕБЯ, ФИЛЛИП МОРРИС / I LOVE YOU, PHILLIP MORRIS



США
Жанр: комедийная гей-драма
Хронометраж: 102 минуты
Режиссер: Гленн Фикарра, Джон Рекка
В ролях: Джим Кэрри, Юэн МакГрегор
Студия: Europa Corp.
В США (Европе): 12 февраля 2010
В России: уточняется
Сюжет: Добропорядочный американский семьянин после автокатастрофы понимает, что он – гей. За осознанием следует любовь, а за любовью – расставание. Но Стивен Рассел обязательно вернется к Филлиппу Моррису.

АЛЕКСЕЙ ГОЛИКОВ	10 Нельзя пропустить
АНТОН БУСЫГИН	10 100-процентная аудитория – рекламщики и маркетологи. Для многих остальных вопрос будет открытый – кто такой Филипп Моррис? Для них есть нестареющий Джим Керри

ВИЗУАЛЬНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ	РАБОЧИЙ ПОТЕНЦИАЛ	ОСНОВНЫЕ ПЛЮСЫ ПОСТЕРА	МИНУСЫ	РЕЗЮМЕ ЭКСПЕРТА
5 Скучно	7 Ну, еще один Гир;))	Знакомое лицо + собака	Нет динамики	Если кино нудновато, постер надо делать, наоборот, завлекательнее
7 Выглядит, как обложка для книги	Фильм для любителей «Белого Бима Черного уха» и немного «Красотки»	Все понятно: весь сюжет на одной странице	Скорее всего, будет скучно	Видимо, сам Ричард Гир был продюсером этого фильма
7 Нарядно	7 Винегрет на все вкусы – но без перца;))	Информативен	Нечего запомнить	Универсальный формат для серенького кино – выручит любую серость
8 Композиционно постер не похож на другие – этим выделяется	Актерский состав интригует	Композиция выдает жанр фильма – легкая мелодрама о взаимоотношениях, что очень важно для постера и его задач	Нет никакого композиционного центра, главного лица. Интересно, сюжет фильма тоже построен по этому принципу?	2 короля и 6 дам – интересно, что из этого выйдет…
7 Информация цепляет, а не изображение	10 Такое не пропустят – все козыри фильма видны сразу	Ничего лишнего	Нет минусов	Блестяще и с «холодным носом»
8 Странно, что персонажи разбиты по разным постерам. Все-таки в нашем менталитете Шерлок Холмс и Доктор Ватсон – это одно целое	Интересно, конечно, посмотреть на новую экранизацию. Но я бы пошел на этот фильм, только прочитав рецензии – слишком сильна любовь к российскому варианту	Очень, очень хороший арт-дирекшн! Очень хорошо найдена грань старого и нового	Видимо, постеры должны быть всегда вместе?	Для того, чтобы перебить любовь к нашему Шерлоку Холмсу и Доктору Ватсону – нужно нечно большее! А так – очень красивые постеры!
9 Ничего оригинального по форме	10 Нельзя пропустить	Классика дизайна, три имени собственных с абсолютной узнаваемостью, суперзвезда	Ничего, кроме классики по форме, – все козыри только в содержании	Традиционно – но зато эти актеры всегда – сюрприз, а их имена хорошо видны
10 Для посвященных угадывается эстетика сигаретной пачки, для остальных – стилизованный, яркий постер	Люди пойдут либо на Джима Керри, либо на Филиппа Морриса – и это две абсолютно разные аудитории. И есть еще 5% людей с хорошим зрением, которые пойдут на Эвена МакГрегора	Яркость, выдержанная и не случайная стилистика	Все отлично	Обязательно схожу на этот фильм

КАРЛОВАРСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ КИНОФЕСТИВАЛЬ: ДРУГ ИЛИ ВРАГ?

Сегодняшняя фестивальная иерархия – дело крайне запутанное. Пафосный статус, присваемый Международной федерацией гильдий кинопродюсеров (FIAPF) и по традиции обозначаемый как «категория А», отнюдь не отражает реальной важности того или иного фестиваля: понятно, что не аккредитованные FIAPF Санденс или Роттердам имеют значение куда большее, чем официально «перворазрядные» Каир или Мар-дель-Плата. Карловарскому международному фестивалю (КВМКФ) в этом смысле удается держать марку: его принадлежность к категории А сейчас не оспаривают ни FIAPF, ни прочие кинематографисты. И еще одна существенная деталь: редкое мероприятие такого масштаба за пределами бывшего СССР уделяет столько внимания российскому кинематографу, – и фестиваль этого года был особенно богат на события, связанные с русским кино. Корреспондент БК-Action! посетил Карловы Вары в минувшем июле, где попытался выяснить, какую роль играет КВМКФ в мировом кинопроцессе и чем он может быть полезен российскому кино.

БИТВЫ ФЕСТИВАЛЕЙ

Говоря откровенно, вряд ли кто-то в российском кинобизнесе воспринимает Карловы Вары как обязательное место для посещения. Конечно, это не Канны и не Берлин, где за главный приз сражаются Тарантино и Альмодовар, здесь нет формального кинорынка и здесь, как и в Москве, искренне гордятся заезжими «звездами», как, например, Джоном Малковичем (John Malkovich) или Антонио Бандерасом (Antonio Banderas) в этом году, – причем приезд светил, как правило, связан с вручением специального приза или ретроспективой. В 90-е КВМКФ даже пришлось бороться за категорию А, однако руководству во главе с актером Иржи Бартошкой (Jiri Bartoska), пришедшему в 1994 году, удалось переосмыслить концепцию фестиваля и в конце концов утвердиться в высшей лиге. «Здесь очень приятная атмосфера, – признается Андрей Плахов, председатель отборочной комиссии ММКФ и зарубежный консультант Карловарского фестиваля.– В Москве такой атмосферы нет, хотя она постепенно формируется. В Карловых Варах всё сделано очень профессионально. Когда фестиваль хирел, новая команда буквально в первый же год работы привезла молодежь, которая теперь составляет основную аудиторию».

В силу понятных причин фестиваль в Карловых Варах уделяет большое внимание чешскому кино, однако невозможно упрекнуть программу в безальтернативном засилье местных фильмов: награды достаются картинам из России, Польши, Хорватии, Венгрии, Германии, Бельгии, Исландии, США, Израиля, Японии, Бразилии. При этом фестиваль не забывает активно эксплуатировать престиж чешских режиссеров, чтобы привлекать внимание международной общественности к национальному кино. Регулярно в разных секциях – от основного конкурса до ретроспектив – всплывают имена Иржи Менцеля (Jiri Menzel), Веры Хитиловой (Vera Chytilova), Яна Шванкмайера (Jan Svankmajer), Петра Зеленки (Petr Zelenka), Яна Сверака (Jan Sverak) – и, конечно же, Милоша Формана (Milos Forman). Именно в Карловых Варах в этом году состоялась премьера его нового фильма– киноверсии оперы «Хорошо оплаченная прогулка» (A Walk Worthwhile).

Благодаря же своему интересу к новым и малоизвестным именам, Карловарский фестиваль притягивает начинающих кинематографистов со всей Европы. Журнал Variety поддержал КВМКФ в этой области программой «Выбор критиков журнала Variety» (Variety Critics' Choice), отбирающей наиболее необычные работы молодых европейских талантов. «В Карловы Вары, в отличие от Москвы (к сожалению), приезжает очень много важных журналистов, фестивальных деятелей, экспертов – в том числе те, кто занимается российским кино», – говорит Андрей Плахов.

Известно, что Карловарский фестиваль долгие годы был прочно связан с Московским. После возрождения ММКФ в 1959 году фестивали, призванные освещать достижения прогрессивного кинематографа, чередовались друг с другом через год, а в 90-е они оба стали ежегодными, и возникшая

CINEFEX

ЖУРНАЛ О СЕКРЕТАХ КИНО

ПО ВОПРОСАМ ПОДПИСКИ И ПРИОБРЕТЕНИЯ:

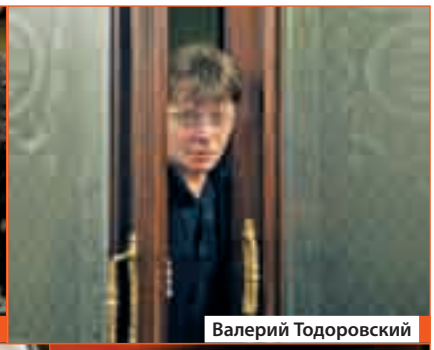
+7 (495) 775-08-74

WWW.CINEFEX.RU

На правах рекламы

Джон Малкович

Катя Шагалов


Валерий Тодоровский

Лариса Садилова

Антонио Бандерас

Оксана Бычкова

конкуренция стала очевидной. Можно даже сказать – неприкрытой. В карловарском буклете, беспрестанно сравнивающем КВМКФ с прекрасной девушкой, эта история звучит примерно так: «Уставшей Золушке стала грозить московская матрешка». Основную проблему совпадения сроков проведения решили, передвинув Карловарский фестиваль примерно на неделю после Московского. Это немного ослабило, но не устранило конкуренцию.

Исторически оба фестиваля всегда концентрировались на фильмах Восточной Европы и стран Третьего мира. «Тут уже выбирает продюсер, – рассказывает Андрей Плахов. – Бывает по-разному: иногда побеждает Московский, а иногда – Карловарский фестиваль. Например, в прошлом году болгарский фильм ДЗИФТ (Zift) попал в Москву, где получил приз за режиссуру. Но все-таки Карловы Вары – главная площадка для подачи и раскрутки восточноевропейских картин, которые здесь представлены шире всего. С Запада едут сюда главным образом, чтобы посмотреть именно их, точно так же, как в Москву едут, чтобы лучше узнать русское кино». У обоих фестивалей есть еще один конкурент класса А – Шанхайский фестиваль, проходящий в первой половине июня (частично совпадает с ММКФ). «Например, в этом году один фильм, который мы хотели взять в программу – кстати, чешский – ушел в Шанхай, – признался Плахов. – Но год на год не приходится, и бывает, что хороших фильмов много и хватает всем, а бывает, их мало и потому борьба обостряется».

С другой стороны, близким по рангу Москве и Карловым Варам приходится толкаться локтями, чтобы успеть ухватить что-то с берлинского или каннского стола. В этом году, например, оба фестиваля заполучили АНТИХРИСТА (Antichrist), БЕЛУЮ ЛЕНТУ (The White Ribbon), АИР (Sweet Rush) и ДЖОННИ Д. (Public Enemies). Вообще, в карловарской программе лауреаты и участники главных мировых фестивалей составляют очень заметную долю. Кроме перечисленных картин, этим летом показали каннские хиты – РАЗОРВАННЫЕ ОБЪЯТЬЯ (Broken Embraces), ЖАЖДА (Thirst), АКВАРИУМ (Fish Tank), МАЛЫШКА (La Pivellina), САМСОН И ДАЛИЛА (Samson and Delilah), лауреатов Берлинале – ВСЕ ОСТАЛЬНЫЕ (Everyone Else), ПРО ЭЛЛИ (About Elly), МОЛОКО ГРУСТИ (Milk of Sorrow), ГИГАНТ (Gigante), КАТАЛИН ВАРГА (Katalin Varga), а также фильмы с прошлогоднего Венецианского фестиваля– ДРУГАЯ (The Other One), ТЕЗА (Teza), РЕСТЛЕР (The Wrestler).

Карловы Вары побивают ММКФ и в другом существенно важном аспекте – с точки зрения организации. «На этот фестиваль приезжают потому что, прежде всего, он хорошо организован, – считает Андрей Плахов. – Карловы Вары – маленький городок, в то время как Москва – очень тяжелый город, особенно для тех, кто не владеет русским языком. У нас нет соответствующей инфраструктуры: Московский фестиваль проходит в мультиплексе, что само по себе ненормально, это паллиатив. В Карловых Варах всё устроено прекрасно – как бы ни ругали отель «Термаль» (главный центр фестивальных мероприятий) как памятник социализма. Вы можете посмотреть практически все фильмы в одном месте. Там созданы условия для полноценной работы гостей фестиваля».

СЛАВЯНСКАЯ ДРУЖБА

При том что Карловы Вары состоят в опасной конкуренции с Москвой, здесь крайне благоволят к российскому кино. «Говорят, что к России в Чехии относятся не лучшим образом и русское кино не так уж популярно в обычном прокате, – делится Андрей Плахов.– Но на фестивале вы этого не чувствуете, на русских фильмах всегда много зрителей – и это не только русскоязычных. В разные годы награды КВМКФ доставались Михаилу Калатозову и Сергею Герасимову, Андрею Кончаловскому и Георгию Данелия, Михаилу Ромму и Сергею Бондарчуку, а в постсоветское время – Сергею Лознице и Анне Меликян, Алексею Попогребскому и Карену Шахназарову, Сергею Бодрову-старшему и Александру Рогожкину. Если до распада Восточного блока такую благосклонность можно было объяснить политическими мотивами, то сейчас очевидно, что российское кино оказалось в высшей степени конкурентоспособным в той области, на которую ориентируется Карловарский фестиваль. Например, одним из фаворитов основного конкурса этого года, по общему признанию, был ВОЛЧОК Василия Сигарева, – однако, ему досталось лишь особое упоминание Жюри Международной федерации киноклубов.

Конкурсные программы Карловых Вар дают участникам прекрасный шанс засветиться если не в основной, то в дополнительной секции. В 80-е КВМКФ пережил приступ мегаломании: около десятка разнообразных жюри присуждали более 40 призов, – но разум все-таки одержал верх, и теперь, помимо главного конкурса, фестиваль вру-

чает награды только в программе «На Восток от Запада» (East of the West) и документальной программе. Свои призы также выдают Президент фестиваля, Европейские кинотеатры (European Cinemas), Сеть по продвижению азиатского кино (NETPAC), Международная федерация киноклубов (FICC), ФИПРЕССИ и Экуменическое жюри. Кроме того, Чешское телевидение отмечает «Независимой камерой» (Independent Camera) лучший фильм «Форума независимых» (Forum of Independents).

Как показывает история, особенно может пригодиться российским кинематографистам программа «На Восток от Запада», которая собирает картины из Восточной Европы и бывшего СССР. Будучи организована в 1994-м, с приходом нового менеджмента она неоднозначно указала на сферу интересов КВМКФ – и в этой области Карловы Вары, несомненно, дают фору Московскому фестивалю. С тех пор как программа стала конкурсной, в ней трижды побеждали российские картины. В 2005-м отметился РАГИН Кирилла Серебренникова, в 2008 – ТЮЛЬПАН Сергея Дворцевого, а в 2009 – ПОЛТОРЫ КОМНАТЫ, ИЛИ СЕНТИМЕНТАЛЬНОЕ ПУТЕШЕСТВИЕ НА РОДИНУ Андрея Хржановского, отличный пример того, как фильм, не наделавший особого шума в России, оказывается востребован зарубежными фестивалями (он также был приглашен в Роттердам). Вместе с картиной Хржановского в этой секции также соревновались БАКСЫ Гуки Омаровой и БУМАЖНЫЙ СОЛДАТ Алексея Германа-младшего.

«Форум независимых» является, наверное, третьей по значимости программой фестиваля. И, опять же, в прошлом году главного приза – «Независимой камеры» – удостоилась РУСАЛКА Анны Меликян, а в этом году в конкурсе принимал участие КИСЛОРОД Ивана Вырыпаева.

Много российских фильмов можно найти и вне конкурса. В основную подборку включили СТИЛЯГ Валерия Тодоровского, и, судя по комментариям западных журналистов, «восточноевропейский мюзикл» вызвал нешуточное любопытство. Но, наверное, самым веским доказательством уважения к российскому кинематографу стала специальная программа «Женский взгляд на Россию» (Female Take on Russia), или «Россия в женском роде» (если переводить с чешского). По словам Плахова, идея возникла после победы РУСАЛКИ на «Форуме независимых»: «Фестиваль подумал, что интересно было бы показать, как Россия воспринимается новым поколением женщин-режиссёров. Я помог им составить программу, которая прошла довольно успешно». «Женский взгляд» демонстрировали восемь фильмов 2002 – 2006 годов: НЕБО. САМОЛЕТ. ДЕВУШКА, МАРС, ЛУЧШЕЕ ВРЕМЯ ГОДА, НИЧЕГО ЛИЧНОГО, НИЖНЯЯ КАЛЕДОНИЯ, ОДНАЖДЫ В ПРОВИНЦИИ, ПЛЮС ОДИН, ВСЕ УМРУТ, А Я ОСТАНУСЬ. Встреча с режиссерами Ларисой Садиловой, Оксаной Бычковой и Катей Шагаловой собрала на удивление много посетителей, живо интересовавшихся не только русским кино, но и проблемами феминизма и социальными вопросами, – что, по сути, показало, что КВМКФ сумел заявить о тенденции раньше, чем ей придали серьезное значение на родине. «Карловарский фестиваль собрал наши картины вместе, чего в России ни разу не происходило,– сказала Лариса Садилова. – У нас даже нет женского кинофестиваля. Но снисходительное отношение к женщинам – это, скорее, защита, потому что женщин-режиссеров сейчас очень много. Во всем мире наступает матриархат».

«ВСТРЕЧАЙТЕ РУССКИХ!»

Для самого Карловарского фестиваля российский кинематограф, гигант на фоне прочих восточноевропейских киноиндустрий, похоже, может стать золотой жилой (разумеется, при условии обоюдной заинтересованности). Презентация под названием Meet the Russians, прошедшая в рамках последнего КВМКФ, стала подтверждением тому, что это сотрудничество можно развивать в самых разных направлениях.

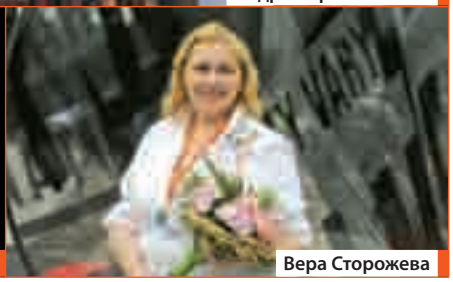
Идея мероприятия родилась у куратора Анны Гудковой (известной, в частности, своей активностью в организации семинаров и питчингов на «Кинотавре») в Каннах и встретила со стороны Карловарского фестиваля полное понимание. «Нашей целью было рассказать заинтересованным представителям европейской киноиндустрии о том, что происходит на российском рынке сейчас, после кризиса», – говорит Гудкова. Надо заметить, что в сегодняшних условиях оживлять контакты приходится практически заново. По мнению Гудковой, Россия зарекомендовала себя как страна негибкая с точки зрения партнерства. «Иностранцы, искавшие в России несколько лет назад легкого финансирования, так его и не получили. Поэтому остались лишь те, кто привязан к нашей стране какой-то искренней любовью, не всегда связанной исключительно с деловыми интересами».

На этой встрече критик Андрей Плахов, программный директор «Кинотавра» Ситора Алиева, продюсеры Артем Васильев, Наталья Мокрицкая, Евгений Гиндилис и сама Анна Гудкова обрисовали актуальные проблемы российского кино и возможности международного сотрудничества. Но, как оказалось, если Карловарский фестиваль готов «встречать русских» с распростертыми объятиями, то российские кинематографисты в эти объятья не торопятся. Очевидно, многие продюсеры и режиссеры просто не видят пользы от подобного сотрудничества, – так же как не видят ее в идее совместного производства. «Когда я приступила к организации встречи, приглашения получили многие продюсеры, но выяснилась любопытная вещь, – говорит Анна Гудкова. – Мне казалось, что у нас адекватно воспринимают Карловарский фестиваль как фестиваль класса А, как важнейший смотр

Василий Сигарев, Яна Троянова

Вацлав Ридлбаух, Ева Заоралова

Андрей Хржановский


Вера Сторожева

восточноевропейского кино, однако опыт показал, что ни один из крупнейших российских продюсеров не счел необходимым изменить свои планы, чтобы поучаствовать в мероприятии. Среди спикеров оказались все те же люди, и так постоянно работающие с Европой и интересующиеся международным сотрудничеством. По сути, кризис ничего не изменил и не заставил крупных продюсеров интересоваться копродукцией. У них по-прежнему всё хорошо, и они не готовы заниматься поисками новых путей».

Вероятно, из-за отсутствия громких имен на мероприятии присутствовали в основном те, кто был, по большому счету, и так осведомлен о состоянии дел в России. В такой атмосфере вряд ли стоит надеяться, что любопытствующие европейские продюсеры толпами поедут в Москву на форумы копродукции. Анна Гудкова, тем не менее, считает, что любые начинания благотворны: «Meet the Russians и Форум копродукции ММКФ по сути одинаковы, потому что сейчас важно определить, что собой представляет Россия и ее намерения в области копродукции. Если говорить о Форуме в Москве, то важен сам факт его проведения. И важно то, что ни там, ни в Карловых Варах не было никого из тех, кого называют decision makers. Все это означает лишь то, что Россия не подготовлена к копродукции. Существует огромный комплекс вопросов, связанных с совместным производством, и их необходимо обсуждать, – неважно где: в Москве, Карловых Варах или Торонто».

МЕХАНИЗМЫ РЫНКА

Хотя на КВМКФ нет официальной деловой части, определенная бизнес-активность здесь все-таки происходит. «Сегодня для того, чтобы любой фестиваль – Карловарский или Московский – был эффективен, он должен иметь какие-то рыночные механизмы, – считает Андрей Плахов. – Иногда не так важно, чтобы был формальный рынок, а важно, чтобы фестиваль привлекал людей, которые влияют на дальнейшее продвижение фильмов: экспертов, отборщиков, журналистов».

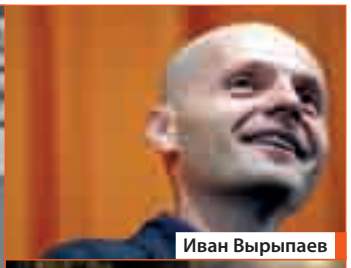
Говорить о каких-то конкретных цифрах трудно – ввиду неформальности этих самых механизмов. Однако продюсер Наталья Мокрицкая заметила, что лично ей полезным оказалось само присутствие в Карловых Варах: благодаря фестивальному каталогу к ней стали обращаться профессионалы, стремящиеся расширить контакты с Россией. Кроме того, в Карловых Варах обязательно публикуется список фильмов-участников, ищущих зарубежных дистрибьюторов. В нем, например, была как давно выпущенная картина НЕБО. САМОЛЕТ. ДЕВУШКА, так и свежий фестивальный лауреат ПОЛТОРЫ КОМНАТЫ.

Никак нельзя в Карловых Варах пропустить питчинг East of the West– Works in Progress, презентующий незаконченные проекты из Восточной Европы. В этом году Россия впервые вошла в число стран-участниц, и в питчинге появились четыре отечественных проекта: БЕЛЯЕВ Николая Хомерики, ОВСЯНКИ Алексея Федорченко, ГРОМОЗЕКА Владимира Котта, а также альманах молодых режиссеров МОСКВА, Я НЕ ЛЮБЛЮ ТЕБЯ.

Ася Фрейдкина, менеджер по международным отношениям компании ДРУГ ДРУГА (МОСКВА, Я НЕ ЛЮБЛЮ ТЕБЯ) – из числа тех, кого принято относить к «новому поколению», – полагает, что подобные питчинги – один из важнейших компонентов работы над фильмом: «East of the West помогает найти контакты, дает возможность заявить о проекте до его выхода, показать материалы закупщикам и отборщикам. Важно встретиться с представителями фестивалей, понять, что они думают о показанном материале, получить фидбек». Похоже, Карловы Вары для этих целей подходят как нельзя лучше.

Максим ТУУЛА

Милош Форман


Иван Вырыпаев

Ян Шванкмайер

ПРИЗЫ, УЕХАВШИЕ ИЗ КАРЛОВЫХ ВАР В РОССИЮ (1994–2009 ГГ.)

2009 Награда конкурса «На Восток от Запада»: ПОЛТОРЫ КОМНАТЫ, ИЛИ СЕНТИМЕНТАЛЬНОЕ ПУТЕШЕСТВИЕ НА РОДИНУ (реж. Андрей Хржановский); Специальное упоминание Жюри Международной федерации киноклубов (FICC): ВОЛЧОК (реж. Василий Сигарев)

2008 Лучший режиссер: Алексей Учитель (ПЛЕННЫЙ); Приз зрительских симпатий: 12 (реж. Никита Михалков); Награда конкурса «На Восток от Запада»: ТЮЛЬПАН (Сергей Дворцевой); «Независимая камера»: РУСАЛКА (реж. Анна Меликян)

2007 Лучшая мужская роль: Сергей Пускепалис (ПРОСТЫЕ ВЕЩИ); Специальное упоминание Главного жюри: Леонид Броневой (ПРОСТЫЕ ВЕЩИ); Лучший документальный фильм до 30 минут: АРТЕЛЬ (реж. Сергей Лозница); Награда ФИПРЕССИ: ПРОСТЫЕ ВЕЩИ (реж. Алексей Попогребский)

2005 Награда конкурса «На Восток от Запада»: РАГИН (реж. Кирилл Серебренников)

2004 Лучший документальный фильм до 30 минут: СВАДЬБА ТИШИНЫ (реж. Павел Медведев)

2003 Специальный приз Главного жюри: БАБУСЯ (реж. Лидия Боброва); Специальное упоминание документального жюри: ПОРТРЕТ (реж. Сергей Лозница)

2002 Специальное упоминание жюри документальной программы: ОХОТА НА АНГЕЛА, ИЛИ ЧЕТЫРЕ ЛЮБВИ ПОЭТА И ПОРИЦАТЕЛЯ (реж. Андрей Осипов)

1999 Лучший режиссер: Александр Рогожкин (БЛОКПОСТ)

1998 Специальный приз Главного жюри: ДЕНЬ ПОЛНОЛУНИЯ (реж. Карен Шахназаров)

1996 Гран-при («Хрустальный глобус»): КАВКАЗСКИЙ ПЛЕННИК (реж. Сергей Бодров)

1994 Лучший режиссер: Тимур Бекмамбетов, Геннадий Каюмов (ПЕШАВАРСКИЙ ВАЛЬС)

ВСЕМИРНО ИЗВЕСТНЫЙ ЖУРНАЛ О КИНО

На правах рекламы

Новый номер уже в продаже

«Аватар»
Новый фильм Джеймса Кэмерона обещает стать прорывом в кинематографе. Эксклюзивные подробности о картине только у EMPIRE

Тимур Бекмамбетов
Рассказывает о своем новом продюсерском проекте, «9», работе с Тимом Бертоном и продолжении «Особо опасен»

«Че»
Режиссер Стивен Содерберг и исполнитель главной роли Бенисио Дель Торо делятся подробностями создания байопика самого известного революционера

«Тело Дженнифер»
Хорошенькие школьницы и много крови. Внимание - брюнетку и блондинку в ужастике по сценарию Дьябло Коди сыграли Меган Фокс и Аманда Сейфрид.

Хаяо Миядзаки
Подробный гид по творчеству возможно главного сказочника современности

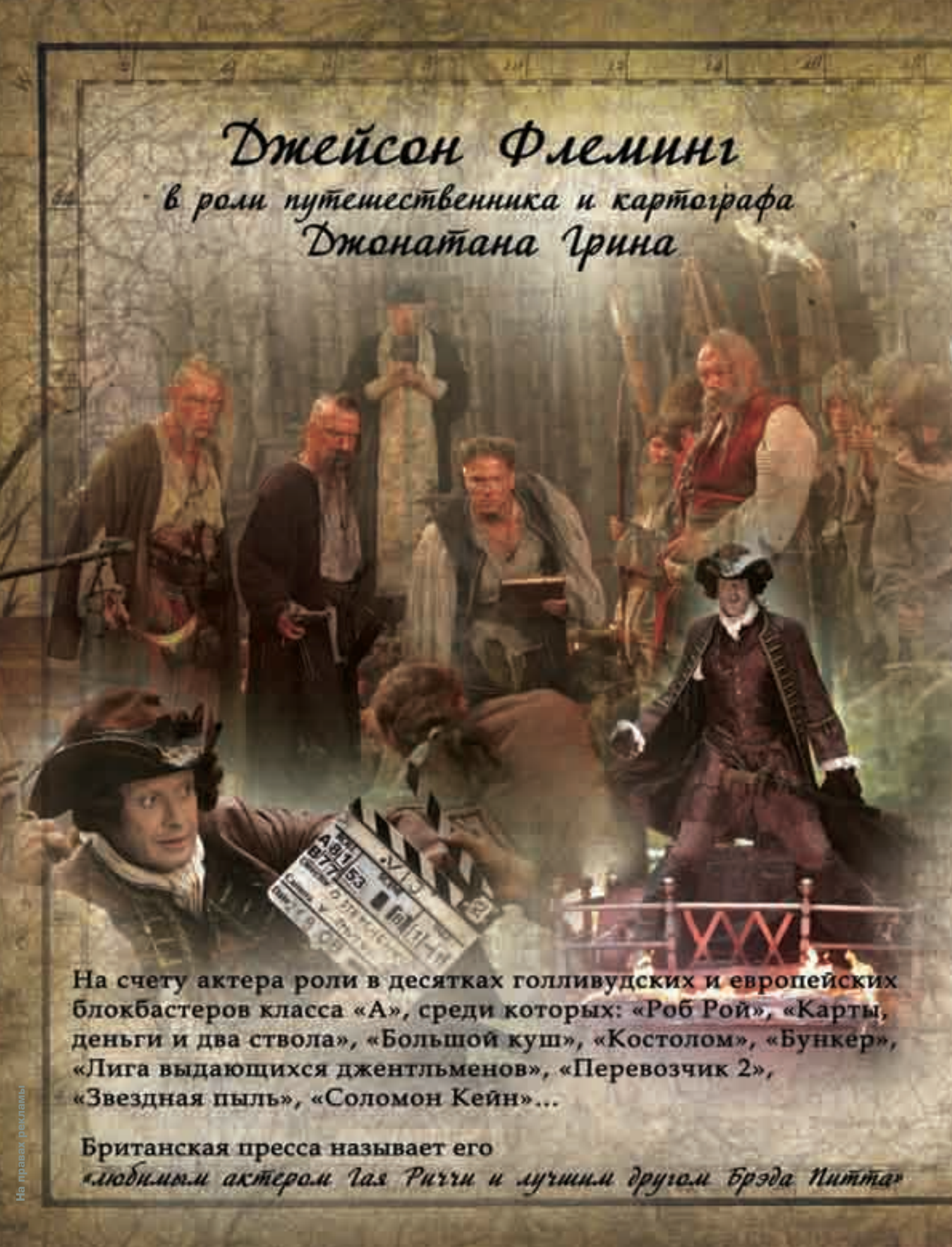
Педро Альмодовар
О Пенелопе Крус, своих фильмах и панк-роке

Джерард Батлер
Актер рассказывает EMPIRE о «Голой правде», спартанцах и любви

PRE-PRODUCTION

№	ФИЛЬМ	ПРОДЮСЕР	РЕЖИССЕР	СЦЕНАРИСТ	ОПЕРАТОР	БЮДЖЕТ	РЕЛИЗ	ДИСТРИБЬЮТОР
1	OPEN AIR	Меликян Анна		Четверухин Сергей				
2	А ЗОРИ ЗДЕСЬ ТИХИЕ	Калатозишвили Михаил, Бондаренко Андрей, Фикс Сергей	Николаева Елена					
3	АМЕНХОТЕП		Тепцов Олег	Мнацаканов Валерий, Бочанов Вадим, Тепцов Олег				
4	АФГАНЕЦ	Кончаловский Егор	Кончаловский Егор	Новицкий Александр, Моисеенко Владимир				
5	БЕЛОЕ СОЛНЦЕ ПУСТЫНИ. Начало		Разыков Юсуп	Ибрагимбеков Рустам				
6	БУДИЛЬНИК	Гладцкова Евгения		Сашко Эдуард				
7	БЫТЬ ИЛИ НЕ БЫТЬ	Петрухин Алексей	Петрухин Алексей	Петрухин Алексей, Иванов Дмитрий, Касакина Милана	Соловьева Мария	1,5		
8	В ОЖИДАНИИ МОРЯ		Худойназаров Бахтияр		Ашкенази Сергей			
9	ВАРЯГ	Петрухин Алексей	Хотиненко Илья	Шеменев Владимир		18	2011	
10	ВЕЧЕРНИЙ ПЛЕН	Коробейников Игорь	Коробейников Игорь	Коробейников Игорь		2,5		
11	ВНЕШНЯЯ УГРОЗА		Хлебородов Михаил	Фомичев Алексей				
12	ВОЛЕЙБОЛ 3000	Орлова Юлия		Головачев Василий		12,5		
13	ВРЕМЯ ЧЕ	Калеткин Илья, Моисеенков Олег		Щербаков Николай				
14	ВСЕ ДЕВУШКИ ЛЮБЯТ ДЖАЗ	Воронков Максим	Воронков Максим	Крылатов Павел				
15	ВЫСОКАЯ МИССИЯ	Угличин Владимир	Угличин Владимир, Фетеску Яна			1		
16	ГЕРОЙ, КОТОРОГО ВСЕ ЖДАЛИ	Калеткин Илья, Моисеенков Олег	Щербаков Николай					
17	ГЛУХАЯ ЗАЩИТА	Юбко Александр, Кравченко Александра	Пальмов Эдуард	Пальмов Эдуард	Савченко Иван			
18	ГНЕВ	Атанесян Александр				6,5		
19	ГОРА САМОЦВЕТОВ 8	Гелашвили Игорь			анимация			
20	ГОРЯЧИЕ ЭСТОНСКИЕ ПАРНИ	Шлихт Михаэль, Хетт Пол, Бахшиев Юсуп, Таска Кристиан, Грибков Сергей	Мокеев Михаил	Мокеев Михаил	Сперанский Кирилл			
21	ГУВЕРНАНТКА	Шлихт Михаэль, Хетт Пол						
22	ГУРМАН	Логвинченко Владимир	Пуустусмаа Андрес	Федоричев Андрей, Ыунапу Эрвин				
23	ДАЛЬНИЙ СВЕТ (Мотоциклисты. Кем Выйти На Дорогу)	Смолко Ирина	Соболев Дмитрий	Соболев Дмитрий		15		
24	ДЕВУШКА И СМЕРТЬ	Гиндилис Евгений, Стеллинг Йос	Стеллинг Йос	Стеллинг Йос, Райкеликхаузен Берт		3,5		
25	ДЕЛОВАЯ ЖЕНЩИНА	Атанесян Александр				3,5		
26	ДЕТКИ. Я Хочу Поменять Свое Имя	Лупик Виктория	Саакян Мария	Клавдиев Юрий, Дурненков Михаил, Леванов Вадим, Симонян Астхик, Ристич Душан, Перетрухина Ксения				
27	ДОМ	Учитель Алексей	Учитель Алексей	Червинский Александр, Грегори Маркетт				
28	ДОМ ВЛЮБЛЕННЫХ	Зальцман Михаил	Ковалев Сергей		Дышук Сергей	3,5+4		
29	ЕВГЕНИЙ ОНЕГИН	Бондарчук Федор, Рудовский Дмитрий, Попова Евгения, Нелидова Елена	Аксененко Артем	Аксененко Артем	Осадчий Максим	2,5	2010	Фокс
30	ЗАПАД ЭДЕМА	Нерсисян Геворг, Адилханян Армен, Гуацаев Артур		Гарри Гаррисон	анимация	5,5		Парадиз
31	ЗОЛОТОЙ ВОИН	Аманшаев Ермек	Бекмамбетов Тимур					
32	ЗОЛОТЫЕ ШАХМАТЫ БУДДЫ	Рапопорт Сергей, Кукоба Людмила, Дагинов Виталий, Атоян Рубен	Лыгденов Солбон	Рапопорт Сергей				
33	ЗОЛУШОК	Орлова Юлия						
34	ИВАНОВ ДЕНЬ / ЮХАННУС	Дерябин Андрей, Доннер Йорн	Торхонен Лаури	Мельницкая Юлия, Торхонен Лаури				
35	ИГРУШКИ	Ливнев Сергей, Малков Георгий, Николау Лев						Леополис
36	ИСПЫТАНИЕ	Петрухин Алексей	Петрухин Алексей					
37	КИЛЛЕР И ПАПАРАЦЦИ	Петрухин Алексей	Петрухин Алексей	Суворов Олег, Петрухин Алексей, Иванов Дмитрий, Касакина Милана				
38	КЛАД КАЗАКА-РАЗБОЙНИКА	Калеткин Илья, Моисеенков Олег						
39	КЛАН ЛЫСЫХ ХОЛМОВ (Младший)	Сельянов Сергей	Конюхов Михаил	Конюхов Михаил, Симонов Дмитрий				Наше Кино
40	КОМПРОМИССЫ	Вайнштейн Тимур Осипов Олег, Нерсисян Геворг Адилханян Армен		Довлатов Сергей		4,5		Парадиз
41	КОПИЯ	Ливнев Сергей, Малков Георгий, Николау Лев						Леополис
42	КУДА УШЕЛ ЛЕСЛИ ХАУАРД?		Рождественская Мария	Рождественская Мария	Шахбазянц Рубен			
43	ЛОВУШКА МАГНУСА	Бобров Юрий						
44	ЛУЧ СМЕРТИ	Глухов Виктор		Антонов Олег		10		
45	ЛЮБОВЬ В БОЛЬШОМ ГОРОДЕ 2	Ливнев Сергей, Малков Георгий, Николау Лев				2,5	04.03.2010	Леополис

№	ФИЛЬМ	ПРОДЮСЕР	РЕЖИССЕР	СЦЕНАРИСТ	ОПЕРАТОР	БЮДЖЕТ	РЕЛИЗ	ДИСТРИБЬЮТОР
46	ЛЮБОВЬ-МОРКОВЬ 3	Давлетьяров Ренат, Котелевский Александр		Коротков Юрий			04.03.2010	Каропрокат
47	МАШИНИСТ	Михалкова Анна, Михалкова Надежда, Королев Максим	Рыбаков Леонид					
48	МОЛОДОЕ ЗЛО	Нерсисян Геворг, Адилханян Армен		Каримов Роман		2,5		Парадиз
49	МУЖСКОЙ СЕЗОН 2: Время Гнева	Петрухин Алексей, Степченко Олег	Степченко Олег, Петрухин Алексей	Петрухин Алексей, Иванов Дмитрий, Касакина Милана	Соловьева Мария, R.G.C.			Каропрокат
50	МУТНЫЙ МАТЕРИК	Говорухин Сергей	Рубинчик Валерий	Говорухин Сергей		1,2		
51	НАЙТИ ЧЕЛОВЕКА	Прохорова Ирина	Малахов Игорь					
52	НЕ СПАТЬ	Петрухин Алексей	Озеренко Мария	Карышев Денис, Озеренко Мария	Иванова Елена			
53	НЕБО ЗА НАС	Попов Константин	Попов Константин	Попов Константин	Буров Александр	10	январь 2012	
54	НЕУДАЧНИК	Бердников Юрий	Бердников Юрий	Подольский Александр	Пушкин Александр			
55	НИМБУС	Костин Александр	Костин Александр	Григорьянц Павел				
56	ОБРАТНАЯ СТОРОНА ЛУНЫ	Яцура Елена, Герман Алексей мл.	Точилин Петр	Возняк Вероника, Петрыкин Александр, Точилин Петр		7+3	2010	
57	ОДНОКЛАССНИКИ.РУ	Бондарчук Федор, Рудовский Дмитрий	Худяков Павел				2010	
58	ОДНОРАЗОВЫЙ АГЕНТ	Попов Федор	Мареев Станислав	Денисов Юрий		2		
59	ОСТОРОЖНО, ЖЕНЩИНЫ!	Глухов Виктор		Курейчик Андрей				
60	ОТ ВИНТА	Нерсисян Геворг, Адилханян Армен			анимация	3,5		Парадиз
61	ОХОТА НА ЛЬВОВ	Учитель Алексей	Соколовский Вадим	Саркисян Анастасия				
62	ОХОТНИК	Мишкинене Юлия	Бакурадзе Бакур			1,2		
63	ПАРТИЯ В БРИДЖ		Карелин Александр					
64	ПЕРЕВАЛ	Чурбанов Михаил, Бабин Павел	Каюмов Геннадий					
65	ПЕСТРЫЕ СУМЕРКИ	Сенин Сергей	Коробкин Дмитрий	Антонов Олег				
66	ПИКОВАЯ ДАМА	Лунгин Павел, Васильева Ольга	Лунгин Павел					
67	ПОСЛЕДНИЙ ВАГОН	Маслова Елена	Ховрина Татьяна	Доронин Роман, Ховрина Татьяна	Уорд Джон	6		
68	ПОЦЕЛУЙ СКВОЗЬ СТЕНУ	Геворг Нерсисян, Армен Манасарян	Акопян Вартан	Магомедов Амет		2,7+1,5	01.04.2010	Парадиз
69	ПРАЗДНИК УРОЖАЯ	Петрухин Алексей	Иванов Дмитрий	Иванов Дмитрий, Касакина Милана				
70	РАЗЛОМЫ	Снежинская Ирина, Негашев Георгий						
71	РОКМЕН	Ксеньева Екатерина	Мамин Юрий					
72	САМЫЙ ЛУЧШИЙ ФИЛЬМ 3	Гаспарян Артак, Харламов Гарик						
73	СЛОВО О ПОЛКУ ИГОРЕВЕ	Кукоба Людмила, Атоян Рубен	Хотиненко Владимир	Суворов Владимир			2010	
74	СЛОН	Гликман Елена	Карабанов Владимир	Дорбинян Александр				
75	СЛУЖЕБНЫЙ РОМАН	Ливнев Сергей, Малков Георгий, Николау Лев						Леополис
76	СОЛОВЕЙ-РАЗБОЙНИК (Человек-Разбойник)	Алисов Виктор, Волков Петр, Дудин Александр, Менялин Дмитрий, Швачко Максим						
77	СПРАВЕДЛИВЫЙ	Дишдишян Рубен	Погодин Олег					Централ Партнершип
78	СТАЛИНГРАД	Роднянский Александр	Бондарчук Федор					
79	СТРАСТИ ПО ЧАПАЮ	Дишдишян Рубен		Володарский Эдуард				Централ Партнершип
80	СТРАШНАЯ МЕСТЬ	Муркулов Петр, Захаров Илья		Охлобыстин Иван, Меркулов Геннадий, Боярская Ирина				
81	ТАНК	Учитель Алексей	Баршак Александр	Баршак Александр				
82	ТЕТРИС	Пищулин Дмитрий	Охотников Дмитрий			1,5		
83	ТРОЕ (В поисках Капитана Гранта)	Писаревский Дмитрий	Свешников Вадим, Свешников Максим		анимация			
84	УВИДИМСЯ В АДУ	Бондарев Александр	Гинзбург Сергей	Холина Арина				
85	ФАУСТ	Сигле Андрей	Сокуров Александр	Арабов Юрий		14,4	2010	
86	ФЛОРИСТИКА	Гладцкова Евгения	Рухадзе Руслана		Салминен Тимо			
87	ФУГА МОРТИС	Гиндилис Евгений, Кохан Олег	Михановский Кирилл	Михановский Кирилл	Парех Андрий	1,8	весна 2010	
88	ХАДЖИ МУРАТ	Галазов Алан						Нарти Мувиз
89	ХОЛСТ	Лейбович Александра, Шилкина Ульяна	Шилкина Ульяна	Шилкина Ульяна		5		
90	ЦЕЛЬ	Петрухин Алексей, Степченко Олег	Поярков Александр	Поярков Алексей				
91	ЧЕЧНИ. NET	Гладцкова Евгения						
92	ШЕРШЕ ЛЯ ФАМ! (Наполеон Капут!)	Ливнев Сергей, Малков Георгий, Николау Лев	Вайсберг Марюс	Вайсберг Марюс				Леополис
93	ШПИОНСКИЙ РОМАН (Шпион. Версия)		Малюков Андрей	Валуцкий Владимир				
94	ШУТ	Васильков Александр	Кордон Аркадий	Аксенов Василий, Кордон Аркадий	Мартынов Олег			
95	Я В ПЛЕНУ У ДЯДИ ВИТИ	Бобров Юрий						



Джейсон Флеминг

в роли путешественника и картографа Джонатана Грина

На счету актера роли в десятках голливудских и европейских блокбастеров класса «А», среди которых: «Роб Рой», «Карты, деньги и два ствола», «Большой куш», «Костолом», «Бункер», «Лига выдающихся джентльменов», «Перевозчик 2», «Звездная пыль», «Соломон Кейн»...

Британская пресса называет его
«любимым актером Гая Ричи и лучшим другом Брэда Питта»

На правах рекламы

ВиЙ
Возвращение
Одна из последних ролей – роль отца героя Брэда Питта в фильме Дэвида Финчера «Загадочная история Бенджамина Баттона».
Тринадцать номинаций и три премии Оскар!
RFG
@mail.ru
ІНТЕР
www.viumovie.com
Аргументы и факты

№	ФИЛЬМ	ПРОДЮСЕР	РЕЖИССЕР	СЦЕНАРИСТ	ОПЕРАТОР	БЮДЖЕТ	РЕЛИЗ	ДИСТРИБЬЮТОР
PRODUCTION								
1	БРЕСТСКАЯ КРЕПОСТЬ	Дишдишян Рубен, Заметалин Владимир, Угольников Игорь	Котт Александр	Котт Александр, Еремин Владимир, Дударев Алексей	Духовской Петр	6	май 2010	Централ Партнершип
2	ВРЕМЯ НЕНАВИДЕТЬ ГРЕХ		Архангельская Элла	Виталь Феофания				
3	ГАДКИЙ УТЕНОК	Бардин Гарри	Бардин Гарри	Бардин Гарри	анимация		весна 2010	
4	ГЛАЗАМИ ПРИЗРАКА	Ибрагимбеков Рустам	Ибрагимбеков Рустам	Ибрагимбеков Рустам			весна 2010	
5	ГОП-СТОП	Ливнев Сергей, Малков Георгий, Николау Лев	Бардин Павел	Бардин Павел			01.04.2010	Леополис
6	ГРОМОЗЕКА	Гиндилис Евгений	Котт Владимир	Котт Владимир	Володин Григорий	1,2		
7	ДАУ	Бобер Филипп, Васильев Артем	Хржановский Илья	Сорокин Владимир, Хржановский Илья	Кроули Лоу	10	2010	
8	ДЕТЯМ ДО ШЕСТНАДЦАТИ	Горянов Вадим, Тодоровский Валерий, Лебедев Леонид, Домнин Дмитрий	Кавун Андрей	Маловичко Олег	Михальчук Сергей		11.02.2010	Наше Кино
9	ЗА КОЗЛА ОТВЕТИШЬ 3D				3D-анимация		2010	Каскад
10	ЗОНА МИЛОСЕРДИЯ	Глухов Виктор	Разенков Андрей	Валуцкий Владимир, Разенков Андрей, Петухов Михаил				
11	ИВАН-ЦАРЕВИЧ И СЕРЫЙ ВОЛК	Сельянов Сергей	Торопчин Владимир	Боярский Александр	анимация	2	30.12.2010	Наше Кино
12	КИН-ДЗА-ДЗА-ДЗА!	Кушнерев Юрий, Валиев Вали	Данелия Георгий, Ильина Татьяна	Данелия Георгий	анимация		2010	
13	КОЛОТИЛОВ	Бекмамбетов Тимур	Габриадзе Лео	Габриадзе Резо	Адельшин Марат			UPI
14	КОМПЕНСАЦИЯ	Нерсисян Геворг , Манасарян Армен , Сторожева Вера	Сторожева Вера	Наталья Назарова		1,5+1	15.04.2010	Парадиз
15	КРЫЛЬЯ	Тельнов Вячеслав	Лобанов Алексей	Кошкина Юлия				
16	КУКАРАЧА 3D	Нерсисян Геворг, Адилханян Армен		Саргсян Ваге, Магомедов Амет	анимация	1,6+1,5		Парадиз
17	ЛИМУЗИН	Тельнов Вячеслав	Ершов Роман	Винниченко Игорь	Гурчин Владислав			
18	ЛЬВЫ, ОРЛЫ И КУРОПАТКИ		Мельников Виталий	Мельников Виталий	Астахов Сергей		2010	
19	ЛЮБОВЬ БЕЗ ПРАВИЛ (Игра в карты на выбывание)	Сигле Андрей, Светозаров Дмитрий	Светозаров Дмитрий	Тигай Аркадий	Устинов Александр			
20	ЛЮБОВЬ В БОЛЬШОМ ГОРОДЕ 2	Ливнев Сергей, Малков Георгий, Николау Лев	Вайсберг Марюс		Хартович Ирек	2,5	04.03.2010	Леополис
21	НА ИЗМЕНЕ (Номер 13)	Кириллин Андрей, Тарасов Леонид, Атанесян Александр, Мукасей Михаил	Атанесян Александр	Атанесян Александр	Мукасей Михаил		весна 2010	Фокс
22	НАШ ДВОР	Долинин Дмитрий, Ужвиев Александр	Долинин Дмитрий	Долинин Дмитрий, Адоменайте Нийоле	Фридман Леонид			
23	НЕ ВСЕ ДОМА		Капанец Олег					
24	НОСФЕРАТУ. УЖАС НОЧИ (Душа Носферату)	Сельянов Сергей	Мариничев Владимир	Мариничев Владимир	Тибилов Тимур		01.04.2010	Наше Кино
25	О ЧЕМ ГОВОРЯТ МУЖЧИНЫ	Петрейков Сергей, Хаит Ростислав, Баратц Леонид, Цекало Александр	Дьяченко Дмитрий	Петрейков Сергей, Хаит Ростислав, Баратц Леонид	Любшин Юрий		22.04.2010	Наше Кино
26	ПИРАМММИДА	Ливнев Сергей, Малков Георгий, Николау Лев	Салаватов Эльдар	Крайнев Дмитрий, Василенко Максим		2	15.04.2010	Леополис
27	ПОЛЕ	Еремеева Сабина	Проскурина Светлана		Лукачев Олег			
28	РИТАГ	Мосягин Дмитрий	Лескова Марина	Мосягин Дмитрий, Дегтева Валентина, Гаки Марина, Кашенцев Василий	анимация			
29	САМАЯ РЕАЛЬНАЯ СКАЗКА	Безруков Сергей	Мармонтов Андрей				весна 2010	
30	СЕРДЦА ЧЕТЫРЕХ	Просянов Александр	Говорухин Станислав	Степанычева Ксения, Говорухин Станислав	Хамидходжаев Алишер		весна 2010	
31	СОБЛАЗНИТЬ НЕУДАЧНИКА	Давлетьяров Ренат, Аманшаев Ермек	Черняев Александр, Рустембеков Ержан	Рустембеков Ержан, Кумисбаев Данияр, Забалуев Владимир, Зензинов Алексей	Мальцев Дмитрий	2		
32	ТРИ БОГАТЫРЯ И ШАМАХАНСКАЯ ЦАРИЦА	Сельянов Сергей	Глезин Сергей		анимация		27.05.2010	Наше Кино
33	ТРИ ЖЕНЩИНЫ ДОСТОЕВСКОГО		Ташков Евгений					
34	ЧАПАЕВ-ЧАПАЕВ		Тихомиров Виктор	Тихомиров Виктор	Юриздицкий Сергей			
35	ЧУКИ-КУКИ	Репин Владимир	Щекин Константин, Михайлов Владимир	Курляндский Александр	анимация	3		
POST-PRODUCTION								
1	45 см	Коньков Михаил	Егерев Станислав, Андреасян Сарик	Андреасян Сарик				
2	АНГЕЛЫ (У Ангелов Есть Крылья)	Чурбанов Михаил, Бабин Павел	Блинов Александр	Кудря Зоя, Коротков Юрий	Лесников Анатолий	2	осень 2009	
3	АНТИКИЛЛЕР ДК	Бахшиев Юсуп, Токнов Виктор, Илизиров Эрвин	Салаватов Эльдар	Нейманд Денис, Бахшиев Юсуп	Козлов Сергей		26.11.2009	Леополис
4	АПЕЛЬСИНОВЫЙ СОК (Сиделка)		Прошкин Андрей	Слуцки Ганна, Бодров Сергей			26.11.2009	Профит
5	БАЙКЕР	Малышев Андрей, Малышев Антон	Хотиненко Илья	Петрыкин Александр				
6	БАРАН. ЛОДКА.ТОЧКА.RU	Зобов Евгений	Хрущ Роман	Епископосян Владимир, Хрущ Роман				
7	БЕЗ МУЖЧИН (Две Женщины, Лабиринт)	Королев Максим, Худойназаров Бахтияр, Островский Геннадий	Хмельницкая Алиса, Гигинеишвили Резо	Хмельницкая Алиса	Осадчий Максим	1,3	2011	
8	БЕЗДЕЛЬНИКИ (Музыка Волн)	Пореченков Михаил, Михалкова Надежда	Зайцев Андрей	Зайцев Андрей	Финогеев Иван			
9	БЛЮЗ-КАФЕ		Чистиков Алексей	Патренин Юрий				
10	БОЛЬШАЯ МЕЧТА	Ситников Константин	Шевчук Михаил	Лебедев Александр				

№	ФИЛЬМ	ПРОДЮСЕР	РЕЖИССЕР	СЦЕНАРИСТ	ОПЕРАТОР	БЮДЖЕТ	РЕЛИЗ	ДИСТРИБЬЮТОР
11	**В РОССИИ ИДЕТ СНЕГ**	Наумов Владимир	Наумова Наталия	Наумов Владимир, Кабаков Александр	Карюк Геннадий			
12	**ВАРВАРА**	Грибков Сергей, Бабин Павел, Чурбанов Михаил	Каюмов Геннадий		Панов Денис		февраль 2010	
13	**ВИЙ 2. Проклятое Место**	Созановский Сергей, Огородников Леонид, Петрухин Алексей, Ершов Станислав, Гришин Дмитрий	Степченко Олег	Степченко Олег, Карпов Александр	Смутны Владимир			
14	**ВИЙ 3. От Московии до Трансильвании**	Созановский Сергей, Огородников Леонид, Петрухин Алексей, Ершов Станислав, Гришин Дмитрий	Степченко Олег	Степченко Олег, Карпов Александр	Смутны Владимир			
15	**ВИЙ. Возвращение**	Созановский Сергей, Огородников Леонид, Петрухин Алексей, Ершов Станислав, Гришин Дмитрий	Степченко Олег	Степченко Олег, Карпов Александр	Смутны Владимир	21	18.03.10	Каропрокат
16	**ВИСКИ С МОЛОКОМ**		Михайлов Александр	Морозов В., Агашин А.	Кендзерский Гжегож			
17	**ВОЛШЕБНЫЙ КУБОК (Карантин)**	Грибков Сергей, Данилов Аркадий, Бахшиев Юсуп, Крис Таска, Юхан Сауль Гросс, Авдюшко Мария	Гроховская Екатерина	Щеглов Алексей	Дышук Сергей	4	2010	
18	**ВРАГИ**	Калатозишвили Михаил, Бондаренко Андрей	Стемпковский Андрей	Варданян Ануш	Болотаев Заур			
19	**ВСЯ ПРЕЛЕСТЬ ЛЮБВИ**	Воронков Максим	Воронков Максим	Белова Лариса				
20	**ГАМЛЕТ: История Повторяется**		Кара Юрий		Семеновых Вадим			
21	**ГЕЙМЕРЫ. Удар в Цель**	Бондарев Александр, Рязанцев Алексей	Санаев Павел	Санаев Павел, Чубарьян Александр	Гурчин Владислав	7,5		Каропрокат
22	**ГОД ОБМАНА, или Люб.OFF**	Сапронов Юрий, Смирнов Андрей	Котт Александр	Герасимов Андрей	Башта Владимир			
23	**ДАМЫ В АМСТЕРДАМЕ**	Шлихт Михаэль, Хетт Пол , Бахшиев Юсуп, Шутко Дмитрий, Чирихина Ольга, Грибков Сергей, Данилов Аркадий	Томашевский Андрей	Щеглов Алексей	Косоротов Алексей			BVSPR
24	**ДЕДЛАЙН**		Алякин Алексей				28.01.2010	Наше Кино
25	**ДЕТИ СИНЕГО ФЛАМИНГО**	Чурбанов Михаил	Мамедов Анарио	Крапивин Владислав			2010	Панорама Кино
26	**ДИКОЕ СЧАСТЬЕ**	Чурбанов Михаил, Бабин Павел	Мармонтов Андрей	Богаев Олег	Лесников Анатолий	3		
27	**ДИСТАНЦИЯ**	Погодина Ольга	Токарев Борис, Гладунко Людмила	Гладунко Людмила, Лырчиков Николай	Алешников Александр			
28	**ДЛЯ НАЧИНАЮЩИХ ЛЮБИТЬ**	Токарев Борис	Гладунко Людмила	Гладунко Людмила				
29	**ДРУГОЕ НЕБО, ДРУГАЯ ЗЕМЛЯ**	Готлиб Арсен	Мамулия Дмитрий	Мамулия Дмитрий	Хамидходжаев Алишер			
30	**ЖЕЛТЫЙ В ГОРОДЕ (Звездная Любовь)**	Кукоба Людмила, Атоян Рубен	Зайкин Владимир	Зайкин Владимир, Кукоба Людмила	Мальцев Дмитрий			
31	**ЖИЛА-БЫЛА ОДНА БАБА**	Тодоровский Валерий	Смирнов Андрей	Смирнов Андрей	Ивасив Николай			
32	**ЗАБАВА (Каждый Решает Сам)**	Грибков Сергей	Бальтцер Руслан	Бальтцер Руслан		1,5		
33	**ЗВЕЗДНЫЕ СОБАКИ: Белка и Стрелка**	Зернов Сергей	Евланникова Инна, Ушаков Святослав		анимация		24.12.2009	Каропрокат
34	**ЗОНА ТУРБУЛЕНТНОСТИ**	Серебряков Константин	Сажин Дмитрий	Тирдатова Евгения	Ермаков Дмитрий	1		Московское Кино
35	**ИВАНОВ**	Дубровицкий Вадим	Дубровицкий Вадим	Дубровицкий Вадим	Семенов Вадим			
36	**ИГЛА. Ремикс**		Нугманов Рашид				2010	
37	**КАДЕНЦИИ II**	Яцура Елена	Савельев Иван	Савельев Иван	Федоров Алексей R.G.C.	0,8	зима 2010	
38	**КИТАЙСКАЯ БАБУШКА**	Литвинов Александр	Тумаев Владимир	Богачева Анна				
39	**КОНФЕРАНСЬЕ**	Барщевский Антон	Барщевский Антон	Радзюкевич Эдуард, Плотов Сергей	Соловьева Мария, R.G.C.	3	2010	
40	**КРАСНАЯ КОРОВА**	Дулерайн Александр	Дулерайн Александр, Jamie Bradshaw	Дулерайн Александр, Jamie Bradshaw				
41	**ЛЕТИТ**	Шейн Александр, Лордкипанидзе Гия	Ибрагимбеков Фуад, Швыдкой Сергей	Мухина Ольга, Фуад Ибрагимбеков	Литовченко Борис		2010	2ПЛАN2
42	**МАЙОНЕЗ**	Петросян Георгий	Терехов Владимир, Петросян Арсен	Терехов Владимир, Петросян Арсен	Кайзер Екатерина	1,7	11.02.2010	Каропрокат
43	**МАЛЕНЬКИЕ ТРАГЕДИИ**	Тельнов Вячеслав	Евтеева Ирина	Евтеева Ирина, Кравцов Юрий	Маранджян Генрих, Мюльгаут Валерий			
44	**МАНТИКОРА**	Музыченков Владимир	Китт Владимир	Китт Владимир		6		
45	**МИССИЯ: Пророк (Пророк: миссия пятого ангела)**	Изотов Александр, Чередниченко Елена	Хьюитт Род, Чередниченко Елена		Кулаков Павел	6		
46	**МИШЕНЬ**	Лесневский Дмитрий	Зельдович Александр	Сорокин Владимир, Зельдович Александр	Ильховский Александр			
47	**МОЙЩИКИ**	Тельнов Вячеслав	Семенов Евгений	Пулинович Ярослава, Казанцев Павел	Коваленко Степан			
48	**МОРСКОЙ ДЬЯВОЛ**	Атанесян Александр	Барбе Влад	Атанесян Александр	анимация	5		
49	**МОСКВА, Я ЛЮБЛЮ ТЕБЯ (Московские Истории)**	Глоцер Юрий, Кончаловский Егор	Разенков Андрей, Янковский Филипп, Сурикова Алла, Прыгунов Роман, Грымов Юрий, Кончаловский Егор, Параджанов Георгий, Чухрай Павел, Охлобыстин Иван, Учитель Алексей и др.		Носовский Александр, Мачильский Сергей, Антонов Антон и др.			
50	**МОСКОВСКИЙ ФЕЙЕРВЕРК**	Хапсаев Стас, Сборец Артем, Орлов Дмитрий	Орлов Дмитрий	Сборец Артем, Орлов Дмитрий	Овсенев Илья			
51	**МУЖЧИНА В МОЕЙ ГОЛОВЕ**	Пиманов Алексей, Погодина Ольга	Пиманов Алексей		Сурков Александр			
52	**МУЗЫКА ПОД УПРАВЛЕНИЕМ ЛЮБВИ**		Хихняк Борис					
53	**МЫ ИЗ БУДУЩЕГО 2**	Кукоба Людмила	Воронков Дмитрий, Пуустусмаа Андрес	Шевцов Александр	Демин Илья			
54	**НА ОЩУПЬ**	Грымов Юрий	Грымов Юрий	Грымов Юрий	Каторженко Андрей		24.12.09	Каропрокат

№	ФИЛЬМ	ПРОДЮСЕР	РЕЖИССЕР	СЦЕНАРИСТ	ОПЕРАТОР	БЮДЖЕТ	РЕЛИЗ	ДИСТРИБЬЮТОР
55	НАД ГОРОДОМ	Герасимов Александр, Маясов Вячеслав	Мазурова Юлия					
56	НАЗИДАНИЕ	Роднянский Александр, Шейн Александр, Юхананов Борис	Шейн Александр	Шейн Александр	Попов Андрей			2ПЛАN2
57	НАША RUSSIA. Спасти Нацайника		Орлов Глеб	Слепаков Семен, Мартиросян Гарик			24.12.2009	Централ Партнершип
58	НОВЫЕ ПРИКЛЮЧЕНИЯ АЛЕНУШКИ И ЕРЕМЫ	Геворг Нерсисян, Армен Манасарян, Адилханян Армен	Гитис Георгий	Гончаров Андрей Мулин Константин	анимация	3,6+1,5	31.12.2009	Парадиз
59	НОЧНОЙ ТАВЕРНЫ ОГОНЕК	Астрахан Дмитрий	Астрахан Дмитрий	Данилов Олег	Жуков Максим			
60	О ТЕБЕ. Последний Советский Фильм	Бондарчук Федор, Рудовский Дмитрий	Флянгольц Ольгерд	Флянгольц Ольгерд				
61	ОГНИ ПРИТОНА	Яцура Елена	Гордон Александр	Гордон Гарри, Рязанцева Наталья	Шинкоренко Максим			
62	ОДНОКЛАССНИКИ	Соловьев Сергей	Соловьев Сергей	Карпунина Софья				
63	ПЕРВЫЙ ДОМ. Ближе, Чем Кажется…	Николенко Игорь	Беспалый Максим	Кальсин Максим, Беспалый Максим	Бархварт Иван			
64	ПИКАП. Съем Без Правил	Горяинов Вадим, Тодоровский Валерий, Лебедев Леонид	Герчиков Феликс	Маловичко Олег	Найденов Андрей		03.12.2009	Каскад
65	ПИСТОЛЕТ СТРАДИВАРИ (Сплошное Удовольствие)	Кукоба Людмила	Луканев Алексей	Костроменко Дмитрий, Луканев Алексей	Носовский Александр			
66	ПОДПИСКА О НЕВЫЕЗДЕ	Сигле Андрей	Фенченко Анна	Репина Наталья				
67	ПОЕЗД (Густав)	Максимов Александр, Учитель Алексей	Учитель Алексей	Гоноровский Александр	Клименко Юрий			Каропрокат
68	ПОКОЛЕНИЕ «ПИ» (Generation «P»)	Гинзбург Виктор	Гинзбург Виктор	Гинзбург Виктор	Родионов Алексей	7	18.02.2010	Каропрокат
69	ПОСЛЕДНЕЕ ВОСКРЕСЕНЬЕ	Мюрер Йенс, Кёрлинг Крис, Арнольд Бонни, Кончаловский Андрей	Хоффман Майкл	Парини Джей, Хоффман Майкл		19		
70	ПОСЛЕДНИЙ ДЕНЬ	Борисевич Роман, Дишдишян Рубен	Попогребский Алексей	Попогребский Алексей	Костомаров Павел	2,5		Централ Партнершип
71	ПОСЛЕДНИЙ СКАЗОЧНЫЙ ГЕРОЙ	Писаревский Дмитрий	Свешников Вадим, Свешников Максим	Рыбин Николай	анимация			
72	ПОСЛЕДНЯЯ ИГРА В КУКЛЫ	Снежинская Ирина, Негашев Георгий	Негашев Георгий	Кожушанная Надежда			2010	
73	ПОСТАВКА (Караван)	Глухов Виктор, Драганов Валерий	Пуустусмаа Андрес	Валуцкий Владимир	Привин Евгений	4		
74	ПРАВОСУДИЕ ВОЛКОВ (Мика и Альфред)	Пилинский Сергей, Гуняев Александр, Шпендовский Марек	Квирикадзе Ираклий	Фатьянов Владимир	Соловьева Мария		18.02.10	Наше Кино
75	ПРИ ЧУЖИХ СВЕЧАХ (Браво, Лауренсия!)	Урушев Олег	Птушина Надежда	Птушина Надежда	Куртина Ирина			
76	ПРЯНИЧКИ	Снежкин Сергей	Шерешевский Петр	Шерешевский Петр	Сахарова Дина			
77	ПСЕВДОНИМ ДЛЯ ГЕРОЯ	Редозубов Алексей	Качанов Роман	Кивинов Андрей, Мурзенко Константин	Яшонков Дмитрий	3+4,5		
78	ПУТЕШЕСТВИЕ ХИППИ	Панкратов Александр	Панкратов Александр	Панкратов Александр				
79	РЯБИНОВЫЙ ВАЛЬС	Есинов Владимир	Семенова Алена, Смирнов Александр	Мирошник Татьяна, Семенова Алена, Можар Мария	Смирнов Александр			
80	САТИСФАКЦИЯ	Гришковец Евгений	Матисон Анна, Дорохин Юрий	Гришковец Евгений, Матисон Анна	Закаблуковский Андрей			
81	СЕЗОН ДОЖДЕЙ	Тельнов Вячеслав	Дебижев Сергей	Дебижев Сергей	Дроздов Антон	1,5		Каропрокат
82	СКАЗКА 21	Пореченков Михаил, Перова Анастасия	Соломина Елизавета, Баршак Александр, Статский Константин, Бакурадзе Бакур, Побединская Екатерина		Каторженко Андрей, Анисимов Артем	3		
83	СМЕРШ-XXI	Орлова Юлия, Головачев Василий	Максимов Константин	Головачев Василий	Улукбек Хамраев	12		Профит
84	СНАЙПЕР. Apotheose des Krieges	Малышев Владимир, Малышев Андрей, Малышев Антон	Коновальчук Михаил	Коновальчук Михаил	Ландо Сергей			
85	СПАРТАКИАДА. Локальное Потепление	Комарова Нина, Комаров Олег	Щегольков Владимир, Лакисов Виктор	Щегольков Владимир, Чернинова Ирина	Соловьев Сергей	1		
86	СТЕРВА (Бои Без Правил)	Филимонов Константин	Гинзбург Сергей	Филимонов Константин, Декин Тимофей	Хамраев Улугбек	3		Каропрокат
87	СТЭП БАЙ СТЭП (Колледж)	Коробейников Игорь	Коробейников Игорь	Решетников Сергей, Маслов Игорь	Шахбазянц Рубен	2,1		
88	ТЕМНЫЙ МИР (Призраки; К Западу От Солнца)	Дишдишян Рубен, Сидоров Алексей	Мегердичев Антон	Сидоров Алексей, Дорбинян Александр	Антонов Антон	6	18.02.2010	Централ Партнершип
89	ТОЛЬКО НЕ СЕЙЧАС		Пендраковский Валерий	Войнович Владимир		1,5		
90	ТЫСЯЧА	Плужников Дмитрий, Елькина Юлия	Елькина Юлия	Елькина Юлия	Плужников Дмитрий			
91	УТОМЛЕННЫЕ СОЛНЦЕМ: Предстояние	Михалков Никита	Михалков Никита	Михалков Никита, Моисеенко Владимир, Тюрин Рудольф	Опельянц Владислав	70	май 2010	
92	УТОМЛЕННЫЕ СОЛНЦЕМ: Цитадель	Михалков Никита	Михалков Никита	Михалков Никита, Моисеенко Владимир, Тюрин Рудольф	Опельянц Владислав		осень 2010	
93	ФОБОС	Бондарчук Федор, Рудовский Дмитрий	Асадулин Олег	Шевцов Александр	Бурцев Александр	2		
94	ХОРОШАЯ ПОГОДА	Бордачев Виталий, Ряшин Влад, Матяш Юлия, Сельянов Сергей	О'Рейли Джонни	Колмогоров Алексей	Симонов Александр		25.02.2010	Наше Кино
95	ЦВЕТОК ДЬЯВОЛА	Задорин Игорь, Рубин Дмитрий	Гроховская Екатерина	Гроховская Екатерина	Макаров Андрей	2,8		
96	ЧЕЛОВЕК С БУЛЬВАРА КАПУЦИНОК		Сурикова Алла	Акопов Эдуард				
97	ЧЕЛОВЕК У ОКНА	Месхиев Дмитрий	Месхиев Дмитрий	Тилькин Илья				
98	ЧЕРНАЯ МОЛНИЯ	Бекмамбетов Тимур	Войтинский Александр, Киселев Дмитрий	Алейников Дмитрий	Трофимов Сергей		31.12.2009	UPI
99	ЮЖНЫЙ КАЛЕНДАРЬ	Потемкин Александр	Карро Денис	Уткин Антон	Шинкоренко Максим		2010	

Как «Лопухи» Москву покоряли

Когда 12 августа ЛОПУХИ из уездного города приехали в Москву, направились они прямиком на Пушкинскую площадь, в центральный кинотеатр. Гордо взошли они там по заранее приготовленной синей ковровой дорожке, много шутили они там и смеялись, фотографировались с красивыми девушками, одетыми по столичной моде, и угощались изысканными яствами. ЛОПУХИ остались довольны.

«Лопухи» со своим режиссером

Сергей Писаренко, Эвелина Бледанс

Петр Братерский, Рита Митрофанова

Ирина Ортман, Юлия Михальчик

Сарик Андреасян

Даша Мельникова

Вдохнув «Кислороду»

КИСЛОРОД кинопрокатная компания «Вольга» в Москве запустила позже, чем во многих других российских городах, а именно 28 июля. Зрители, пришедшие на долгожданную премьеру в «Формулу Кино Европа», невооруженным взглядом делились на две категории – поклонники творчества Ивана Вырыпаева и все остальные. Вторые выделялись тем, что выходили из зала, громко хлопнув дверью. Первые (их было, к счастью, больше) широко улыбались и восхищенно поздравляли режиссера.

Леонид Лебедев с супругой, Вадим Горяинов

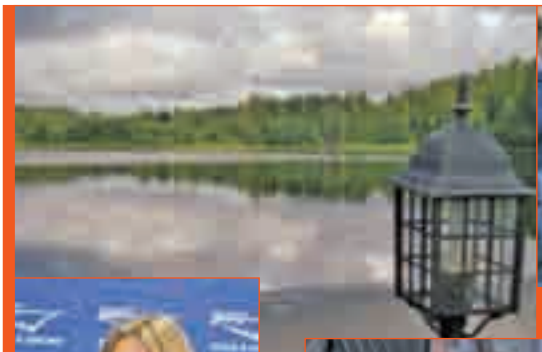
Каролина Грушка, Алексей Филлимонов, Иван Вырыпаев

Ольга Смирнова Алексей Филимомов,

Ольга Васильева, Александр Лушин

Андрей Самсонов

Григорий Константинопольский



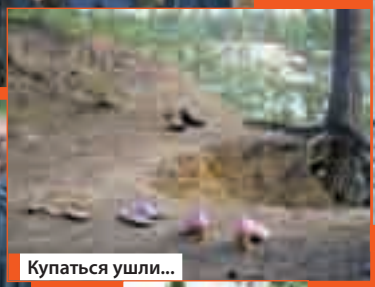
РУССКАЯ ВЕНЕЦИЯ

Сетовать на непредсказуемую погоду уютного и опрятного, истинно скандинавского городка Выборга было бы занудством. Заявлять о том, что фестиваль российского кино «Окно в Европу» вновь удался, было бы банальностью. Хвалить киносмотр за душевность и респектабельность было бы самоповтором. Поэтому просто подчеркнем самое важное: антигламурное «Окно в Европу» – главный антипод «Кинотавра», а Выборг – это русская Венеция. Разглядывая живую фотохронику фестиваля, прелагаем вспомнить самые яркие и трогательные его моменты – не только премьеры будущих прокатных хитов осени, серьезные «круглые столы», интересные мастер-классы и пресс-конференции, но и вкусные вечерние приемы, романтичные прогулки под летним дождем, дружеские посиделки на берегу озера и даже отчаянное купание в нем... 17-е «Окно в Европу» огорчило нас только одним – оно слишком быстро закрылось. Ждем следующего августа – праздника совершеннолетия фестиваля!

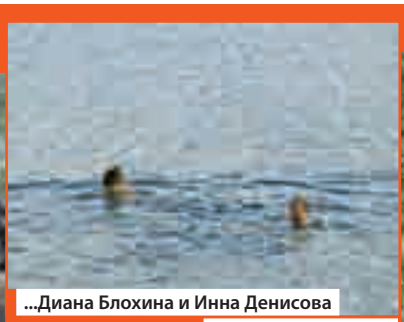
Алла Юганова

Александра Байраковская, Яна Поляруш

Члены жюри фестиваля



Купаться ушли...



...Диана Блохина и Инна Денисова

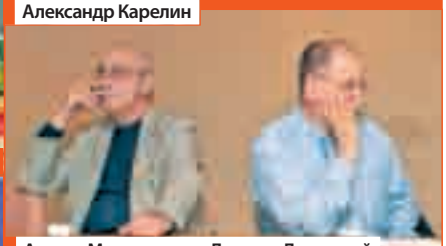
Алиса Хазанова, Алексей Герман

Нана Джорджажзе, Ираклий Квирикадзе

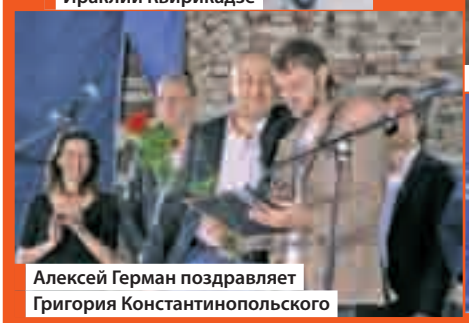
Вячеслав Тельнов

Армен Медведев

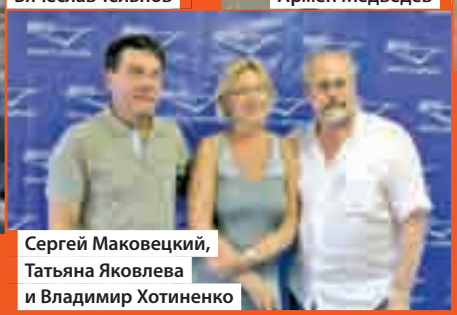
Александр Карелин



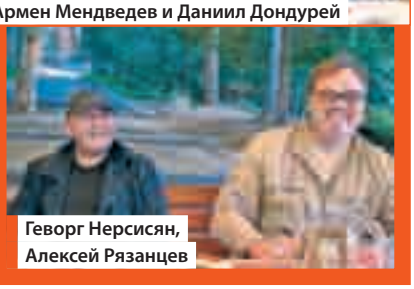
Армен Мендведев и Даниил Дондурей



Алексей Герман поздравляет Григория Константинопольского



Сергей Маковецкий, Татьяна Яковлева и Владимир Хотиненко



Геворг Нерсисян, Алексей Рязанцев

Лариса Малеванная
Съемочная группа фильма «Окно для наблюдателя»
Михаил Ефремов
Виктор Матизен
Владимир Хотиненко
Вадим Абдарашитов
Ильдар Жандарев, Борис Берман
Илья Деимчев
Лев Николаев
Борис Грачевский
Елена Яцура
Иван Краско с женой
Александр Стриженов
Евгений Цыганов, Душан Глигоров, Анастасисия Пронина
Андрей Хржановский с призом
Александр Пашутин, Аркадий Инин

КИНОСОБЫТИЯ ОСЕНИ 2009

НАЗВАНИЕ	ДАТЫ	МЕСТО	САЙТ
Toronto IFF МКФ в Торонто	10 сентября – 19 сентября	Торонто, Канада	www.tiff07.ca
Международный форум и выставка «Кино Экспо»	13 сентября – 17 сентября	СПб, Россия	www.kinoexpo.ru
Открытый фестиваль кино стран СНГ, Латвии, Литвы и Эстонии «Киношок»	13 сентября – 21 сентября	Анапа, Россия	www.kinoshock.ru
Международный фестиваль документального кино «Флаэртиана»	15 октября – 21 октября	Пермь, Россия	http://flahertiana.perm.ru
San Sebastian IFF МКФ в Сан-Себастьяне	18 сентября – 26 сентября	Сан-Себастьян, Испания	www.sansebastianfestival.com
МКФ стран Азиатско-Тихоокеанского региона «Меридианы Тихого»	19 сентября – 25 сентября	Владивосток, Россия	http://viff.vl.ru
Международный фестиваль анимационных фильмов «Крок»	28 сентября – 7 октября	Киев – Запорожье – Херсон – Севастополь – Одесса	www.krokfestival.com
MIPCOM Мировой рынок аудиовизуального контента	5 октября – 9 октября	Канны, Франция	www.mipcom.com
Pusan IFF & Asian Film Market МКФ и Кинорынок в Пусане	8 октября – 16 октября	Пусан, Корея	www.piff.org
Festa Internazionale di Roma Международный кинофестиваль в Риме	15 октября – 23 октября	Рим, Италия	www.romacinemafest.org
Фестиваль современного кино «Завтра»	16 октября – 19 октября	Москва, Россия	www.2morrow.ru
Tokyo IFF & TIFFCOM Asia-Pacific Entertainment Market Токийский МКФ и Кинорынок TIFFCOM	17 октября – 25 октября	Токио, Япония	www.tiff-jp.net www.tiffcom.jp
Киевский МКФ и Кинорынок «Молодость»	24 октября – 1 ноября	Киев, Украина	www.molodist.com
American Film Market Американский Кинорынок AFM	4 ноября – 11 ноября	Лос-Анджелес, США	www.americanfilmmarket.com
Cottbus Film Festival Кинофестиваль восточноевропейского кино	10 ноября – 15 ноября	Берлин, Германия	www.filmfestivalcottbus.de
Минский международный кинофестиваль «Лістапад»	14 ноября – 21 ноября	Минск, Белоруссия	www.listapad.com
Международный Рынок Вещательного Контента Moscow Teleshow	17 ноября – 19 ноября	Москва, Россия	www.teleshow.ru
Stockholm IFF Международный кинофестиваль в Стокгольме	18 ноября – 29 ноября	Стокгольм, Швеция	www.filmfestivalen.se
International Documentary Film Festival Amsterdam МКФ документального кино в Амстердаме	19 ноября – 29 ноября	Амстердам, Нидерланды	www.idfa.nl
Plus Camerimage IFF of the Arts of the Cinematography Международный фестиваль операторского искусства Plus Camerimage	28 ноября – 5 декабря	Лодзь, Польша	www.pluscamerimage.pl
76 Российский Международный Кинорынок	31 ноября – 4 декабря	Москва, Россия	www.kinorinok.ru
Dubai IFF and Film Market МКФ и Кинорынок в Дубае	9 декабря – 16 декабря	Дубай, ОАЭ	www.dubaifilmfest.com
МКФ «Сталкер»	10 декабря – 15 декабря	Москва, Россия	www.stalkerfest.org
Dubai IFF and Film Market МКФ и Кинорынок в Дубае	9 декабря – 16 декабря	Дубай, ОАЭ	www.dubaifilmfest.com