

Королев Павел Станиславович

киномеханик ООО «Киномакс»
dom-hors@mail.ru

**КИНО НА КУБАНИ: ПРОШЛОЕ,
НАСТОЯЩЕЕ, БУДУЩЕЕ**

Аннотация:

В статье рассмотрены история и проблемы развития кинематографа на Кубани, кинотеатры города Краснодара, вынужденные жанровые предпочтения и потребности юношеской аудитории в кинопродукции.

Ключевые слова:

кино, кинематограф, Кубань, Краснодар, киносеть, кинопрокат.

Korolev Pavel Stanislavovich

Projectionist at Kinomax LLC
dom-hors@mail.ru

**THE CINEMA IN KUBAN:
PAST, PRESENT, FUTURE**

The summary:

The article is concerned with the history and problems of the cinema development in Kuban. The author considers movie theatre network in Krasnodar, forced genre preferences and the youth audience's wants in films.

Keywords:

film, cinema, Kuban, Krasnodar, movie theatre network, film release.

8 мая 2012 года исполнилось 101 год киноделу в России.

Из истории киноискусства известно, что в декабре 1895 г. в Париже были продемонстрированы первые минутные фильмы. В России уже через год в Петербурге и Нижнем Новгороде показывали фильмы Люмьеров. В 1896 г. екатеринодарским оптикомехаником А.Д. Самарским сконструирован первый проекционный аппарат. Первый стационарный кинотеатр начал работу в 1897 г. в Новороссийске за семь лет до постоянного показа фильмов в Москве и Петербурге. К 1908 г. только в Екатеринодаре действовало четыре постоянных кинотеатра, а к 1913 г. помещения для демонстрации фильмов были в большинстве крупных городов и станицах Кубани. В Екатеринодаре с 1910 г. в помещении школьного синематографа реального училища бесплатно демонстрировались первые учебные фильмы. Премьера первого 7-минутного российского фильма «Понизовая вольница» о Стеньке Разине состоялась в 1908 г., а первая отечественная кинолента «Броненосец Потемкин» вышла на экраны в 1925 г. и спустя 33 года была признана лучшим фильмом мира всех времен и народов [2, с. 47–50; 3; 4].

О трудностях проката и ошеломительном успехе распространения кино по всему миру, наверное, лучше всего рассказал сам Синематограф в фильме «Человек с бульвара Капуцинов», четко поставив проблему борьбы добра и зла за нравственность зрителей.

Официальное начало кинодела в России положено 8 мая 1911 г., когда министр МВД Петр Столыпин подписал «Нормативные правила по устройству и содержанию театров кинематографов», выработанные комиссией при технико-строительном комитете, которые состояли из 55 параграфов и включали в себя такие важные моменты, как «Общие положения устройств», «Устройство входов и выходов», «Устройство залов», «Содержание помещений», «Устройство и содержание аппаратной камеры», «Правила хранения целлулоидной ленты для кинематографа» [5; 6].

За столетие с момента появления кино на Кубани, вне зависимости от структуры государства и правящей власти, на кинематограф расходовались большие бюджетные и частные средства. Кинопроизводство претерпело масштабные изменения: от немного кино до звукового и далее – до современного цифрового, объемного стереозвука; от черно-белого до цветного и далее – до изображения в стереоформате 3D. Отечественный кинематограф стал неотъемлемой частью мировой культуры, важнейшей функцией которой является утверждение национальных и общечеловеческих духовных ценностей.

В 1990-е гг. произошла смена взглядов на экономические, социальные и духовные основы общества, в том числе – интерес к содержательной стороне кино. Средства кинематографа по своим возможностям воздействия на человека занимают особое место, поскольку прогрессирующее развитие визуальных средств информации буквально довлеет над сознанием зрителей.

Кино многогранно, потому что иллюзорно. Любой фильм – это физико-физиологическая зрительная иллюзия. На экране ничего не движется, происходит только покадровая смена изображений, изменение цвета и светотени. Киномеханик держит в руках киноленту, которая уже сделана от начала до конца, или нажимает кнопку компьютерного управления демонстрации записанного фильма. Вся информация содержится в нем одномоментно. Фильм существует вне того времени, которое он фиксирует, и если человек знает, о чем фильм, то примерно представляет, что может увидеть. Но для этого кадры должны быть пропущены через линзы минута за минутой: любая иллюзия требует, чтобы время и пространство были пережиты [7].

Люди выбирают те или иные иллюзорные жизни потому, что им нравится делать что-то вместе с героями фильма, заранее соглашаясь верить в виртуальную реальность и желая примерить другие варианты своей судьбы. Да, это иллюзии, но в течение времени просмотра человек может очень многое и узнать, и повеселиться за счет них. Ричард Бах [8] рассуждает следующим образом: человек идет в кино, потому, что это: 1) развлечение (забава, фантазия, бегство от скуки, побыть с друзьями); 2) обучение, воспитание (технические причины – посмотреть, как сделан фильм; духовная причина – может быть, кино подскажет выход из личностного кризиса). Итак, люди смотрят фильм либо ради развлечения, либо ради обучения, либо ради того и другого вместе.

Однако вряд ли можно назвать развлечением фильм ужасов или катастроф. Но человек все равно хочет их пережить. Почему? В одном телевизионном интервью американских зрителей спросили о причинах большой популярности фильмов-катастроф. Обобщенный ответ следующий: предельно интенсивное переживание вместе с героями экрана всей гаммы чувств вызывает состояние катарсиса – очищения, освобождения от проблем. Человек выходит из кинотеатра, видит реальный окружающий мир и говорит себе: как хорошо, что это было только кино. Заметим, что в нашей стране проблема нужды в катарсисе обострилась именно у современных зрителей.

С другой стороны, фильмы-катастрофы, исторические фильмы и боевики дают уроки разных моделей поведения человека в экстремальной ситуации, способов выхода из них и их последствий. Следовательно, анализ динамики проката фильмов с разным содержанием позволит выявить психологический статус современного зрителя.

В последние годы происходит эволюция социальной роли кинотеатров, качественным образом меняется их роль в обществе, представление о задачах и возможностях кинотеатров, расширяются предъявляемые к ним требования.

В начале 2007 г. вступил в силу Закон Краснодарского края «О кинематографии в Краснодарском крае». Начиная с 2007 г. число зрителей на киносеансах в кинотеатрах края последовательно увеличивается на 400–500 тысяч человек в год, достигнув к 2012 г. порядка 5 миллионов. Ведущими киносетями являются «Киномакс» и «Монитор».

Кинокомпания «Киномакс» открыла в 1996 г. первый кинотеатр западного образца. По сути, началось возрождение «кинотеатральной эпохи», существовавшей в советское время, но эпохи, ориентированной уже на вкусы и желания зрителя. В настоящее время компания объединяет 33 кинотеатра со 199 комфортабельными кинозалами, расположенными в 23 городах России. Сеть является премьерной, предоставляя не только доступ к мировому кино, но и полный комплекс услуг с высоким уровнем сервиса. Все кино-

театры сети выступают первым экраном. Компания «Киномакс» обладает уникальным опытом дистанционного управления кинотеатрами, осуществляя контроль над их деятельностью из единого головного центра, расположенного в Москве [9].

В Краснодаре киноцентр «Киномакс» создан в 2008 г. Количество кинозалов – 8, общее число посадочных мест – 1916. Средняя наполняемость – 80 %. Киноаппаратная оснащена кинооборудованием «КРИСТИ» производства США, в том числе цифровым проектором 3D. Имеется игровая зона для детей. Предприятие общественного питания представлено консешн-баром, кофейней «Сан-кафе», пиццерией «Пицца-Макс».

Кинокомпания «**Монитор**» входит в тридцатку крупнейших кинопрокатных организаций страны. Создана кинокомпания в конце 1990-х годов на базе кинотеатра «Болгария». Помимо управления «Болгарией» компания «Монитор» занимается прокатом фильмов в краснодарских и краевых мультиплексах. В киноцентрах «Красная площадь» и «Семь звезд» 15 кинозалов с общим числом посадочных мест 3200 со средней наполняемостью 60–70 %. Оснащены они кинооборудованием «КИНОТОН» производства Германии. Игровая зона и предприятия общепита отсутствуют.

Знание релизов кинопроката, правильное репертуарное планирование, дифференцированный подход к расписанию киносеансов, грамотная работа со зрителями – это каждодневная работа менеджеров кинотеатров. Кроме того, ведущее место занимает реклама.

В сети «Монитор» нет единообразия рекламы для разных кинотеатров. Так, в плакатной рекламе «Киноцентра» («Красная площадь») доминирует агрессивный красный цвет. В телевизионной рекламе – мелькающие с большой скоростью агрессивные элементы рекламируемого фильма [10].

В сети «Киномакс» общей особенностью плакатной и буклетной рекламы является редко используемое мягкое сочетание белого, салатного цвета и индиго. Еще одно отличие – краткое изложение сущности фильма с кадровой фотографией. В общем виде плакат с перечнем фильмов на месяц визуально воспринимается как кусок киноплёнки, что привлекает внимание. Особенностью телевизионной рекламы является краткое описание содержания фильма, сопровождающееся представлением главных героев и играющих их актеров [11].

В Краснодаре было достаточно много кинотеатров с одним залом: «Аврора», «Кубань», «Россия», «Болгария», «Смена», «Победа», «Дружба», «Горизонт», «Северный», не считая больших актовых залов во всех Домах культуры предприятий и в высших учебных заведениях. Многие из них закрыты и даже снесены. Горожане недоумевают: почему строятся мультиплексы (несколько кинозалов в одном комплексе) и нельзя ли было реконструировать старые кинотеатры? Дело в том, что такими кинотеатрами сложнее управлять, ведь на одном экране нельзя показать весь выходящий в прокат репертуар. И срок окупаемости однозальника больше, чем мультиплекса. К примеру, «Болгария» – все еще в стадии окупаемости и для конкурентоспособности проводятся некоммерческие показы, ночи кино и просмотр двух фильмов по цене одного.

С другой стороны, чем больше залов в мультиплексах, тем меньше зрителей в каждом из них, и общий сбор падает. Вначале быстро окупаемые, позже мультиплексы могут не приносить прибыли или даже быть убыточными. Зрителям удобно – сеансы на разные фильмы в разное время, а мультиплексу хуже, так как в залах по десятку человек, но для них одновременно включены все кинопроекторы. Очевидно, что должны сосуществовать обе формы кинозалов и бездумное уничтожение краснодарской «России» – однозальника старинной архитектуры с богатой историей – ради стеклобетонной башни очередного банка усиливает у горожан недоверие к муниципальной власти.

Если учесть процент посещаемости кинотеатров, то в самом Краснодаре рынок близок к насыщению. Однако строятся новые торговые комплексы, и в каждом из них планируется по кинотеатру, поскольку кинотеатр – мощный якорь и приманка любого ТРК. Очевидно, что произойдет некоторая ротация зрителей и прибыль других кинотеатров неизбежно снизится.

Для современного общества кинотеатр – это просто очень дорогая «игрушка», требующая серьезных затрат на запуск и содержание. Так, чтобы оборудовать только один зал на 300 мест, требуется около 200 тысяч евро. И чтобы окупить затраты, нужно учитывать прожиточный минимум населения каждого района, где планируется новый проект. Средняя окупаемость одного кинотеатра, по общероссийским меркам, – пять – десять лет.

Таким образом, в начале XXI века вопрос о том, что нам смотреть, решают не идеологи, педагоги, психологи или врачи, а бизнесмены: будет ли выгодно? В советское время если Эльдар Рязанов и Леонид Гайдай могли с определенной уверенностью прогнозировать успех фильмов комедийного жанра, то Андрей Тарковский свои фильмы с точки зрения бизнеса не рассматривал. Владимир Мотыль даже предположить не мог морального и социального эффекта от своего «Белого солнца пустыни». Что-то в этих фильмах есть, что трудно измерить в деньгах или градусе зрительских симпатий, в баллах патриотизма или романтичности.

Для проведения социологического опроса кинозрителей мы взяли за основу текст опросника кинотеатра «Космос» (до и после переименования – «Болгария»), который использовался 35 лет назад, и дополнили его содержание своими вопросами.

Сравнение ответов респондентов выявило сходство зрительских мнений о частоте посещения кинотеатров, элементах рекламы, определяющих выбор фильма, видах услуг кинотеатра, оценке культуры обслуживания. Существенные различия состоят в причине редкого посещения кино (была недостаточность рекламы), а также в степени удовлетворенности качеством рекламы и кинообслуживания (в 1977 г. зрители были довольны).

Анализ данных опроса современных молодых кинозрителей – школьников и студентов – выявил, что существенные различия, во-первых, в частоте посещения кинотеатра (чаще школьники). Во-вторых, школьники больше ориентируются на сведения о жанре фильма, режиссере и киностудии, а студенты – на аннотацию и известных актеров. Общим для школьников и студентов является взаимосвязь оценки качества показа кинофильма в кинотеатре и информация о его демонстрации на телеэкране (соответственно $r = 0,655$ и $r = 0,770$ при 99 % вероятности). Обнаружена также корреляция оценки качества культуры обслуживания с личной занятостью и отсутствием интересующего фильма (соответственно $r = 0,518$ и $r = 0,671$).

У студентов причиной редкого посещения кинотеатра дополнительно является качество показа кинофильма ($r = 0,516$). При преимущественном выборе фильма по буклетам и Интернету студенты практически не обращают внимания на киностудию и режиссера ($r = -0,500$).

У школьников оценка качества показа кинофильма положительно взаимосвязана с частотой посещения кинотеатра ($r = 0,665$), с оценкой качества услуг ($r = 0,778$) и отрицательно – с оценкой рекламы ($r = -0,509$). Еще оценка качества услуг коррелирует с частотой посещения ($r = 0,509$).

Сравнительный анализ предпочтения жанра кинофильма выявил у студентов доминирование комедии (90 %). На втором месте катастрофы (80 %), на третьем месте романтические фильмы (70 %). Менее всего студенты предпочитают вестерны и фильмы-ужасы.

У школьников иные предпочтения: фильмы-катастрофы (70 %), ужасы, исторические и фантастические фильмы. В целом это соответствует как ментальности подросткового возраста, так и коммерчески ориентированной рекламе.

На вопрос «Какие фильмы преимущественно смотрели в прошедшем году?» большинство студентов указало равнозначно все жанры по 30–40 % (за исключением ужасов и вестернов), а школьники выбрали фантастику (80 %), спорт (70 %) и триллеры (60 %).

Единодушно студенты и школьники рекомендуют для показа детской аудитории вестерны, исторические фильмы, спортивные и про первопроходцев. Студенты еще считают, что фильм «Ворошиловский стрелок» надо показывать старшеклассникам как минимум раз в месяц.

Обратили респонденты внимание и на отсутствие «хороших» художественных фильмов про армию, милицию и труд, а также редкость социальных фильмов «про жизнь», «про протест». Последний запрос молодежи – фильмы-уроки разных моделей поведения человека в экстремальной ситуации, способов выхода из них и их последствий.

В целом молодой кубанский зритель ждет от современного кинематографа не только качественных и современных форм предоставления киноуслуг, но и более разнообразного и менее стандартизированного репертуара.

Ссылки:

1. Гинзбург С. Кинематография дореволюционной России. М., 1963.
2. Азарян С.Г. Дореволюционный кинематограф на Кубани // Первые Кайгородовские чтения : материалы научн.-практ. конф. / КГУКИ. Краснодар, 2001. 258 с.
3. Лубашова Н.И. Документы Госархива Краснодарского края о становлении кинематографа на Кубани. 1890–1920 годы / Отечественные архивы. 2003. № 2. С. 36–38.
4. Лубашова Н.И. Кинематограф на Кубани: история и современность : монография. Краснодар, 1999. 100 с.
5. Гинзбург С. Указ. соч.
6. Юренев Р.Н. Краткая история киноискусства. М., 1997.
7. Зак М. Кинематограф как утопия // Культура. 1997. Март.
8. Бах Р. Чайка по имени Джонатан Ливингстон. Иллюзии. Киев, 2001. 224 с.
9. Киномакс. Краснодар, 2008.
10. Аврора. [Электронный ресурс]. URL: www.avrorakino.ru (дата обращения: 26.02.2012).
11. Сеть кинотеатров «Киномакс». [Сайт]. URL: www.kinomax.ru (дата обращения: 26.05.2012).

References (transliterated):

1. Ginzburg S. Kinematografiya dorevoljucionnoy Rossii. M., 1963.
2. Azaryan S.G. Dorevoljucionnyj kinematograf na Kubani // Pervye Kaygorodovskie chteniya : materialy nauchn.-prakt. konf. / KGUKI. Krasnodar, 2001. 258 p.
3. Lubashova N.I. Dokumenty Gosarkhiva Krasnodarskogo kraja o stanovlenii kinematografa na Kubani. 1890–1920 gody / Otechestvennye arkhivy. 2003. № 2. P. 36–38.
4. Lubashova N.I. Kinematograf na Kubani: istoriya i sovremennost' : monograph. Krasnodar, 1999. 100 p.
5. Ginzburg S. Op. cit.
6. Yurenev R.N. Kratkaya istoriya kinoiskusstva. M., 1997.
7. Zak M. Kinematograf kak utopiya // Kul'tura. 1997. March.
8. Bakh R. Chayka po imeni Dzhonatan Livingston. Illyuzii. Kiev, 2001. 224 p.
9. Kinomaks. Krasnodar, 2008.
10. Avrora. [Electronic resource]. URL: www.avrorakino.ru (date of access: 26.02.2012).
11. Set' kinoteatrov «Kinomaks». [Site]. URL: www.kinomax.ru (date of access: 26.05.2012).