

КИНОПРОКАТ  
И ВИДЕОПАРТНЕРЫ  
ИЛИ СОПЕРНИКИ?

Со времени публикации моих заметок прошло более полугода ("О бедном пирате замолвите слово...", Видео-Асс Экспресс N 23), и в данной статье я попытаюсь коснуться тех изменений, которые произошли за это время на отечественном кино- и видеорынке.

Прорыв на кинофронте и стабилизация поступления новых фильмов на видео — так можно охарактеризовать положение дел в этом виде бизнеса. Крупнейшие дистрибуторы западных картин на территории России ("Ист-Вест", "Гемини-фильм", "СЭФ-Кинотон", "Екатеринбург АРТ", "Мост-Медиа" и "Третьяковка") ежемесячно прокатывают до 7-10 новых названий, в то время, как пиратский рынок "выплескивает" за тот же срок 120-140 наименований. Причем если качество изображения большинства фильмов названных прокатчиков очень высокое, то на видео по-прежнему существует градация на: 1) "тряпочные" копии, снятые камерой в зарубежных кинотеатрах; 2) "промоушн тайп" копии, украденные из студий кинокомпаний; 3) "лазерные" копии, аккуратно записанные на видеокассеты.

Отечественные дистрибуторы прокатывают западную продукцию на законных основаниях, а вот видео на 99% пиратское (пример СП "Варус-видео" скорее исключение, чем правило). Кинопрокатчики в большинстве случаев закупают с доставкой новых фильмов в Россию, тогда как на видео они появляются уже спустя 1,5 — 2 месяца после премьеры на Западе (другое дело в южном регионе). Хотя есть и обратные примеры — "Большое Саргасовое море", "Черножук: Армагеддон", "Крепость", "Посетители", "Горькая луна", "Бетховен 2" и "Миссис Даутфайр" — но их, как вы видите, совсем немного. Прокатчики общаются, что европейские премьеры

будут одновременно проходить с московскими (а в дальнейшем — и со все-российскими), но пока это только рекламный трюк, достойное западное кино, увы, все еще запаздывает в кинотеатры. Другое дело — видео. Самые нетерпеливые смотрят искаженное изображение долгожданного фильма, другие ждут картинку с таймером и предупредительными надписями, третьи доживают до того радостного момента, когда они могут выбрать "нулевую" или первую лазерную копию с любимым переводчиком.

Весь процесс отслеживания новых поступлений находится в руках центра "Пикор", чья знаменитая таблица "Видео-Людман" появилась сначала в газетах "Джокер" и "Новая ежедневная", а затем в том или ином "образованном виде" и в других столичных изданиях. Причем многочисленные видеообозреватели зачастую выражают благодарность тем студиям, которые предоставили (обычно бесплатно) свою пиратскую продукцию. Лидеры среди них следующие: "Студия №1", "Вист", "Америкэн видео", "Лазер видео", завоевывают себе авторитет и "новички" пиратского цеха, "Видеоман", "СТИН Видео", и "Мастер Тэйп". Иногда некоторые из них объединяются для совместного "выпуска" какой-нибудь картины, но это бывает редко. У каждой студии, как правило, свои переводчики, голоса которых знает вся страна и многочисленные эмигранты из бывшего СССР. Наиболее высококачественной "синхрон" осуществляют А. Гаврилов и А. Михалёв, высокий уровень перевода у А. Володарского и М. Иванова, хотя раз на раз не приходится. Владальцы видео находятся в этом отношении в лучшем положении, чем публика в кинотеатрах, которая вынуждена слушать посредственный дубляж

наших актёров. Хотя "синхрон" Владимира Антоновича в аромате женщины просто классный, а дубляж "Чужих" и "Освободите Вилли" сделан на приличном уровне. Но в целом в кинотеатрах — хорошая фильмокопия и плохой дубляж.

Желая привлечь потенциального покупателя билета в кино и покупателя видеокассеты владельцы (легальные и пираты) фильмов часто меняют их названия, делая их более звучными и привлекательными. "С меня хватит!" (Падение), "Последний отсчёт" (Крепость), Бегущий от правосудия ("Беглец"), "Зоват" ("В осаде"), "Токийские оргии" ("Токийский декаденс"), "Полицейский-вампир" ("Полуночный поцелуй") и т.д. и т.п., примеров можно найти множество. За "крутыми" названиями порой трудно понять, о какой ленте идет речь, но владельцев это мало заботит.

Если "мастерство" кинодубляров (обычно это "Синхрон" из Киева, актёры к/с им. Горького, актёры "Ланфильма") находится в плачевном состоянии, то видеопереводчики часто делают из посредственного фильма "конфетку", а иногда трактуют картину в различных (!) жанрах. Приключенческую ленту "Три мушкетера" Гаврилов перевел как боевик, а Володарский — как комедию.

Из еженедельной таблицы "Видео-Людмана" видно, что большую (до 85%) часть поступлений составляют фильмы В и С категорий. Но таблица не учитывает такие новинки как поп- и рок — концерты, видеоклипы, различные эротические календари "Плейбой" и "Пантхаус", шейпинг и аэробику, упражнения с тяжестями для мужчин и женщин, конкурсы красоты и культуристов, бодибилдинг и различные TV шоу, мировые спортивные соревнования и, наконец, порнографию во всех ее ипостасях. Это, согласитесь, немало, так как все эти поступления порой перекрывают все киноновинки недели. Порнография является одним из самых спрашиваемых "жанров" и неудивительно, что ее стали переводить (?) со всех языков, включая славянские, прибалтийские и даже азиатские. Наибольшей популярностью пользуются сексуальные извращения и так называемые "seventeens" ("семнадцатилетние"). Детский секс и секс с детьми встречается крайне редко и стоит огромных денег. Обычно такое видео за доллары привозят из-за границы по заказу. В последнее время на рынке появилось и русское порно, снимаемое на любительскую камеру кустарями-одиночками. Смотрят его из интереса, но покупают протм западную продукцию. Переводить не надо, но вот уровень (если об этом можно так говорить) несопоставим.

Все это можно купить, а часто и

взять напрокат в любом коммерческом киоске и пункте проката. Но самое любимое место видеоманов в Москве, — конечно, ДК им Горьбунова (или в просторечии "Горбушка") по субботам и воскресеньям. Там продается и покупается практически все из новых и старых поступлений, только деньги плати. Видеорынок жил, жив и будет жить, пока он выгоден всем. Пока, к сожалению, прокат никак не влияет на видеообизнес. Не беда, что "Миссис Даутфайр" идет в кинотеатрах столицы, владельцы видео ждутся прихода этого чемпиона кассы Америки и спокойно посмотрят его дома за чашечкой кофе. А вот видеорынок заметно влияет на кинопрокат. Как правило, фильмы, имевшие большой успех на видео, долго идут и в кинотеатрах. Например, "Моя мачеха — инопланетянка" (21 неделя), "Универсальный солдат" (20 недель), "Игры патриотов" (17 недель), "На гребне волны" (16 недель) и т.д. Мне кажется, многие просто пересматривают любимые картины в кинотеатре, с которыми когда-то познакомились с помощью видео. И говорить о том, что люди не ходят в кинотеатры, значит, по меньшей мере, вводить обществу в заблуждение. Кто же, как не зрители, смотрит "Мою мачеху — инопланетянку", идущую в прокате почти полгода?

Прокатывать фильмы очень выгодно и продавать пиратскую продукцию тоже. В ценах мая 1994 года в кинопрокате ежегодно "крутятся" 2 триллиона (!!) рублей, а в видеообизнесе — более 20 триллионов (!!!) рублей, которые практически не облагаются налогом. Пока государство России сквозь пальцы смотрит на опромный видеорынок, не имея с него ни рубля (по крайней мере, легально), государства США, Франции и Германии с помощью законных дистрибуторов своей кинопродукции пытаются хоть что-то выжать с одной шестой части суммы. В этом их остается только попригластвовать, ибо рано или поздно нужно приучать отечественного зрителя к нормальному и свежему кино, идущему на большом экране кинотеатра в отличной копии и с превосходным звуком "системы Долби", а не на экране телевизора с потерей "живого" цвета и в вольном переводе, заполняющем (подавляющем) всю звуковую палитру фильма. И не забывайте, что в кинотеатре вы платите деньги создателям картины, а когда приобретаете видеокассету — обыкновенным ворам и их многочисленным посредникам. Но благодаря последним люди могут увидеть все же лучшую продукцию мирового кинематографа, чем ту, которая все еще идет в большинстве кинотеатров и по всем каналам отечественного ТВ.

Сергей ЛАВРОВ