

ПЕТЕРБУРГСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФОРУМ
16–18 ИЮНЯ 2011

КИНО: МИР БЕЗ ГРАНИЦ
Технологии, расширяющие горизонты

17 июня 2011 г. — 15:45–17:00, ПЕПСИКО КАФЕ

Санкт-Петербург, Россия
2011

Современный кинематограф давно вышел за национальные рамки и стал мировым достоянием. Современные технологии позволяют передавать кино контент на самые удаленные территории. Европейские и российские звезды успешно работают в Голливуде, американские мейджоры все чаще сотрудничают со своими европейскими и азиатскими коллегами. Почти 70% европейского кинопродукта создается на принципах совместного кинопроизводства, что расширяет границы кинопроката, при этом сохраняя национальные особенности.

Модератор:

Алексей Пивоваров, Телеведущий, ОАО «Телеканал НТВ»

Выступающие:

Павел Крапивин, Вице-президент, Warner Brothers

Марк Лоло, Президент, Central Partnership

Раджеш Мишра, Главный исполнительный директор, UFO Moviez India Ltd.

Арун Рангачари, Председатель, DAR Capital Group

Андреас Шрайтмюллер, Директор департамента кинопроизводства, Arte
France

Джон Яшни, Главный исполнительный директор, продюсер, Legendary
Pictures

А. Пивоваров:

Добрый день. Спасибо всем, кто нашёл возможность участвовать в нашей панели, посвященной исключительно важной теме — кино, важнейшему из искусств. Сегодня мы хотим поговорить о кино как о бизнесе. Поговорить о том, что сейчас с ним происходит, и этот достаточно общий разговор мы хотели бы конкретизировать и сузить, обозначив его рамки, как заявлено в названии нашей панели, как «Мир без границ». Современный кинематограф уже вышел за национальные границы, мы знаем, что и голливудские бренды работают совместно с европейскими и азиатскими компаниями. В Европе до 70% кинопроизводства осуществляется совместно. Современные цифровые технологии позволяют без потерь качества передавать контент на огромные расстояния. Всё это понятным образом совершенно меняет обстановку на рынке и обстановку в индустрии. Мы бы хотели поговорить о том, что в этом смысле происходит в России: каковы достижения, каковы проблемы, каковы пути решения этих проблем.

Я позволю себе представиться: меня зовут Алексей Пивоваров. Я поясню, почему именно мою кандидатуру организаторы выбрали в качестве модератора. С одной стороны, моя профессия и, в частности, документальные драмы, которые я делаю, позволяют мне быть не посторонним обсуждаемой сегодня проблематике. С другой стороны, я — человек, стоящий на достаточном расстоянии, чтобы быть названным представителем зрителей. Мы понимаем, что представительство зрителей важно при любом разговоре о кино, будь то разговор о кино как об искусстве или как о бизнесе. Сегодня мы хотим предложить разговор на четыре основные темы. Мы примерно обозначили их следующим образом: технологии кинопроката; возможности интеграции России в международное кинопроизводство; каким должен быть специалист, работающий на современном кинопроизводстве — возможны ли какие-то общемировые критерии или же в России должны быть свои критерии; где и каким образом

обучать этих специалистов. Последняя тема — финансирование производства: кто и каким образом должен в нем в ближайшее время участвовать. Теперь о регламенте: мы просим всех докладчиков придерживаться хронометража в семь-восемь минут. Помимо основных выступлений, у нас запланирована свободная дискуссия. По окончании панели у ее участников и гостей будет возможность обменяться мнениями в более открытом формате, задать вопросы кому-то из докладчиков, выступить с репликами. Прошу вас ограничивать эти реплики с места двумя минутами.

Как я уже говорил, первый вопрос, который мы хотим обсудить в рамках сегодняшней панели, посвящен технологиям. Как новые технологии позволяют расширить территорию для цифрового показа, как вообще новые технологии меняют картину на нашем рынке? Первым я хочу предоставить слово Марку Лоло, главному человеку в компании «Централ Партнершип». Прошу вас, Марк.

М. Лоло:

Спасибо.

Здравствуйте, дорогие коллеги. Так принято, что первый выступающий на таких громких мероприятиях должен задавать позитивный настрой. Я начал искать позитивное в том, что происходит в нашем кинобизнесе, и, представляете, нашел. Сейчас несколько комментариев о том хорошем, что происходит в новых технологиях, а в конце немножко документальной драмы.

Как ни странно, в вопросе «оцифровывания» кинопоказа, то есть кинотеатров, Россия впереди планеты всей. По состоянию на конец прошлого года 40% кинотеатров в нашей стране были цифровыми. Для сравнения: в развитых странах — в Америке, Японии, Германии, Франции и других — таких экранов меньше четверти: 20-25%. В Китае — почти 40%.

На конец прошлого года мы обгоняли Китай, но по состоянию на сегодняшний день — буквально полчаса назад мне дали справку — количество цифровых экранов у нас перевалило за 50%, а в Китае их 70%, так что в этом отношении нас обгоняет только Китай. Что же дают нам эти цифровые экраны? Во-первых, их наличие оптимизирует расходы на кинокопии, что очень важно для дистрибуции и что очень важно для отечественного кино, где затраты на копии составляют порой процентов пятьдесят от потенциального дохода. Во-вторых, «цифра» позволяет нам бороться с пиратством, которое, если называть вещи своим именами, убивает отечественный кинопоказ, кинопрокат и, соответственно, весь кинобизнес. «Цифра» — действительно феноменальное явление. Вдумайтесь: ведь первый цифровой экран был поставлен всего лишь четыре года назад. Был ноябрь 2007-го года. Я очень хорошо помню, как наша родственная компания «СИНЕМА ПАРК», входящая в наш холдинг, открывала этот экран. Мы так тогда вдохновились, что в феврале 2008-го года мы выпустили первый фильм только на цифровых носителях. Символично, что это российский фильм. Он вышел всего лишь на 20 копиях, собрал достаточно немного денег, всего 150 или 170 тысяч, но при всем этом он окупился, то есть выпуск в «цифре» позволил нам окупить в прокате фильм с достаточно средним зрительским потенциалом. Это было достаточно парадоксально на фоне того, что из ста выходящих фильмов окупались лишь пять или шесть российских картин.

Вторая тема — это борьба с пиратством, потому что наличие цифровых экранов позволяет надеяться, что пираты не будут так оперативно красть наши с вами фильмы и выпускать в интернет. Сегодня пиратство — это в основном интернет-пиратство. В этом смысле наш первый опыт состоялся два года назад, когда мы выпустили зарубежный фильм только в цифре в 3D. Это дало феноменальные результаты: фантастическую собираемость на копии и достаточно большой доход. В прошлом году мы уже выпустили

таким образом пять картин, а в этом году выпустим восемь. Мы серьезно настраиваемся на то, чтобы в следующем году процентов на девяносто перейти на цифровые источники, и это будет метод борьбы с пиратством. Следующий аспект этого вопроса-проблемы немножко мрачноват. Безусловно, «цифра» — это оптимизация затрат, борьба с пиратством, эффективность и возможность как-то динамично планировать дистрибуционные расходы, но при этом одна «цифра» не спасет отечественную киноиндустрию, как бы мы этого ни хотели.

Вчера я готовился, пытался найти что-то еще позитивное, и у меня это получилось. Вы знаете, в одном достаточно известном, не самом профессиональном, но достаточно авторитетном издании я обнаружил, что в России 182 продюсера. Честно говоря, у меня был легкий шок — мне кажется, что и в Америке, лидирующей по числу продюсеров, нет такого количества. Мне кажется, здесь какая-то путаница и подмена понятий. У нас продюсеры телевизионные, киношные, «бэшные». Продюсером называют кого угодно. Знаете, лет 15 назад в разговоре с коллегами мы пришли к следующей мысли: в России выходит 80–100 фильмов в год, в среднем работа над одним фильмом занимает полтора–два года. Слушайте, а у нас что в стране есть 100–150 успешных режиссеров, которые могли бы в таком режиме делать фильмы? Знаете, я насчитал режиссеров, которые умеют делать качественное кино — под словом «качественное» я имею в виду «зрительское» — человек десять. Примерно столько же продюсеров и крупных компаний, которые способны системно двигаться вперед. Поэтому мне кажется, что цифровые технологии — это прекрасно, это одна из серьезных ступеней в спасении отечественного кинобизнеса, но без второй ключевой ступени, которая называется «давайте расставим все по полкам» ничего не получится. Давайте не будем путать и не будем производить в следующем году под названием «кинофильм» и с бюджетом кинофильма те фильмы, которые являются по сути телевизионными либо «бэшками», то

есть стартовыми прямо на DVD. Давайте попытаемся из этих ста картин правильным путем делать хотя бы 20–30 зрительских картин. Мне кажется, ключевая проблема отечественного кинобизнеса заключается в том, что идет путаница «хорошее кино/ плохое кино». Российскому бизнесу, российской киноиндустрии всего 15 лет, а основной аудитории, которая ходит в кинотеатры, 12–25 лет. Соответственно они привыкли к очень высокому качеству продукта, а кино сегодня является продуктом, и это надо осознать. Поэтому я думаю, что у нас вами есть один только шанс спасти нашу киноиндустрию — вернуть российское зрительское кино российским зрителям. И давайте не будем путать фестивальное кино со зрительским, оно тоже имеет право на существование. Это важно, это искусство, но это всего лишь некая ниша.

Третье, конечно, — это жесточайшая проблема отсутствия кадров. 180 продюсеров, 100 так называемых режиссеров — да простят они мне — 100 операторов и так далее. Хотим мы этого или не хотим, третья часть этого плана спасения — это копродукция, co-production, причем co-production при наличии с нашей стороны нормальных продюсеров, умеющих делать зрительское кино и знающих нашу аудиторию — молодую, которая ходит в кинотеатры. Когда мы говорим о кино, мы говорим о кинофильмах, предусмотренных для кинопроката, а не для показа на телевидении или DVD. Так вот, co-production — это третья часть плана спасения, потому что в западной индустрии — не только в Америке, но и в Европе — есть огромное количество профессиональных кадров: режиссеров, операторов, сценаристов — которые умеют работать в очень жестком формате. Мне кажется, решение кроется в понимании того, какое же все-таки зрительское кино сегодня востребовано в кинотеатрах, в совокупности с привлечением — в этом нет ничего стыдного или обидного — западных ценных кадров, которые, уверяю вас, стоят сегодня не намного дороже, чем те же самые кадры в России. И, конечно, образование кадров. На это надо бросить все

силы, это займет лет пять, никак не меньше, потому что кино привлекает молодежь, они хотят ему учиться, хотят его смотреть и хотят в нем участвовать. Однако у нас серьезные проблемы с кинообразованием профессионалов, умеющих делать зрительское кино. Эти три фактора в совокупности с той самой «цифровизацией» и позволят нам вытащить нашу индустрию на очень серьезный уровень.

Напомню, в прошлом году произошло очень позитивное, знаковое событие: российский рынок преодолел миллиардный рубеж. «Централ Партнершип» — естественно, впереди планеты всей — заняла долю 28%, и 53% были российские фильмы. Такого нет нигде в мире. Почему? Потому что мы лучше всех делаем кино? Нет. Не больше четверти из этих 50% были фильмами «ЦПШ». Мы взяли курс на зрительское кино и с нашими партнерами-продюсерами, зачастую из конкурентных компаний, договорились о работе только над зрительским кино. В этом смысле мы видим большое будущее, а «цифра» позволит за счет небольших расходов учить молодые кадры, оптимизировать расходы на выход и продолжать очень интенсивно строить кинотеатры в региональных мелких городах, потому что покрытие сегодня очень низкое — всего 2500 экранов — при том, что в европейских странах их пять–шесть тысяч, а в Америке — 40 тысяч. При этом, как я уже говорил, в смысле дистрибуции и в смысле качества работы с контентом уровень кинотеатров у нас выше, чем в Америке. У нас фильм на экран собирает больше. Вот такой анализ.

А. Пивоваров:

Спасибо большое, Марк. Вы прошли сразу по всем темам, которые сегодня заявлены и очень изящно все закольцевали. Начали за здоровье и закончили за здоровье. Большое спасибо, а я все-таки хотел бы продолжить разговор о технологиях и, в частности, о цифре. Известно, что очень больших достижений здесь добились наши индийские коллеги. Я передаю

слово господину Раджешу Мишра, Главному исполнительному директору UFO Moviez India. Прошу Вас.

Р. Мишра:

Здравствуйте. Добрый день, друзья.

Мой друг господин Лоло уже много говорил о дистрибуции. Я представляю компанию под названием UFO Moviez India Ltd. Мы базируемся в Индии. Мы занимаемся в первую очередь вопросами перевода кинотеатров в цифровой формат и обеспечением кинотеатров цифровыми технологиями. У нас в Индии существует 2 500 экранов, не работающих в стандарте DCI, и около 300, применяющих DCI, и мы сотрудничаем и с теми, и с другими, то есть охватываем весь спектр кинотеатров.

Мы являемся лидерами рынка для кинотеатров, не применяющих DCI, так как мы предоставляем фильмы кинотеатрам непосредственно через спутник. Что касается рынка DCI, там фильмы предоставляются на физических носителях, жестких дисках, да и несколько других компаний, не работающих с DCI, также рассылают копии на жестких дисках, — мы же доставляем фильмы напрямую через спутник.

Таким образом, 2 500 киноэкранов в Индии получают материалы изо дня в день напрямую через спутник, и все контролируется из одного центра. Вы можете доставлять материалы, следить за их использованием, поставлять лицензии, контролировать количество показов в кинотеатрах, и это все происходит из одного центра, и у дистрибьюторов и производителей нет необходимости ездить по точкам или привлекать третьих лиц.

Мы пришли к выводу, что в Индии первостепенную роль в успехе фильма играет то, насколько широко вы можете распространить его, чтобы донести до зрителя. Если фильм сможет увидеть только ограниченное число людей, то на успех ленты будет негативно влиять пиратство или негативная молва. Но если вы в состоянии одновременно показать фильм на более чем

тысяче или двух тысячах широких экранов, что сейчас стало возможно в Индии благодаря установленной нами сети из 2 500 цифровых экранов, то это оказывает колоссальное влияние на собираемость.

Кассовые сборы выросли, и пиратство в значительной степени было сокращено благодаря тому, что для продвижения фильма используются все возможные средства. Реклама появляется в Интернете, на новых серверах, на телевидении, в журналах — повсюду.

Вы, по сути, создаете осведомленность о картине, но вы не предоставляете сам фильм, если он не выходит на экраны в этом регионе. Однако, поскольку была создана потребность в просмотре фильма, на ее удовлетворение придут пиратские версии ленты. Как раз в таких случаях наши технологии, которые позволяют обеспечить кинотеатры материалом за небольшую часть от стоимости копии, революционным образом меняют способы распространения фильмов в Индии.

Как правило, мы делаем следующее: берем ленту, оцифровываем ее, кодируем, зашифровываем и доставляем через спутник в кинотеатры. Так устраняется физическое вмешательство кого бы то ни было. Этот процесс автоматизирован, и киноматериал доставляется в прокат в электронном виде.

Наибольшее преимущество для производителей и дистрибьюторов состоит в том, что они могут контролировать использование фильма в кинотеатрах. Если вы отправляете фильм на физическом носителе, то, когда он достигает кинотеатров, вы не знаете, идет ли он на двух или на четырех сеансах — на самом деле, попадая в чужие руки, копия полностью выходит из-под вашего контроля.

В противоположность этому, с помощью технологии цифрового кино, картина остается целиком в вашей власти, и вы можете сказать: «В данном конкретном зале я хочу показать фильм только на одном сеансе», и это будет исполнено. Будет предоставлена лицензия только на один сеанс.

Мы также увидели, что благодаря этой технологии в Индии наблюдается огромный рост популярности кино. Публика, которую в свое время у нас увели пираты, теперь возвращается в кино. Мы поставили 2 500 киноэкранов по всей стране.

Я бы хотел провести аналогию между Индией и Россией: это большие страны с громадными расстояниями и зачастую неблагоприятными климатическими условиями. Представьте себе ситуацию, когда у вас в России 10 000 кинотеатров, и вы можете передать фильм напрямую в 5 000 из них за один сеанс. Ровно через три часа ваша картина будет доставлена в 5 000 кинотеатров по всей России, и никаких проблем со стоимостью производства копий, их доставки, получения, хранения и последующего уничтожения.

Это огромный прорыв для индийского рынка кино, над которым мы усиленно работали, и мы думаем, что это может быть очень, очень хорошим решением также и для российского рынка. Вы с легкостью сможете выпускать любой фильм в любой точке России. Вы сможете открыть кинотеатр в любой части региона, не беспокоясь о том, как вы будете доставлять туда контент.

Если вы знаете Индию, то фильмы у нас возведены в ранг религии, это не просто отснятый материал. В другой стране, если, скажем, сорвался показ, то люди встанут и, скорее всего, пойдут домой — в Индии могут сжечь кинотеатр и заодно убить управляющего. Так что технологии должны быть очень надежны, и это именно то, что мы им предоставили.

Мы еженедельно выпускаем 20 фильмов, потому что мы работаем по всей стране и выпускаем картины на разных языках. В среднем, каждую неделю выходят от 18-ти до 20-ти фильмов, и на сегодняшний день мы провели 7 миллионов показов. Так что мы заслуженно гордимся надежностью наших технологий.

Кроме того, мы интегрировали нашу систему продажи билетов с системой цифровых кинотеатров. Вы наверняка видели, как используются компьютеры для продажи билетов в кинотеатрах. Мы подключили компьютеризированную систему продажи билетов к платформе наших цифровых кинотеатров.

Так, всякий раз, когда где-либо продается билет, мы получаем информацию через двустороннюю спутниковую связь. Данные обновляются ежеминутно. Таким образом мы приостанавливаем утечку доходов, которая происходит из-за нарушений правил продажи билетов в регионах.

По сути, мы должны понимать, что, в интересах проката, киноиндустрия должна максимально увеличить свое покрытие. Работаете вы с DCI или нет, цифровые технологии предлагают возможность показать фильм в наибольшем количестве кинотеатров, и это наилучший способ для продвижения киноиндустрии вперед.

Спасибо.

А. Пивоваров:

Большое спасибо.

Завтра будет подписано соглашение о создании СП между UFO Moviez и «КиноСити-Скай». Я с удовольствием передаю слово гендиректору «КиноСити-Скай» Элмуроду Расулмухамедову. Я прошу еще раз всех ораторов придерживаться регламента, потому что мы ограничены в использовании этого помещения.

Э. Расулмухамедов:

Добрый день, коллеги. Мы действительно планируем создать совместное предприятие с компанией UFO для развертывания аналогичных технологий на российском рынке. Последние четыре месяца мы занимались тем, что экспериментировали с российской спутниковой системой, чтобы проверить

ее возможности в этом плане. Вчера мы, наконец, добились того, чтобы фильм прошел, мы его посмотрели и сохранили необходимое качество, и теперь мы можем говорить о том, что мы можем этим заниматься.

Тем не менее, российские технологии носят несколько более широкий характер. Я хотел бы вкратце рассказать, что мы делаем с точки зрения технологий в области кино, и для нас это все проходит под знаком доступности. Здесь уж упоминалось, что необходимо восстанавливать систему проката в малых городах, есть «решение партии и правительства» о запуске соответствующих проектов. Мы рассматриваем свои технологические разработки как некую поддержку существующих решений. На сегодняшний день существует серьезное покрытие территории России спутником, соответственно можно использовать эту технологию. Этот бизнес нравится нам тем, что стоимость оборудования на одно посадочное место сейчас уже опустилась ниже тысячи долларов, что открывает возможности для серьезных инвестиций в этот сектор. Мы выступаем в качестве серьезного технологического инвестора, который помимо индийского и собственного ноу-хау, планирует использовать свои разработки для развития этого бизнеса.

Если говорить о доступности, серьезным ограничением для развития является необходимость рассылки копий. Достаточно сказать, что затраты в 2010-м году на производство копий в целом по отрасли в России составили 17 миллионов долларов. Перевод на спутник значительно сокращает расходы продюсеров и открывает возможность для кинотеатров делать гибкий репертуарный план. Схема, по которой работает UFO, будет использоваться и в России.

Второй проект — это доступность билетов. Мы обратили внимание, что растут системы моментальных платежей, мобильных платежей, электронных платежей. Поэтому разработана система, которая будет запускаться уже в июле: она позволит покупать билет через интернет,

мобильный телефон или платежные терминалы. Кроме того, специально для кинотеатров с низкой эффективностью мы разработали систему самообслуживания. Это позволит сэкономить часть зарплаты кассиров за счет того, что в кинотеатре вы сможете приобрести или забронировать билет через специальный терминал. Здесь показана действующая модель, она уже подключена к ЕАИС, Единой автоматизированной информационной системе Министерства культуры, через которую осуществляется контроль и через которую осуществляется соблюдение защиты авторских прав в России. Кроме того, у нас есть проблемы с достоверной информацией о посещаемости кинотеатров — этот вопрос поднимали продюсеры. В настоящее время мы скомпоновали систему, когда в зале веб-камера фотографирует места, эта информация перебрасывается в наш движок, который сравнивает ее с количеством проданных мест. Если существует отличие, информация направляется на соответствующий сервер и может в дальнейшем использоваться для того, чтобы выставлять претензии или задавать вопросы владельцам кинопоказа.

Мы также занимаемся тем, что пытаемся каким-то образом ограничить нелегальное скачивание в интернете. Предложена запатентованная система, когда в видеофайлы и музыкальные файлы, вставляются специализированные маркеры. Первичные маркеры выводят на экран компьютера сообщение о том, что производится нелегальный просмотр, эта информация фиксируется в базе антивирусных систем, и это навсегда записывается в компьютере, с тем, чтобы можно было в дальнейшем обсуждать с пользователем, насколько он легален или нелегален. Кроме того, мы вшиваем внутрь потокового файла специальные баги, которые высылают сигнальную информацию с IP компьютера на специализированный сервер системы. В случае изъятия этих маркеров файл разваливается на части. Эта технология тоже сейчас отработана, запущена и находится на стадии тестирования. Мы думаем, что это

позволит примерно вдвое сократить количество нелегальных просмотров. Мы не считаем, что необходимо наказывать зрителя, но мы считаем, что его надо приглашать непосредственно в кинотеатр. Спасибо за внимание.

А. Пивоваров:

Большое спасибо. Я думаю, все впечатлены технологиями, которые были представлены. Давайте сейчас от разговора о том, как показывать, перейдем к тому, что показывать, и поговорим об уже затронутой Марком теме — о том, как копродукция, совместное производство, меняет, во-первых, наш конечный продукт, а именно фильм, и о том, как оно вообще влияет на кинопоказ, на конечный результат. Первому я хотел бы предоставить слово Павлу Крапивину, Вице-президенту Warner Brothers.

П. Крапивин:

Спасибо. Как видите, у меня очень «американское» имя, Павел Крапивин. Моя семья уехала из России, когда я был еще ребенком. Я гражданин Америки, но считаю себя русским. Прошу прощения, что буду говорить по-английски, мой английский гораздо лучше, чем русский, так что надеюсь, всем так будет удобнее. Я могу легко переключаться, но по-русски я буду говорить хуже.

Совсем недавно я ужинал с одним хорошим другом, который только что был номинирован на четыре «Оскара». И вот мы сидим, и мой друг, который хочет заняться производством фильмов, спрашивает Стивена Сэкстона (ему принадлежит компания Hollywood Studios International): «Как снять успешный фильм? Вам это явно хорошо удастся». «Ну это очень просто, все, что вам нужно — это отличный сценарист, отличный режиссер, замечательные актеры, налаженная дистрибуция, безупречный маркетинг и немного везения». И он сказал: «Ну да, все ясно».

В крупнейших голливудских студиях действительно понимают, как это делать на неизменно высоком уровне, и все равно не все картины становятся успешными. Мы действительно получаем награды «Оскар» каждый год, и получаем их в больших количествах. У нас бывают и неудачи, но большинство картин, снятых крупнейшими студиями Голливуда и выходящих в мировой прокат, в конечном итоге зарабатывают хорошие деньги.

Возникает вопрос, как взять эту модель и применить ее к России? Потому что Россия, откровенно говоря, является захватывающим рынком. Россия с поразительной скоростью набирает обороты, но здесь существуют и нерешенные вопросы. Я хотел бы отметить пару тенденций и затронуть вопросы, поднятые Алексеем.

Позвольте начать с тенденций. Я люблю цифры. Я буду подкреплять свои доводы цифрами рынка киноиндустрии в Америке и в России. К примеру, в этом году в России рынок проката составил более одного миллиарда долларов США, не так ли? Для сравнения, в США это 10 миллиардов долларов.

Но знаете что? Эти 10 миллиардов долларов — лишь малая доля того, что студии получают в конечном итоге. Студии зарабатывают еще 18 миллиардов на вторичной продукции: на DVD, Blu-Ray, кабельном телевидении, через интернет-прокат или «видео по запросу», — откровенно говоря, с развитием российского рынка, перспективы как для самих картин, так и для кинотеатров, стремительно растут.

Но пока что в общей сложности мы сравниваем около 30-ти миллиардов долларов в США с одним миллиардом в России. Это неплохо, потому что еще несколько лет назад не существовало даже этого миллиарда. Теперь встает вопрос, как организовать совместное производство? Как найти финансирование? Как из местного материала создать что-то, что будет иметь отклик во всем мире?

Я привел несколько цифр и хочу сказать, что в действительности единственное место на земле, где знают, как создавать картины, пользующиеся успехом во всем мире — это Голливуд. Секрет успеха — в привлечении звезд мирового масштаба. Если есть звезда, то вы соберете звездный пакет, в который войдут сценарист, режиссер, актеры. Вы собираете всех этих людей вместе, крупные студии вкладывают свои средства, и эта картина будет продаваться по всему миру. В отличие от этого, сейчас, когда вы снимаете российский фильм, вы в основном делаете это для России, и это справедливо не только для России. Большинство фильмов, снятых в Китае или Германии, никогда не попадет в кинотеатры других стран. Во всяком случае, очень немногие из них смогут это сделать. Так возникает вопрос, как можно приложить российскую самобытность к голливудской модели и совместно создать что-то ценное?

В действительности, очень успешные продюсеры в Голливуде, как мой друг Стивен, или другие успешные люди, которые сделали невероятную карьеру, ищут творческие идеи повсюду. Сценарий может прийти из России. Но было бы легче, если бы сценарий пришел вместе с мешком наличных и потенциально уникальным режиссером.

Если вы хотите заполучить всемирно известную звезду то столкнетесь с тем, что всеми ими распоряжается горстка агентств в Голливуде. Вы в конечном итоге будете вынуждены комплектовать вашу картину в Голливуде. Так что если вы хотите создавать фильмы, которые будут интересны всему миру — безусловно, путь существует: придется отправиться в Голливуд, частично привнести свою специфику и собрать все воедино.

Если вы хотите, чтобы российская киноиндустрия зарабатывала больше денег, чтобы она стала более самодостаточной, как уже говорили другие коллеги в данной дискуссии, одним из важнейших вопросов является пиратство. В России вторичная продажа кинопродукции практически не

приносит прибыли, что сильно бьет по рынку. Если Вы не только не можете окупить затраты для выхода на международную арену, но и больше половины вашего дохода к вам просто не попадает, потому что нет соответствующей бизнес-модели, значит, ваши киобюджеты и ваша бизнес-модель радикально изменились. Поэтому сейчас чрезвычайно важно перестроиться. Вам придется сократить бюджеты и тому подобное. На этом моменте я бы хотел остановиться и ответить на любые возникшие вопросы.

А. Пивоваров:

Вы очень подходящий человек, чтобы говорить о копродукции, и, пока я не услышал Ваше выступление, я думал, что Вы россиянин, который просто работает в Америке и именно поэтому хочет говорить на английском.

Давайте продолжим знакомство с зарубежным опытом. Подчеркну еще раз, что мы сейчас обсуждаем в первую очередь копродукцию, говорим о том, как это меняет наш кинопроцесс и как нам интегрироваться с помощью кинопродукции в мировую систему кинопроката. Я с удовольствием предоставляю слово Андреасу Шрайтмюллеру, компания Arte, Франция – Германия.

А. Шрайтмюллер:

Да, я, конечно, работаю на французко-немецкий канал, а мы говорили здесь о России и Индии, и совершенно ясно, что две относительно небольшие страны, такие как Германия с ее 80-ю миллионами жителей и Франция с 60-ю, ставят перед собой другие задачи и цели, чем такие страны, как Россия и Индия.

Но, тем не менее, выступая от имени Европы, хочу сказать, что главная проблема нашей киноиндустрии состоит в ее крайней фрагментарности:

слишком много маленьких стран, которые в основном работают только на свой рынок.

Как отметил Павел, во многих странах мира, в особенности в небольших странах, таких как Дания, Словакия, или Венгрия, фильмы производятся только для внутреннего рынка. И, конечно, совершенно очевидно, что в небольших странах, включая Италию, Испанию, Францию и Германию, внутренний рынок кино слишком мал, чтобы позволить себе фильм с высоким или даже средним бюджетом. Это невозможно.

К примеру, средний бюджет для немецкого фильма составляет около пяти миллионов евро. Во Франции цифра немного выше, но сходная. По сравнению с фильмами в Индии или в Голливуде, это ничто.

Даже если большой талант может иногда компенсировать нехватку средств, это происходит крайне редко. В особенности для кино, которое должно поражать воображение и создавать фантастические вселенные. А для этого в большинстве случаев нужны деньги.

Так что проблема состоит в том, что рынок в Европе раздроблен, и это связано с очевидной спецификой Европы — множеством языков.

У нас много языков, что с одной стороны является источником богатого культурного наследия, а с другой стороны — проблемой для кинобизнеса, так как фильмы очень редко экспортируются. Если Павел говорил об экспорте фильмов по всему миру, то мы были бы рады экспортировать их в соседние страны. Германия соседствует с девятью странами, и все они были бы рады это сделать.

Я думаю, для совместного производства очень важны два момента. Во-первых, очень важно, чтобы у проекта была стратегия и программа. Естественно, воображение, культура и творчество обычно являются противоположностью каких-либо программ, структур и волюнтаризма, но я думаю, что для начала очень важно иметь программу, стратегию и стремление к совместному сотрудничеству.

К примеру, на нашем небольшом канале существует программа по производству шести совместных французко-немецких картин в год. Могу с уверенностью сказать — поскольку имею более чем десятилетний опыт — что без такой программы не было бы ни одной совместной ленты. Так как в создании подобного проекта возникает много сложностей, которые могут привести к его прекращению, иногда абсолютно необходимо иметь подобную программу совместного производства. Вам придется ей следовать, тогда у вас будет стимул преодолеть проблемы, которые возникают из-за национальных различий в системах, в подходах к финансированию и производству фильмов в различных европейских странах. Проблемы могут быть не под силу обычному совместному проекту, и для него нелегко найти партнеров, поэтому политическая воля может стать важной отправной точкой.

Я всегда провожу сравнения с компанией Airbus. Около 25-ти или 30-ти лет назад казалось совершенно абсурдным, что европейские компании смогут бросить вызов американскому рынку, если будут производить крылья на юге Франции, двигатели — на юге Британии, а остальные запчасти — на севере Германии. Но это работает. Действительно работает. Потому что в эту идею была заложена политическая стратегия и воля, иначе ничего бы не получилось.

И второй момент состоит в том, что совместное производство, на мой взгляд, не может иметь результата, если вы просто составляете вместе элементы из разных культур и языков. Это не работает. Вы должны иметь по-настоящему оригинальные мысли и собственную культуру. Даже в голливудских и американских фильмах, меня всегда поражало то, что почти в каждом американском фильме четко определено, где происходит действие, в каком городе, в каком штате, и в фильме раскрывается богатство и колорит данного конкретного региона.

Не нужно пытаться снять фильм, чье повествование начинается в Финляндии и заканчивается в южной Италии, по ходу охватывая максимальное число стран. У вас должна быть самобытная история, разворачивающаяся на фоне конкретных обстоятельств. Все европейские фильмы, которые добились успеха в других странах были очень и очень специфичны. Например, немецкие ленты *«Жизнь других»* и *«Гуд бай, Ленин!»* — это очень и очень немецкие фильмы. Таким образом, вы должны быть аутентичны, в противном случае это не сработает. Как вариант решения, можно привлечь европейских звезд, хорошо известных в других странах, и предложить им сыграть роли в историях, которые будут аутентичными и специфичными для определенной страны. Но для этого необходимы звезды, и на данный момент их в Европе очень мало, в чем и заключается проблема.

А. Пивоваров:

Я могу навскидку вспомнить только Пенелопу Крус. Спасибо большое. Андреас несколько раз в своей речи обращался к индийскому опыту и индийскому рынку. Я предоставляю слово господину Аруну Рангачари, председателю DAR Capital Group.

А. Рангачари:

Здравствуйте. Меня зовут Арун Рангачари, и я представляю компанию DAR Capital Group. Изначально мы были не кинопродюсерами, а частной акционерной компанией, как и следует из названия. Мы начали заниматься производством фильмов всего несколько лет назад. Мы сделали значительные вложения в индустрию развлечений и СМИ в Индии, а затем решили обратиться к кинопроизводству, и с этого начался наш путь проб и ошибок.

У меня нет такого опыта, как у Марка Лоло или других участников дискуссии, но я думаю, что, по большому счету, совместное производство ориентировано на брендинг. Совместное производство стоит на четырех столпах.

Первый — это, конечно, финансирование, что в большинстве случаев является наиболее проблемной частью совместного производства. Всегда очень и очень сложно привлечь финансового партнера, у которого будут наличные средства для вложения в проект. Так что первый момент — это финансовая часть.

Еще одним важным моментом является контент. Если вы сопродюсер, какой контент вы создаете? Например, если я делаю индийско-российскую ленту, должен ли я наполнять ее индийским, российским или глобальным контентом? Очень важно задать себе этот вопрос, когда вы беретесь за копродукцию.

Третий важный момент совместного производства — творческое сотрудничество. Копродукции функционируют только в том случае, если обе стороны глубоко вовлечены в производственный процесс и несут полную ответственность за творческий результат на выходе.

И четвертый, на мой взгляд, самый важный момент совместного производства — это стратегия маркетинга и дистрибуции. Я думаю, совместное производство не имеет смысла, если вы не можете его вывести за рамки отечественного рынка. И это то, где я несколько не согласен с Павлом в том, что Голливуд является ответом на все наши проблемы. Очень легко пойти и сказать: «Давайте укомплектуем фильм. Давайте возьмем лучшую голливудскую звезду, лучшего режиссера, и сделаем с ними фильм».

Это не совместное производство. Это американский фильм. Так что нужно найти золотую середину. Есть определенные сюжеты и фильмы, которые находят отклик у зрителей во всем мире. Конечно, мы будем рады

сотрудничать с Голливудом, но существуют определенные темы и фильмы, которые предназначены для гораздо меньшей аудитории и, возможно, для очень узкого круга зрителей во всем мире.

Сегодня для меня очень важный день, поскольку спустя 25 лет я, наконец, достиг окончательной договоренности с моим российским партнером по совместному производству первой индийско-российской картины за 25 лет. Будем надеяться, что этот первый совместный опыт укажет нам путь вперед.

Я уверен, что мы узнаем много нового друг о друге, приобретем новый опыт, сделаем много новых ошибок, и пусть у нас не все сразу получится, но я думаю, что мы движемся в правильном направлении. Я думаю, что мы выработали четкую стратегию. Также надеюсь, что этот совместный проект поможет подготовить почву для многочисленных двусторонних и даже трехсторонних кинолент, которые объединят самые разные страны.

Спасибо.

А. Пивоваров:

Спасибо большое. Давайте теперь все-таки перенесемся на родную почву. Я с удовольствием предоставлю слово Сергею Сельянову.

С. Сельянов:

Мысли разбегаются, потому что есть четыре вопроса, и все они важные, все разные.

А. Пивоваров:

Давайте начнем с копродукции.

С. Сельянов:

Есть двенадцать пунктов, которые мы должны благополучно разрешить, и тогда с нашей индустрией все будет в порядке, и мировая тоже выиграет. Сегодня мы рассматриваем четыре, и копродукция — один из них.

Эти вопросы, эти сложности общеизвестны. Мне кажется, что российской индустрии, помимо развития и продолжения традиционных форм копродукции, нужно сделать упор на продвижение российских фильмов на зарубежные рынки с помощью собственных инвестиций, точнее, участия в бюджетах на выпуск в разных странах мира. Основные риски, связанные с любым иностранным кино, кроме голливудского, на локальной территории, например, во Франции, известны. Все боятся — дистрибьюторы очень пугливый народ, и этот страх оправдан — что будет неудача, что в фильм будет вложено достаточно много денег, а затраты не вернутся, потому что русское кино во Франции — зверь не очень известный и не очень понятный. И в ряде случаев они с сожалением отказываются от покупки или выпускают его очень осторожно. Российский фильм становится незаметен, даже если он относительно успешен, из-за того что они страхуются. Повторяю, что это оправданная страховка, потому что риски любого локального дистрибьютора действительно очень велики. Давайте представим себе на секунду, что существует некий фонд, некий ресурс с государственными и частными деньгами, который способен на основании экспертных оценок минимизировать риски французского — раз я уже взял Францию за пример — дистрибьютора при выпуске российской картины. То есть эксперты говорят: «Да, этот фильм может выйти на 500-х копиях. Да, для этого нужно вложить миллион евро, но мы боимся. Риски очень велики. Мы не готовы, хотя вероятность успеха весьма велика. Во всяком случае, она есть». Тогда фонд — тот самый, который я обозначил, — говорит: «Окей, мы берем на себя 700 тысяч евро из миллиона. Проценты, естественно распределяться будут иначе, если у нас будет прибыль, но давайте это выпустим, что называется, “по-взрослому”. Давайте сделаем

рекламу, давайте приложим все необходимые маркетинговые усилия и так далее». Я думаю, что с помощью такого инструмента можно добиться того, что через пять лет присутствие двух–трех российских фильмов на французском рынке будет уже некой привычной картиной, и эта пугливость французских дистрибьюторов в отношении российских картин существенно уменьшится, а может, даже перейдет в восторг, и за нашей продукцией будут стоять в очередь. Вот эту нехитрую мысль я хотел вам сообщить. Спасибо за внимание.

А. Пивоваров:

Спасибо вам большое, и отдельное спасибо за краткость. Давайте еще раз поинтересуемся мнением мейджора, представленного в России, по обсуждаемому вопросу. Напомню, мы говорим сейчас о копродукции. Пожалуйста, Марина Жигалова-Озкан, гендиректор Disney в России.

М. Жигалова-Озкан:

Добрый день, уважаемые коллеги. Мы, компания Disney, очень активно работаем на российском рынке, и наша стратегия несколько отличается от того, о чем говорили коллеги. Мы, наоборот, делаем копродукцию в России и хотим делать ее для российского рынка. Мы считаем, что залогом успеха при создании локального контента, который предназначен для российского рынка, в первую очередь, является работа с российскими ключевыми игроками и лидерами в производстве. Приведу несколько примеров. Мы сделали российский фильм «Книга мастеров» вместе со студией «ТРИТЭ» и очень довольны результатами: две недели он был лидером проката — даже «Пираты Карибского моря 4» на второй неделе уступил лидерство конкуренту — и девять международных призов. Это говорит о том, что, хотя это и локальный продукт, он был интересен зрителям в других странах. Мы вошли в новый проект, тоже копродукции, с крупным российским игроком —

это Первый канал. Мы будем совместно делать сериал и кино, связанные единым сюжетом. По нашему мнению, подобные копродукции, с одной стороны, позволяют студиям, активно работающим на локальных рынках, становиться более сильными и более интегрированными игроками, с другой — дают им возможность продуктивной работы с российскими коллегами и обмена опытом, потому что я считаю, что обмен опытом должен быть двусторонним.

Конечно, наши голливудские студии имеют огромный опыт и множество ноу-хау, но, работая на российском рынке, мы должны в первую очередь ориентироваться на российские реалии. В России есть высококлассные специалисты, пусть и не так много, как уже говорил Марк, но им интересно и важно участвовать в сотрудничестве, в передаче ноу-хау технологий производства и бизнес-моделей финансирования; говорить о том, как эффективно заранее просчитывать инвестиции, как планировать инвестиции в кино. Нам также интересно участие в специальных образовательных программах, потому что мы, как студия, которая работает на российском рынке, можем обеспечить доступ к тому ноу-хау, которое существует в Голливуде, если говорить о студии Disney. И нам было бы интересно готовить именно те кадры, которых сейчас нет. Да, это новое поколение, но без инвестиций в образование говорить о большом количестве высококачественных картин, которые обеспечили бы потребность, вероятно, сложно. Спасибо.

А. Пивоваров:

Спасибо большое. Давайте удержим взятый темп и продолжим с этой же темой. Кира Саксаганская, сопродюсер киностудии «Рок».

К. Саксаганская:

Здравствуйте. Кира Саксаганская, студия «Рок», которую возглавляет режиссер и продюсер Алексей Учитель.

Наша компания только начинает свои шаги в сфере международной копродукции. Это не просто, и мы очень рассчитываем на поддержку наших органов, финансирующих киноиндустрию по участию в совместном производстве.

Сейчас мы хотим включиться в совместный проект с французской компанией, которая называется Les Films du Poisson, это наши друзья из Франции. На этом пути я хотела бы отметить только одно. В целом, это изыскания собственно продюсерские: это поиски проектов, которые будут сниматься в России, которые будут интересны российскому зрителю и в которых будет участвовать большое количество российских артистов. Это поиски собственно французского продюсера, уже хорошо зарекомендовавшего себя. Компания Les Films du Poisson произвела картину «Турне» Матье Амальрика и была признана лучшей французской продюсерской компанией. Но это просто маленькое замечание по поводу того, что это все индивидуальные вещи. Сергей Сельянов совершенно правильно сказал о том, что мы очень нуждаемся в международном продвижении. Если говорить о мейджорах и голливудских компаниях, чем мы собственно обладаем? Мы обладаем ценнейшим продуктом — русской классической литературой, но мы почему-то не можем пользоваться так удачно нашими достижениями, как ими пользуются голливудские компании. Достаточно было Опре Уинфри прочесть «Анну Каренину», и картина с Кирой Найтли и Джудом Лоу «Анна Каренина» уже в запуске. К сожалению, это делаем не мы, и мы в этом, к сожалению, не участвуем. Наверно, нам стоит обратить внимание на тот потрясающий контент, которым мы обладаем. Такой очень маленький комментарий маленького продюсера. Спасибо.

А. Пивоваров:

Спасибо. Надеюсь, мы сегодня выслушаем и Алексея Учителя тоже. Слово Максиму Михайлову, вице-президенту NBC Universal, поскольку нам, в первую очередь, интересен международный опыт, ведь мы находимся на питерском Форуме.

М. Михайлов:

Спасибо. Universal Pictures имеет достаточно большую историю копродукции с различными международными компаниями. Наиболее яркий пример — это, пожалуй, наше многолетнее сотрудничество с британской студией Working Title, которая на определенном этапе выдавала от 10% до 15% нашего слэйта. Существует и ряд других проектов в Европе. Мы достаточно плотно сотрудничаем с европейскими компаниями, студиями и каналами. В России наш опыт был ограничен, но, тем не менее, весьма удачен и разнообразен. Прежде всего, это опыт работы с Тимуром Бекмамбетовым. Те два проекта, которые были сделаны, были заметны, и они отличаются по подходу. В первом случае Тимур фактически снимал голливудское кино, «Особо опасен», которое было весьма успешно по всему миру и в России в том числе. Во втором случае речь идет о совместном проекте «Черная молния», который был прежде всего заметен и весьма успешен в России. Думаю, не так много российских фильмов может похвастаться тем, что они достойно выжили под катком «Аватара».

Таким образом, с одной стороны, интерес в российском рынке в плане копродукции присутствует, и мы всегда готовы обсуждать самые различные проекты. С другой стороны, существует целый ряд сдерживающих моментов, тех самых, о которых уже говорили, — в частности, достаточно высокие дистрибьюторские риски за пределами России. Фактически при рассмотрении любого российского проекта приходится оценивать его с точки зрения рентабельности именно на российском рынке. Я

присоединяюсь ко всем идеям, которые были здесь высказаны о том, как можно исправить это положение. Мы всегда готовы к любому диалогу, готовы рассматривать любые варианты.

А. Пивоваров:

Большое спасибо. Я позволю себе перейти к вопросу, который здесь уже был поднят несколько раз, и этот вопрос представляется на самом деле фундаментальным. Это вопрос о специалистах, которые будут работать в этой индустрии в ближайшие годы и в стратегической перспективе. Это вопрос о людях, которые будут делать все то, о чем здесь говорилось. Как воспитывать этих специалистов? Есть ли какой-то единый стандарт? Кем должны быть те люди, которые будут учить будущих специалистов в области кино и в первую очередь кинобизнеса? Для начала я хотел бы предоставить слово Александру Евменову, ректору Петербургского государственного университета кино и телевидения, поскольку это представляется Вашей непосредственной епархией. Спасибо.

А. Евменов:

Спасибо. Санкт-Петербургский университет кино и телевидения является одним из крупнейших киновузов России, и его уникальность состоит в том, что мы готовим специалистов — как творцов, так и технарей и экономистов. В условиях недофинансирования высшей школы, характерного для всех наших вузов, постепенно стал складываться разрыв между теми компетенциями, которые мы можем в рамках существующего финансирования давать студентам, и теми требованиями и компетенциями, которые требует от специалистов киносообщество. К этому также добавились диспропорции: так как производство специалистов в области цифровой техники, кинопроизводства, обработки и так далее — это достаточно материалоемкие процессы, произошел сильный перекос в

сторону гуманитарных и менее материалоемких производств наших специалистов. Я возглавил вуз полгода назад, и, чтобы как-то избавиться от этого, я, как молодой ректор, пошел таким путем: в первую очередь, на мой взгляд, выход для всех вузов — это создание попечительского совета, причем такого, который бы объединял ведущих игроков кино- и телепроизводства как из России, так и из-за рубежа. В наш попечительский совет вошли такие специалисты, как Пичугин, Бондарчук и другие, со стороны зарубежных представителей это и Александр Шапиро, и Сергей Рахлин.

Что касается международного сотрудничества, невозможно подготовить качественного специалиста, который бы не опирался на международный опыт, на опыт ведущих студий, таких как Голливуд. Уже в первые месяцы у нас были проведены форумы, на которых присутствовали ведущие специалисты из Голливуда: это и сценаристы, и актеры, и специалисты по спецэффектам и так далее. Очень большое значение приобретает интеграция студентов в мировое киносообщество, поэтому мы уделяем этому достаточно много времени. У нас существует такой проект «Тройка», когда несколько человек из Англии, Франции и России объединяются в интернациональные группы, объезжают три эти страны и снимают фильмы, которые впоследствии становятся предметом обсуждения. Конечно, немаловажно и привлечение к преподаванию наряду с зарубежными специалистами, которых мы можем привлекать на условиях проведения мастер-классов на срок до месяца, и наших ведущих специалистов. У нас такой опыт есть: кафедра продюсерства, где работают ведущие российские продюсеры — Сергей Сельянов, Сергей Мелькумов и другие. Если говорить об анимации, это Бронзит и другие. На мой взгляд, основной выход — это привлечение из реального кинопроизводства специалистов высшего класса, и второй, неизбежный, без которого нельзя обойтись, — это привлечение

зарубежных специалистов на постоянной основе для преподавания в нашем вузе. Спасибо.

А. Пивоваров:

Спасибо. Попечительский совет — это действительно интересная тема, и я предлагаю ее развить. Здесь присутствует Эдуард Пичугин, как раз Председатель попечительского совета Питерского университета кино и телевидения и председатель совета директоров «КИНО СИТИ». Понятно, в чем Вы видите свою миссию, но скажите, как вы делите полномочия с руководством вуза, участвуете ли вы в текущих вопросах? Как это все происходит, где и как вы заседаете?

Э. Пичугин:

Да, прогнозируя сегодня развитие киноиндустрии в целом, Сергей Сельянов правильно сказал о 12-ти вопросах, которые нужно в комплексе и системно решать. Но вопрос образования, который мы сейчас обсуждаем, является, вероятно, одним из важнейших. И сегодня я осмелюсь сказать, что в России ни один игрок, ни один участник рынка или киноиндустрии, и в том числе государство, не в состоянии сейчас решить эту задачу в одиночку. Она может быть решена только сообща. Поэтому, говоря о проблеме кинообразования и о подготовке кадров, можно повторить то, что сказал сегодня Марк: у нас сотни продюсеров, режиссеров, но в действительности у нас в киноиндустрии на сегодняшний день более сорока вузов. Если говорить про Университет кино и телевидения, то там учится порядка шести тысяч студентов; во ВГИКе тоже учится несколько тысяч студентов. Это к вопросу Марка о том, где они.

Говорить о качественном образовании, о реальных изменениях можно только в том случае, если мы будем действительно походить к этому у вопросу сообща и, как правильно сказал Александр Евменов, сегодня с

вузом сотрудничают лучшие или, во всяком случае, наиболее активные продюсеры, операторы и другие специалисты. Наша миссия — помочь бизнесу прийти в Университет, потому что те проекты, которые мы запланировали — мы запускаем крупные инвестиционные проекты — они также сориентированы на работу в этих проектах менеджеров и серьезных, правильно подготовленных специалистов. Мы сами занимаемся подготовкой этих специалистов. Я преподаю в нескольких вузах, в том числе и во ВГИКЕ и в Университете кино и телевидения, и мои выпускники и дипломники работают в итоге в наших компаниях, то есть это действительно важный вопрос. В этом году мы создали такую площадку, как форум «Кино России 2020», и пригласили участников к работе над всеми двенадцатью вопросами, о которых говорил Сергей Сельянов. Среди прочего на нашем форуме комплексно рассматривался вопрос об образовании. Говорить об этом можно долго, и я думаю, у каждого из присутствующих есть что об этом сказать. Тема не новая, но очень животрепещущая и насущная. Эта площадка, площадка Экономического форума, — тоже помощь нам в решении этой задачи, поскольку происходят знакомства, договоренности, интеграция — например, договоренности между «RWS» и Университетом кино и телевидения — буквально перед этими дверьми состоялись хорошие, конструктивные переговоры. Все состоит из таких деталей.

Единственное, что я хочу добавить к презентации «КиноСити-Скай» господина Расулмухамедова: мы говорим не только о продвижении технологии на рынок и в бизнес, мы говорим как раз о модернизации материально-технической базы университетов и приглашаем к сотрудничеству выдающиеся, сильнейшие компании. Так, если говорить о проекционном оборудовании, то это и компании Christie и BARCO, и технологии DCI. Мы также пригласили уважаемую компанию UFO, чтобы вместе выработать комплексные решения. Спасибо.

А. Пивоваров:

Спасибо. Давайте все-таки продолжим разговор о подготовке специалистов. Здесь присутствует ректор еще одного профильного Института повышения квалификации сотрудников телевидения и радиовещания Константин Огнев. Я бы хотел спросить, можно ли сейчас вообще говорить о повышении квалификации? Вероятно, имеет смысл говорить о совершенно другой подготовке — подготовке специалистов совершенно другой квалификации, подготовке их с нуля. Можно ли повысить квалификацию тех, кто уже нашел себя в индустрии?

К. Огнев:

Алексей, можно сказать, что я попал сюда тоже из другой сферы, и, наверно, стоит говорить не только о киноиндустрии, но о медиаиндустрии в целом. Вы прекрасно знаете, что основной контингент нашего института — это сотрудники региональных телерадиокомпаний и печатных СМИ, где работает огромное количество людей, которые не имеют профильного образования и осваивают профессию непосредственно на производстве. Чаще всего сами наши будущие слушатели, а не руководители компаний, понимают, что им это необходимо. Кому-то необходим теоретический фундамент для того, чтобы двигаться дальше: например, ассистент оператора хочет стать оператором. Кому-то необходим практический опыт, кому-то необходимо освоение новых технологий и так далее. Даже в советский период истории у нас существовала программа повышения квалификации. Каждые пять лет все сотрудники разных отраслей должны были проходить курсы повышения квалификации. Сегодня с учетом того, как развивается техника, это должно происходить каждые два года. Но в рамках государственной программы этого не происходит. Это проблема, которую необходимо решать.

Если вернуться к теме дискуссии, я бы хотел отметить несколько составляющих. Вспомним опыт истории: классиков, которые создавали наш отечественный и мировой кинематограф, Рене Клера и многих других. Они были в равной степени и теоретиками и практиками, они осмысливали свой опыт и создавали фундамент — теорию кино, теорию экранных искусств. Сегодня это направление у нас умерло. Это первое обстоятельство.

Второе обстоятельство — само наше кинематографическое образование. Раньше оно состояло из двух частей, и это могут подтвердить коллеги, которые здесь присутствуют: Игорь Толстунов, Сергей Сельянов. Мне, например, как студенту ВГИКа производственная практика, которая была на каждом курсе, особенно семь недель на Мосфильме, и два месяца редакторской практики дала больше, чем три года обучения в институте. Я примерно сопоставляю не весь курс целиком, а некоторые его части. Со второй половины 80-х годов пошел разрыв в кинообразовании: студенты предоставлены сами себе, никакой производственной, продуманной практики они не имеют. Это и наша вина, и наша беда — это одна из тех причин, почему к этим специалистам, выпускникам наших институтов, предъявляется столько претензий. Это второе обстоятельство.

Третье обстоятельство касается следующего. В советский период истории подготовка кадров носила характер «безотходного» производства. Если человек не защищал диплом на «отлично», он шел и считал за честь работать вторым режиссером или ассистентом режиссера, то есть работали профессионалы. Их общегуманитарный уровень позволял им работать и в первом, и во втором звене, и они не чувствовали себя ущемленными. Сегодня, как вы знаете, второе звено у нас выбито абсолютно. Это относится и кинематографу, и к телевидению. Эту проблему нужно решать комплексно. На сегодняшний день наше отставание носит достаточно значительный характер и внедрение зарубежного опыта необходимо.

На сегодняшний день наш институт реализует очень большой проект: спортивное вещание и подготовка специалистов для Олимпиады 2014-го года. Это чисто прагматичная, ремесленная подготовка людей на новых технологиях. При этом им дается и какой-то необходимый теоретический фундамент. Найти этот баланс чрезвычайно сложно. Наши киноинституты, как и все высшее образование, находятся в сложных условиях, потому что существует государственный стандарт, отступление от которого чревато лишением лицензии. Дополнительное профессиональное образование, структурой которого является наш институт, — факультет дополнительного образования есть также во ВГИКе и в Санкт-Петербургском университете кино и телевидения — занимается повышением квалификации, переподготовкой кадров, целевой подготовкой тех специалистов, которые необходимы отрасли в оперативном порядке. Проблемы в данной сфере могут быть решены при определенной поддержке не только государства, но и отрасли, то есть как раз тех продюсеров, которые заинтересованы в подготовке кадров. К сожалению, среди них очень немного таких, которые готовы вкладывать в это деньги и предоставлять свою базу для практических занятий. Но они есть: я в этом институте четыре года, и за это время мы достаточно успешно запустили сценарную мастерскую совместно с кинокомпанией «АМЕДИА» при помощи Александра Аكوпова, запустили продюсерскую мастерскую с Олегом Осиповым, «ЛЕАН-М». Могу привести множество примеров, но не хочу занимать ваше время. Спасибо.

А. Пивоваров:

Спасибо. Я вижу, что Марк Лоло хочет что-то добавить.

М. Лоло:

Простите, но я вынужден вклиниться и сделать две ремарки. Во-первых, при чем здесь телевидение? Коллеги, давайте еще раз повторим: мы

говорим про кинобизнес, то есть бизнес кинотеатральный и бизнес полнометражных фильмов. Телевидение — это отдельный вид бизнеса, с чего я сегодня и начинал. Существует путаница — кино телевизионное, кино дивидендное или кино кинопрокатное. Если мы говорим о кинобизнесе, то это бизнес кинопрокатных фильмов в кинотеатрах.

Вторая ремарка касается образования. Я обратил внимание, что в стране действительно порядка сорока вузов. Некоторые, к сожалению, влечат жалкое существование, некоторые достаточно успешны, известны, модны и как-то пытаются заниматься образованием. Проблему я вижу только одну и очень серьезную: кинобизнес, о котором мы с вами говорим, состоит из трех ключевых частей. Это производство — в смысле образования кадров в производстве вроде бы все неплохо, есть ВГИК, есть ряд других интересных институтов, где все очень живо; это кинопоказ, то есть кинотеатры — там тоже нормально готовят нормальных специалистов, киномехаников и так далее; и, наконец, это кинопрокат — те самые злосчастные дистрибьюторы, те самые злобные Буратино, от которых зависит выпуск, успешный выпуск или вообще невыпуск того или иного фильма.

Я вижу проблему в том, что в стране есть всего одна кафедра, которая называется «Менеджмент кино» в Университете управления, где я, кстати, преподаю. Но даже на этой кафедре я был в шоке, когда студенты мне сказали, какие они проходят предметы. Никакого отношения к современной кинодистрибуции это не имеет. Они занимаются изучением каких-то древних наук, никому не нужных, мертвых и не употребляемых в практике. Нет ни одной кафедры, тем более вуза, который бы готовил менеджеров для дистрибуции, а ведь именно они принимают решение, выпускать ли фильм, и от них зависит, насколько умело фильм может быть выпущен. Сегодня не более десяти дистрибьюторских компаний — пять или шесть — работает более или менее профессионально. Туда попадают кадры с нуля, они берут

молодежь, как это делает «Централ Партнершип»: мы берем кадры с нуля и в течение года обучаем их в жестком режиме. Если выплыл — двигается дальше, нет — уходит.

А. Пивоваров:

Марк, я правильно я понимаю, что вы готовы вкладываться в это своими деньгами только в смысле подготовки вашей компанией специалистов для себя на своей базе?

М. Лоло:

Я хочу сказать, что стране необходим полноценный вуз или несколько кафедр в ключевых вузах, которые бы занимались образованием менеджеров, созданием менеджеров дистрибьюторских компаний.

А. Пивоваров:

А крупнейшие кинокомпании должны участвовать в этом финансово?

М. Лоло:

Крупнейшие кинокомпании участвуют финансово путем образования этих кадров у себя на местах. Мы готовы брать из этих вузов людей для повышения квалификации уже на месте. Но этим должны заниматься крупнейшие вузы. Потому что сегодня такой специальности, как кинодистрибьютор, не научиться нигде, кроме как на практике в этих компаниях. Люди приходят с нуля и тратят год-два жизни на то, чтобы обучиться этому искусству.

Еще раз повторюсь: дистрибьюторы — это та самая таможня, через которую не проходит около 30% вполне достойных картин по причине высокорисковых вложений. Кинобизнес — штука дорогая, а дистрибуция —

очень высокорисковая. И этим объясняется ряд неудач вполне неплохих российских кинопрокатных картин.

А. Пивоваров:

Спасибо. А у меня вот сходный вопрос к Анне Крутовой, вице-президенту «СТВ». Вы готовы вкладываться в работу вузов или Вы также считаете, что подходящих вам специалистов нужно готовить самостоятельно на собственной базе?

А. Крутова:

Я отвечу так. Вот сидит Сергей Сельянов, мой руководитель, с которым мы много занимаемся темой образования на общественных началах. Вообще это странный вопрос к продюсерам. Продюсеры снимают кино. Как они могут вкладываться в образование, и почему этот вопрос поставлен так непрофессионально? Безусловно, Марк Лоло правильно сказал: на базе наших студий мы готовы выдавать гранты, мы готовы брать студентов.

А. Пивоваров:

Так ставят вопрос вузы.

А. Крутова:

Я хочу немного поговорить о другой области. Все-таки мы находимся на международном форуме, а не на внутреннем российском. Что обсуждать, как у нас все плохо? Давайте чуть-чуть поговорим о хорошем, о том, что мы действительно делаем. Во-первых, в Ассоциации теле- и кинопродюсеров, которую я представляю, сейчас решается вопрос о том, как импортировать западные методологии образования в нашу страну. Это то, о чем говорил Константин Огнев, и мы с ним это обсуждаем, работаем над этим и, надеюсь, осуществим. Больше всего нас интересуют американцы,

американские методики — это понятно. У нас огромное количество талантливых людей, и мы не хотим говорить о том, что в наших вузах плохое образование. Мы не хотим его менять, мы не хотим туда внедряться, но мы говорим о том, что необходима альтернативная форма образования, дополнительного образования в нашей стране. Надо учить именно ремеслу. Самая плачевная ситуация у нас со сценаристами. Все продюсеры могут сказать, в каких тяжелейших условиях разрабатываются у нас сценарии, — в разработке сценария коллективно участвует практически вся продюсерская компания. И мы очень хотим запустить именно этот курс. Вот Сергей Толстиков нам помогает, Слава Тельнов нам помогает. То есть мы говорим о том, что государство подключается, будет выделен дополнительный государственный бюджет на образование. Вот это самое главное направление, которым здесь надо заниматься. Надо создавать альтернативные площадки образования, потому что на то, чтобы менять, ломать систему, у нас жизнь уйдет. А нам это нужно быстро и энергично, и я надеюсь, что с нового года мы сможем запустить хотя бы первый курс сценаристов по американской методике. Мы уже провели переговоры с Южнокалифорнийским университетом, и у нас есть абсолютное понимание того, как это происходит, какие это деньги, и первое, на что они заточены, — это на подготовку наших педагогов, которые будут здесь работать. Это абсолютно техничный процесс. Константин Кириллович, вы со мной согласны? Мы с Вами изучили бумаги, и, похоже, что из этого что-то получится.

Конечно, все продюсеры в этом крайне заинтересованы, но надо прекратить спрашивать их, готовы ли они финансировать. Как может продюсерская компания финансировать вуз? Это непрофессионально и неправильно. Мы готовы помогать, мы готовы обучать, мы готовы брать на работу, предоставлять практику, давать мастер-классы. Мы ко всему этому

готовы и тратим на это массу времени, но финансировать вузы мы не будем, это совершенно точно.

А. Пивоваров:

Александр Евменов готов что-то сказать по этому поводу.

А. Евменов:

Не совсем понятна ситуация, когда вузы недофинансируются. Мы уже имеем достаточный опыт приглашения голливудских звезд первой величины для организации именно подготовки кадров. Мне кажется, создание какой-то отдельной структуры не совсем рационально, причем не на свои деньги, а на государственные. Государству не проще дать необходимые средства, и мы это делаем за счет внебюджетных средств, которые сами зарабатываем. Тем не менее, мы осознаем значимость этого и приглашаем к себе голливудских звезд, чтобы они повышали квалификацию наших студентов. Мы тоже находим эти внебюджетные средства.

А. Пивоваров:

Эдуард Пичугин, буквально одну реплику, пожалуйста.

Э. Пичугин:

Я просто добавлю, что не все так плохо. Уже второй год мы вместе с «Каро Премьер» — Алексея Рязанцева все знают, — и еще несколько наших коллег приходим и читаем курсы студентам. Правда, всего второй год, поэтому только сегодня мы получаем дипломированных специалистов, но они уже есть. Я соглашусь с тем, что говорил Марк. Это информация для всех: мы над этим работаем, полгода, как начал работать новый ректорат и новый ректор в Университете кино и телевидения, мы открываем филиал в

Якутске, филиал университета работает в Москве. То есть мы движемся этим путем, мы знаем эти проблемы и стараемся вместе, сообща их решать. Я опять же приглашаю всех к сотрудничеству. Кстати, Сергей Сельянов преподает в университете и только что принимал экзамены. Так что все участвуют в этом процессе. Спасибо.

А. Пивоваров:

Спасибо. Я хотел бы предоставить слово Алексею Учителю, худруку киностудии «Рок». Очень интересно Ваше мнение о подготовке специалистов.

А. Учитель:

Вы знаете, я, к счастью или к несчастью, совмещаю в себе режиссера и продюсера и веду режиссерский курс во ВГИКе, поэтому имею полную картину.

Я ярый сторонник копродукции, я двумя руками голосую за нее, она должна быть. Но я хочу задать всем такой вопрос: мы хотим делать копродукцию, но свои лучшие фильмы мы никуда и никогда не продвигаем ни на Западе, ни в Америке, где угодно. Поэтому первое, что надо делать, — это и государственная задача — это продвигать свои лучшие произведения на Запад, потому что без этого мы никуда не двинемся дальше. Дело доходит до парадокса, я сам с этим столкнулся: фильм выдвигается Россией на «Оскар», и ты производишь некое кино, а дальше тебя бросают. А оscarовская кампания — это довольно дорогостоящая вещь, и мы ничего не можем сделать. Даже создав шедевр, никакие «Оскары» мы никогда не завоюем, потому что для этого нужен бюджет, и бюджет немаленький. Россия — единственная страна, которая в период оscarовской кампании не проводит неделю своих фильмов в Лос-Анджелесе, что является парадоксом, и все об этом спрашивают. Поэтому давайте, прежде всего,

займемся тем, чтобы пропагандировать свои лучшие картины, чтобы о нас что-то узнали. Во-вторых, я убежден, что не надо бояться; нужно думать о том, что совместные картины, возможно даже на английском языке, тоже дадут какой-то толчок, и, возможно, мы получим какие-то неожиданные финансовые результаты. Во всяком случае, попробовать нужно. Что касается продвижения, я не закончил своей мысли, сейчас у «Совэкспортфильма» появилось новое руководство, и я надеюсь, что этим начнут заниматься серьезно, последовательно и точно.

Что касается образования, о котором сейчас очень много говорят: первый раз я пять лет назад набрал режиссерскую мастерскую и понял, что мы учим теории, но не учим практической режиссуре, о чем здесь также говорилось. Первое, что я бы сделал, — это в обязательном порядке требовал бы от нынешних студентов, которые будут поступать, чтобы они знали хотя бы один иностранный язык, если мы думаем о будущем. Во-вторых, они должны все время находиться в стадии производства, а не сидения в аудитории. Мы провели такой опыт: обычно во ВГИКе снимают одну учебную работу в год, а студенты, которые учились у меня, снимали по две работы. У нас также есть устаревшие понятия — есть кафедра игрового кино и кафедра неигрового кино, хотя давным-давно пора делать из молодых людей универсалов, потому что только за этим будущее, как показывает мировая практика. Чем хорош, например, ВГИК для нынешних студентов: три мои студентки на несколько месяцев были направлены в Лондон, за это время они должны были найти тему и снять кино вместе с английской группой, и они это проделали очень успешно. Эти все три фильма даже уже получали премии. Я думаю, что это надо делать обязательно. И последнее: еще раз возвращусь к финансированию. Если мы так надеемся на государство, и довольно значительная часть наших картин действительно выходит с помощью государственного финансирования, давайте введем отдельную графу для копродукции. Это

должна быть целенаправленная программа по продвижению и производству картин. Спасибо.

А. Пивоваров:

Большое спасибо. Мы как раз плавно подошли к нашему четвертому вопросу по финансированию. Уже очень много прозвучало вопросов, адресованных государству. Я хочу предоставить слово Вячеславу Тельнову, директору Департамента кинематографии Министерства культуры. Вы вкратце можете ответить на все эти призывы и обвинения?

В. Тельнов:

Здравствуйте. Призывы и обвинения, конечно, все направлены на Министерство культуры, Департамент кинематографии. Хочу всех еще раз поприветствовать. В последнее время проходит достаточное количество конференций. Я возглавляю Департамент около трех месяцев и уже участвовал во множестве конференций. Конечно, хочется прийти к какому-то логическому завершению, какому-то результату. Что касается финансирования, уже два года назад прошла реорганизация государственной поддержки, появился Фонд кино, за которым закреплено финансирование детского, авторского, дебютного, анимационного, игрового кино. В развитие темы, которую сейчас поднял Алексей Учитель, о том, что студенты должны постоянно находиться в работе, могу сказать следующее. В этом году государственная поддержка будет оказана всего лишь восьми дебютным фильмам. Это очень мало, и нужно думать о будущем, о том, как будет развиваться наша киноиндустрия. Фильмов именно дебютного направления должно сниматься 20–30 в год, если мы хотим добиться какого-то результата.

В целом государство, как никогда, повернулось лицом к этой отрасли. Например, наш премьер Владимир Путин возглавляет Совет по кино, уже

увеличено финансирование кинопроизводства. Здесь Сергей Сельянов определил 12 направлений, в которых развивается наша киноиндустрия, и я хотел бы сказать, что нам необходим одинаковый, системный подход по всем направлениям. Тогда мы будем смотреть в будущее, и, надеюсь, что государство все эти направления будет развивать. Но государству не справиться одному, а только в консолидации с нашим киносообществом. Спасибо.

А. Пивоваров:

Спасибо большое. Вы знаете, что у нас создан специальный Фонд социальной и экономической поддержки отечественной киноиндустрии, который во многом и осуществляет финансирование. Я хочу предоставить слово Сергею Толстикову, ответьте, пожалуйста, на заданные вопросы.

С. Толстиков:

Мне нравится этот глагол — «ответьте». Это очень характеризует всю нашу деятельность. «Ответьте!» или «Вы ответите за это!»

Значит сначала два момента: не про финансирование, а конкретные предложения. Марк говорит, что нет кафедры по дистрибуции, и я уверен, что вуза, конечно, не нужно, но кафедра нужна. Возникает вопрос: эта проблема не один день, а уже два-три года чувствуется на рынке — были ли какие-то конкретные шаги со стороны участников рынка, компаний? Были ли в Ленинградском институте или во ВГИКе какие-то предложения создать эту кафедру? Были ли какие-то письма, контакты и тому подобное? Кто-то может мне ответить?

А. Пивоваров:

Марк.

М. Лоло:

Я могу ответить. Компания «Централ Партнершип» предприняла серьезные усилия, выделив на тот момент главу кинодистрибуции, Вашего покорного слугу, для того, чтобы он год назад защитил кандидатскую диссертацию, потом потратил три месяца на разработку курса и еще три месяца каждую субботу тащился на Рязанский проспект, дом 99, чтобы в течение четырех часов преподавать молодым студенткам и студентам, жаждущим знаний. Мне кажется, полгода жизни, потраченные на это, — это очень серьезный вклад. Это очень большие деньги.

С. Толстиков:

Я согласен, Марк. Так кафедру там сделали или нет?

М. Лоло:

Слушайте, вот мне кажется...

С. Толстиков:

Если кафедра нужна, ответьте, кто мешает ее сделать?

М. Лоло:

Кафедра есть только в одном вузе. Я считаю, что в каждом крупном киновузе должна быть кафедра кинодистрибуции. Услышьте меня еще раз. Именно дистрибьюторы принимают решения об одном миллиарде долларов в год, именно в их руках находятся эти деньги. Если мы не будем поддерживать обучение этих людей, мы будем проигрывать всем остальным странам. И на кону большие деньги — один миллиард долларов. Что лично мы сделали? Я лично могу пойти и преподавать, мы можем брать в компанию и обучать молодых ребят, но это задача государства, повторяю,

государства, потому что высшие учебные заведения у нас — государственные учреждения.

С. Толстиков:

Я согласен, что они государственные, но вопрос опять переходит в конкретную плоскость. Например, во ВГИКе есть такая кафедра?

С. Сельянов:

Сергей, можно я еще добавлю к твоему вопросу и дам ответ? Конечно, удивительный у нас разговор, он, наконец, стал веселый, нервный. Нам говорят: «Почему вы не строите вуз, не обучаете всех?». Домодедово говорит: «Это ваша обязанность от террористов отбиваться!» При чем здесь государство? Мы сформировали сообщество, прокат; кинопоказчики сформировали и внятно изложили наш заказ: нам нужны специалисты. Дальше дело всей нашей системы образования — этот заказ услышать и работать над его исполнением, потому что мы заказчики. Учат для нас, а мы потом для зрителя все это как-то через себя пропускаем и осуществляем то, ради чего мы тут все и собрались и чему посвящаем жизнь. Что за претензии бесконечные? А вы деньги дали? А вы организовали кафедру? «Марк, почему еще одну кафедру не организовали?» — что за постановка вопроса? Денег и времени истратили до дури!

С. Толстиков:

Да нет, Сергей Михайлович, вопрос не такой, стоп. Можно я закончу?

С. Сельянов:

Нет, нельзя.

А. Пивоваров:

Я на правах модератора попрошу Вас кратко закончить.

С. Толстиков:

Дело в том, что когда я спрашиваю, я просто хочу понять, был ли какой-то конкретный управленческий импульс в системе, который не позволил реализоваться тому или иному предложению. Я не предлагаю, чтобы Марк или Сергей Михайлович создавали кафедру. Я пытаюсь выяснить, почему конкретный заказ не приобрел никакого результативного эффекта, как он был сформулирован, вот что я пытаюсь выяснить. Что я слышу? «Мы сделали государству заказ. Почему государство его не выполнило?» Я пытаюсь хотя бы понять, как это было сказано государству. Было ли письмо в Министерство культуры, во ВГИК или еще что-то. Мы все время очень много говорим. Я согласен со Славой — эти конференции в последнее время уже утомляют, потому что один и тот же набор каких-то тезисов мы обсуждаем по тысяче раз. Но самый главный момент — это перевести все в какие-то управленческие процедурные шаблоны.

М. Лоло:

На Совете у Путина это было отмечено и занесено в протокол. С Министерством культуры мы находимся в диалоге и представили какие-то свои соображения. Вячеслав Тельнов и Екатерина Чуковская занимаются тем, чтобы вставить эту историю в их программу.

С. Толстиков:

Так проблема есть или нет?

М. Лоло:

То, о чем ты спрашиваешь, происходит.

С. Толстиков:

Ну и все тогда.

М. Лоло:

Если тебя интересует некая демократическая история, она происходит, на форуме «Кино России 2020» опять же.

С. Толстиков:

Именно это я и хотел подчеркнуть.

М. Лоло:

Это занесено в некие поручения, бумаги, протоколы. Теперь нам хотелось бы специалистов, хотелось бы, чтобы эти методики откуда-то из Вселенной наконец приземлились на нашу почву. Мы не специалисты. Я педагог, которого надо гнать поганой метлой из университета, где я преподаю лишь за неимением настоящих педагогов.

С. Толстиков:

На ком ответственность за этот процесс?

М. Лоло:

Ответственность на руководителях вузов, естественно.

С. Толстиков:

Правильно. Опять с упорством дятла я спрашиваю: руководство вузов было в курсе?

М. Лоло:

Было.

С. Толстикова:

Все, процесс пошел.

А. Пивоваров:

Ну, Вы же теперь не будете отрицать, что все в курсе, даже после одной этой панели. Мне кажется, что выступление уважаемых продюсеров в полной мере демонстрирует их импульс.

С. Толстикова:

Я согласен с тем, что вопрос дистрибуции — один из важнейших, что кафедра нужна. Я пытался просто понять, когда у нас эта кафедра будет. Если Вы думаете, что сейчас я понял, когда у нас кафедра будет, то я отвечу четко: нет, у меня сейчас нет такого понимания.

А. Пивоваров:

Но импульс вы почувствовали?

С. Толстикова:

Импульс я почувствовал, но, когда у нас будет кафедра, я не почувствовал.

А. Пивоваров:

Хорошо. Давайте сейчас здесь поставим запятую. Извините, не могу Вам сейчас дать слово, потому что у нас очень жестко со временем, и я хочу напомнить, что мы на Международном форуме уже некоторое время обсуждаем исключительно внутренние проблемы. Я все-таки хочу предоставить слово Перу Нейманну, главе European Film Bonds, поскольку в рамках Международного форума нам все-таки важно услышать про такую

вещь, как completion bonds, которая, как я понимаю, у нас совсем не развита.

П. Нейманн:

Большое спасибо. Я не уверен, что понял все тонкости последних дебатов, но то, что я собираюсь рассказать, вероятно, покажется гораздо более скучным и практичным.

Я управляю компанией по предоставлению гарантий завершения проектов; мы расположены в Копенгагене, столице Дании.

Причина, по которой мы здесь присутствуем, состоит в том, что в этом году во время Каннского фестиваля мы создали совместное предприятие с компанией «Система Масс-медиа», с целью изучения возможностей развития системы предоставляемых нами услуг в России.

Откуда взялись предпосылки для такого проекта? Мы твердо верим, по крайней мере, по опыту работы на скандинавских и европейских рынках, что система гарантии завершения может помочь индустрии и на самом деле преследует две цели.

Прежде всего, это важный инструмент для продюсеров, так как он позволяет им получить необходимое для фильма финансирование и обеспечить поток денежных средств. Я, конечно, главным образом говорю о независимой киноиндустрии, а не о киностудиях, потому что у них самих, как правило, имеются достаточно большие ресурсы.

Это оказалось очень полезным инструментом для независимых продюсеров малых стран, таких как Дания, или малых киноиндустрий. Такие преимущества финансирования также положительно сказываются на повышении уровня общего профессионализма.

Вторая цель такой системы состоит в том, что она обеспечивает защиту инвестиций. Так что наши услуги прокладывают мост через пропасть, которая часто образуется между финансовым миром и киноиндустрией.

Во многих странах кино рассматривается как нечто особенное, как нишевая индустрия, в которой финансовые учреждения и банки боятся участвовать. Гарантия завершения в значительной мере снижает большую часть тех рисков и неопределенности, которые инвесторы, банки или другие финансовые учреждения связывают с киноиндустрией.

Мы также сегодня много говорили о совместном производстве. Это также очень хорошая система для совместного производства, так как вы не всегда хорошо знаете ваших партнеров. Если вы можете положиться на систему гарантии завершения, вы, возможно, с большей уверенностью решитесь на совместное производство.

Здесь уже упоминалось, что молодые режиссеры, молодые продюсеры, также могут сталкиваться со сложностями, которые будут препятствовать началу съемок, просто потому, что это их дебют, или потому, что они еще очень молоды. Опять же, при содействии и поддержке системы гарантии завершения, они смогут создать свои первые несколько лент.

Я осветил вопрос совсем кратко, но именно в этом состоит цель или причина, по которой мы здесь находимся. Мы с нетерпением будем ждать нашего дальнейшего сотрудничества с компанией «Система Масс-медиа».

А. Пивоваров:

Большое спасибо. Теперь я хотел бы передать слово Антону Курбатову, вице-президенту по стратегии и развитию бизнеса компании «Система Масс-медиа»

А. Курбатов:

Добрый день. Очень кратко хочу сказать, что «Система Масс-медиа» с нетерпением ждет работы с European Film Bonds. Мы уже начали это делать и собираемся запустить кампанию до конца года. Мне кажется, что и в «Системе Масс-медиа» верят, что такой инструмент на рынке станет

вполне конкретным практическим шагом прежде всего для индустрии, для повышения конкурентоспособности российских продуктов, потому что он призван, прежде всего, привлекать частные инвестиции в отрасль. Это альтернативный источник инвестиций при неальтернативном, традиционном госфинансировании, которое всегда было наибольшим источником в этой стране. Самое главное, что все те эффекты, которые этот инструмент может принести на рынок, будут принесены в Россию. Мы надеемся сделать это до конца года. Спасибо.

А. Пивоваров:

Спасибо большое, Антон. Как мы видели, тут возник очень горячий разговор по поводу государственного финансирования. Как мы уже выяснили, есть государственный и негосударственный способы финансирования кинопроцесса. Хочу предоставить слово генеральному директору компании Bazelevs Никите Трынкину. Пожалуйста, расскажите поподробнее про ваш опыт.

Н. Трынкин:

Я буду краток. Хочу предложить практическую перспективу на вопрос о финансировании. Bazelevs, как вы знаете, рассматривает себя как глобального игрока в киноиндустрии. Фильмы, которые мы произвели, либо в которых мы произвели графику, то есть поучаствовали серьезным образом, в совокупности собрали больше полумиллиарда долларов за последние несколько лет, скажем, семь лет. И для нас, как и для многих других студий, находящихся за пределами Голливуда, характерно очень высокое соотношение средних сборов к бюджету, чем мы очень горды. Как независимая студия, мы прошли все возможные варианты финансирования картин. Была и работа со студиями-мейджорами в разных комбинациях — мы с большим удовольствием вспоминаем сотрудничество и с компанией

Universal, и с компанией Fox, и с компанией Disney по различным проектам. С другой стороны, мы работали с частными инвесторами, мы работали и продолжаем работать с государственным финансированием. И собственные средства мы, естественно, вкладывали не раз. Все эти варианты мы можем сравнивать и смотреть на эффективность, к которой они приводят. У них у всех есть большие плюсы, и есть серьезные ограничения. Например, частные инвесторы — это очень гибкий инструмент, потому что частного инвестора, в случае его личной заинтересованности, можно убедить в необходимости финансирования практически любого проекта. С другой стороны, это инструмент ненадежный, потому что, как всем известно, вкусы и желания частных инвесторов непредсказуемы и могут измениться даже в середине проекта, что крайне неприятно.

Я не буду останавливаться на каждом инструменте финансирования подробно, потому что на это нет времени; я хотел сказать о другом, а именно о том, что буквально сегодня мы провели пресс-конференцию совместно с компанией «Тройка Диалог» о том, что мы запускаем совместный инструмент по коллективному финансированию кинопроектов. Это закрытый паевой инвестиционный фонд, созданный конкретно под проект «Смешарики 3D», это полнометражный мультфильм. Идея этого проекта, разумеется, в том, чтобы масштабировать такой способ работы и создать целую серию, целый набор фондов под разные кинопроекты, где в каждом случае инвесторы смогут своими деньгами в массовом порядке голосовать за идеи, за сценарии, за режиссеров, за сюжеты. В конечном итоге, как нам кажется, это будет очень интересно для творческих людей, потому что для них это моментальная обратная связь на то, что они придумали. Если в случае работы со студией дело часто упирается в процедуру согласования или во вкус того или иного руководителя, то здесь масса инвесторов будут очень оперативно реагировать на то, что им

предложат. Так возникнет конкуренция за деньги между продюсерами с одной стороны и конкуренция за идеи среди инвесторов с другой стороны. Вы можете видеть вот там сувенирную продукцию «Смешариков», это тоже не случайно — мы долго выбирали, какой проект будет первым. «Смешарики» вообще уникальны как раз тем, что это бренд с огромной историей, это наиболее популярный детский анимационный сериал. Он показывается по телевидению в десятках стран, у него огромная ежедневная аудитория — в России это около пяти миллионов, — и огромная аудитория в Интернете. В общем, это действительно захватывающая вселенная, и мы надеемся, что с помощью созданного нами финансового инструмента у достаточно широких кругов инвесторов — речь идет только о квалифицированных инвесторах — на этом этапе будет возможность стать сопродюсерами в этом проекте. В будущем, как мы надеемся, практически любой проект, если у его команды есть трек рекорд, если есть уверенность, что все финансовые параметры выполнены, — в том числе здесь будет полезно создание completion bond'a — любой продюсер, любая компания сможет прибегать к такому инструменту для финансирования своего кино и, возможно, для продвижения его, в том числе, и за рубежом. Кто знает, может быть, когда-нибудь голливудские фильмы придут за деньгами в Россию. Это вполне возможно. Спасибо.

А Пивоваров:

Спасибо. Будем надеяться, что это прекрасное время наступит. Еще раз напомню, что мы общаемся в рамках Петербургского экономического форума и, судя по всему, это подходящая и правильная площадка для такого рода событий и общения. Я знаю, что завязались некоторые отношения в рамках этого форума между студией «Дар» и студией Стриженова. Александр, расскажите, пожалуйста, в двух словах, что у вас произошло.

А. Стриженов:

На самом деле, отношения завязались раньше,. Главное в этой истории то, что проект, которым я поделился с Фондом кино и с Сергеем Толстиком, нашел непосредственный отклик, и именно Фонд нашел мне партнера в лице «Дара», а на этой площадке мы уже подошли к более конкретному развитию проекта — мы собираемся вместе делать кино в 2012 году.

Я люблю отечественные шоколадки под названием «Аленка». Сложно предположить, что мы в каком-нибудь американском магазине сможем встретить такую шоколадку, а «Сникерс» и «Марс» у нас продаются на каждом шагу. Наверное, можно продавать Аленку на «Марсе» или «Сникерс» для Аленки в какой-то другой форме — это к слову о мейджорах, которые финансируют некоторые отечественные проекты, но для российского рынка. Интересно, конечно, заниматься копродукцией на большие рынки. Для этого, вероятно, нужна специальная драматургическая основа. Мы с партнерами, например, пытаемся сделать не кино, снятое в Индии для российского рынка, а кино, снятое российскими и индийскими партнерами для обоих рынков, а может быть, и для Европы и Америки. Не знаю, что у нас получится, но о такой копродукции интересно было бы поговорить в рамках этого Форума, а мы все о каких-то наших местных проблемах. Без государственной поддержки, конечно, тяжело, и без Фонда этого альянса, возможно, и не произошло бы. Поэтому слава богу, что поддержка есть.

А что касается образования, позвольте сделать реплику: действительно в киноинститутах оно теоретическое и оторванное от практики. Марк рассказывал, что потратил полгода жизни на то, чтобы создать кафедру, а я потратил полгода жизни, чтобы помочь сделать дипломную работу выпускнику ВГИКа. В результате мы осенью планируем ее выпустить с компанией «Двадцатый Век Фокс» большим количеством копий. Я надеюсь,

что диплом у парня удался. Надо просто работать со студентами, не бояться рисковать, вкладывать в них деньги. И в данном случае, как продюсер, Алексей Ефимович, Вы зря лукавите: у Вас есть кафедра, есть продюсерская компания — выберите лучшего и профинансируйте его дебют.

А. Пивоваров:

Спасибо большое, Александр. Специально обученные люди подсказали нам, что у нас остается десять минут. Пора подводить итоги нашей дискуссии. Я предлагаю всем уважаемым спикерам вкратце подвести итог, но помнить, что это должно быть финальное предложение или два предложения. Павел Крапивин.

П. Крапивин:

Спасибо. Я думаю, вы все правильно сказали.

Россия — прекрасная страна. Здесь множество возможностей для съемок — от солнечных до очень холодных мест.

Чего на данный момент России не хватает, так это рамочных условий по возмещению затрат и предоставлению налоговых льгот для тех, кто будет приносить производство в Россию. Правительство может помочь в создании фонда подобно тому, как это сделала Канада, и поэтому многие голливудские студии снимают в Канаде; так же поступает Пуэрто-Рико и ряд других стран.

Это очень успешная модель, которая работает по всему миру. На самом деле, различные штаты США имеют разные модели стимулирования, и штаты, которые предлагают самые выгодные условия, в конечном итоге создают очень большую индустрию киноуслуг, потому что с каждого вложенного доллара 30 центов возвращается продюсерам.

Это означает, что все ваше производство обходится значительно дешевле, но экономика работает так, что если вы тратите 70 центов на местном рынке, то способствуете росту экономики региона. Таким образом, правительство может реально помочь экономике регионов, создавая такие стимулы.

Если вы действительно хотите привлечь мировых производителей киноиндустрии в Россию и начать показывать миру, какие у вас существуют условия для съемки, вы можете обратиться к правительству для создания подобных стимулов. Даже если вы выбрали место для съемок, все независимые и даже ведущие киностудии... Была ситуация, не буду называть имен, вы сами можете найти в Google — крупная студия начала съемку, что вызвало неоднозначную реакцию в Голливуде.

У них был проект на 100 миллионов долларов, и они начали снимать еще до того, как был закончен сценарий. Это было неслыханно, а причина, по которой они так срочно начали снимать, состояла в том, что им предоставили привлекательные налоговые стимулы, и надо было уложиться в срок, чтобы получить эти льготы.

Так что решение о том, где снимать, складывается из массы различных факторов, и Россия действительно может привлечь многих игроков глобальной киноиндустрии. Как только они поймут, насколько велика эта страна — разве она не самая большая в мире? — и насколько она красива и богата, вы действительно сможете вдохнуть новую жизнь в киноиндустрию.

А. Пивоваров:

Спасибо. Кто-то еще из уважаемых спикеров хочет высказаться? Марк, Вы будете последним.

М. Лоло:

Коллеги, классная получилась конференция. Я, честно говоря, когда шел сюда, думал, что буду засыпать, скажу какие-то умные слова, поговорим и разойдемся. Я считаю, что конференция состоялась, и я сделал для себя интересный вывод: мне казалось, что я хорошо, профессионально в этом разбираюсь, знаю что, где, как, куда идти. Сегодня я понял одну очень важную вещь. Она заключается в следующем: «Учиться, учиться и еще раз учиться», — вот мое резюме сегодняшней конференции. Нам нужно пересилить себя, перестать надувать щеки и говорить, что мы крутые, взрослые ребята, что наш рынок — миллиард, что мы делаем крутые фильмы, получаем фестивальные призы и у нас самый умный зритель. Надо перестать это делать и начать двигаться вперед.

Кстати, фраза «двигаться вперед» принадлежит авторству Сергея Толстикова, именно он на последнем совещании в Фонде кино — там тоже была очень нервная обстановка, тоже господин Сельянов и господин Толстиков так дискутировали, — сказал волшебную фразу: «Нам нужно все время двигаться вперед. Тут говорили, что у нас нет фонда, — фонд есть, он появился, мы даем вам деньги, так делайте, двигайтесь вперед». Я для себя из этого сделал вывод: надо двигаться вперед и делать зрительское кино для зрителя, для тех людей, которые придут и будут потреблять этот эмоциональный продукт. Это не кока-кола и не чипсы, это эмоциональный продукт, и от него зависит то, каким будет наше будущее поколение. Я считаю, что в этом и есть наша миссия.

Второй момент: два года назад меня пригласили на Украину на конференцию «Кинобизнес сегодня», я послушал все это и сказал: «Знаете, кинобизнеса на Украине нет». И это была правда, и правда вызвала шок. Так вот, если мы хотим стать реально большим, полноценным игроком на мировом рынке кинобизнеса и действительно стать страной, где есть полноценный кинобизнес, мы должны иметь несколько мейджоров в стране. Сегодня в стране, без ложной скромности, есть только одна компания,

похожая на мейджор, — это «ЦПШ», у которой есть профессиональная мощная дистрибуция, продюсирование, финансирование и все остальное. Мы должны создать в стране несколько крупных мейджоров. Для этого нам надо научиться работать, как работают мейджоры. Марина не даст соврать: три года назад мы подписали контракт со студией Paramount, и мне казалось, что мы самая крутая независимая русская компания, что мы лучше всех и так далее. Я поработал год вместе с Paramount и понял, что мы просто не умеем работать в той жесточайшей мощной профессиональной системе координат, которая требуется для ежедневного участия, ежедневного движения, обучения и повышения эффективности. Мы должны пересилить себя, перешагнуть через себя и начать учиться у голливудских студий производить зрительское кино, учиться у европейцев финансировать проекты и продвигать свои проекты на фестивалях, учиться у индусов тому, как можно придумать свою собственную модель развития кинобизнеса. Обратите внимание: 900 картин, 14 тысяч экранов. Зачем нам делать дорогостоящий пленочный экран? Давайте возьмем эту модель и сделаем цифровые экраны в маленьких городах. Чуть дешевле, но более эффективно. Проникновение в регионы и развитие киносети является ключевой задачей. Это задача не только бизнеса, это задача государства. У нас элементарно нет точек продаж, точек показа, и это одна из ключевых проблем.

И самый главный вывод, который я сделал для себя сегодня: это вопрос не денег и не только желания или нежелания, сложности, конкурентности и так далее. Лучшие машины в мире немецкие, но «Жигули» тоже отлично продаются, на них тоже много ездят. И последнее резюме: мы должны вернуть российскому зрителю российское кино, только тогда мы станем страной, где есть полноценный кинобизнес.

А. Пивоваров:

Спасибо. Мне кажется, что «Учиться, учиться и учиться» — это прекрасная цитата для финала. Я позволю себе в завершении еще одну цитату из классика: «Цели ясны, задачи определены. За работу, товарищи». Будем надеяться, что через год у нас будут новые темы для обсуждения. Большое спасибо. Наша панель закончена.