



МАКСИМОВ Анатолий,

продюсер, генеральный директор
кинокомпании «Дирекция Кино»

Как вы оцениваете текущее состояние кинопроизводства, достаточное ли количество фильмов производится? Какие видите перспективы его развития?

Я глубоко убежден, что вопрос не в количестве фильмов, а в качестве. Устраивает ли оно меня — это дело глубоко субъективное. Важно, чтобы оно устраивало аудиторию. Аудиторию, судя по тому, что мы сейчас видим, оно не устраивает. Был период, когда мы подошли к 30%-ной доле, что в общеевропейском масштабе представляется соизмеримым с ожиданиями аудитории от национального кино. В каждой стране оно разное. Во Франции, где существует колоссальная традиция защиты государством национального продукта, и 40%-ной доли мало. Даже американские кинематографисты часто выступают с заявлениями и позорят французских кинематографистов, говорят, что это нечестно, выходите на рынок. А те отвечают, что лучше в броне и доспехах будут сражаться. И доспехи им государство обеспечивает. Есть Юго-Восточная Азия, где национальное кино получает половину. В той же Южной Корее, Японии, подгоняется Китай, правда, протекционистский. У нас живо еще то поколение, которое понимает, что должен быть национальный кинематограф. Но оно в силу естественного хода обстоятельств уходит, а новое поколение — страшная для производства кино демография 12-18 фактически потеряно для нашего кино. Почему так грустно происходит? Это поколение целиком сформировано американским кино — в силу специфики существования все эти эти годы. Периода, когда была надежда, что у нас тоже есть кино, они не застали в силу объективных причин, а ретро не очень интересно, им надо идти дальше, они молодые. И это поколение, как переползающая дыра, будет и дальше. Нельзя сказать, что мы подхватили следующее, потому что то, что произошло, называется утрата доверия. Президенты иногда снимают чиновников по этой причине, начальники говорят, уволен за утрату доверия. Если говорить технически, наш кинематограф был уволен за утрату доверия за количество фильмов, которые производились. Производить кино до известной степени интересно, но смотреть его не интересно. Это основная проблема и вечная драма диалектики количества фильмов и качества. То количество фильмов, которое производилось, переросло в то качество, которое аудитория считает неправильным. Это легко понять, потому что билеты в кино стоят одинаково. У министра есть очень яркий образ. Он говорит: «Попробуйте снимите протекционистские меры и продайте хоть один вазовский автомобиль». Возьмите мерседес или какую-то корейскую модель, поставьте их рядом по отпускной цене завода, уберите протекционистские наценки на запчасти и продайте хоть один наш автомобиль. Вот сейчас то, что продается в российском кино, находится в зоне чуда, которое неравномерно подпитывается другой демографией.

Демография 18+ застала какие-то проблески надежды: спорт же пошел, почему и кино не может пойти. Нет — по ряду объективно сложившихся причин. Мне было очень интересно посмотреть, как студенты ВГИКа смотрят фильмы друг друга, как это существовало когда-то, когда была киношкола. Они общаются как через спутник в 6 серии True Detective, когда происходит звонок в Лос-Анджелес и оттуда идет сигнал человеку, который сидит рядом. Если говорить в терминах гражданской войны, то произошел разгром. И его очень важно осознавать.

Когда руководство говорит нам, сейчас поднимем цифры, нужно понимать, что это делается ценой невероятных усилий — для того, чтобы сформировать хотя бы изображение, способное конкурировать с иностранным продуктом. Мы же в рыночных условиях. Изображение стоит денег. Как бы ни была актуальна проблематика, как бы мы ни почесали в труднодоступном месте, в котором американцы не знают, что у нас чешется, важна природа изображения.

Не буду рассказывать, как реагируют в зрительных залах на логотип Фонда кино в рекламных блоках перед фильмами. Это очень интересная интрига и советую проверить, как это происходит в зале с молодежной аудиторией. Для меня это был шрам в два пальца на сердце. Фонд кино — единственный мейджор, суперорганизация, способная в условиях запредельного информационного насыщения рынка объединить российское кино в бренд. Но пока единственное, на что люди ведутся, это Голливуд. Они не отличают продукт Warner Bros. от Columbia, зато отличают Тома Круза от других артистов. И артист является гаран-

тием, потому что он, его агент выбирают качественное зрелище. Как правило, эти артисты либо работают в артхаусных продуктах, которые дадут им какое-то художественное раскрытие — условно говоря, «Оскар», либо работают в условиях студийной мейнстримовской системы и понимают, что соберут большое количество аудитории, потому что будет зрелище, эмоции, люди выйдут благодарными из зала, за что они и отвечают лицом. Наш артист лицом не отвечает. Я очень уважаю тех артистов, которые пытаются выбирать, где они играют, но, как правило, на вопрос, зачем ты это делаешь, почему ты в этом играешь, все отвечают: «Столько денег мне никто не заплатит». И таким образом они разрушают не только себя, но и системное восприятие кинематографа, которое складывается у аудитории и из которого, к сожалению, не очевидно, как выбираться. Простейший ход — это укрупнение фильмов для того, чтобы аудитория заметила. Но они не могут конкурировать с американскими блокбастерами. Вся поддержка национального кинематографа — это титры голливудского фильма. Почему нужна господдержка? Без нее невозможно, потому что кино — это не бизнес, и частный капитал туда придет только в случае благотворительности или в случае, если будет результат. Результата добиться очень сложно в силу указанных причин. Поэтому если говорить о состоянии процесса производства, главная особенность кинематографа выражена великим афоризмом неизвестного зрителя «Фильм неплохой, хоть и наш». Это состояние умов пока ничем и никак сдвинуто быть не может. От доли в 13% отползли на 17 — триумф. Да, но это далеко не 30, с которых очень легко слетели за два года. Очевидного выхода из ситуации нет, но есть надежда, что, укрупняя отдельные проекты тех, кто способен их сделать, можно вернуть доверие аудитории. Это не обязательно дорогой проект. Кроме того, когда я говорю об укрупнении, нужно иметь в виду, крупный провал, особенно медийно поддержанный, это еще страшнее, он убивает не только себя, но и следующие фильмы. Но фильм, который что-то собрал, дает надежду, что все-таки эта русская рулетка может сыграть, хотя там и в принципе может быть пусто — эта ситуация самая страшная.

Ощущаете ли вы недостаток специалистов, способных работать в кинопроизводстве? Если да, то каких специалистов не хватает?

Для крупных фильмов, назовем их лучше сложнопостановочными, так как они измеряются не деньгами, а качеством работы, кадров просто нет. Потому что по всем кинематографическим профессиям такой задачи не ставили в связи с очевидными причинами — мы это просто не снимем. Надо каждый раз пытаться просто усложнять задачу, и тогда будут профессии. Мы практически полностью потеряли конный каскадерский цех. Пока рубль позволял, приглашали иностранцев, которые с удовольствием приезжали, но сейчас рубль не позволяет. Есть огромные проблемы художественно-постановочного цеха, провал по реквизиту, который наиболее заметная аудитории и самая коварная вещь, очень емкий бюджетно. Сейчас очень трудно угадать не просто с большим фильмом, а с тем, который будет интересен нескольким демографиям. Просто на молодежи можно отрываться, как это часто бывает, рывком, как комикс. Но это обречено на провал. Молодежь не будет пить денатурат, который, как они считают, у нас разливают. Наше кино для них — это такой непонятный продукт, настоящее кино — там. Я уже сказал про утрату доверия. Чтобы ее вернуть нет финансовых ресурсов. Они настолько ограничены, что это не соответствует задаче, которая стоит перед кинематографом. Но и некому это делать, даже если эти ресурсы каким-то чудом найдутся. Правительство бросает шапку на пол, говорит, сделайте так, чтобы душа радовалась. Как со спортом. Но два футболиста «Зенита» стоят столько, сколько вся поддержка государственного кино. Понятно, что «Зенит» — собственность «Газпрома», они что хотят, то и делают. И все равно проблема будет в том, что это некому будет делать.

Стоит ли на данном этапе отказываться от государственной поддержки кинопроизводства?

Это как убрать искусственное дыхание, все умрет. Можно засекают время, через сколько после отсутствия господдержки, остановится процесс. Нельзя сказать, что исчезнет кино. Оно в кинотеатрах исчезнет, на телевидении останется, в интернете, тем более в пиратском, его точно все увидят. Не будет российского кино в кинотеатрах. По поводу объема господдержки, то, например, театру помогают больше, чем кино. Оно может и лучше — помогают тем, кто большой жилец. С бюджетом в 10 млн соревноваться на равных с фильмом, который стоит 200 млн, довольно трудно, а мы существуем именно в таком остром конкурентном окружении. В Корее, 50% доля национального кино достигается за счет высочайшего качества. У нас этого нет. Смогут ли компании воспользоваться увеличением поддержки? Какие-то — смогут, какие-то — нет. Но в том, что надо укрупнять проекты, я абсолютно уверен. По крайней мере на периоде становления, пока мы не вернемся к доле 30%.

С кинотеатрами довольно трудно, потому что они в принципе обходятся без нашего кино. Есть определенная зона насилия и конфликта, потому что специфика нашего кинопроката,

в отличие от всего мира, в том, что он сильно диверсифицирован. Если во всем мире существуют крупные сети показа продукта, у нас существуют только сети дистрибуции. Их очень много, они маленькие и в этом плане довольно сложно вести переговоры. Очень небольшую долю рынка держат сети, организованные в отвечающие за себя сообщества и корпорации. К сожалению или счастью, у нас преобладает высокое дробление собственников рынка. Связано это с временами, когда не велось учета и кинотеатр представлял собой идеальную стиральную машинку для того, чтобы привлечь любое количество наличности, которое люди готовы сдать. Сейчас ситуация меняется, и Фонд сделал героическое усилие, чтобы эта ситуация считалась в ЕАИС, хотя все шло через большое сопротивление. Какие-то кинотеатры, которым не интересно зарабатывать в налогооблагаемом процессе, возможно, не переживут этого счастья. То, что рынку еще есть куда самоорганизовываться, это точно.

Нужен ли, по вашему мнению, механизм возвратной поддержки кинопроизводства?

Зависит от условий. Сейчас это условия беспроцентного кредита. Я бы сказал не корректно: всякое даяние — благо. Можно и отказаться.

Считаете ли вы эффективным распределение функций между Фондом кино и Министерством культуры РФ?

Я такое количество видел неавторских фильмов в министерстве культуры и такое количество авторских в Фонде кино, что я бы сказал, что распределение представляется разумным, но нужно его разделять. Хорошее кино может производиться как в авторском сегменте, так и в мейнстриме.

Насколько изменился (сократился или вырос) объем частных инвестиций в кино за 2016?

Некоторые давали деньги на кино в надежде пройти с актрисой по красной дорожке или увидеть свое имя в титрах. Ничего этого не произошло и в какой-то момент, говоря о вложениях в кино, люди даже при хороших отношениях стали спрашивать, ты что на деньги меня хочешь кинуть. Я бы сказал, что частные инвестиции остаются высокоценным материалом. Я понимаю, что сейчас можно вкладывать деньги в отечественную мультипликацию, потому что она завоевала определенный сектор внутри страны, есть международные продажи. Частных инвестиций в игровое кино, практически нет. И дело здесь в кризисе кино, а не в кризисе экономики. Есть хорошее выражение «Подсудимые и судьи — тоже люди». Те, кто инвестируют в кино, такие же зрители. Если им предложить инвестировать в американское независимое кино, они с удовольствием это сделают. А в нашем по-прежнему инвестиционная привлекательность и социальный престиж — ниже нуля.

Можно ли на данном этапе говорить об окупаемости российского кино? Должно ли оно окупаться вообще?

Окупаемость — это в чистом виде математика. Если доходы превысили расходы так, что образовалась прибыль. Без субсидии даже фантазии не хватает, как кино может окупиться. Даже если мы говорим о дешевом кино. Может быть, так происходит с якутским фильмом, ориентированным на якутский рынок. Кино, сделанное для своих за 100 тысяч, может окупиться, если показать его в 10 кинотеатрах. Конечно, в какой-то момент кино должно отказаться от субсидий, потому что мы идем по модели продюсерского кино, не европейской. Возвращение бренда национального кино, наверное, будет означать уменьшение или прекращение субсидий.

Какова структура доходов российского фильма?

Если говорить о больших фильмах, то все — прокат. Все остальные механизмы работают иначе. Например, нет предпродаж на телевидение — мы не можем работать. Интернет — это смешно. Мы пытаемся бороться с пиратством, я много загнал в это сил и времени. Но какого-то момент легальный онлайн-рынок вообще был не заметен, сейчас что-то приносит. Пример 30-40 млн большой фильм может принести на VoD, что вроде бы звучит неплохо, но если в кинотеатрах фильм собирает миллиард, процент понятен. Кабельные каналы очень распространены. Остается очень мало способов дистрибуции. Если говорить о больших фильмах, то может помочь хорошая продажа на телевидении, но у него есть свои минусы — они очень много производят сами в том формате, который их устраивает. Фильмы нужны по большим праздникам, которые, как правило, связаны с определенной тематикой.

Какой убыток приносит пиратство?

Зона пиратства в интернете составляет 93%. Рынок должен сформироваться. Одна из особенностей нашего ландшафта в том, что этого рынка нет. Почему — отдельная тема. Если бы Фонд кино смог бороться с пиратством так же блестяще, как сделал ЕАИС! Основная проблема в том, что развитие рынка вторичных прав, который может приносить до половины от сборов, у нас приносят 5%, если очень повезет — 10. Рынок уникальных пользователей в 18 млн только у одного из крупных пиратских ресурсов решает вопрос о сотнях тысяч проданных легально билетов. Все, что сейчас удалось сделать благодаря героической работе Роскомнадзора, — расчистить зону для отдельных фильмов зону, когда появляются не одновременно с пиратской копией в интернете. Это, наверное, очень большая победа. Но все равно у нас интернет лучше, чем в большинстве стран Европы а законодательство находится на уровне пещерного века.

Поправки, которые находятся сейчас на рассмотрении Госдумы, исправят ситуацию?

Я очень на это надеюсь. Это непросто. Министерство помогает, но ресурс, к сожалению, ограничен. Причем, что удивительно, серьезных противников с той стороны нет. Он только один — это поисковики. Их очень мало. Если говорить о национальном поисковике, то он находится в максимальной стадии каменного века. Это Яндекс. Причем он живет по модели «умри сегодня ты, завтра — я». И завтра он может умереть, потому что даже у Google есть DMCA (digital millennium copyright act). Можно написать в Google и там снять ссылку. В Яндекс можно написать, позвонить, прийти поговорить, они скажут: «Роденькие, мы — зеркало, у вас кривая рожа, что вы к нам пристали». Мы — жертвы этого криминального процесса с самого начала. Когда построили шикарные магазины и продают в них только ворованные товары, таких магазинов в мире нет. Это связано с тем, что никто не пытался ввести никакого законодательного регулирования и Яндекс к этому привык и приучил к этому аудиторию. Почему Яндекс такой богатый? Он зарабатывает на контекстной рекламе. Вопрос в одном — остановить или депиратизировать пиратские ссылки, их место займут легальные. Количество запросов «скачать, смотреть бесплатно» на видео под 40%. И если они год выждут переходный период, на место пиратских ссылок придут легальные. Но они настолько от этого зависимы, что не могут потерять деньги. Они являются единственными бескомпромиссными борцами за пиратство.

В прошлом году некоторые регионы ввели систему рибейтов. Насколько она, на ваш взгляд, полезна для отечественного кинопроизводства? Заинтересованы ли вы в ней? Какой, на ваш взгляд, оптимальный процент возврата средств, затраченных киногоруппами на съемках в том или ином регионе?

Взаимоотношения с регионами требуют процедуры. Чем сильна любая западная страна, в том числе Америка? Там на все есть процедура, все понимают, как себя вести. Когда мы приезжаем в какой-то регион, процедуры нет. Там приходит какой-нибудь «эмчезсник», смотрит и думает, сколько он тут сможет поднять. И никто нас в этом плане защитить не может. Поездка в регион на выбор природы напоминает такой товарный поезд на перегоне, где селятся цыгане, и как только поезд останавливается они выходят, как на ленинский субботник. Это началось давно. Когда еще в постсоветское время NBC снимало дорогой сериал «Петр Великий» в Суздале, там сразу же объявили, что переходят на самокупаемость, но больше к ним никто не приехал. От кинокомиссий регион точно выиграет. Но такого существа как регион не существует, есть люди, а они — разные. Если появится кинокомиссия, которая как раз сможет защитить от такого цыганского драйва, это будет очень полезно. Рибейты — это вообще волшебство, если осуществимо. Основная проблема — в технике. Можно, конечно, ее везти из Москвы во Владивосток, но вряд ли это оправдано. Я помню, как мы столкнулись с проблемами, когда собирались снимать в Казахстане, но рубль сделал нам «нельзя», и надо было перевозить готовых каскадеров с лошадьми в Крым. Это очень сложно: большая страна — большие передвижения, фитоконтроли, лошадей укачивает. Любой переезд — это такое сложнопостановочное приключение. В красивых иностранных кинематографических журналах есть реклама, приезжайте в Аризону и там вас будут носить на руках. Вот у нас таких регионов нет. Даже в Москве статус съемок не выработан. Рибейты — это вообще гениально. Даже если это символические деньги, все равно здорово. Чехия на рибейтах заметно подняла кинематографию. Они натренировались на сложнопостановочном зарубежном кино. Сейчас у нас много вторых режиссеров оттуда, раньше были из Болгарии, где тоже много снимали американских телевизионных проектов. Есть мнение, что второй режиссер — это какой-то недоделанный первый, а на самом деле это позвончик проекта и таких специалистов очень мало.

Нужна ли финансовая поддержка со стороны государства на прокат российских фильмов?

Я не сомневаюсь в том, что она нужна. Я описываю человека, который лежит на подушке с кислородом и глазами благодарно хлопает. Когда ее уберут, даже стоны не будет. Главный мой тезис — национальное кино может схлопнуться в год. Для этого нужно несколько «умных» действий со стороны Фонда или Министерства. Есть грустный анекдот: «Я бы хотел умереть, как мой дядя, во сне, а не как визжащие от страха пассажиры его автобуса». Очень хочется, чтобы это понимали, визжать я уже не могу. Поддержка в кинотеатрах — одна из наиболее чувствительных зон. Очень хорошо, что поддержку дают. Это возвратные деньги, но люди, которые их берут, видели свой фильм и, скорее всего, понимают, на что могут рассчитывать в прокате. Это большой плюс. Системная поддержка в прокате очень сложная. Были разные идеи промотировать бренд российского кино — договариваться с сетями, ставить ролики. Но мы, например, со своим проектом обнаружили, что не подошли для такого ролика по количеству пикселей, что называется. А это тоже вопрос качества.

Вопросы проката мне сложнее комментировать, чем производство, потому что продвигать кино, с одной стороны, проще, потому что к этому применимы западные технологии, а с другой стороны — это до известной степени соответствует афоризму про спасение утопающих. Пока сильных прокатных компаний довольно мало. Даже самая доброжелательная прокатная структура спрашивает, что я предлагаю: «откуда мы знаем, что тебе надо». Когда прокатывается иностранное кино у них все есть. Наверное, наиболее дефицитными профессиями в этой зоне являются маркетологи, потому что я вам описал безумное состояние рынка и здоровые маркетологи рехнутся, если каждый день будут этим заниматься. Мы приносим продукт, который не нужен аудитории, и они должны каким-то образом сделать его нужным. Как? На что они только не идут. В силу общего недоверия аудитории к отечественному продукту очень легко хорошее кино плохо прокатать. Никаких усилий для этого не нужно. Прокат российского кино для Фонда — это точно зона особого внимания, она вообще не разработана. Важнейшая вещь, которую для этого сделал Фонд, — новогодний опрос. Примерно же в это время российских продюсеров собирал КиноПоиск — подразделение бандитского Яндекс. КиноПоиск сам по себе ущерб никому не приносит, но и радости никакой. Самое грустное, что там такая интонация, что стыдно, как за пьющих родственников. И вдруг на этой встрече Федор Сергеевич сказал: «А мы вас не боимся». Только 4% зрителей принимают решение идти или не идти, опираясь на ваш ресурс. Вы к русскому кино никакого отношения не имеете. Мы для вас такие же клиенты, деньги у нас такие же, как и у тех. Только вы наши деньги берете и говорите: «Поставь так, чтобы люди не видели». А новый эпизод «Звездных войн» — это офигеть. Существует такое состояние расовой сегрегации по отношению к нашему кино. Но Фонд, проведя исследование, неожиданно дал внутреннюю точку опоры: просто не страшно, не пишите ничего, мы эти деньги в другом месте потратим, не у вас. Вы же не по дружбе, за деньги все равно. Еще и призираете.

Какой средний маркетинговый бюджет российского фильма? Какие виды рекламы вы считаете наиболее эффективным для российского кино?

Зависит от того, на какую аудиторию рассчитан фильм. Если мы говорим, что надо выйти за миллиард, без аудитории 40+ об этом даже думать бессмысленно. Я говорю о миллиарде не потому, что это круглая цифра, а примерно с этого момента кино становится социальным событием, явлением. 800 млн — это тоже событие. Если смотреть на основную маркетинговую составляющую нашего кино, стоять на плечах у гигантов не получится, потому что вот эта аудитория 40+ которая знает советское кино, хочет получить здоровую замену. Не очень получается, они мало ходят в кино.

Наиболее эффективная форма продвижения — это кинотеатральный трейлеринг. Он — за деньги, вся реклама в кинотеатрах — тоже за деньги, это поглощает значительную часть. Если вы верите в свое кино и вы хотите, чтобы аудитория верила в свое кино, покажите. Вот их трейлер, вот — наш. Это такой proof of life, образец ткани, покажите, что там есть жизнь. Очень эффективен телевизор, если он конвертируется в походы аудитории 40+, конечно. 30-40 — тоже очень важная демография, но действует ли на нее такая реклама, не известно. Я очень точно понимаю, что продвижение — это, к сожалению, 60% усилий. Здоровое отношение в Америке — процентов 20, потому что в первую очередь надо сделать фильм, а дальше у них есть волшебная формула *people will come*. У нас не обязательно, потому что зрителю надо все-таки понимать, ради чего он свое отвращение переборет.

Как вы относитесь к озвученной некоторыми продюсерами и чиновниками идее о повышении стоимости прокатных удостоверений до 5 млн рублей?

Если бы удалось расчистить 20% сеансов — это оптимистические цифры, — ради этого стоит портить отношения с разными людьми. Откуда набирается то, что некорректно называется мусором, но технически, наверное, это все-таки мусор? Из пакетов: берете фильм и вам к нему нагружают. Этот ценовой порог имеет смысл. Конечно, нельзя потерять культурную

составляющую, если вылетают фильмы, которые являются фильмами, а не эксплуатацией. Точка отсечения эксплуатации от кино, безусловно, дискутируется. Насколько я знаю, у министра есть идея о том, что фильмам, которые являются, что называется, произведением киноискусства наравне с национальным продуктом, эта сумма будет компенсироваться. И это не вызывает отторжения. Идеально, если бы можно было министерству или Фонду кино поднять систему архаусного проката, которая существует во всем мире. В Америке это просто колоссальный бизнес, у нас его нет совсем. Можно стимулировать к прокату кино, давая льготные какие-то преференции иностранным фильмам, являющимся реальными произведениями искусства.

Насколько вы считаете эффективной и необходимой практикой изменения Министерства культуры РФ даты релизов?

Это одна из наиболее деликатных тем. Есть хорошее выражение «Истина конкретна». Если мы точно понимаем, что есть национальный продукт, который стоит к какой-то дате национального праздника и обладает соответствующим качеством. Просто других мер очень мало. Дальше начинается Франция, где протекционизм «молотком по голове», или Китай. Движение дат релизов является мягкой протекционистской мерой, возможной к использованию. К сожалению, она используется живыми людьми, а живым людям свойственно ошибаться и из-за этого проблема. Мы этого не сделали со своим фильмом и я считаю, что правильно. Я не отрицаю ее как меру, но я сам так не делаю. Это можно делать и, может быть, нужно, но в каком-то контексте. В том контексте, в котором мы стояли, мы обошлись без этого.

Как вы относитесь к «длинному» прокату? Какова, на ваш взгляд, оптимальная длина кинотеатрального проката российского фильма?

Он должен быть, но у российских фильмов маловато шансов для этого. Нужен более структурированный прокат и очень хороший прокатчик, который сможет договариваться с кинотеатрами. Длинный прокат очень показан для возрастной аудитории. Возрастная аудитория — это в общем единственный потенциал, который есть у российского кино. Но, очевидно, что для длинного проката нужно иметь более гибкую систему кинопоказа.

Как бы Вы оценили текущее состояние рынка кинопоказа? Количество экранов, качество предлагаемых кинотеатром услуг?

У нас новые кинотеатры, если брать общемировой уровень, был в какой-то момент лучше, чем в Лос-Анджелесе, потому что были новые кинотеатры. Сейчас произошли серьезные изменения из-за того, что нет системы государственного контроля за качеством показа. В корпоративный контроль я не верю. Слишком разбит рынок. 3D вообще нельзя смотреть кроме нескольких специализированных кинотеатров в стране. Из-за того, что жалеют лампу, на экране ночь сплошная. По качеству звука, к сожалению, тоже очень сильно жалеют оборудование. Не сертифицированное качество показа является проблемой. Фонд бы мог исправить ситуацию, если бы ввел какой-то специальный знак качества.

Достаточное ли количество залов?

В Москве, крупных городах, скорее, да. Главная печаль и тайна страны в том, что большая часть населения живет в маленьких городах и там с кинотеатрами плохо, но то, что делает Фонд, — это шикарно.

Должно ли, на ваш взгляд, государство финансово поддерживать кинотеатры? Если да, то по каким критериям и в каких объемах?

Если говорить про арткино, оно может помочь введя возврат 5 млн, о которых мы говорили. Это будет шикарной поддержкой. Таким образом будет поддержано архаусное кино, его станет больше, потому что его будет дешевле и выгоднее катать по сравнению с остальным. Гранты кинотеатрам не думаю, что нужны. Рынок растет, в отличие от рынка кинопроизводства, из чего косвенно можно сделать вывод, что все не так плохо.

Интересует ли российское кино зарубежных дистрибьюторов и зрителей?

Международные продажи — это сектор «приз». Но системно говорить об этом и закладывать международные продажи на стадии производства фильма — это опрометчивый шаг.

Пользуетесь ли вы ЕАИС? Если да, то чего вам не хватает в этой системе? Если нет, то почему?

Не достаёт достоверности, к сожалению, но я уверен, что это преодолимо. С учетом введения нормы 100 рублей на зрителя, это становится угрожающим.