



РУДОВСКИЙ Дмитрий,

продюсер, соучредитель кинокомпании
«Арт Пикчерс Студия»

Как вы оцениваете текущее состояние кинопроизводства?

Индустрия заработала, прошло уже почти 20 лет с той декады 1990-х, когда наш телекинопром разрушался. Телевидение восстанавливалось быстрее, потому что цикл телепроизводства был непрерывным, оно трансформировалось. Может быть, эволюционным путем. Кино было разрушено до основания, нам пришлось заново создавать всю систему, начиная с производства, поиска заказчиков, кадров, идей. В течение 17 лет все потихоньку превращается в более-менее осмысленную систему. Сегодня есть много проблем и недостатков, которые есть в любой системе и с которыми надо бороться, тем не менее мы находимся в развитии.

Что вы думаете о системе государственной поддержки кино? Считаете ли ее эффективной?

США — единственная территория, где система господдержки не выражена, потому что она там существует в завуалированном фоне рибейтов, региональных скидок, есть фонд NASA, который финансирует кино, какие-то фильмы поддерживает министерство обороны. Так что не будем строить иллюзий, что у них по-другому: у нас плохо, а у них — все хорошо. Модель приблизительно одинакова, давать оценки — плохо это или хорошо — мы не будем. У нас система господдержки есть, эта модель работает, она не может быть идеальной и удовлетворить всех. Господдержка не может распределиться на миллион желающих заниматься кино, поэтому были выработаны критерии отбора компаний, которые эту поддержку могут получить. Эти критерии публичны и их все знают.

Стоит ли на данном этапе отказываться от государственной поддержки кинопроизводства?

Нет. Как и европейское не может существовать без фондов. В Германии, например, в каждом регионе есть фонд поддержки кинематографа, есть общеевропейские фонды, самый известный из которых «Евримаж». Без них локальные рынки не смогут производить кино.

Некоторые считают, что нужно поддерживать только фильмы-события, другие считают, что поддержка нескольких десятков разножанровых картин намного эффективнее. А вы как думаете?

Правы и те, и другие. Разножанровые картины позволяют нам выращивать новые кадры, появляются новые имена среди сценаристов, режиссеров, операторов, актеров. И дальше они поднимаются. Яркий пример — Николай Хомерики, который начинал с очень авторских картин, а сейчас он имеет за плечами «Ледокол» — масштабную картину, где использованы его сильные качества, в частности, работа с актерами. Сейчас он снял следующую картину, тоже ближе к мейнстриму, «Селфи» по произведению Сергея Минаева. С Хабенским, Бондарчуком в главных ролях. Жанр у нее более зрительский, больше акцент на событийность происходящего, конфликт, характер персонажей.

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

В перспективе эта модель имеет право на существование. Она должна мотивировать к более тщательной работе с деньгами, бюджетами, выбором жанра. Но с другой стороны, это будет заставлять рисковать меньше продюсеров — это профессия с высокой степенью риска. И хорошие картины с хорошим зрительским потенциалом могут иногда проваливаться. Наши картины требуют сверхусилий в маркетинге, чтобы конкурировать с равными, а иногда и гораздо превосходящими по численности, качеству, стоимости соперниками. Возвратность сразу прибавляет гаек. Очень мало производителей, которые, как, например, мы, готовы рисковать большими суммами и влезать в разные жанры. У нас и «Dухless» и «Батальонь», комедии, фантастика, как «Притяжение», масштабный «Сталинград». При возвратности такие фокусы сильно ударяют по производству и ты думаешь, может, снять 10 комедий, есть гарантия, что не обанкротимся.

Мы в основном говорим о финансовой поддержке. Но сейчас главный тренд, что нас стали

слушать, помогать нам не только в этой части. Господдержка выражается, например, и в борьбе с пиратством. Гайки должны быть закручены — это становится очевидным не только нам, но и людям, которые набрали опыта в управлении государством и понимают, что разнузданное пиратство в интернете тормозит весь инновационный процесс на территории Российской Федерации, где нематериальный актив — лицензии, изобретения, авторские права — сведены до уровня мусора. Те же американцы считают, что надо одинаково охранять и защищать как частную собственность, так и то, что создает автор. Лицензии, программное обеспечение, музыка, книги, фильмы, учебники — у них эта экспортная статья на первом месте. А у нас аудит всех нематериальных активов, которые произведены в Российской Федерации, доказывает, какие там смешные цифры. Даже вслух их озвучивать неприлично. Такое неуважительное отношение к тому, что мы производим в области идей и концептов, наносит существенный урон нашей экономике и лишает нас будущего. Здесь борьба должна усиливаться.

Изменилась ли, на ваш взгляд, ситуация с пиратством за последний год?

Предпринимаются усилия и мы их ощущаем. Мы полностью согласны с тем, что это правильные действия, их надо совершать. Но до тех пор пока мы не будем использовать весь комплекс антипиратских действий, эта работа не будет эффективна. Пока получается, что мы построили крепость, окружили ее со всех сторон рвами, возвели высокие стены, сторожевые башни, а ворота поставить забыли поставить или не захотели. Но бастионы не спасут от того, что люди врываются и захватывают крепость. Пока мы оставляем какую-то лазейку, ничего не получится. А лазейка остается потому, что есть те, кто лоббирует интересы провайдеров, которые живут на траффике и им совершенно плевать, кто им его обеспечивает — пираты или легальный бизнес. Пираты на сегодняшний день обеспечивают в десятки раз выше трафик и переводить в легальный рынок никто не думает. Нужны еще, конечно, воспитательные меры, с разъяснением, предложениями сервисов, удобных для человека. Если будет удобный сервис, правила пользования этим сервисом, правильный учет, то можно побороться если не за 100% аудитории интернета, то за значительную ее часть, которая драматически изменит ситуацию в производстве в целом. Пираты отнимают наш доход. Может, государство вздохнуло бы свободно, если бы мы зарабатывали эти деньги, которые у нас воруют. Это пошло еще со времен видеокассет, потом расцвело в эпоху DVD, но потом же появились сетевые магазины, которые стали помогать нам в борьбе, выгружали огромное количество лицензионного продукта по относительно невысоким ценам, и людям не надо было бегать по развалам и ларькам, чтобы получить хорошую копию. На это потребовалось 7-8 лет, но рай продолжался недолго. Года 3-4 мы жили в условиях конкуренции, когда были компании-производители, которые покупали контент за хорошие деньги, это была вторая статья доходов, потом только телевизор. Сейчас этой статьи нет вообще, она существует понятию в договоре на цифровые права. Компенсации наших расходов через цифровой рынок мы пока не ощущаем, это копеечные выплаты. Система цифровой дистрибуции не прозрачна. Мейджорским компаниям удается договориться о прямом контроле, отчетах и возможности мониторить собственные продажи. Часто мы вынуждены отдавать контент за минимальную гарантию, которую нам выставляют онлайн-платформы, потому что если мы согласимся на роялти, то нам могут предоставить отчеты, нарисованные от руки. Инструмента проверить их и уточнить у нас нет. Совместно с одной компанией, которая делает техническую модель расчетов, мы пытаемся вступить в диалог с платформами. Если в какой-то момент наши отношения не будут развиваться в нужном, конструктивном, партнерском ключе, то мы можем оказаться по разные стороны баррикад и будут возникать новые платформы, которые будут более лояльны к производителям контента.

Насколько сегодня, на ваш взгляд, в России развит рынок легального онлайн-просмотра?

Статистика говорит, что объем пользования растет. В количественном выражении именно самих пользователей это не такие существенные изменения, идет счет на доли процента, в то время, как объем купленного контента растет более серьезно. Покупается больший объем цифровых прав конечным пользователем, при этом количество этих людей растет не так значительно и быстро. Если бы предпринималось движение в этом направлении, было бы больше попыток рассказать, показать, объяснить преимущества, провести ликбез о том, что хорошо, что плохо, как это скажется и на вас в том числе, что если вы будете покупать легально, будет возможность создавать более качественный, проработанный продукт, будет понимание, что эти деньги вернутся.

Нам показывали исследование, которое говорило о том, что до трети жителей России регулярно или эпизодически пользуются платными сервисами по приобретению фильмов,

сериалов, телепрограмм в интернете. Такая же примерно часть населения говорит, что не пользовались и не будут пользоваться. Это убежденные, идейные сторонники просмотра с торрентов. И где-то 40% — это середина, такое колеблющееся болото. Они не задумываются о том, платный или бесплатный сервис, они просто смотрят и все. Если им завтра скажут, что с сегодняшнего дня это платно, они согласятся. Главная мысль сводится к тому, что надо работать с этими 40%, а не бороться с радикалами, потому что уйдет много времени, усилий и тех же денег, чтобы выстроить систему эффективной защиты, а на легальный просмотр мы их не перенастроим, они уйдут в глубокий интернет или будут создавать альтернативные сети, как локалки раньше.

Какова структура доходов российского фильма?

Всегда разная. Мы не можем глобально заявлять, что сформировалась модель, которая постоянно работает. Не так уж и много фильмов выходит. Большая часть из них выходит с минусом от проката, поэтому нельзя говорить, что основной наш доход в прокате, а говорить, что так как у нас прокат неудачный, основной наш доход в телике, тоже нельзя. Сегодня телевидение сокращает стоимость показов российского контента. Есть пара каналов, которые платят нормально относительно других, но все равно это деньги, не сопоставимые с затрачиваемыми на производство фильма.

Можно ли на данном этапе говорить об окупаемости российского кино?

Американская модель окупаемости кино строится на том, что у них мощный рынок VoD, материальных носителей, цифрового, кабельного ТВ. И там можно проследить динамику. Если прокат был неудачным, вы собрали процентов 15, на цифровых сетях, в walmart в виде дисков может быть до 80% дохода, оставшиеся 20 это телевидение и какие-то смешанные права. А дальше у них есть гигантский мировой рынок. Мы не можем с этим ничего поделать, потому что это вопрос денег и маркетинга. Вбухиваются огромные деньги в рекламные кампании, раскрутку актеров, режиссеров, студийных брендов. Делать вид, что мы можем догнать и перегнать, даже при хорошем качестве нашего продукта — это несерьезная задача. Мы такие же модели дистрибуции позволить не можем. У нас нет международных офисов, как у голливудских мейджоров, у нас даже на нашей территории голливудские мейджоры рулят в прокате. Даже наши любимые компании, которые прокатывают наши фильмы, могут сказать: «Мы вам дадим один полный уик-энд, а на второй вы получите половину». «Фильм же может быть хороший, — говорите вы, — у него будет хороший сарафан». «У нас свои студийные планы, куча релизов и мы не собираемся жертвовать своими фильмами в угоду вам». Даже при том, что у нас экономические отношения и мы честно платим комиссию за услуги. Студийный план — это как библия, то, что нельзя изменить.

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

Сейчас этот вопрос решается через субсидии на поддержку в прокате, строительство кинотеатров в малых городах, хотя они приносят очень небольшой процент — 5, может, 10% от общего бокс-офиса. Насколько повлияет поддержка этих кинотеатров, покажет время. Наверное, все равно хорошо, что они появляются, приучают зрителей ходить в кино, но эффективность от этого пока низковата.

Какие могут быть другие механизмы такой поддержки?

Это работа гигантского мегапродюсера и для этого не хватит ресурсов ни Фонда, ни Минкультуры. Фонд существует довольно сложно, у него должен быть менеджмент, который ежедневно работает, платит налоги, получает зарплату, и создать над этим какой-то гигантский центр, который будет заниматься маркетингом для всех российских фильмов, нельзя, мы не китайцы. У Минкультуры помимо кино еще огромное количество других направлений — музеи, театры, библиотеки, учебные заведения. Представляете, по каждому направлению будет создаваться продюсерский центр, которым нужно будет рулить? Недавно на встрече с министром культуры он уже и так сказал, что слишком много сделал для кино, в ручном режиме помогал «Батальону», ходил, доказывал, убеждал, то есть был таким продюсером на общественных началах. Но это не функция чиновников, тем более такого ранга. Чтобы эта была функция, нужно создавать структуру, набирать людей, отрывать их от реального производства, заставлять заниматься креативом, входить в конфликт с продюсерами, и смотреть, чем это закончится.

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

Я не понимаю, как это будет выглядеть, поэтому даже тяжело прокомментировать. Мне кажется, это такая фигура речи «Ребят, вы нас все достали». При этом есть зрители, которые могут сказать: «Ребята вы чего? Свобода выбора».

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

Это не моя тема. Я никогда ничего не двигал. Мы договаривались только с картиной «Горько!» Они ушли на неделю, а мы их ролик подклеили к «Сталинграду». Но они сами пришли с такой просьбой? Нас посмотрели 7 млн человек, все они видели рекламу фильма «Горько!». И, мне кажется, это не могло не повлиять на прокатную судьбу картины, хотя фильм сам по себе хороший. Но как показывает практика: мало быть хорошим фильмом, надо быть и еще хорошо отрекламированным хорошим фильмом.

Какие виды рекламы вы считаете наиболее эффективными для российского кино?

Статистика показывает, что больше 60% зрителей приводит реклама в кинотеатрах. Это «муви баер», которые регулярно ходят в кино, смотрят рекламу перед сеансами и это становится одним из ключевых моментов в принятии решения «хочу я посмотреть это кино или нет». Если оно с экрана показалось интересным, привлекательным, то эти 60% регулярно ходящих в кино, могут сказать окей. Это уже большой плюс. Остальные 40 добираются, естественно, через телик, потом уже интернет, газеты, журналы и на последнем месте радиостанции. Роль интернета растет. Но это имеет и минусы — указывает на то место, где в итоге фильм появится, и большая часть людей посмотрит его там, а не у нас.

Считаете ли вы, что доля российского кино является основным показателем успеха отечественных фильмов?

Должен быть унифицированный подход, потому что все время скачут оценки. Никогда не будет господдержка, как и любая другая форма поддержки, удовлетворять всех. Всегда будут проигравшие, обиженные, жаждущие социального, экономического, любого другого реванша. Модель должна быть, она не должна колебаться. У нас как считают? То производство в рублях, доход — в валюте. Рубль упал, соответственно сборы упали. Вот эти вещи позволяют большому количеству манипуляторов, которые хотят стать известными блогерами, «критиками». Эти самые манипуляторы управляют малограмотной толпой школьников управляют через интернет. Настоящие критики почти исчезли, появились товарищи, которые ищут популярности, а они зарабатывают ее отрицанием и порицанием. Доля должна высчитываться, но она не должна гулять, чтобы они не использовали это как инструмент для одурачивания. В какой-то момент доля российского кино в сборах уменьшилась, а по зрителям выросла. В чем проблема? Мы не можем себе позволить дорогостоящие фильмы-аттракционы. У нас просто нет таких денег. И за это ругать нас бесполезно. Это наши сегодняшние экономические условия. Наши фильмы выходили не в 3D, и за счет этого был прирост в кассе у мейджоров, которые в основном показывали крупнобюджетные голливудские фильмы, специально сделанные под IMAX, который дает сегодня до 15% кассовых сборов.

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

Есть экспертная оценка рынка. Я всегда привожу в пример «Хорошего мальчика». Профессиональный рынок оценил его очень высоко и специалисты, которые понимают, что качество продукта достойное, фильм зрительский, может хорошо отработать, давали ему эстимейт 150+, близко по сборам к фильму «Географ глобус пропил», который, может быть, был более маргинальный и несколько депрессивный, «Хороший мальчик» при том, что там есть элемент драмы, более легкий, как говорят, «Курьер» XXI века. Но по факту мы собрали около 80 млн рублей — в два раза меньше. Не могут взять и ошибиться люди с разными целями, задачами. Этому фильму просто не давали собирать. Его быстро показали и быстро сняли со словами: «Знаете, у нас больше нет времени и места». Нам сказали, что он будет долго работать, у него отличный сарафан, но уже через месяц сеансов не было, потому что есть обязательства перед студиями-мейджорами, которые жестко контролируют наш рынок. И никто не кричит о засилье, о том, что они регулируют, сколько будет фильм в прокате. Как можно было снять половину сеансов у фильма, который в воскресенье дал прирост на 10%, что говорит о чудовом сарафане? На это прокатчик говорил мне, что фильм слабо стартовал. Я бы эту логику принял и согласился, если бы потом цифры не пошли вверх, а слабый старт — это наша совокупная ответственность, то есть мы плохо отработали маркетинг и промо-кампанию, не нашли нашего зрителя и не продали наше кино. Но кино нашло зрителя само. Зритель попер на него с приростом и потом он не падал никак, кроме

как на количество сеансов, которое у него отрезали. Если бы оставили 2-3 недели, он бы работал. Был голливудский фильм «Шпион», комедийный боевик, он стартовал тоже слабо, но отстоял вторую неделю с ростом, ему расширили третью неделю и никто его не снимал.

Как бы вы оценили текущий рынок кинопоказа? Достаточно ли количество залов, должно ли оно увеличиваться?

Оно уже и так увеличивается. Нас всегда кормили тем, что не надо ничего делать, будет больше залов, всем хватит места. Но делают больше залов — их занимают мейджоры. Сделают еще больше залов и они опять их займут. Здесь вопрос не в том, что кто-то сказал кому-то в Лос-Анджелесе, Лондоне или Брюсселе, что пять тысяч экранов — наше, а остальное давайте хозяевам отстегнем, пусть они свое расписывают. Нет. Они говорят: «О, шесть тысяч экранов, отлично, распишем теперь на шесть, а не на пять». Это же бизнес. Люди хотят получать прибыль, а если это возможно, то и сверхприбыль. Абстрактное увеличение количества залов ни к чему не приведет. Есть регионы, где дефицит, есть регионы, где начинается конкуренция. Есть определенное число зрителей, мы их забрали, и строительство новых залов просто приводит к их распределению, то есть количество зрителей на один зал уменьшается. Можно в Москве построить еще три тысячи залов, но это приведет к тому, что рухнет система кинопроката.

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

Пользуюсь. Это вполне рабочий инструмент.

Интересует ли российское кино зарубежных дистрибьюторов и зрителей?

Конечно, есть. мы постоянно видим в новостях, что той или иной фильм становится лауреатом какого-нибудь фестиваля.

Российское кино на данный момент наиболее успешно за рубежом в своем фестивальном или коммерческом сегменте?

За границей вообще никто не погружен в нашу свару: что правильно снимать для русского артхауса или мейнстрима. Посыл вопроса такой: что мы делаем хуже — мейнстрим или артхаус. В этом фигура речи, мы идем на поводу у каких-то чудаков на букву «м», как говорил Шукшин. Иностранцы судят по результату. Если фильм хорош для фестиваля, они берут и не понимают, почему не могут взять хороший фильм. Точно так же с нашим мейнстримом. Посмотрите комментарии к трейлерам в российском и зарубежном YouTube. В российском это поношение, оскорбление, неприкрытое хамство и безнаказанность, а иностранцы смотрят и высказываются по существу, им не понятно, за что можно не любить режиссера фильма «Притяжение» и писать «он — лысый», «ему все папа сделал». Они смотрят оценивают, если это интересно, качественно, то им нравится. У них других критериев нет. Они не вовлечены в нашу закулисную возню. Поэтому потенциал у российского кино, конечно, есть. Делаем хорошее кино — его покупают. Делаем плохое — не покупают. Бывают редкие исключения, но в целом наше кинопроизводство выросло, мы прошли процесс выращивания сценаристов, актеров, режиссеров и занимаем вполне заметное место в мировом кинематографе.