

Д
Матрица не использована
учи историю и доклады
всех Пленумов Бюро ККСР.
по совещаниям в отделе.

П Р А В К А

практике работы областной конторы кинопроката и ^{управления} кинофикации
по формированию репертуара кинотеатров г.Новгорода.

Формирование кинорепертуара - наиболее ответственная и сложная задача органов кинопроката и кинофикации. От квалифицированного решения ее во многом зависит эффективность использования кино в коммунистическом воспитании трудящихся и успешное выполнение финансового плана.

Как показывают итоги 1968 года кинотеатры г.Новгорода значительно перевыполнили установленное задание. Сверх плана обслужено 259,2 тысячи зрителей и получено 75,9 тысячи рублей валового сбора. План III квартала 1968 года, по результатам которого проводилось изучение этого вопроса, кинотеатры недовыполнили всего на 3,8 тысячи рублей.

Бесспорно, финансовые и идеологические задачи в процессе кинообслуживания населения находятся в тесной взаимосвязи. Чем больше зрителей на киносеансах тем больше валовой сбор и тем шире и сильнее влияние кинематографа на умы и сердца людей.

Но, к сожалению, идейно-художественные и коммерческие достоинства фильмов, особенно зарубежного производства, часто не совпадают. При таком положении далеко не безразлично какую духовную пищу получают люди в кинозалах, за счет каких фильмов кинотеатры выполняют и перевыполняют финансовые планы?

Противоречия, возникающие между кассовыми и идеологическими интересами, могут быть преодолены на основе требований репертуарной политики.

Суть этих требований определяется двумя принципами. Во-первых, основу репертуара должны составлять лучшие фильмы отечественного производства.

Для выпуска и показа этих фильмов должны создаваться такие условия, которые обеспечивали бы их просмотр наибольшим количеством населения.

Во-вторых, репертуар должен формироваться с учетом важнейших историко-революционных и знаменательных дат календаря, тематического и жанрового разнообразия фильмов.

Как практически реализуются эти требования при формировании репертуара кинотеатров г. Новгорода?

В соответствии с разрядками Комитета по кинематографии и при Совете Министров РСФСР Новгородская областная контора кинопроката получила в III квартале 1968 года 41 название новых художественных полнометражных фильмов, в том числе 20 названий /49%/ отечественного производства, 15 названий /36%/ -социалистических стран и 6 названий /15%/ производства капиталистических стран.

Однако возможности репертуарного планирования не ограничиваются только этими фильмами.

Ежемесячно контора кинопроката получает до 3-4 названий повторной печати, несколько десятков хроникально-документальных и научно-популярных фильмов, часть новых фильмов остается от предыдущего квартала, некоторое количество фильмов поступает раньше планируемых сроков.

Кроме того, в действующем фонде конторы насчитывается около 1300 названий художественных фильмов выпуска прошлых лет и большое количество хроникально-документальных и научно-популярных лент. Формирование репертуара начинается с изучения идейно-художественных и коммерческих достоинств новых фильмов. С этой целью контора кинопроката устраивает специальные просмотры, на которые приглашаются работники областного управления кинофикации, директора кинотеатров и представители прессы. После просмотра каждому фильму дается оценка, которая является своеобразным прогнозом его коммерческих возможностей.

Репертур кинотеатров города составляется на неделю. Проект его рассматривается и утверждается управляющим конторой кинопроката и зам.начальника управления кинофикации. Лучшие фильмы, как правило, выпускаются одной программой в премьерном кинотеатре "Россия". Часть новых картин выпускается в кинотеатре "Октябрь".

Кинотеатр "Родина Октябрь" специализируется в основном на показе фильмов выпуска прошлых лет.

В целях более полного использования эксплуатационных возможностей новых фильмов практикуется передача их ~~из~~ ^{из} одного кинотеатра в другой.

В III квартале 1968 года кинотеатры г.Новгорода показали 101 художественный фильм, в том числе 60 фильмов отечественного производства, 23 - социалистических стран и 18 фильмов капиталистического производства.

Таблица I

Наименование показателей	Всего	В том числе					
		фильмы отечественного производства		фильмы социалистических стран		фильмы капиталистических стран	
		к-во	%	Кол-во	%	Кол-во	%
Выпущено фильмов	101	60	59	23	23	18	18
Организовано сеансов	1626	929	57	351	21	366	22
Обслужено зрителей /тыс. человек/	511,3	258,5	50,5	120,8	23,7	132	25,8

Примечание: Данные по специальным детским и удлиненным программам в таблицу не включены. Анализ по ним дается отдельно.

Как видно из таблицы I основу репертуара кинотеатров составили фильмы отечественного производства - 59% . Для демонстрации их была выделена наибольшая часть киносеансов - 57%, на которых обслужена основная часть зрителей - 50,5%.

Несколько другая картина получается при сравнении результатов работы кинотеатров с отдельными фильмами отечественного и зарубежного производства.

Таблица 2

№№ пп	Название фильмов	Дата поступ- ления фильма в кино- прокат	Дата выпуска на экран	Количество			% насе- ления, просм. кино- фильм
				экра- но- дней	сеан- сов	зри- телей /тыс. чел./	
I.	"Фантомас" III сер. /Франция-Италия/	23/УП	5/УШ	I7	86	45,2	4I,3
2.	"Верная рука- друг индейцев" /Югославия/	29/УI	I2/УП	I4	64	40,5	37,0
3.	"Щит и меч" II серия /Мосфильм/	I2/УШ	2/IX	I3	7I	32,7	29,8
4.	"Щит и меч" I сер. /Мосфильм/	5/УШ	26/УШ	I0	45	26,5	24,2
5.	"Еще раз про любовь" /Мосфильм/	29/УП	I9/УШ	II	53	25,6	23,3
6.	"Разиня" /Франция/	I2/УШ	I9/УШ	I4	65	25,3	23,I
7.	"Ты моя, жизнь" I, II серия.	I9/УШ	9/IX	I0	86	24,8	22,6
8.	"Искатели приклю- чений" /Франция/	22/УП	29/УП	I0	4I	I8,I	I6,5
9.	Удар! Еще удар! /Ленфильм/	I6/УШ	9/IX	II	49	I6,0	I4,5
IO.	Чингачгук-боль- шой змей /ГДР/	26/УШ	2/IX	I2	43	I5,4	I4,0
II.	Когда дождь и вечер стучат в окно /Рижская киностудия/	4/УП	22/УП	II	44	I3,9	I2,7
I2.	По Руси /киностудия им.М.Горького/	I7/УП	I6/IX	II	26	4,6	4,I

Примечание: фильмы расположены в зависимости от количества обслуженных зрителей.

Из таблицы № 2 видно, что в выпуске лучших отечественных фильмов III квартала не было спешки. Кинотеатры имели на подготовку от 17 до 28 дней.

Однако даже такие зрелищные фильмы как "Щит и меч" и "Еще раз про любовь" обслужили на 12-15 тысяч зрителей меньше, чем зарубежные фильмы "Фантомас" и "Верная рука- друг индейцев".

Сравним общие результаты показа 6 отечественных и 6 зарубежных фильмов, приведенных в таблице 2.

Таблица 3

Группы фильмов	Количество		
	экрано- дней	сеансов	зрителей /тыс. человек/
Фильмы отечественного производства	67	288	119,1
Фильмы зарубежного производства	77	385	169,3

На основе этих данных не трудно подсчитать, что кинотеатры предоставили зарубежным фильмам больше экранодней на 14,8% и киносеансов - на 33,6%.

В результате такого "внимания" зарубежные картины просмотрело на 42,1% зрителей больше, чем наши фильмы.

Имелись ли достаточные основания для ограничения показа лучших отечественных фильмов? Нет.

Например, фильм "Фантомас" III серия в последние три дня проката в кинотеатре "Россия" просмотрело 6200 человек, а фильм "Щит и меч" II серия - 9345 человек.

Фильм "Разиня" в последние три дня показа в кинотеатре "Октябрь" просмотрело 4536 человек, а фильм "Удар! Еще удар!" - 5108 человек.

Дело, конечно, не в сравнениях. Они относительны, так как слишком различны идейно-художественные ценности этих фильмов. Главное в том, что при определенных условиях лучшие наши фильмы могут успешно выполнять и идеологические и финансовые задачи.

Создать эти условия — долг прокатчиков и кинофикаторов. Пока работа в этом направлении идет неудовлетворительно. Почти все фильмы, независимо от идейно-художественных достоинств, рекламируются одинаково. Основной вид текущей рекламы кинотеатров — сводные репертуарные афиши и типографские плакаты централизованного изготовления. Щитовая реклама, как правило, сосредоточивается в центре города. Оформляется она небрежно, без выдумки. Тот минимум информации, который содержится в этих видах рекламы далеко не достаточен, чтобы заинтересовать зрителя, помочь ему выбрать фильм. Слабо ведется и устная пропаганда лучших фильмов. Клуб друзей кино, действующий при кинотеатре "Родина", работает в основном на себя. Требуется улучшения и предварительная реклама кинопроката. Следует подумать и о продолжительности показа фильмов.

Разумно ли демонстрировать /и в идеологическом и экономическом отношении/ одинаковое количество дней такие фильмы как "Щит и меч" и "Разиня", "Еще раз про любовь" и "Искатели приключений" при разнице в 7-8 тысяч зрителей в пользу наших фильмов.

Ведь существо репертуарной политики в том и состоит, что лучшие *отечественные* фильмы должны получать более широкий экран, чем зарубежные картины, даже если они собирают меньшее количество зрителей.

Несколько замечаний о показе хроникально-документальных, научно-популярных фильмов и о репертуаре для детей. Специализированного кинотеатра хроники в городе нет. Демонстрация этих фильмов проводится в малых залах кинотеатров и в качестве журнала перед художественными фильмами. Платный показ хроникально-документальных и научно-популярных фильмов объемом до 5 частей организуется в основном в форме удлиненных сеансов.

В III квартале 1968 года кинотеатры г.Новгорода провели 145 таких киносеансов / в среднем по 4 сеанса в неделю/ и обслужили 58,7 тыс. зрителей.

Таким образом требование Комитета по кинематографии при Совете Министров РСФСР о показе хроникально-документальных и научно-популярных фильмов на удлиненных киносеансах не реже 3 раз в неделю выполняется.

Однако вопрос о платном показе хроникально-документальных и научно-популярных фильмов объемом более 5 частей на специальных сеансах не решен. Пока эти фильмы лежат на полках кинопроката

Детский репертуар формируется главным образом из картин выпуска прошлых лет, так как новых фильмов для детей, к сожалению, делается очень мало. Так, например, из 8 фильмов, показанных в сентябре 1968 года в большом зале кинотеатра "Октябрь" специально для *детей* только I фильм был новый. Этим отчасти объясняется не высокая посещаемость детских киносеансов.

В III квартале 1968 года на 246 сеансах побывало лишь 25,8 тыс. детей, то есть средняя загрузка сеанса составила 23%. Но дело не только в репертуаре. Посещаемость очень низкая и на новых фильмах.

Например, в кинотеатре "Россия" 29 августа на детском сеансе фильма "Щит и меч" I серия присутствовало 55 человек. В кинотеатре "Октябрь" 16-18 сентября на детских сеансах фильма "Щит и меч" II серия присутствовало от 30 до 57 человек.

Объясняется это двумя причинами.

Во-первых, кинотеатры для обслуживания детей выделяют неудобное время / 9³⁰, 9⁴⁵, 10 часов утра/, и, во-вторых, детские сеансы обычно назначаются в последние дни демонстрации нового фильма, то есть тогда когда многие дети посмотрят фильм на сеансах для взрослых.

Например, в кинотеатре "Россия" два детских сеанса с фильмом "Щит и меч" II серия были назначены лишь на 7 день демонстрации фильма. В кинотеатре "Октябрь" единственный детский сеанс с фильмом "Диверсанты" был проведен так же на 7 день после выпуска его на экран.

Некоторые фильмы, например, "По Руси", "Удар! Еще удар!" вообще не демонстрировались на детских сеансах.

За эти месяцы для детей не показано ни одной познавательной программы, скомплектованной из хроникально-документальных и научно-популярных фильмов.

Платный показ фильмов организован лишь в трех школах города.

Общим недостатком кинорепертуара III квартала 1968 года является слабая связь его с важнейшими датами календаря.

Экраны кинотеатров не ~~не~~ откликнулись, например, на такие даты, события и политические кампании как IX Всемирный фестиваль молодежи и студентов, день Военно-Морского Флота СССР, Всесоюзный день физкультурника, день провозглашения ДРВ, подготовка к 50-летию ВЛКСМ и 100-летию со дня рождения В.И. Ленина, хотя в фонде кинопроката имеется немало художественных, хроникально-документальных и научно-популярных фильмов, которые можно было бы показать в эти дни.

Партийные организации кинопроката и управления кинофикации недостаточно вникают в вопросы репертуарного планирования, не оказывают должного влияния на улучшение этого дела.

Изучение практики формирования репертуара кинотеатров г.Новгорода позволяет сделать следующие выводы:

1. Основные усилия конторы кинопроката, управления кинофикации и кинотеатров должны быть направлены на повышение эффективности пропаганды и рекламирования ^{лучших отечественных} фильмов, на поиски и внедрение новых форм и методов работы со зрителями, на совершенствование системы выпуска фильмов.

2. Областной конторе кинопроката необходимо обратить особое внимание на увязывание репертуара кинотеатров с важнейшими датами, событиями и политическими кампаниями, широко используя для этого не только новый, но и старый фильмофонд.

3. Следует улучшить кинообслуживание детей в городе, для этого необходимо практиковать детские киносеансы не только в утреннее, но и в дневное время; разнообразить репертуар для детей за счет основных художественных фильмов, разрешенных для этой цели, и формирования познавательных программ из лучших хроникально-документальных и научно-популярных ^{расширить программой} лент; ^{показа} фильмов в школах.

4. Областному управлению кинофикации и конторе кинопроката надо продумать вопрос о внедрении в кинотеатрах города платного показа короткометражных и полнометражных хроникально-документальных и научно-популярных фильмов на специальных сеансах.

5. В целях более широкого привлечения заинтересованных организаций к решению вопросов репертуарного планирования, пропаганды и рекламирования лучших отечественных фильмов целесообразно при областной конторе кинопроката создать общественный совет из представителей партийных, советских, комсомольских и профсоюзных организаций, печати и радио.

6. Партийным организациям конторы кинопроката и управления кинофикации необходимо глубже вникать в вопросы формирования репертуара, повышать требовательность и ответственность коммунистов, непосредственно отвечающих за это дело, чаще обсуждать эти вопросы на совместных партийных собраниях.

Инструктор отдела пропаганды
и агитации обкома КПСС:

Иванов

/Ф.ИВАНОВ/

24.П.69г.
ле-4