

**Министерство культуры Красноярского края  
Краевое государственное бюджетное учреждение  
культуры  
«Красноярский кинограф»**

**СБОРНИК МЕТОДИЧЕСКИХ РЕКОМЕНДАЦИЙ  
ПО ОРГАНИЗАЦИИ КИНОПОКАЗА  
НА ТЕРРИТОРИИ КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ**

**Красноярск 2017**

**Министерство культуры Красноярского края  
Краевое государственное бюджетное учреждение  
культуры  
«Красноярский кинограф»**

**СБОРНИК МЕТОДИЧЕСКИХ РЕКОМЕНДАЦИЙ  
ПО ОРГАНИЗАЦИИ КИНОПОКАЗА  
НА ТЕРРИТОРИИ КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ**

**Красноярск 2017**

**Сборник методических рекомендаций по организации кинопоказа на территории Красноярского края.**

**Разработан КГБУК «Красноярский кинограф» с целью оптимизации деятельности отделов культуры и специалистов киноустановок в различных районах края.**

**В пособии освещены наиболее актуальные вопросы организации кинопоказа.**

**Ответственный за выпуск: первый заместитель генерального директора КГБУК «Красноярский кинограф» А.С. Червов.**

## ПРЕДИСЛОВИЕ:

Данный сборник методических рекомендаций по организации кинопоказа на территории Красноярского края разработан специалистами КГБУК «Красноярский кинограф». Сборник состоит из трех частей.

В первой части описывается процесс формирования пакета документов на получение субсидии от Федерального фонда социальной и экономической поддержки отечественной кинематографии организациям, осуществляющим кинопоказ.

Во второй части сборника даются методические рекомендации по техническому обеспечению кинопоказа. В этой части подробно рассказывается, какими техническими характеристиками должны обладать проектор, экран и акустическая система, чтобы организовать качественный кинопоказ с технической точки зрения.

В третьей части методического сборника описываются исторический аспект развития связей с общественностью в кинокультуре Красноярского края и особенности применения vr-технологий в кинодеятельности КГБУК «Красноярский кинограф».

Методическое пособие предназначено для специалистов и руководителей культурно-досуговых учреждений и учреждений, предоставляющих услуги кинопоказа.

## СОДЕРЖАНИЕ:

**Методические рекомендации  
по формированию пакета документов  
на получение субсидии от федерального  
фонда социальной и экономической поддержки  
отечественной кинематографии организациям,  
осуществляющим кинопоказ ..... 5**

**Методические рекомендации  
по техническому обеспечению кинопоказа ..... 37**

**Методические рекомендации  
по применению рг-технологий  
в кинодеятельности на примере  
КГБУК «Красноярский кинограф».....46**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО  
ФОРМИРОВАНИЮ ПАКЕТА ДОКУМЕНТОВ НА  
ПОЛУЧЕНИЕ СУБСИДИИ ОТ ФЕДЕРАЛЬНОГО  
ФОНДА СОЦИАЛЬНОЙ И ЭКОНОМИЧЕСКОЙ  
ПОДДЕРЖКИ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ  
КИНЕМАТОГРАФИИ ОРГАНИЗАЦИЯМ,  
ОСУЩЕСТВЛЯЮЩИМ КИНОПОКАЗ.**

С 2016 года Федеральным фондом социальной и экономической поддержки отечественной кинематографии (далее – Фонд кино) осуществляется субсидирование создания или переоборудования кинозалов для осуществления современного цифрового кинопоказа в населенных пунктах с населением до 500 тыс. человек. Важным является отсутствие нижней границы по объему населения. Таким образом, на получение субсидии может претендовать учреждение культуры, расположенное в муниципальном образовании, численность населения которого ниже цифры в 500 тыс. человек.

В том же 2016 году от Красноярского края было направлено в Фонд кино 12 заявок. Средства на переоборудование кинозалов в 2017 получили три муниципальных учреждения культуры – МБУК ГДК «Угольщик» г. Бородино, МУК ГДК «Энергетик» г. Дивногорск, МАУ «Центр культуры и кино» г. Шарыпово. В чем же причина такого малого процента получения субсидий учреждениями культуры Красноярского края?

Дело в том, что пакеты документов на предоставление субсидий от Фонда кино проходят два этапа: формальный этап и конкурсный этап.

**Формальный этап** предполагает проверку пакета документов на правильность оформления, на достаточ-

ность запрошенной информации, на наличие всех необходимых оригиналов и копий документов, на актуальность документов. Только при положительной формальной оценке пакета документов учреждения, претендующего на получение субсидии от Фонда кино, пакет документов попадает на конкурсную комиссию.

Конкурсная комиссия оценивает перспективы развития кинозала в населенном пункте, экономическое обоснование деятельности кинозала, сроки окупаемости субсидии, состав населения и прочие критерии. Таким образом, презентация создания (переоборудования) кинозала, которая является титульным документом, должна отражать максимум информации, которую необходимо сообщить конкурсной комиссии, чтобы мотивировать её на принятие положительного решения о выделении субсидии именно вашему учреждению. Для конкурсной комиссии остальной пакет документов не является основанием для принятия решения, так как он уже априори прошел формальную комиссию.

К сожалению, именно небрежность в формировании пакета документов является основной причиной низкого процента удовлетворения заявок на субсидирование от Красноярского края. Именно на этапе формальной проверки большинство пакетов документов были забракованы и даже не попали на рассмотрение конкурсной комиссии.

Основными ошибками при формировании пакетов документов являются:

- Невнимательное заполнение пунктов заявочного листа;
- Неполное (не подробное) наименование адреса кинозала;

• Отсутствие на копии документа подтверждающей подписи директора учреждения «Копия верна»;

• Наличие на оригинале документа подтверждающей подписи директора учреждения «Копия верна»;

• Неактуальность договора на право пользования (аренды) здания, в котором расположен кинозал;

• Неактуальность технического паспорта здания;

• Ошибки при составлении сметы.

• К бумажной версии прилагается и электронная версия пакета документов. Ошибки при ее формировании:

• Копия должна быть цветной. То есть сначала необходимо распечатать черно-белую копию документа, затем проставить подтверждающую подпись директора учреждения «Копия верна», затем вновь отсканировать в цветном режиме. Таким образом, получится актуальный правильный электронный документ.

• При необходимом повороте документа все листы должны быть повернуты при сканировании в одну сторону – так чтобы документ можно было читать, склонив голову к левому плечу.

• Сканированный документ должен быть светлым и легко читаемым.

Вообще, при формировании пакетов документов следует поставить себя на место человека, который будет изучать данный пакет. Чтобы не оставалось невыясненных вопросов и не возникало разночтений или неудобства при рассмотрении.

Все вышесказанное можно смело отнести и к заполнению документов при деловой переписке, формировании пакетов документов на получение грантов или иных субсидиарных средств.



В 2018 году предполагается продолжение программы субсидирования Фондом кино создания или переоборудования современных цифровых кинозалов в муниципальных образованиях с населением до 500 тыс. человек. Это прекрасная возможность получить целевые средства на развитие услуг муниципального учреждения культуры. Необходимо заранее провести ревизию наличия необходимой документации, разработать презентацию учреждения, подготовить требуемые справки. При необходимости дополнительных разъяснений можно обращаться в КГБУК «Красноярский кинограф».

Приводим приложения 3 (Перечень документов, прилагаемых к заявке) и 4 (Руководство по формированию комплекта заявочной документации) к Порядку и условиям направления средств, источником финансового обеспечения которых является субсидия, организациям, осуществляющим кинопоказ от Фонда кино.

**Приложение № 3  
к Порядку и условиям предоставления средств,  
источником финансового обеспечения которых  
является субсидия, организациям,  
осуществляющим кинопоказ**

**ПЕРЕЧЕНЬ  
ДОКУМЕНТОВ, ПРИЛАГАЕМЫХ К ЗАЯВКЕ**

1. Копия устава, заверенная уполномоченным должностным лицом организации.
2. Копия свидетельства о государственной регистрации юридического лица, заверенная уполномоченным должностным лицом организации.
3. Копия приказа о назначении руководителя, заверенная уполномоченным должностным лицом организации.
4. Оригинал (или нотариально заверенная копия) выписки из Единого государственного реестра юридических лиц, выданной не ранее, чем за 1 (один) месяц до момента подачи документов в Фонд.
  - 4.1. В случае если в выписке из Единого государственного реестра юридических лиц не содержится сведений о видах экономической деятельности, дополнительно к оригиналу (или нотариально заверенной копии) выписки из Единого государственного реестра юридических лиц предоставляется копия листа записи Единого государственного реестра юридических лиц, содержащая сведения о видах экономической деятельности, которыми занимается юридическое лицо, заверенная уполномоченным должностным лицом организации.

5. Оригинал (или нотариально заверенная копия) справки об исполнении налогоплательщиком (плательщиком сбора, налоговым агентом) обязанности по уплате налогов, сборов, пеней, штрафов, процентов (КНД 1120101), выданный инспекцией Федеральной налоговой службой не ранее, чем за 3 (три) месяца до момента ее предоставления в Фонд.

6. Копии документов-оснований, подтверждающих право владения Заявителя на помещения, подлежащие переоборудованию, заверенная подписью уполномоченного должностного лица и печатью организации:

6.1. для Заявителей, владеющих помещениями бессрочно (за исключением аренды) - копия свидетельства о государственной регистрации права или копия выписки из Единого государственного реестра прав на недвижимое имущество и сделок с ним или из муниципального реестра имущества сроком выдачи не ранее, чем за 1 (один) месяц до момента ее предоставления в Фонд (на выбор Заявителя),

6.2. для Заявителей, владеющих помещениями на праве долгосрочной аренды или долгосрочного оперативного управления, - копия договора аренды или оперативного управления с регистрационной надписью, подтверждающей проведение государственной регистрации права,

6.3. для Заявителей, владеющих помещениями на праве долгосрочного или бессрочного безвозмездного пользования, предоставляется либо копия договора долгосрочного/бессрочного безвозмездного пользования с регистрационной надписью, подтверждающей проведение государственной регистрации права, либо следующий комплект документов:

- копии договора безвозмездного пользования со

всеми приложениями и дополнительными соглашениями, копия акта приема-передачи имущества, заверенные подписью уполномоченного лица и печатью Заявителя,

- копия документа-основания (в порядке, предусмотренном п.6.1. и п.6.2. настоящего приложения), подтверждающего право владения ссудодателем на помещения, переданные в безвозмездное пользование, заверенная подписью уполномоченного должностного лица ссудодателя и печатью ссудодателя,

- оригинал, нотариально заверенная копия или копия, заверенная уполномоченным должностным лицом и печатью собственника имущества, письменного согласия собственника на осуществление сделки по передаче недвижимого имущества в безвозмездное пользование,

- копия документа-основания (в порядке, предусмотренном п.6.1. настоящего приложения), подтверждающего право собственности собственника на недвижимое имущество, переданное в безвозмездное пользование, заверенная подписью уполномоченного должностного лица и печатью собственника имущества.

7. Технические характеристики помещения, подлежащего переоборудованию, подписанные руководителем организации, с приложением копий документов, выданных отделением Бюро технической инвентаризации на помещения, подлежащие переоборудованию, заверенных уполномоченным должностным лицом организации.

8. Характеристика населенного пункта с обязательным указанием количества действующих (осуществля-

ющих кинопоказ) кинозалов в населенном пункте, подписанная руководителем организации.

9. Оригинал справки от регионального (муниципального) органа власти или органа местного самоуправления, иного уполномоченного органа (организации) о численности жителей населенного пункта, в котором планируется переоборудование кинозала (при наличии).

10. Оригинал официального обращения (ходатайства) в адрес Фонда от регионального (муниципального) органа власти или местного самоуправления о необходимости переоборудования кинозала, в отношении которого подается Заявка (при наличии).

11. Презентация проекта переоборудования, содержащая описание сути переоборудования, технико-экономическое обоснование её целесообразности и необходимости финансовой поддержки, а также фотографические изображения помещения, подлежащего переоборудованию.

12. Планируемая смета на переоборудование кинозала по форме согласно приложению №1 к приложению № 6 к настоящему Порядку.

13. Реквизиты Заявителя, заверенные главным бухгалтером и руководителем организации, с приложением образца заполненного платежного поручения на сумму запрашиваемых средств.

14. Для Заявителей, подающих Заявку на переоборудование кинозала, расположенного в объекте культурного наследия, - копию охранного обязательства собственника или иного законного владельца объекта культурного наследия.

15. Для Заявителей, подающих Заявку на переоборудование кинозала, расположенного в объекте культурного наследия, - копию согласия собственника помещений на проведение переоборудования заявленных помещений.

16. Для Заявителей, подающих Заявку на переоборудование кинозала, расположенного в объекте культурного наследия, при условии, что переоборудование помещения тем или иным образом затрагивает конструктивные элементы задания (объекта культурного наследия) или иные элементы, входящие в предмет охраны, - копию официального разрешительного документа, выданного уполномоченным в области охраны объектов культурного наследия органом, на проведение переоборудования заявленных помещений.

17. Для Заявителей, подающих Заявку на возмещение расходов - документы (договоры, акты, товарные накладные, платежные документы и т.п.), подтверждающие приобретение и постановку на учет оборудования, заверенные уполномоченным должностным лицом и печатью юридического лица.

**К комплекту документов прилагается электронный носитель (DVD диск или USB flash-носитель), на котором находится вся информация, содержащаяся в Заявке, в формате Excel и PDF.**

**Приложение № 4**  
**к Порядку и условиям направления средств,**  
**источником финансового обеспечения которых**  
**является субсидия, организациям, осуществля-**  
**ющим кинопоказ**

**РУКОВОДСТВО ПО ФОРМИРОВАНИЮ**  
**КОМПЛЕКТА ЗАЯВОЧНОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ**

1. Сопроводительное письмо к заявочной документации (п.5.1. настоящего Порядка) предоставляется на имя исполнительного директора Фонда - Антона Владимировича Малышева к каждому конверту, содержащему комплект документов, на каждый кинозал в отдельности.

На конверте, содержащем комплект документов, указывается наименование Заявителя.

Сопроводительное письмо к заявочной документации не подлежит прошивке в комплект документов, не нумеруется в рамках общей сквозной нумерации.

Сопроводительное письмо к заявочной документации предоставляется совместно и единовременно с комплектом заявочной документации, запечатанном в конверт.

Рекомендовано предоставлять сопроводительные письма, распечатанные на официальном бланке юридического лица.

В сопроводительном письме должно содержаться:

- наименование юридического лица, подающего Заявку,
- наименование кинотеатра (при наличии), в котором расположен кинозал, на переоборудование которого подается Заявка,

- точный адрес кинозала, на переоборудование которого подается Заявка.

В сопроводительном письме должно быть указано, что к письму прилагается комплект заявочной документации с указанием количества листов приложения.

2. Комплект заявочной документации включает в себя (п.5.2.3. настоящего Порядка):

- описание документов с указанием номеров и количества страниц (пример: *копия устава – стр.2 – 25*),

- заявочный лист по форме, утвержденной приложением №2 к настоящему Порядку,

- комплект документов, утвержденный приложением №3 к настоящему Порядку.

Комплект заявочной документации прошивается в один том. В случае если прошить в один том заявочную документацию не представляется возможным в связи с большим количеством листов, возможно предоставление заявочной документации в двух томах, о чем делается соответствующая запись в сопроводительном письме. Каждый том начинается с описи документов с указанием страниц.

Комплект заявочной документации нумеруется сквозной нумерацией (с первой по последнюю страницу, где описание документов - это «1»).

На обратной стороне комплекта заявочной документации (стопки листов) должна находиться наклейка, препятствующая изыманию листов. Для этого она фиксируется на клей, и на ней ставится печать организации, частично заходящая на наклейку, частично на лист, на который она крепится.

На наклейке пишется следующее: «Прошито, пронумеровано <количество листов цифрами> (количество



листов прописью), прошнуровано, скреплено печатью». Также ставится подпись руководителя юридического лица и ее расшифровка.

В случае если отсутствует объективная возможность заверить комплект документов подписью руководителя юридического лица, комплект документов заверяется представителем юридического лица на основании доверенности. Доверенность подлежит обязательному представлению в Фонд одновременно с комплектом заявочной документации. Доверенность не подлежит обязательному прошиванию в комплект заявочной документации.

Общие рекомендации по прошивке тома документации:

- у любого документа все подписи и печати должны быть читаемыми,
- должна быть возможность сделать копию любого листа на копировальной машине, не нарушив целостность прошивки,
- прошивка должна быть прочной.

3. В заявочном листе (приложение №2 к настоящему Порядку) обязательному заполнению подлежат пронумерованные графы с №1 по №23 включительно.

В графе №1 указывается цель получения средств, а именно «оснащение вновь созданного кинозала» или «переоборудование кинозала».

При этом под оснащением вновь созданного кинозала подразумевается, что помещение, в котором расположен кинозал, ранее не использовалось под аналогичные цели. В иных случаях указывается «переоборудование кинозала».

В графе №2 Заявителю необходимо указать, на

какие цели получатель запрашивает средства, а именно возмещение уже понесенных расходов на переоборудование к моменту подачи Заявки или обеспечение будущих расходов на переоборудование. Нужную графу в заявочном листе необходимо отметить любым знаком («галочка», «крестик»).

Отдельно стоит обратить внимание, что при «возмещении понесенных расходов на переоборудование» комплект подаваемых документов отличается от общего комплекта (п.15 приложения №3 к настоящему Порядку).

В графе №3 указывается полное наименование юридического лица без организационно-правовой формы (пример: «Культурно-досуговый центр «Мир»).

В графе №4 указывается организационно-правовая форма юридического лица без сокращений (аббревиатур) (пример: *муниципальное бюджетное учреждение культуры*).

В графе №5 указывается должность и ФИО руководителя полностью (пример: *генеральный директор Иванов Иван Иванович*).

В графе №6 при наличии указывается идентификационный номер (ID) Заявителя в ЕАИС. При отсутствии регистрации Заявителя в ЕАИС указывается «отсутствует» либо прочерк.

В графе №7 указывается дата государственной регистрации юридического лица (пример: *01.01.1995*). Данная информация содержится в выписке и Единого государственного реестра юридических лиц.

В графе №8 указывается полный адрес фактического размещения кинозала (Пример: *г. Москва, Воронниковский пер., д.12, стр.1, этаж 1, помещение №2*).

В графе №9 указывается тип размещения кинозала (пример: *торгово-развлекательный центр, 4 этаж*)

В графе №10 указывается количество залов в кинотеатре (пример: 2).

Графа №11 заполняется в случае наличия двух или более залов в кинотеатре. В случае наличия одного зала ставится прочерк. Также допустимо указание наименования единственного зала при его наличии.

Под наименованием зала может пониматься как некое видовое обозначение, отличающее его от других залов (пример: *синий зал*), так и простая нумерация (пример: *зал №1*).

Данное обозначение необходимо для идентификации зала при подаче как заявок на финансирование одного зала в многозальном кинотеатре, так и нескольких самостоятельных заявок на отдельные залы в многозальном кинотеатре.

Не допускается подача одной заявки на два и более залов.

В графе №12 указывается фактическое количество мест в переоборудуемом кинозале на момент подачи Заявки (пример: 234).

В графе №13 Заявителями, подающими Заявку на возмещение средств, затраченных на оснащение кинозала оборудованием, указывается точный перечень оборудования с указанием марки, модели и других идентификационных признаков оборудования.

Заявителями, подающими Заявку на получение денежных средств с целью дальнейшего оснащения кинозала оборудованием, указывается примерный перечень планируемого к приобретению оборудования согласно планируемой смете на переоборудование

кинозала (п.13 приложения №3 к настоящему Порядку).

В графе №14 указывается дата окончания переоборудования и, соответственно, начала кинопоказа в кинозале. Данная дата не должна превышать сроки, установленные п.3.3. настоящего Порядка, а именно 31 декабря 2017 года.

В графе №15 указывается количество жителей в населенном пункте, в котором размещен кинозал (пример: 48 524).

Данные по количеству жителей приводятся (при наличии) из справки от регионального (муниципального) органа власти или органа местного самоуправления, иного уполномоченного органа (организации) о численности жителей населенного пункта, где планируется переоборудование кинозала (п.10 приложение №3 к настоящему Порядку).

При отсутствии соответствующей справки данные приводятся из данных Всероссийской переписи населения 2010 года (п.2.3. настоящего Порядка).

При отсутствии возможности получить данные из Всероссийской переписи населения 2010 года в графе ставится прочерк.

Отдельно стоит отметить, что данные по численности населения предоставляются на населенный пункт, указанный в фактическом адресе кинозала (село, станция, город и т.п.), а не общерегиональная или районная численность населения.

В графе №16 указывается удаленность расположения населенного пункта, в котором расположен кинозал, от административного центра субъекта Российской Федерации. Число приводится в километрах (пример: 156).

В графе №17 указывается количество точек кинопоказа (кинотеатров), расположенных в населенном пункте, без учета точки кинопоказа (кинотеатра), в которой расположен кинозал, на переоборудование которого запрашиваются денежные средства (пример: 1).

В графе №18 указывается планируемая сметная стоимость переоборудования кинозала согласно планируемой смете (п.13 приложения №3 к настоящему Порядку), или фактическая сметная стоимость, в случае если денежные средства запрашиваются на возмещение уже понесенных расходов. Сметная стоимость указывается в рублях Российской Федерации (пример: 5 425 367).

В графе №19 необходимо указать сумму, запрашиваемую от Фонда на переоборудование кинозала. Сумма указывается в рублях (пример: 3 500 000).

В случае если Заявителем ранее были получены денежные средства на переоборудование данного кинозала, в графе указывается сумма ранее полученных денежных средств (пример: 1 500 000).

Отдельно стоит обратить внимание, что согласно п. 3.1. настоящего Порядка общая сумма, полученная на переоборудование одного кинозала, не может превышать 5 000 000,00 рублей.

В случае если ранее на переоборудование данного кинозала деньги не запрашивались, в графе «сумма ранее полученных от Фонда денежных средств на переоборудование указанного в Заявке кинозала (руб.)» ставится прочерк.

В графе №20 указывается ФИО и контактная информация лица, ответственного за подачу заявки

(пример: *Иванова Мария Ивановна, рабочий телефон: +7(1234)56789, мобильный телефон +7(123)4567891*).

Указанное в заявочном листе контактное лицо должно иметь объективную возможность оперативно предоставить дополнительную информацию по Заявке на основании устного запроса сотрудника Фонда.

В графе №21 указывается контактный e-mail контактного лица (пример: *123@mail.ru*).

Важно: на указанный электронный адрес в случае положительного рассмотрения Заявки будет производиться рассылка договоров на выделение денежных средств (п.7.5. настоящего Порядка).

В случае если электронный адрес будет указан неверно, это будет расценено в порядке п.7.6. настоящего Порядка как отказ от получения средств.

В графе №22 указывается почтовый адрес Заявителя, то есть адрес фактического размещения (пример: *127006, г. Москва, Воротниковский пер., д.12, стр.1, этаж 1, помещение 2*).

В графе №23 указываются реквизиты Заявителя с обязательным указанием следующих позиций: юридический адрес, ОГРН с указанием даты государственной регистрации юридического лица, ИНН и КПП организации, банковские реквизиты).

4. Согласно п. 1 приложения №3 в комплект заявочных документов входит копия устава, заверенная уполномоченным должностным лицом организации. Предоставляется действующая редакция устава юридического лица с приложением зарегистрированных изменений и дополнений (при наличии).

5. Согласно п. 2 приложения №3 в комплект заявочных документов входит свидетельство о государствен-

ной регистрации юридического лица (форма Р51001 или Р51003).

В случае утери или утраты по иной причине свидетельства о государственной регистрации юридического лица (форма Р51001 или Р51003) допустимо предоставление свидетельства о постановке на учет юридического лица в налоговом органе по месту нахождения на территории Российской Федерации, свидетельства о постановке на учет российской организации в налоговом органе по месту нахождения или свидетельства о постановке на учет российской организации в налоговом органе по месту нахождения на территории Российской Федерации.

6. Согласно п. 3 приложения №3 в комплект заявочных документов входит копия приказа о назначении руководителя, заверенная уполномоченным должностным лицом организации.

Данный документ должен подтверждать полномочия руководителя юридического лица на день подачи Заявки в Фонд.

Целесообразно, но не обязательно, предоставить дополнительные документы, подтверждающие полномочия руководителя, например: протокол собрания учредителей для общества с ограниченной ответственностью.

7. Согласно п. 4 приложения №3 в комплект заявочных документов входит оригинал (или нотариально заверенная копия) выписки из Единого государственного реестра юридических лиц, выданной не ранее, чем за 1 (один) месяц до момента подачи документов в Фонд.

Не являются оригиналами:

- выписки (сведения) из ЕГРЮЛ с сайта ИФНС,

- выписки из ЕГРЮЛ, созданные с помощью специализированных программ, например, Контур-Фокус,
- выписки из ЕГРЮЛ, заверенные любым другим органом власти или административным органом, кроме ИФНС

Оригиналом выписки признается выписка, выданная ИФНС и заверенная синей круглой печатью ИФНС или электронной подписью.

Срок выдачи выписки должен быть не ранее, чем за 30 (тридцать) календарных дней до момента подачи Заявки в Фонд.

В выписке из ЕГРЮЛ должна содержаться информация о видах экономической деятельности, которыми занимается юридическое лицо.

В выписке из ЕГРЮЛ может не содержаться информация о видах экономической деятельности, которыми занимается юридическое лицо. Такая ситуация может возникнуть, если юридическое лицо было зарегистрировано до 2002 года. В таком случае дополнительно предоставляется копия листа записи Единого государственного реестра юридических лиц, содержащая сведения о видах экономической деятельности, которыми занимается юридическое лицо, заверенная уполномоченным должностным лицом организации (п.4.1. приложения №3 к настоящему Порядку).

В случае если ИФНС отказывает в выдаче выписки из ЕГРЮЛ по техническим причинам, и выписка не может быть получена и предоставлена в период проведения конкурсного отбора, предоставлению в конкурсную документацию подлежит оригинал официального отказа ИФНС от выдачи выписки из ЕГРЮЛ с указанием причины и гарантийное письмо от Заявителя о



предоставлении в Фонд выписки из ЕГРЮЛ в кратчайшие сроки но не позднее 30 (тридцати) календарных дней с последнего дня проведения отбора, установленного приказом Фонда.

8. Согласно п. 5 приложения №3 в комплект заявочных документов входит копия годовой бухгалтерской (финансовой) отчетности за предыдущий отчетный период со всеми приложениями, заверенная уполномоченным должностным лицом организации.

Для вновь созданных юридических лиц, деятельность которых ведется менее одного годового бухгалтерского (финансового) отчетного периода, бухгалтерская (финансовая) отчетность предоставляется за период времени со дня ее создания до конца данного года в порядке, предусмотренном ст.55 Налогового кодекса Российской Федерации (п.5.1. приложения №3 к настоящему Порядку).

9. Согласно п. 6 приложения №3 в комплект заявочных документов входит оригинал (или нотариально заверенная копия) справки об исполнении налогоплательщиком (плательщиком сбора, налоговым агентом) обязанности по уплате налогов, сборов, пеней, штрафов, процентов (КНД 1120101), выданный инспекцией Федеральной налоговой службой не ранее, чем за 1 (один) месяц до момента ее предоставления в Фонд.

Справки об отсутствии задолженности по иной форме Фондом не принимаются. Также не принимаются справки с отметкой о наличии задолженности и платежные поручения о погашении задолженности.

Исключением является обращение от ИФНС, подписанное уполномоченным должностным лицом ИФНС, выданное в связи с отсутствием технической

возможности выдать справку по форме КНД 1120101, с обязательным указанием на отсутствие у Заявителя задолженности по уплате налогов, сборов, пеней, штрафов, процентов.

В случае, если ИФНС отказывает в выдаче справки об исполнении налогоплательщиком (плательщиком сбора, налоговым агентом) обязанности по уплате налогов, сборов, пеней, штрафов, процентов (КНД 1120101) по техническим причинам, и справка не может быть получена и предоставлена в период проведения конкурсного отбора, предоставлению в конкурсную документацию подлежит оригинал официального отказа ИФНС от выдачи вышеуказанной справки (КНД 1120101) с указанием причины и гарантийное письмо от Заявителя о предоставлении в Фонд справки об исполнении налогоплательщиком (плательщиком сбора, налоговым агентом) обязанности по уплате налогов, сборов, пеней, штрафов, процентов (КНД 1120101) в кратчайшие сроки, но не позднее 30 (тридцати) календарных дней с последнего дня проведения отбора, установленного приказом Фонда.

10. Согласно п. 7 приложения №3 в комплект заявочных документов входят копии документов-оснований, подтверждающих право владения Заявителя на помещения, подлежащие переоборудованию, заверенная уполномоченным должностным лицом и печатью организации.

Заявители, владеющие помещениями бессрочно (за исключением аренды), предоставляют на выбор либо копию свидетельства о государственной регистрации права, либо копию выписки из Единого государственного реестра прав на недвижимое имущество и сделок

с ним или копию выписки из муниципального реестра имущества сроком выдачи не ранее, чем за 1 (один) месяц до момента ее предоставления в Фонд.

Свидетельство о государственной регистрации права, равно как и выписка из ЕГРП и выписка из муниципального реестра имущества, должны быть выданы на Заявителя и подтверждать право владения Заявителя на здание, сооружение, помещение, в котором расположен кинозал, с обязательным указанием следующих данных:

- наименование юридического лица, на которое зарегистрировано соответствующее право,
- форма права (оперативное управление/хозяйственное ведение/безвозмездное пользование и т.п.),
- объект права (здание/сооружение/помещение и т.п.) с указанием точного адреса местонахождения объекта права и метража,
- основание возникновения права (договор, распоряжение и т.п.).

Выписки должны быть выданы не ранее, чем за 30 (тридцать) дней до подачи Заявки в Фонд.

Заявители, владеющие помещениями на праве долгосрочной аренды или долгосрочного оперативного управления, предоставляют копию договора аренды или оперативного управления с регистрационной надписью, подтверждающей проведение государственной регистрации права.

Долгосрочный договор аренды или оперативного управления, не прошедший государственную регистрацию, не рассматривается Фондом как надлежащим образом поданный документ. Не принимаются к рас-

смотрению заявления, поданные в регистрационный орган, подтверждающие подачу договора долгосрочной аренды на государственную регистрацию.

Долгосрочные договоры аренды и оперативного управления должны быть заключены на срок не менее срока, установленного п.3.6.1. настоящего Порядка, а именно 31 декабря 2020 года.

Не принимаются к рассмотрению договоры аренды, заключенные на неопределенный срок (бессрочные), в соответствии с п.п. 3.5.7. настоящего Порядка.

В случае если долгосрочный (не менее одного календарного года) договор оперативного управления заключен на срок менее установленного п.3.6.1., и при этом согласно условиям договора подлежит регулярной пролонгации на срок, установленный договором, допустимо предоставление в комплект заявочной документации заверенной копии договора с регистрационной надписью, подтверждающей проведение государственной регистрации права, с приложением гарантийного письма от собственника имущества, подтверждающего, что собственник имущества обязуется перезаключать (продолговать) договор оперативного управления на срок не менее срока, установленного п.3.6.1. настоящего Порядка, а именно 31 декабря 2020 года.

Заявители, владеющие помещениями на праве долгосрочного или бессрочного безвозмездного пользования, предоставляют либо копию договора долгосрочного/бессрочного безвозмездного пользования с регистрационной надписью, подтверждающей проведение государственной регистрации права, либо следующий комплект документов:

- 1) Копии договора безвозмездного пользования со

всеми приложениями и дополнительными соглашениями, копия акта приема-передачи имущества, заверенные подписью уполномоченного лица и печатью Заявителя.

Заверению подлежит каждая страница документов, либо осуществляется прошивка пакета документов (стопки листов), и заверению подлежит уже прошитый и пронумерованный комплект документов.

Не принимается к рассмотрению договор безвозмездного пользования имуществом без надлежащим образом заверенных копий приложений, дополнительных соглашений, актов.

2) Копия документа-основания (в порядке, предусмотренном п.7.1. и п.7.2. настоящего приложения), подтверждающего право владения ссудодателем на помещения, переданные в безвозмездное пользование, заверенная подписью уполномоченного должностного лица ссудодателя и печатью ссудодателя.

Предоставляется документ-основание права (свидетельство о государственной регистрации права, выписка из ЕРГП или из муниципального реестра имущества, прошедший регистрацию договор аренды или оперативного управления) ссудодателя на передаваемое в безвозмездное пользование помещение. Документы подлежат заверению ссудодателем (лицом, передавшим помещения в безвозмездное пользование Заявителя).

3) Оригинал, нотариально заверенная копия или копия, заверенная уполномоченным должностным лицом и печатью собственника имущества, письменного согласия собственника на осуществление сделки по передаче недвижимого имущества в безвозмездное пользование.

Отдельно стоит отметить, что данный документ является письменным подтверждением согласования собственником имущества передачи Заявителю имущества в безвозмездное пользование.

4) Копия документа-основания (в порядке, предусмотренном п.7.1. настоящего приложения), подтверждающего право собственности собственника на недвижимое имущество, переданное в безвозмездное пользование, заверенная подписью уполномоченного должностного лица и печатью собственника имущества.

Представлению в Фонд подлежит свидетельство о государственной регистрации права собственности или выписка из государственного реестра прав на недвижимое имущество и сделок с ним на здание/сооружение/помещение, переданное Заявителю в безвозмездное пользование.

Долгосрочные договор безвозмездного пользования должен быть заключен на срок не менее срока, установленного п.3.6.1. настоящего Порядка, а именно 31 декабря 2020 года.

11. Согласно п. 8 приложения №3 в комплект заявочных документов входят технические характеристики помещения, подлежащего переоборудованию, подписанные руководителем организации, с приложением копий документов, выданных отделением Бюро технической инвентаризации на помещения, подлежащие переоборудованию, заверенных уполномоченным должностным лицом организации.

Технические характеристики предоставляются в письменном виде, составляются в произвольной форме на основании данных Бюро технической инвентариза-

ции. В технические характеристики помещения могут быть включены любые дополнительные данные, предоставление которых даст более полное представление о габаритах, вместимости, акустических и иных параметрах помещения, в котором располагается переоборудуемый кинозал.

Рекомендовано предоставлять технические характеристики помещения, распечатанные на официальном бланке юридического лица.

Обязательным приложением к технической характеристике помещения является документ, выданный отделением Бюро технической инвентаризации на помещения, подлежащие переоборудованию (например: технический паспорт здания, поэтажный план, экспликация и т.п.). Может быть приложен один любой документ, выданный отделением БТИ, отражающий основные параметры помещения. Предпочтение отдается техническому паспорту здания.

В случае если кинозал занимает отдельно стоящее здание, предоставляется документ, выданный БТИ, на все здание (пример: технический паспорт на здание).

В случае если кинозал занимает отдельное помещение в здании, предоставляется либо выписка на отдельно взятое помещение кинозала (пример: выписка из технического паспорта здания на помещения), либо документ на все здание.

Отдельно взятые листы технического паспорта или экспликации не принимаются к рассмотрению.

12. Согласно п. 9 приложения №3 в комплект заявочных документов входит характеристика населенного пункта с обязательным указанием количества кинозалов в населенном пункте, подписанная руководителем организации.

Характеристика предоставляется в письменном виде, составляется в произвольной форме. Обязательному указанию подлежит количество кинозалов в населенном пункте. Рекомендовано акцентировать, указано количество кинозалов в населенном пункте с учетом переоборудуемого кинозала или нет (пример: *В станции Должанская находятся 2 кинозала с учетом кинозала, на переоборудование которого запрашиваются денежные средства*).

В характеристику населенного пункта могут быть включены любые дополнительные данные, предоставление которых составит более полное представление о расположении кинозала и его посещаемости, например, прохождение через населенный пункт крупных транспортных артерий, удаленность от административного центра, обеспеченность района культурно-досуговыми центрами и т.д.

Рекомендовано предоставлять характеристику населенного пункта, распечатанную на официальном бланке юридического лица.

13. Согласно п. 10 приложения №3 в комплект заявочных документов входит оригинал справки от регионального (муниципального) органа власти или органа местного самоуправления, иного уполномоченного органа (организации) о численности жителей населенного пункта, где планируется переоборудование кинозала (при наличии).

Данная справка запрашивается с целью актуализации информации по количеству жителей в населенном пункте расположения кинозала.

Отдельно стоит отметить, что данные по численности населения предоставляются на населенный пункт,



указанный в фактическом адресе кинозала (село, станция, город и т.п.), а не общерегиональная и районная численность населения.

Указанная справка может быть выдана любым уполномоченным на то органом.

Справка не является обязательным документом. Предоставляется при наличии.

14. Согласно п. 11 приложения №3 в комплект заявочных документов входит оригинал официального обращения (ходатайства) в адрес Фонда от регионального (муниципального) органа власти или местного самоуправления о необходимости переоборудования кинозала, в отношении которого подается Заявка (при наличии).

Обращение (ходатайство) не является обязательным документом. Предоставляется при наличии и не может служить заменой сопроводительного письма Заявителя, предусмотренного п.5.1. настоящего Порядка.

15. Согласно п. 12 приложения №3 в комплект заявочных документов входит презентация проекта переоборудования, содержащая описание сути переоборудования, технико-экономическое обоснование её целесообразности и необходимости финансовой поддержки, а также фотографические изображения помещения, подлежащего переоборудованию.

Презентация является титульным документом, дающим наиболее полное понимание целей и сути переоборудования. Презентация является основным документом, подлежащим рассмотрению Комиссией, в связи с чем призвана наиболее полно раскрывать суть и целесообразность проведения переоборудования кинозала.

Презентация составляется в произвольной форме. Рекомендовано составлять презентацию в MicrosoftPowerPoint.

Рекомендовано указывать в презентации следующие позиции:

- территориальные и экономические характеристики населенного пункта в ракурсе обуславливающих посещаемость зала факторов,
- наличие или отсутствие в соседних населенных пунктах, регионе в целом иных культурно-досуговых центров и кинозалов, способных повлиять на уменьшение или увеличение зрительской аудитории,
- приблизительный экономический расчет окупаемости кинотеатра: регулярность проведения киносеансов, количество киносеансов, усредненная стоимость билета на сеанс, ожидаемое количество зрителей и т.д.,
- целесообразность проведения переоборудования (износ старого оборудования, отсутствие необходимого оборудования и т.п.),
- подробное описание выбранного оборудования,
- обоснование выбора указанного оборудования.

Обязательной составной частью презентации проекта являются фотографические изображения помещения. Рекомендовано демонстрировать как внутреннюю планировку помещений, так и внешний вид здания.

Помимо вышеизложенного в презентации может быть указана любая сопутствующая информация, которая с точки зрения Заявителя способна представить проект переоборудования кинозала в лучшем свете.

16. Согласно п. 13 приложения №3 в комплект заявочных документов входит планируемая смета на переоборудование кинозала по форме согласно прило-

жению №1 к приложению № 6 к настоящему Порядку.

Важно: планируемая смета принимается только по форме приложения №1 к договору о предоставлении средств на финансовое обеспечение и (или) возмещение расходов, связанных с созданием условий для показа национальных фильмов в населенных пунктах Российской Федерации с численностью населения до 500 тыс. человек (приложение №6 к настоящему Порядку).

Важно: планируемая смета заполняется и предоставляется исключительно в рублях Российской Федерации.

Отдельно стоит обратить внимание на то, что смета является не окончательной. Фонд допускает дальнейшее изменение сметы в связи с экономическими, финансовыми и иными факторами, не зависящими напрямую от воли сторон.

17. Согласно п. 14 приложения №3 в комплект заявочных документов входят реквизиты Заявителя, заверенные главным бухгалтером и руководителем организации, с приложением образца заполненного платежного поручения на сумму запрашиваемых средств.

Рекомендовано предоставлять реквизиты Заявителя, распечатанные на официальном бланке юридического лица, с обязательным заверением главным бухгалтером и руководителем организации.

18. Согласно п. 15 приложения №3 в комплект заявочных документов для Заявителей, подающих Заявку на возмещение расходов, входят документы (договоры, акты, товарные накладные, платежные документы и т.п.), подтверждающие приобретение и

постановку на учет оборудования, заверенные уполномоченным должностным лицом и печатью юридического лица.

Данные документы необходимо предоставлять в том случае, если Заявитель планирует возместить средства, потраченные на приобретение оборудования, указанного в приложении № 1 к настоящему Порядку, в период с 01 января 2015 года, при условии, что на день подачи Заявки в кинозале не осуществлялся кинопоказ.

Таким образом, данные документы не предоставляются в случае, если закупка оборудования планируется после заключения договора с Фондом.

К указанным в настоящем пункте документам относятся:

- копии договоров со всеми приложениями и дополнительными соглашениями на приобретение в собственность оборудования;
- копии товарных накладных на оборудование и (или) акты;
- в случае невключения затрат на монтажные услуги в стоимость заявленного оборудования, документы, подтверждающие затраты на монтаж оборудования - копии договоров со всеми приложениями и акты оказания монтажных услуг;
- в случае приобретения импортного оборудования у зарубежного поставщика за иностранную валюту, документы, подтверждающие валютные операции (дополнительно предоставляются копия таможенной декларации на товары (форма ДТ), копии документов, подтверждающих перечисление валюты поставщику);
- копии технической документации и регистрационных документов (в случае если оборудование подлежит

регистрационному учету) на приобретенное оборудование (в т.ч. оригинал письма с указанием года выпуска основных средств с подписью и печатью поставщика), позволяющих идентифицировать оборудование и подтвердить год его производства;

- копии бухгалтерских документов, подтверждающих постановку на баланс указанного оборудования (формы, разработанные для этих целей и соответствующим образом утвержденные в организации);

- копии платежных документов: платежные поручения и (или) инкассовые поручения и (или) платежные требования и (или) платежные ордера, подтверждающих фактическую оплату оборудования, монтажных услуг;

- иные документы.

19. К комплекту документов прилагается электронный носитель (DVD диск или USB flash-носитель), на котором находится вся информация, содержащаяся в Заявке, в формате Excel и PDF.

20. На каждый отдельный кинозал предоставляется отдельная Заявка с приложением полного комплекта заявочной документации в соответствии с п.2.5.2. настоящего Порядка.

В случае подачи в Фонд двух или более Заявок, оригиналы документов, необходимые к предоставлению согласно приложению №3 к настоящему Порядку, могут быть представлены в виде нотариально заверенных копий.

21. Не принимаются к рассмотрению Заявки на переоборудование (оборудование) помещений, расположенных в объектах незавершенного строительства, то есть кинозалы, расположенные в зданиях, не сданных в эксплуатацию в законодательно установленном порядке.

## МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ТЕХНИЧЕСКОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЮ КИНОПОКАЗА

### Введение

Для того чтобы осуществлять кинопоказ в формате DVD, необходимо специализированное оборудование:

- видеопроекционное оборудование, то есть мультимедийный проектор;
- звукоусилительное оборудование, то есть акустическая система;
- видеопроекционный экран;
- ноутбук или мультимедийный проигрыватель (DVD-проигрыватель).

Чтобы кинопоказ был качественным, оборудование перед запуском необходимо правильно между собой скоммутировать, то есть соединить и правильно настроить. Коммутацию специализированного оборудования должен проводить сотрудник, изучивший техническую документацию оборудования. В техническую документацию обычно входят: технические характеристики, правила эксплуатации и правила техники безопасности.

### Виды проекционных технологий

Производители мультимедийных проекторов используют несколько проекционных технологий. Рассмотрим две основные технологии: DLP и LCD.

Наиболее популярным решением для современных проектов является **LCD-технология** (от английского «Liquid Crystal Display» — жидкокристаллическая матрица, жидкокристаллический дисплей). Также на

рынке проекционных технологий и решений зарекомендовала себя **DLP-технология** (от английского «Digital Light Processing» — цифровая обработка света).

При выборе проектора, работающего на основе той или иной технологии, важно изначально понимать, для чего планируется его использовать. LCD-технология позволяет более точно настроить цветопередачу, а DLP-технология дает более высокую контрастность изображения.

Для тех, кому проектор необходим для проведения презентаций, больше подойдет LCD-проектор, особенно, если презентацию планируется снимать на видео. Проектор обеспечит более четкое изображение и лучше подходит для работы в хорошо освещенных помещениях большой площади, поскольку именно на основе этой технологии выпускаются мощные модели со световым потоком в 3000-7000 ANSI люмен.

**Для воспроизведения изображения на широкоформатном экране в кинотеатре для трансляции видео** лучше подойдут DLP-проекторы. Они обладают высокими характеристиками цветности, контраста, высоким коэффициентом заполнения, выдают более ровное и стабильное изображение. Также такие проекторы отличает повышенная мобильность, поскольку технология производства матриц позволяет уместить всю «умную» начинку в коробочке весом в 3-6 килограммов.

#### **Технические характеристики проектора**

Техническими характеристиками проектора являются: яркость, контрастность, разрешение, формат изо-

бражения, объектив и оптическое масштабирование (зум), сдвиг объектива, фокусировка и ресурс лампы.

Рассмотрим каждую из характеристик в отдельности.

**Яркость** — это один из основных параметров проектора. Яркость измеряется в ANSI Lumen (сокр. Lm). Величина Lm определяется исходя из условий освещенности помещения, в котором проектор будет работать, и размера экрана, на который будет проецироваться изображение. Чем больше экран, тем яркость проектора должна быть больше. Например, если проекционный экран имеет размер 3м\*5м, то яркость проектора должна быть не менее 3000 Lm.

**Контрастность** — это отношение яркости белого к яркости черного. Чем темнее помещение, тем выше требования к контрастности. Высокая контрастность означает высокую максимальную яркость. Низкая контрастность — это когда черный цвет похож на серый, а белый при этом недостаточно ярк.

**Разрешение проектора** — это величина, определяющая предельно достижимую четкость изображения. Разрешение выбирается в соответствии с разрешением того формата видео, которое планируется отображать. Например, если формат изображения 16:9, то и разрешение на видеопроекторе необходимо установить 16:9.

**Формат изображения** — это отношение ширины экрана к высоте. То есть насколько изображение вытянуто по горизонтали. Наиболее популярные форматы — 4:3, 16:9, 16:10, 2,35:1. Формат 4:3 может быть удобнее для просмотра вытянутых по вертикали страниц документов во время презентаций. Формат 2,35:1 — это формат для широкоэкранный кино в больших



кинозалах. Для кинопоказа в основном используется формат 16:9.

**Оптическое масштабирование (зум)** позволяет, не меняя размера экрана, расположить проектор ближе или дальше от экрана. Либо проектор может быть установлен на фиксированном расстоянии от экрана — тогда зум позволит увеличить или уменьшить размер изображения.

**Сдвиг объектива** — это функция, позволяющая сдвинуть изображение по вертикали и/или горизонтали, не ухудшая его резкости. Выражается в процентах относительно высоты, либо ширины изображения, например  $\pm 20\%$  по горизонтали;  $\pm 60\%$  по вертикали. Сдвиг объектива не только помогает инсталляторам при установке проектора, но и позволяет более свободно выбрать место для его расположения. Проектор с большим диапазоном сдвига объектива позволяет расположить проектор сильно левее или правее центра экрана, а также — выше или ниже.

**Фокусировка** может быть ручной или моторизованной. Ручная фокусировка удешевляет объектив, моторизованная позволяет осуществлять настройку с пульта, находясь рядом с изображением. Это особенно актуально при большом расстоянии от проектора до экрана, поэтому часто используется у профессиональных проекторов.

**Ресурс лампы** в проекторе при правильной эксплуатации составляет 2000 часов. После такой наработки лампу необходимо заменить. Поэтому при выборе проектора необходимо учитывать стоимость лампы, как запасной части.

### **Видеопроекционные экраны**

Проекционные экраны до сих пор остаются самой недооцененной частью оборудования. Между тем влияние этого компонента системы на качество итогового изображения очень велико. Плохо подобранный экран способен испортить впечатление даже от хорошего проектора. И наоборот, качественный экран в какой-то мере "сглаживает" недостатки посредственной картинки.

Основное назначение экрана - отображать картинку, воспроизводимую с помощью проекционного оборудования. Картинка возникает на полотне - важнейшей и наиболее дорогой детали экрана.

Полотно должно быть однородным по цвету (не обязательно белым или матовым, встречаются экраны с серым покрытием), не иметь видимых изъянов - неровностей, пятен и прочих дефектов, которые точно так же портят изображение.

Другой важный элемент экрана - рама, на которой крепится полотно. Это может быть либо жесткий (чаще всего металлический) каркас, использующийся в стационарных моделях, либо рулонная система, состоящая из кожуха, откуда выдвигается свернутое полотно, и механизма его натяжения (механический или моторизованный).

Экраны отличаются друг от друга по формату - соотношению длины вертикальной и горизонтальной сторон. Самые распространенные на сегодняшний день форматы - с соотношением 4:3, 16:9. Формат 16:9 применяется для демонстрации большей части фильмов, записанных на DVD, а также передач телевидения высокой четкости (HDTV). Можно сказать, что формат 16:9 является "кинематографическим", и именно такими экранами оснащаются кинотеатры.

Между собой проекционные экраны различаются не только по габаритным размерам экранного полотна, но и по материалу, из которого сделана их отражающая поверхность и подложка. Чаще всего полотна подразделяются:

- по типу основы: виниловые и на тканевой основе;
- по типу материала покрытия: матовые и специальные;
- по типу проекции: для прямого и обратного проецирования.

Экраны на тканевой основе удобны тем, что этот материал обеспечивает абсолютно плоскую поверхность. Большие полотна могут иметь почти незаметные горизонтальные швы встык. Виниловая поверхность требует равномерного натяжения.

Классической поверхностью считается матовая белая (Matte White), обеспечивающая равномерное распределение яркости по всей плоскости. Это в каком-то смысле отраслевой промышленный стандарт: у всех производителей полотно Matte White имеет одинаковые физические свойства.

Большинство производителей выпускают линейки экранов со всеми типами покрытий. Характеристики однотипных поверхностей у разных производителей практически не отличаются, хотя называться они могут по-разному.

Тип экранного покрытия выбирают исходя из:

- геометрии зрительного зала и количества мест для просмотра, где учитывается сектор обзора;
- условий освещения (затемнение, естественный или искусственный свет, возможное наличие боковой засветки);

- требований к яркости и контрастности изображения (к примеру, достаточно ли яркости, нужно ли повышать контрастность);
- условий эксплуатации (вероятность загрязнения поверхности отпечатками пальцев, пылью и т. д.);
- типа проекции (прямая или обратная);
- возможности установки центрального канала акустической системы за экраном.

Стоимость проекционного экрана зависит от типа покрытия и размера полотна, а также от наличия моторизованного привода и других конструктивных элементов.

При эксплуатации большое внимание следует уделять защите экранов от механических воздействий, которые могут повредить поверхность. Автоматические модели с электроприводом требуют выполнения эксплуатационных норм для электроприборов (влажность, температурный режим и т. д.). При соблюдении всех правил эксплуатации экраны способны исправно служить многие годы.

### **Виды акустических систем**

Наличие акустической системы очень важно для проведения качественного кинопоказа. Существует два вида акустических систем: активная и пассивная.

С точки зрения конструкции разница между активными и пассивными акустическими системами состоит в том, как осуществляется усиление звука. Активные акустические колонки делают это сами посредством встроенного усилителя, а пассивные получают усиленный сигнал извне. Активные акустические системы разрабатываются таким образом, что их усилители по

всем своим параметрам точно настроены на характеристики излучателей. Поэтому независимо от источника исходного сигнала звучат, они всегда одинаково. Для того чтобы добиться хорошего звучания пассивных акустических систем, нужно подобрать соответствующий усилитель.

Если рассматривать вариант использования **активной акустической системы**, то эта система универсальна и мобильна, её можно легко транспортировать на другие мероприятия. Активная акустика удобна в плане коммутации и проще в отстройке звукового сигнала. Кроме того, активные акустические системы оснащены системами защиты во время пиковых нагрузок.

**Пассивные акустические системы** так же используются для проведения мероприятий и кинопоказов. Пассивную акустическую систему устанавливают в концертных залах для стационарного использования. Хорошо отстроенная пассивная акустическая система выдает качественный звук не хуже активной системы. Пассивная акустическая система позволяет производить модернизацию. При необходимости ее можно подключить к другому, более современному усилителю, который обладает лучшими характеристиками, и добиться лучшего звучания.

На сегодняшний день производители активных и пассивных акустических систем продолжают конкурировать. Активная акустическая система дороже пассивной, поэтому следует делать свой выбор на основании экономических показателей, учитывая при этом параметры гарантий, безопасности, ремонтпригодности оборудования, возможности его модернизации в про-

цессе эксплуатации, а также стационарного или мобильного использования.

### **Вывод**

Безусловно, качество кинопоказа во многом определяется качеством видеопроекторного и звукоусилительного оборудования. Следует отметить, что технические возможности оборудования должны соответствовать техническим параметрам зала или помещения, а правильная эксплуатация и своевременное техническое обслуживание увеличивают срок работы оборудования.

По всем вопросам, связанным с выбором, установкой и эксплуатацией видеопроекторного и звукоусилительного оборудования можно обращаться за консультацией в КГБУК «Красноярский кинограф».

## **ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ PR-ТЕХНОЛОГИЙ В КИНОДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРИМЕРЕ КГБУК «КРАСНОЯРСКИЙ КИНОГРАФ»**

История становления киносети Красноярского края  
Кинематограф – зеркало нашей жизни. С момента его появления в России появилась возможность видеть зеркальное отображение нашей истории. Кинематограф сохранил в себе практически все исторические моменты и передал их миллионам людей.

Сегодня сложно представить, что в момент своего появления кинематограф не имел ничего общего с искусством и был всего лишь техническим изобретением, предназначенным для показа на вертикальном белом экране фотографических снимков в движении. К слову, даже изобретатели аппарата «Синематограф» братья Огюст и Луи Люмьер не предполагали, что их детище ожидает такое великое будущее. Грандиозный успех премьерных показов кинематографа в Париже дал импульс к его молниеносному распространению по всем странам и к обретению популярности даже в удаленных от центров цивилизации местах, к которым можно отнести и Сибирь. Первые демонстрации кинематографа в России состоялись в мае 1896 года в Москве и Петербурге. В это же время были сделаны и первые киносъемки. На них – коронация императора Николая II.

Киноотрасль в России всегда имела большое воспитательное значение. Кино с его выразительными средствами широко использовалось в целях повышения культурного уровня населения, в целях развития идеи нравственности, духовности и патриотизма.

Первый стационарный кинотеатр в Красноярске был открыт в 1910 году. Свое развитие сеть учреждений кинопроката в крае получила во второй половине XX века. По данным на 1970 год в Красноярском крае действовало 1640 киноустановок (136 – в городах, 1502 – в сельской местности). В 1980 году киноустановок стало уже 2880, а число зрителей на киносеансах составило 52 985 человек.

С середины 80-х годов, благодаря развитию технологии видеопоза, в крае начинают появляться видеозалы с организацией показа фильмов на магнитных носителях и видеотеки. Это обстоятельство и несовершенство законодательства в целом позволило организовывать видеопоза новинок мирового кинематографа без учета авторских прав, а, следовательно, наблюдался отток зрителей из государственных кинотеатров и интерес к просмотру кино на больших экранах уменьшился.

До 1986 года существовала государственная монополия на прокат кинофильмов. Прокат фильмов в крае осуществлялся Краевой конторой по прокату кинофильмов и 10-ю отделениями, расположенными в крупных городах края. С 1982 по 2008 год в крае работала Красноярская киностудия, выпускавшая ежемесячный киножурнал «Енисейский меридиан», в котором делался акцент на все значимые события в Красноярском крае.

В 1988 году структура кинематографии края была изменена. Краевое управление кинофикации и краевая контора по прокату кинофильмов были преобразованы в производственное киновидеообъединение. Отделы кинофикации, городские и районные дирекции киносети оказались присоединены к органам управления



культуры. Серьезным испытанием для киноотрасли края и в целом киноотрасли страны стали и 90-е. Сократилось производство отечественных фильмов, упала посещаемость киносеансов, сократилась сеть киноустановок и кинотеатров. Объективными причинами этого стало падение жизненного уровня населения, снижение его платежеспособности, а также серьезная конкуренция со стороны телевидения, развитие рынка домашней видеотехники и производства видеокассет с записями фильмов для домашнего просмотра. Так в 1991 году было зарегистрировано 1928 киноустановок в крае. В 2009 году зарегистрированных киноустановок было 94, то есть их количество уменьшилось почти в 20 раз.

В настоящее время наблюдается положительная динамика. Но основная проблема заключается в несоответствии уровня развития кинематографии в Красноярском крае уровню развития киноиндустрии.

Во-первых, сохраняется ограниченная доступность для населения услуг кинопоказа. Во-вторых, объем пополнения краевого фонда недостаточен. В 1993-1997 годах фильмофонд края в среднем ежегодно пополнялся 192 названиями и 355 копиями художественных фильмов на 35-мм пленке. В 1998 году в краевой фильмофонд поступило лишь 20 копий фильмов, в 1999 году – 12 копий фильмов, а в 2016 – 46 фильмов. В-третьих, крайняя недостаточность бюджетного финансирования привела к ухудшению материально-технической базы. Кинооборудование кинотеатров и киноустановок эксплуатируется более 10 лет, около 70% этого оборудования выработало свой ресурс. Неудовлетворительное положение сохраняется в

сельской киносети края. Значительная часть киноустановок находится в непригодных помещениях, которые нуждаются в капитальном ремонте, техническом переоснащении. Большинство зданий муниципальных учреждений, осуществляющих в настоящее время кинопоказ, построены по проектам 50-60-х годов XX века и не отвечают современным требованиям обслуживания зрителей.

Помимо этого произошло снижение просветительской и воспитательной роли кинематографа в Красноярском крае. В последнее десятилетие наметилась тенденция преобладания в кинопрокате зарубежного кино, а основную долю российских фильмов составляют низкопробные картины комедийно-развлекательного жанра. Это объясняется тем, что только в этом жанре российские продюсеры могут конкурировать с Голливудом. Исключение составляют крупномасштабные проекты, выпущенные при поддержке Фонда кино («Викинг», «Экипаж», «Время первых» и др.). Изменение данной ситуации на коммерческом рынке не ожидается. Частные кинотеатры заинтересованы в получении максимальной прибыли и, как следствие этого, осуществляют показ развлекательных фильмов.

Проект Фонда кино по поддержке кинотеатров в малых городах позволил открыть в 2016 – 2017 годах более двухсот кинотеатров по стране. Получившие финансирование кинозалы обязаны в своем репертуаре показывать 50% российского кино (учет ведется поквартально). Неравномерное распределение количества отечественных фильмов по году, а также слабый экономический потенциал большинства фильмов ставят под угрозу работу кинозалов.

### **Обзор форм и методов организации работы с общественностью в сфере кинематографии в СССР**

Деятельность по PR ведется сегодня во всех сферах общественной жизни. Формирование российской PR-отрасли началось на рубеже 80-90-х годов XX века. В 1991 году была образована Российская ассоциация по связям с общественностью (РАСО), что подтверждает развитие PR в России как самостоятельной отрасли. С помощью РАСО отечественные PR-агентства установили партнерские отношения с зарубежными специалистами.

Задумывались ли братья Люмьер над продвижением собственных фильмов? Думаем, что нет. Одна только вывеска «Синематограф» заставляла любопытных заполнять кинозал. В советское время работа PR в кинофикации носила название рекламно-информационная работа. Специфика заключалась в том, что такую работу вело одно учреждение, которое полностью брало на себя все функции по осуществлению информационного обеспечения. Работа строилась следующим образом.

При Главном управлении кинофикации и кинопроката Госкино СССР существовало Информационно-рекламное бюро, позже, с 1985 года Союзинформкино, которое и курировало всю работу с общественностью – от запуска съёмок фильма до премьеры, вело работу по внутреннему и корпоративному PR, осуществляло рекламную, пропагандистскую и методическую деятельность и работало со СМИ. От работников учреждений кино не требовались креативные подходы в организации показа, всё проходило в едином порядке и контролировалось сверху. Отбором фильмов занима-

лась репертуарная комиссия. В состав комиссии входили руководящие работники управления кинофикации и контор по кинопрокату, директора основных кинообъединений и крупнейших райкинодирекций, заведующий отделом культуры, редакторы краевых газет, старший редактор по пропаганде краевого радио, заместитель председателя краевого комитета по телевидению и радиовещанию, инструктор краевого Совета профсоюзов, инструктора обкома и горкома, ведающие вопросами культуры, заведующий отделом культуры горисполкома. Решающую роль в работе комиссии играли руководители кинопроката края. В первой декаде каждого месяца репертуарная комиссия обсуждала вопросы подготовки к юбилейным и знаменательным датам, выпуска на экраны новых детских фильмов, событийной кинохроники, вопросы патриотического и интернационального воспитания трудящихся средствами кино. Главная задача комиссии состояла в планировании репертуара для кинотеатров, в основном за счёт имеющегося резерва новых художественных фильмов. Резерв — это запас названий картин и фильмокопий, которые дают реальную основу для выполнения плана. С помощью резервных фильмокопий можно было решать как идеологические, так и экономические задачи, улучшить качество репертуара, обеспечить его жанровое и тематическое разнообразие, регулировать выпуск картин таким образом, чтобы значительные или кассовые ленты появлялись на экране в наиболее благоприятное время, когда кинотеатры посещаются зрителями особо охотно. Так, фильм «Всадник без головы» был выпущен в дни зимних школьных каникул, «Мачеха» — в третьей декаде января, «Иван Васильевич меняет профессию» — в начале марта. Но

главное заключалось в том, что резерв давал возможность кинофикаторам тщательней готовить ленты к выпуску, проводить вокруг них комплекс организационных и рекламно-пропагандистских мероприятий. Наличие устойчивого резерва фильмов позволяло репертуарной комиссии к концу первой декады каждого месяца разработать и утвердить репертуарный план. Этот план – закон для дирекции кинотеатра. Менять этот план не разрешалось.

По результатам предварительного просмотра и обсуждения новых фильмов, поступивших в прокат, репертуарная комиссия определяла наиболее значительные в идейно-художественном отношении советские киноленты, на которые устанавливалось контрольное задание по количеству зрителей. На обратной стороне задания давался перечень рекомендаций, связанных с подготовкой фильма к выпуску, его рекламированием и работой по организации зрителей.

Вот перечень рекомендаций, который наиболее характерен для большинства фильмов, готовящихся к выпуску на экраны:

- Изготовить и разместить в самых людных местах рекламные щиты;
- Напечатать рекламные листовки;
- Распространить на предприятиях, в учреждениях и учебных заведениях рекламные материалы, изготовить и вывесить на улице рекламный транспарант;
- Организовать заблаговременно демонстрацию рекламного ролика и передачу информационного текста в зрительный зал;
- Подготовить рекламные тексты для печати, радио, телевидения;
- Подготовить фотовыставку по тематике фильма;

- Провести торжественную премьеру фильма;
- Организовать в фойе до начала сеанса выступление перед зрителями художественной самодеятельности;
- Провести конференцию зрителей или обсуждение кинофильма.

После окончания демонстрации фильма кинотеатр отчитывался перед конторой по кинопрокату.

По инициативе работников кинофикации сложилась практика проведения общественных просмотров по различным проблематикам. Такие просмотры проходили в кинотеатрах «Луч» и «Совкино». На них, в зависимости от проблематики фильма, приглашались различные специалисты. Например, на общественные просмотры фильмов, в которых раскрываются педагогические проблемы, приглашались психологи и педагоги.

Следует сказать, что кинематографический спрос превышал кинематографическое предложение. Поэтому в этих условиях сложилась такая модель работы, которая сводилась к тому, чтобы получить фильмокопию, дать скромное объявление о демонстрации фильма, организовать продажу билетов и так далее. То есть работники кинофикации сосредотачивали своё внимание главным образом на работе с пришедшей публикой. То как потенциальный зритель становится актуальным, их не волновало, да и это не требовалось. Материалы по информационной работе им приходили сверху, они были исполнителями, которых жестко контролировали. Практической необходимости в привлечении дополнительных зрителей в кинозалы не было.

На рубеже 60-70-х годов наполняемость кинозалов немного пошла на спад. Соответственно появились

новые подходы в работе: выездные кассы по продаже билетов, показ фильмов в школах, на фермах, установление тесной связи с партийными, хозяйственными и общественными организациями, организации киноуголков, активизация деятельности информационно-рекламных служб кинематографа. Работа велась со зрителями всех возрастных категорий, в том числе и со школьниками. Так, в Красноярском крае существовало 7 специализированных детских кинотеатров в городах Канск, Ачинск, Норильск, Абакан и др. В начале каждого года по школам выдавались абонементы. Любой кинотеатр был обязан проводить по 8 сеансов в день, 4 из которых должны были быть детские. Прибыль облагалась государственным налогом в 55 %, 20% перечислялось в Краевую контору кинопроката. С детских сеансов налог не брался.

Проводилась огромная организационно-массовая работа. Ко всем значимым датам и праздникам организовывались мероприятия с привлечением работников различных учреждений культуры и кино, с организацией встреч с режиссёрами и актёрами. Именно в то время заговорили о необходимости плотного сотрудничества с прессой. Методический кабинет конторы по кинопрокату очень активно сотрудничал со СМИ: писались обзоры, велись рубрики в газетах и на радио, до выхода картины публиковались материалы с анализом. На Краевом телеканале долгое время существовал «Клуб любителей кино». В кинотеатре «Луч» существовал молодёжный кино клуб «Зеркало».

### **Планирование PR-деятельности в киноотрасли Красноярского края на примере КГБУК «Красноярский кинограф».**

Кинематограф как вид искусства отличается от других своей синтетичностью. В нем синтезированы эстетические свойства литературы, театра, изобразительного искусства, фотографии, музыки, достижения в оптике, механике, химии, физиологии. Популярность кинематографа заключается в свойственной только ему совокупности и многообразии выразительных средств. Кино, зародившись на рубеже XIX - XX вв., возникло под влиянием потребностей общества осмыслить свою историю, жизнь и деятельность и развивалось в русле культуры XX в., поэтому его стили и направления отвечают основным стилям искусства XXI века.

Киноискусство исторически подразделяется на виды. В нем сложились четыре основных вида:

- Художественный (игровой) кинематограф, воплощающий средствами исполнительского творчества замысел кинодраматического произведения, или адаптированного произведения поэзии или прозы.
- Документальный, являющийся особым видом образной публицистики.
- Мультипликация или анимация, «одушевляющая» графические или кукольные персонажи (людей, животных, растения, вещи, даже стихии).
- Научно-популярный кинематограф, использующий средства всех трех жанров для пропаганды знаний.

Киноискусство многогранно по жанрам, но для современного кино характерна тенденция к их взаимопроникновению, реализующаяся в основном посредством новаторских устремлений и приемов. Степень



новаторства зависит от уровня творчества кинорежиссера и всех участников творческого коллектива, от качества и совершенства технических средств.

Все понимают, что отношение к кино, как к искусству изменилось. Сегодня, кино – это бизнес. Огромные силы тратятся именно на непосредственное продвижение фильма, а просветительской роли кино внимание уделяется все меньше и меньше. Пришли времена, когда успех фильма зависит от кассовых сборов. Задача PR – менеджеров в киноиндустрии – это продать. Для этого изучаются зрительские предпочтения, расставляются акценты в рекламных материалах, профессионально планируется кампания по продвижению фильма, которая начинается задолго до съёмок. И вроде бы цель достигнута – потенциальный зритель превращен в реального, он приобретает билет, идет в кинозал и смотрит фильм. Но в реальности ситуация немного другая.

Прежняя административно командная система делала многое для того, чтобы практически каждый отечественный фильм был показан во всех городах и населенных пунктах. Сейчас – это основная задача в деятельности КГБУК «Красноярский кинограф».

Особенность деятельности КГБУК «Красноярский кинограф» заключается в необходимости сочетания в себе функций учреждения культуры и кинопрокатной организации. Перед учреждением стоит особая задача – не просто увеличить роль кинематографа как искусства, а превратить его в особую культурно-досуговую форму. Учредителем КГБУК «Красноярский кинограф» является министерство культуры Красноярского края. Отсюда вытекает ряд обязанностей и ограничений.

КГБУК «Красноярский кинограф» проводит социально-культурные акции в рамках различных программ, также имеет свой репертуарный план, задача которого охватить Красноярский край кинопоказом.

В репертуаре современных кинотеатров и прокатных организаций большую долю занимают зарубежные фильмы в жанрах боевиков, комедий или ужасов. Прогресс привёл нас к технологии 3D, которая ещё больше отодвинула нас к люмьеровским временам, когда кинематограф являлся достижением техники и только. Отсюда и позиционирование коммерческих кинотеатров в Красноярске всё чаще основывается на технической составляющей. Уже даже не кинотеатры, а широкоформатные 3D мультиплексы, залы IMAX и т.п.

Отсюда еще одна специфическая черта, с которой сталкивается PR – специалист бюджетного учреждения. Нужно организовать работу таким образом, чтобы не конкурировать с коммерческими кинотеатрами, так как это изначально бесполезно, а информировать и продвигать акции с отечественными фильмами не только в городе Красноярске, но и в дальних населенных пунктах края.

Абсолютно очевидно, что коммерция не сможет вытеснить и заменить государственные учреждения культуры, которые в современных условиях должны найти такую позицию, занимая которую можно будет получать прибыль от кинопроката и полноценно выполнять культурные функции.

Для этого необходимо:

- обеспечить креативный подход к планированию социально-культурных акций;
- грамотно планировать закупку фильмов, с учётом всех особенностей учреждения;

- наладить взаимодействие с различными учреждениями для проведения совместных мероприятий;
- грамотно выстроить отношения со СМИ (не только в г. Красноярске, но и в других городах Красноярского края);
- грамотно и систематически освещать результаты своей деятельности.

Как видим, все эти функции может реализовать PR-служба. В «Красноярском кинографе» этим занимается ряд специалистов, хотя в обособленное подразделение они не выделены.

Формы проведения киномероприятий, которые требуются от учреждения не далеко ушли от форм 30-летней давности. Всё те же предсеансовые мероприятия с выступлениями самодеятельных коллективов, всё те же фотовыставки или выставки книг по тематике, предсеансовые лектории и т.п.

Некоторые формы удалось трансформировать в современные, а некоторые так и остаются пережитком прошлого.

Важной задачей для «Красноярского кинографа» сегодня является заполнить социокультурный вакуум, возникший в наше время.

Жители Красноярского края не только нуждаются в показе новых фильмов, сколько в новой информации, в новых формах общения и культуре кинопросмотров. Для этого необходимо вести активную работу с общественностью, разрабатывать новые формы организации кинопросмотра, вести активную политику по связям со СМИ.

При организации связей с общественностью КГБУК «Красноярский кинограф» должен показать себя сме-

лым, творческим, способным на эксперимент учреждением.

Напомним, деятельность «Красноярского кинографа» как учреждения культуры включает в себя организацию культурно-образовательных программ, а также социальных, просветительских и других видов акций на безвозмездной основе. Кинофильмы в рамках этих акций транслируются абсолютно бесплатно. Аналогичных учреждений по краю нет. Задача учреждения - организовать кинопоказ на всей территории Красноярского края.

В последнее время «Красноярский кинограф» начал использовать собственные площади для работы с посетителями. Открылся кинозал. Проходит проект «Киногостинная», где собираются любители кино. В кинозале воссоздается атмосфера плёночного ретро-кинотеатра. Участники могут познакомиться со спецификой организации кинопоказа середины XX века и посмотреть лучшие фильмы российского и зарубежного кинематографа. Участники киноклуба принимают активное участие в выборе фильма для демонстрации. В завершении просмотра участникам предоставляется возможность поделиться своим мнением о просмотренной кинокартине.

КГБУК «Красноярский кинограф» второй год подряд –информационный центр по проведению всероссийской акции «Ночь кино» в Красноярском крае. Организатором акции выступает Федеральный фонд социальной и экономической поддержки отечественной кинематографии. В Красноярском крае в 2017 году 59 площадок благодаря работе «Красноярского кинографа» показали данные фильмы в формате открытых и

закрытых площадок, которые посетили более 10 тысяч человек. Помимо кинопоказов киноустановки Красноярского края и учреждения культуры проводили сопутствующие мероприятия: викторины, конкурсы, показы фильмов из фондов «Красноярского кинографа», обсуждения и лектории. По итогу в рамках всероссийской акции «Ночь кино» в Красноярском крае приняло участие 95 площадок на базе учреждений культуры, кинотеатров. Акцию посетили всего около 24 000 человек. КГБУК «Красноярский кинограф» также стал площадкой для проведения «Ночи кино» в городе Красноярске. Было принято решение назвать мероприятие «Киносумерки в Красноярском кинографе». Была сформирована специальная кинопрограмма, проводились экскурсии по выставочной экспозиции «Музея кино» и по выставке киноплакатов и киноафиш, квест «Дело об украденной киноплёнке», работала зона мастер-класса по склеиванию киноплёнки и два кинозала.

Специалисты учреждения очень комплексно подходят к мероприятию, отработывая каждую локацию, начиная от встречи гостей на входе в учреждение и заканчивая просмотром фильма. Работа по привлечению зрителя ведется именно с учетом особенностей месторасположения, специфики учреждения и с учетом возрастных категорий населения.

### **Инновационные PR-технологии и особенности их применения в КГБУК «Красноярский кинограф»**

В научных изданиях категория «технология» определяется следующим образом. Технология (от греч. *techne* - искусство, мастерство и *logos* - наука) - это

система целенаправленных, последовательных, заведомо эффективных действий, рассчитанных на достижение необходимого (заданного) положительного результата.

Применительно к технологиям связей с общественностью можно сказать, что они представляют собой совокупность последовательно применяемых процедур, приемов и способов деятельности по организации связей с общественностью, направленных на наиболее оптимальную и эффективную реализацию целей и задач субъекта управления в определенное время и в определенном месте.

Цель применения технологий связей с общественностью в КГБУК «Красноярский кинограф» – привлечь внимание общественности к социально-просветительским акциям, и как следствие повысить уровень культуры в Красноярском крае.

Современные PR-технологии позволяют систематически и комбинированно использовать всю совокупность внутренних и внешних информационных связей учреждения культуры, реализовать сильные стороны организации и элиминировать слабые. Теоретические концепции и модели создают базу для динамичного развития стратегий и методов как внешних, так и внутренних PR-технологий. Постепенно в России и в некоммерческом секторе PR становится непрерывным, активным, комплексным средством решения долгосрочных задач. Такая концепция была принята министерством Красноярского края. Это – «Концепция развития кинематографа как части аудиовизуальной культуры Красноярского края на 2010-2020 годы». Но учитывая достаточно большой временной отрезок, прошед-

ший с момента ее написания назрела острая необходимость переосмысления, а скорее даже написания новой Концепции развития кинематографии в Красноярском крае.

При формировании настроений аудитории особенно существенно выделение целевых групп, на которые рассчитано то или иное конкретное предложение. В культурном пространстве признак деления на группы – это возраст. Однако в кинокультуре не достаточно просто поделить аудиторию по возрасту. Необходимо проанализировать цели и ориентиры индивида в кинокультурном пространстве.

При соотнесении деятельности по формированию интереса с групповой психологией становится возможным активнее использовать весьма эффективные социально-адресные PR-стратегии.

Для того чтобы можно было задействовать весь потенциал PR применительно к специфике условий конкретного учреждения, не обойтись без определения конкретных целей и разработки соответствующих программ.

Для того чтобы понять, как использовать инновационные PR-технологии в кино, нужно чётко определить категорию зрителей, на которых направлено воздействие, и в связи с этим выбирать техники и технологии.

В литературе представлено множество классификаций, основанных на разных признаках. Для того чтобы составить собственную классификацию кинозрителей края было проведено небольшое исследование, по результатам которого и была разработана такая программа, а точнее классификация зрителей по признаку их кинокультурных ориентиров.

В рамках социального проекта «Родное кино» проходил показ отечественных художественных лент. Была составлена анкета и опрошено 100 человек, пришедших на киносеанс. По возрастному признаку респонденты были разные: от 14 до 60 лет. В анкетах они оставляли отзывы о просмотренном фильме и заполняли небольшие данные. Была поставлена задача, определить цели, с которыми зритель идет в кино и смотрит фильм. Важно, что это социальный кинопоказ на который зритель пришел осознанно и фильм, который транслировался в период исследования, не является премьерным, более того, относится к классике.

На примере отзывов о художественном фильме «Афоня» были проанализированы типичные группы зрителей.

**1 группа. Зритель, который идет в кино развлечься, посмеяться и отдохнуть.**

Представители этой группы пишут о фильме: «Фильм великолепный. Прекрасная комедия. Куравлёв бесподобен. Весёлый сюжет!». Для такой категории зрителей фильм – источник эмоционального возбуждения, способ разрядки, снятия напряжения, усталости. Люди дают возможность экрану увлечь себя различными коллизиями, комическими ситуациями. Обычно это молодёжь, студенты, часто ходят группами, сплочёнными на почве развлечений. Групповой визит в кино обуславливает и восприятие.

PR-тексты для такой категории должны содержать социально-символическую мотивировку. В них минимум практически значимой информации, в них фигурируют штампы, речи кумиров и знаменитостей. Трейлеры к фильмам содержат самые яркие шутки и в них



фигурируют самые популярные из всего актёрского состава личности.

Примером привлечения такой аудитории к просмотру фильма по серьёзной проблеме – распространению наркомании в России является акция «Береги жизнь – другой не будет», проводимая КГБУК «Красноярский кинограф» как часть реализации правительственной программы по профилактике наркомании. В рамках этой акции транслировался фильм «Право на жизнь», в съёмках которого принимала участие Тутта Ларсен. Фильм великолепный, в нём ведётся разговор на серьёзные темы доступным для молодёжи языком. На афишах, рядом с названием фильма вместо фамилии режиссёра, было принято решение написать фамилию известной личности – кумира молодёжи. Общественность восприняла это не как очередные смыслы, как «не колись, не кури, не пей», а как неактуальность, непопулярность употребления наркотиков. Результат – с помощью PR-технологии не просто привлеклось внимание, но и была достигнута главная цель – фильм был просмотрен с интересом и вызвал бурную дискуссию.

**2 группа. Зритель, идущий в кино с целью просвещения.**

Это люди, заинтересованные в кино, как в искусстве, у них есть потребность в расширении кругозора. В отзывах к «Афоне» такие зрители запомнили предметы сельской жизни, соотносили их со временем съёмок фильма. К сожалению, эта группа зрителей представлена в меньшинстве. Это зрители экранизаций. Для таких групп зрителей подойдёт такая PR-технология как проведение ретроспективных или концептуальных

показов, например «Неделя литературы в кино». КГБУК «Красноярский кинограф» для такого зрителя провёл кинонеделю «Чехов в кино» с ярким освещением в СМИ. Так же для такого зрителя подходит технология организации киновикторины. Так же такой зритель с удовольствием придёт на «Ночь киноклассики», в «Музей кино», и т.п.

### **3 группа. Зрители, ищущие в кино образцы поведения.**

Такую категорию зрителей кино воспитывает, даёт образцы подражания. В «Афоне» такие зрители видят в отношениях героев образец для подражания. На примере Кати, девушки любящей Афанасия, кинозритель постигает законы отношений между людьми. PR-технология для работы с таким зрителем – закрытый показ с участием психологов, медиков и иных узких специалистов. К примерам такой технологии можно отнести акцию «Береги жизнь – другой не будет», в рамках которой был организован показ художественного фильма «Нирвана». Фильм довольно специфический, поэтому необходимо, чтобы специалист объяснил зрителю, что из образцов поведения стоит перенимать из фильма полностью, что частично. Такой зритель не должен вступать в дискуссию после просмотра, хотя дискуссия обязательна. Зритель должен внимательно впитывать информацию.

### **4 группа. Зритель, которого волнует социальная и нравственная проблематика.**

Это зритель с чёткой гражданской позицией, ищущий в кинематографе ответы на актуальные темы общественной жизни.

Афоне, главному герою фильма, эта категория

зрителей сопереживает, воспринимая определённую мораль. Эта группа схожа с 3 группой. Она ждёт от кинематографа готовых образцов поведения. Соответственно PR-технологии имеют сходство. Необходимо ответственно подойти к организации дискуссии и отбору фильмов. Есть опасность разочаровать такого зрителя, что равносильно потере внимания и уважения к организации. Необходимо организовать форумную площадку для таких зрителей. «Красноярский кинограф» работает с данной группой зрителей в социальных сетях. Основная цель форума – общение, высказывание собственного мнения. Здесь и учитывается особенность интернет-коммуникации – общающиеся не видят и не знают того, кто скрывается под маской «никнейма», отсюда есть возможность влиять на ход дискуссии в положительную сторону, влиять на общественное мнение. Ещё одна особенность форума – «загадочность». Зрителю интересно, а что же напишет определённый пользователь после этого фильма, а что после другого.

**5 группа. Зритель ищет в кино то, что ему не хватает в реальной жизни.**

«Афоня» помогает таким зрителям уйти от реальной жизни в иллюзию, вообразить себя на месте героев. Экран восполняет, компенсирует недостающий в реальной жизни эмоциональный опыт.

PR –технологии для данной категории должны представлять собой яркие акции, красочные детали которых не присутствуют в серой повседневности. Кинопоказ, к примеру, может сопровождаться боди-арт шоу. Это не просто окажет должный эффект на зрителя,

привлечёт внимание СМИ и такое шоу обязательно осветит телевидение – ведь именно для него так важна красивая движущая картинка.

Ещё одна PR-технология, которая удачно используется в КГБУК «Красноярский кинограф» – киноконцерт – сочетание кинопоказа с выступлениями творческих коллективов (для молодёжи – это рок-группы, рэп-коллективы и солисты-вокалисты). Однако данная технология предполагает очень четкое распределение кинопоказа и выступления коллективов во временном порядке, либо разделение по площадкам.

**6 группа - зритель, который рассматривает кино, как произведение искусства.**

«Афоня» для таких зрителей – киношедевр, а Куравлёв почитаемый актёр, в своих отзывах о фильме зрители этой категории проводят краткий анализ ролей этого актёра. Очень многие любят кино, как жанр, как искусство особого рода, со своей атмосферой, тонкостью актёрского мастерства, свежестью режиссёрских находок. Эта категория зрителей знает тонкости режиссуры. В основном – это широкие круги интеллигенции и опытные кинозрители.

Помимо просмотра киноклассики такую аудиторию заинтересует показ фильмов в сопровождении живой музыки. «Красноярский кинограф» имеет опыт проведения подобных форматов. Совместно с различными музыкальными коллективами проведен показ немой версии фильма «Чапаев», «Девушка с коробкой», «Космический рейс».

### **7-я группа. Зритель, который ходит в кино общаться.**

Фильм эту категорию зрителей интересует в меньшей степени. Для них поход в кино – повод выйти в свет, надеть новое платье, встретить друзей, поговорить. Для такого зрителя существует такая PR-технология, которая даёт ему возможность сочетать просмотр фильма с общением или каким-нибудь другим занятием – лёгким ужином или фуршетом.

Следует сказать, что в настоящее время не возможно представить PR-деятельность учреждения без работы с социальными сетями. КГБУК «Красноярский кинограф» задействует все основные социальные сети: Facebook, «Одноклассники», «ВКонтакте». Сотрудниками был проведен мониторинг целевых аудиторий каждого информационного ресурса, исходя из этого, формируются сообщения и ведутся группы.

В группе «ВКонтакте» размещаются анонсы мероприятий, которые проводит «Красноярский кинограф», размещаются фото и видео отчеты, видео, снятое на экскурсиях в «Музей кино» и на кинопоказах. Так как посещают экскурсии в основном дети, то смотрят (скачивают) видео родители, родственники и друзья. Средний показатель просмотров (скачиваний) группы из 29 человек – 200. То есть каждый посетитель музея дает нам десятикратное количество виртуальных посетителей.

В Facebook также размещается информация об официальных событиях. Сотрудники «Красноярского кинографа» на своих личных страницах поддерживают группу учреждения (делают перепосты, пишут оригинальные материалы на схожие темы).

В «Одноклассниках» ведется работа с наиболее возрастной частью аудитории.

В целом в нашем учреждении работа с социальными сетями имеет большой потенциал развития, что может стать темой отдельного методического пособия. Используя современные методы работы, мы не отказываемся от классических видов PR-деятельности, в первую очередь информационных сообщений и пресс-релизов.

Главное требование к организации информационного сообщения в КГБУК «Красноярский кинограф» - творческий подход к подаче текстовой информации, который включает в себя:

- использование средств художественной выразительности
- минимальное использование штампов, но выдержанная единая стилистика
- использование оригинальных лидов, заголовков, цитат, и др.
- минимальное количество слов профессиональной терминологии
- эмоциональная наполненность информации
- «частичка эксклюзива» – то, что привлечёт внимание зрителя и журналистов

Давая анонс мероприятия в СМИ важно войти в положение зрителя – чтобы привлечь того, кого вы хотели привлечь. Работа с фильмами – это работа с людьми, с общественностью. Зрителей нужно удивлять и радовать, уважать и работать с ними. PR-работа в КГБУК «Красноярском кинографе» требует специальных знаний в истории и теории кино, обязывает быть в курсе событий и новых тенденций.

Задача состоит не только в том, чтобы просто осветить работу учреждения в СМИ, а подобрать фильм, аудиторию и соотнести с нужной формой, чтобы успех мероприятия отложился не только в сознании каждого, но и отложил отпечаток на формирование имиджа кинокультуры Красноярского края. Отметим, что показателем эффективности применения данных технологий является то, что количество мероприятий и зрителей на них увеличилось в разы. Формы статистической отчётности в КГБУК «Красноярский кинограф» показывают наметившуюся тенденцию к увеличению зрительского интереса к проводимым мероприятиям.

#### **Заключение**

КГБУК «Красноярский кинограф» имеет специфические задачи, связанные с определёнными обязательствами учреждения культуры. Также как и любое другое учреждение культуры «Красноярский кинограф» работает со зрителем. Формы работы, которые учреждение использует в деятельности, может использовать любая киноустановка Красноярского края.

Необходимо продолжать вводить новые формы работы с общественностью, чтобы увеличить роль учреждения и проводимых им мероприятий в культурном пространстве края. Для того чтобы эффективно применять различные инновационные PR-технологии, необходимо определить целевые аудитории общественности и сопоставить цели проведения киномероприятий и целями этих аудиторий, не забывая об общей культурно-просветительской миссии учреждения. Важно помнить, что на разных людей кино оказывает разное влияние.

Также необходимо рассмотреть кинематограф как коммуникационный процесс, соотнести формы взаимодействия с общественностью в кинокультуре края с инновационными PR-технологиями. Если объединить эти технологии на группы, то это: креативные технологии по клубной работе и технологии организации специальных событий. Практические выводы могут послужить методическими рекомендациями PR-специалистам государственных учреждений культуры. Было доказано, что применение данных технологий необходимо для полной реализации социокультурных задач учреждения. Технологии являются универсальными и могут применяться в любом учреждении культуры.



Также необходимо рассмотреть киноиндустрию как коммуникационный процесс, осуществляемый в форме взаимности с обществом в кинокультуре как с инновационными IT-технологиями. Если обратиться к этим технологиям на уровне, то это кратчайшие технологии, которые в работе и технологически развиваются. Специальных средств. Идея, которая выдвигается, может поступить. Методическими рекомендациями IT-специалистам по созданию учебных курсов. Было доказано, что применение данных технологий необходимо для работы с различными категориями. Задача, которая ставится перед нами, заключается в том, чтобы применить в своем учебном курсе.

Красноярский кинотеатр имеет специфические задачи, связанные с определенными обязательствами перед культурой. Также как и любое другое учреждение культуры. Красноярский кинотеатр работает со зрителем. Формы работы, которые учреждение использует в действительности, может использовать любая киноустановка Красноярского края.

Необходимо продолжать искать новые формы работы с обществом, чтобы увеличить роль учреждения и привлечь инициативы в культурную среду Красноярского края. Для того чтобы эффективно применять различные инновационные IT-технологии, необходимо определить основные факторы ответственности и четко ставить цели проведения киномероприятий.

Сдано в печать 26.10.2017г. Формат 60x80 1/16. Бумага офсетная 80 г/м2.  
Печать офсетная. Заказ № 0923-1, тираж 200 шт.  
Отпечатано ООО «Полис».  
660075, г. Красноярск, ул. Маерчака, 8/9-001, тел. 8-950-435-05-57.