



В Україні прем'єрний показ фільму «Свобода дорогою ціною» відбувся у кіноклубі НаУКМА. Тут українці відкривали для себе невідомі сторінки історії українського народу в еміграції. Поки що англійською мовою. Але вже готується переклад і скоро глядачі зможуть оцінити майстерність канадського режисера, дізнатися про те, що сталося з нашими земляками на початку нинішнього століття.

(За матеріалами канадської преси.)



Юрій Луговий

мистецька
хроніка

ФІЛЬМИ-ЗІРКИ 1995 року

Минулого року у Франції на 28 відсотків (у порівнянні з 1993 роком) зменшилась у прокаті частка фільмів національного кіно.

Таке явище не могло не схвилювати громадськість Франції, традиційно відомої своїм патріотизмом, а сьогодні, можливо, єдиної країни в світі, яка свідомо і не без успіху прагне протистояти кінопродукції Голлівуду. «У нас є власна культура, єдине, про що нам треба дбати - це як зробити нашу кіноіндустрію конкурентоздатною», - так прокоментував ситуацію Тоскан дю Плантаєр, президент Уніфранс, організації по експорту фільмів. Він продовжує: «Наші таланти, які стають акторами, режисерами, продюсерами, мають усвідомити, що їхній кінематографічний успіх залежатиме більше від питань кіновиробництва, аніж від питань творчих. Хоча, звичайно, і за таких складних умов треба дбати про свободу творчості, про різноманітність творчих особистостей.» У 1995 рік кіно Франції ввійшло новою хвилею фільмів-зірок, серед яких:

«ДІВЧИНА ТА СМЕРТЬ»

Романа Поланського. В ролях: Бен Кінгслі, Сігурні Уйвер, Стюарт Вільсон (виробництво «Флаш Фільм Електра», Жан Франсуа Лепті).
«НЕЛЛІ ТА ПАН АРНО» Клода Соте. В цій стрічці високого смаку грає вишуканий акторський ансамбль: Еммануель Бер, Жан-Люк Англад, Мішель Серро (виробництво Алена Сарда).



Даніель Отей.

«ФРАНЦУЗЬКА ЖІНКА»

Режі Верн'є. В ролях: Еммануель Бер та Даніель Отей.

(Виробництво «UGC/Імаж»).

«НОВИЙ СВІТ» Алена Карно. В ролях: Нікола Шатей та Сара Граппе

(виробництво «Фільм пар фільм», Жан-Луї Ліві).

«ГУСАР НА ДАХУ»

Жана-Поля Раппено.

Можливо, стане фільмом року.

В ролях: Жульєтт Бінош та Олів'є Мартінес

(виробництво «Ашет Прем'єр», Рене Клейман).

«ПРИНАДА» Бернара Таверньє.

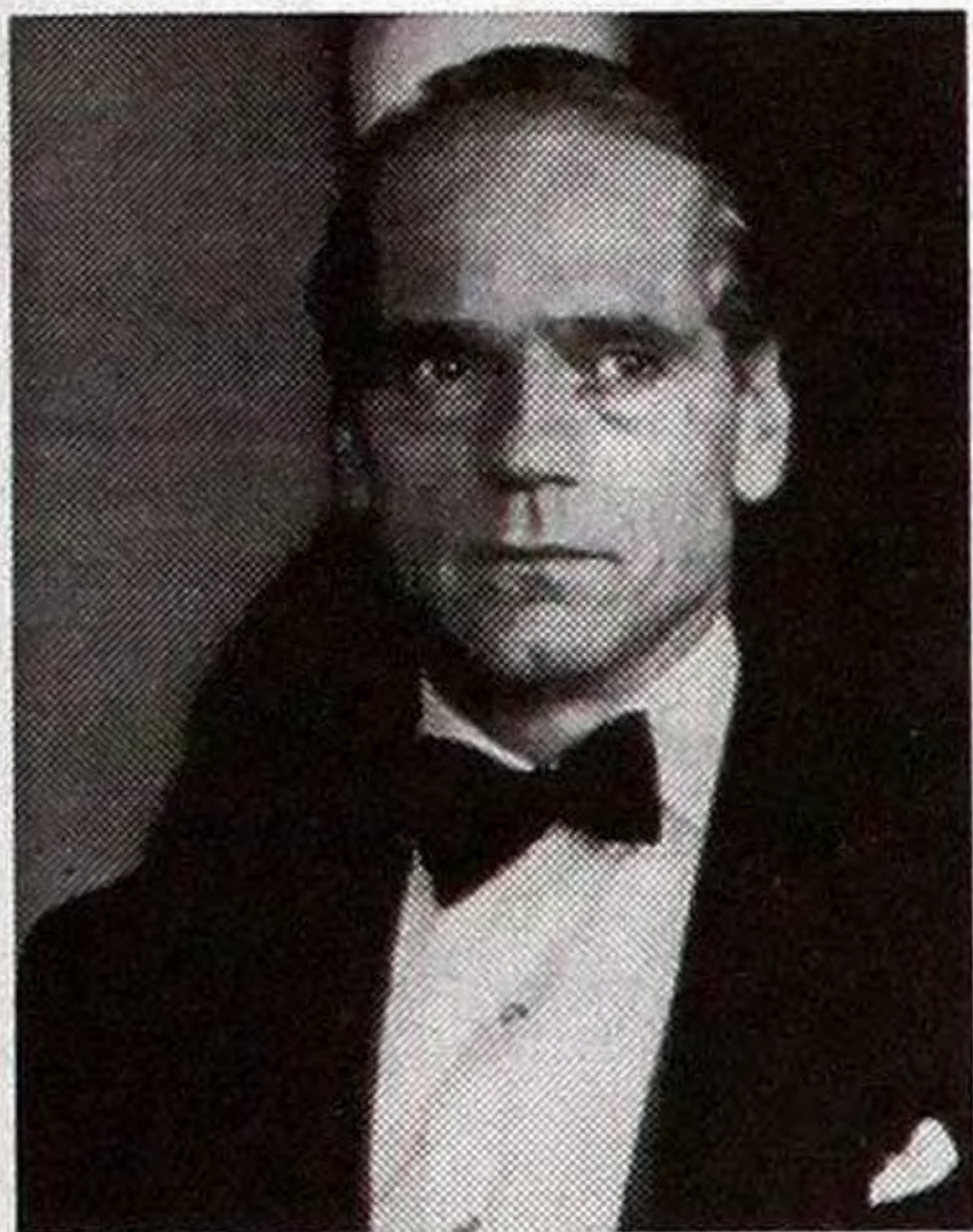
В ролях: Марі Жіллі та Олів'є Сітрак (виробництво «Ашет Прем'єр», Літл Беа, Рене Клейтман)

«ЕЛІЗА» Жана Бекера. В ролях: Жерар Депард'є та Ванесса Парадіз

(виробництво Крістіана Фехнера).

«ХЛОПЧИК» Моріса Піала. В ролях: Елізабет Депард'є, Фабіан Баб та Жерар Депард'є

(виробництво «РХР»).



Джеремі Айронс

«ЗА ХМАРАМИ»

Мікеланжело Антоніоні та Віма Вендерса.

В ролях:

Софі Марсо, Джон Малковіч, Фанні Ардан, Джеремі Айронс...

(виробництво «Саншайн»).

«ЦЕРЕМОНІЯ» Клода Шаброля. В ролях: Ізабель Юппер, Сандрін Бонер, Жаклін Біссе, Жан-Пер Кассель (виробництво «МК 2», Мартін Кармітц).

«ЗНЕДОЛЕНІ XX СТОЛІТТЯ» Клода Лелюша. В ролях: Жан-Поль Бельмондо, Жан Маре, Алессандра Мартінес, Філіп Леотар...(виробництво «Фільм ІЗ», Клод Лелюш).



Жерар Депардьє

«АНГЕЛИ -ХРАНИТЕЛІ»

Жана-Марі Пуаре.

Режисер пропонує глядачам винятково цікавий дуєт Крістіана Клав'єра та Жерара Депардьє (виробництво «Гомон/Альтер», Нікола Сейду та Ален Терціан).

(За матеріалами газети «Фігаро»)

«МИ НЕ ПОТРІБНІ НІКОМУ...»

До такого висновку дійшов Олексій Герман в інтерв'ю, яке дав газеті «Ліберасьйон» з приводу закінчення роботи над фільмом «Хрустальов, автомобіль!» Фільм тривалістю чотири години, який розповідає про життя сім'ї номенклатурного працівника і охоплює двадцятирічний період після смерті Сталіна, знімався з великими перервами три роки. За ці роки змінилося три продюсери (Мартін Кармітц, Філіпп Годо, Гі Зеліман), три директори фільму. Та фінансові труднощі - це не найстрашніше. В країні, вважає Герман, зник найсуттєвіший елемент кіно: стосунки між тими, хто робить фільми і тими, хто їх дивиться. 1993 року в Росії було знято 137 фільмів, яких фактично ніхто не бачив: американські фільми продовжують домінувати на афішах кінотеатрів.

Газета
«Ліберасьйон»

ЗАКОХАННИЙ ЛЮДВІГ

Гарі Олдмен, відомий за фільмом-історією зірки панк-року Сіда Вісіюза «Сід і Ненсі», піднявся на новий музичний щабель у фільмі, що вийде у Великобританії. Він грає Бетховена у фільмі «Безсмертний закоханий», який за власним сценарієм знімає англійський режисер Бернанд Роуз. Партнери Олдмена - Ізабела Росселіні та Барі Хамфіз.

Газета
«Гардіан»

Наталя Волос
Сенс реклами.
Perfectly you

на перехресті
МУЗ

LANCÔME



УХОД ЗА КОЖЕЙ

Поговоримо про те, що є найприбутковішим бізнесом і найдорожчим задоволенням одночасно. Про те, що змушує нас надати перевагу одним речам, а інші відкинути. Вибираючи, ми шукаємо те, що найбільше імponує нам. Читайте: дорівнює нам. Бо все, чим оточуємо ми себе, несе на собі наш вибір - частинку нас. Речі зливаються з нами.

Хто платить за рекламу? Ми своїм вибором, виробник, збільшуючи свої витрати, чи той, кого не обрали? Чому нас так зачіпають - обурюють чи зачаровують - ці «надкороткометражні», тривалістю тридцять секунд, ролики? Ці питання нині дедалі бурхливіше обговорюються у пресі, в міру того,

ЯК

РЕКЛАМА СТАЄ МИСТЕЦТВОМ.

І не тільки тому, що вона увібрала в себе досвід і технічний потенціал аудіо та відео засобів, фактично виросла на цьому, активно використовуючи їхні засоби впливу на людину. І навіть не тому, що кіно підготувало для неї не тільки екран, а й глядача, який із задоволенням і якоюсь спрагою вбирає в себе такі різні барви екрану. Реклама запозичила не тільки технічні таємниці та естетичні канони кіно, вона перейняла його філософію.

Реклама сьогодні - це вже не оголошення, хоча ще інформація. Вона нагадує бурхливий потік і апелює не обов'язково до розуму читача, його логіки чи інтелекту, а спрямована на якийсь інший рівень сприйняття.

Ключем, яким реклама відчиняє наші серця, є її метафоричність. Вона впливає на мою думку і на прийняття рішення з двох причин. По-перше, ми - я і вона - мислимо метафо-

КІНО
ТЕАТР

63

рично, тобто, підсвідомо все з усім порівнюємо, розуміємо одну річ через досвід розуміння іншого, навіть колір чи звук ми відрізняємо лише тоді, коли наша увага вже була звернена на них в інших речах. Скажімо, реклама пропонує нам давньогрецькі колони, човни і море - тобто те, що би ми уявили, причастившись «Метаксою». Ця пляшка стане для нас ототожненням того, що ми ввібрали візуально.

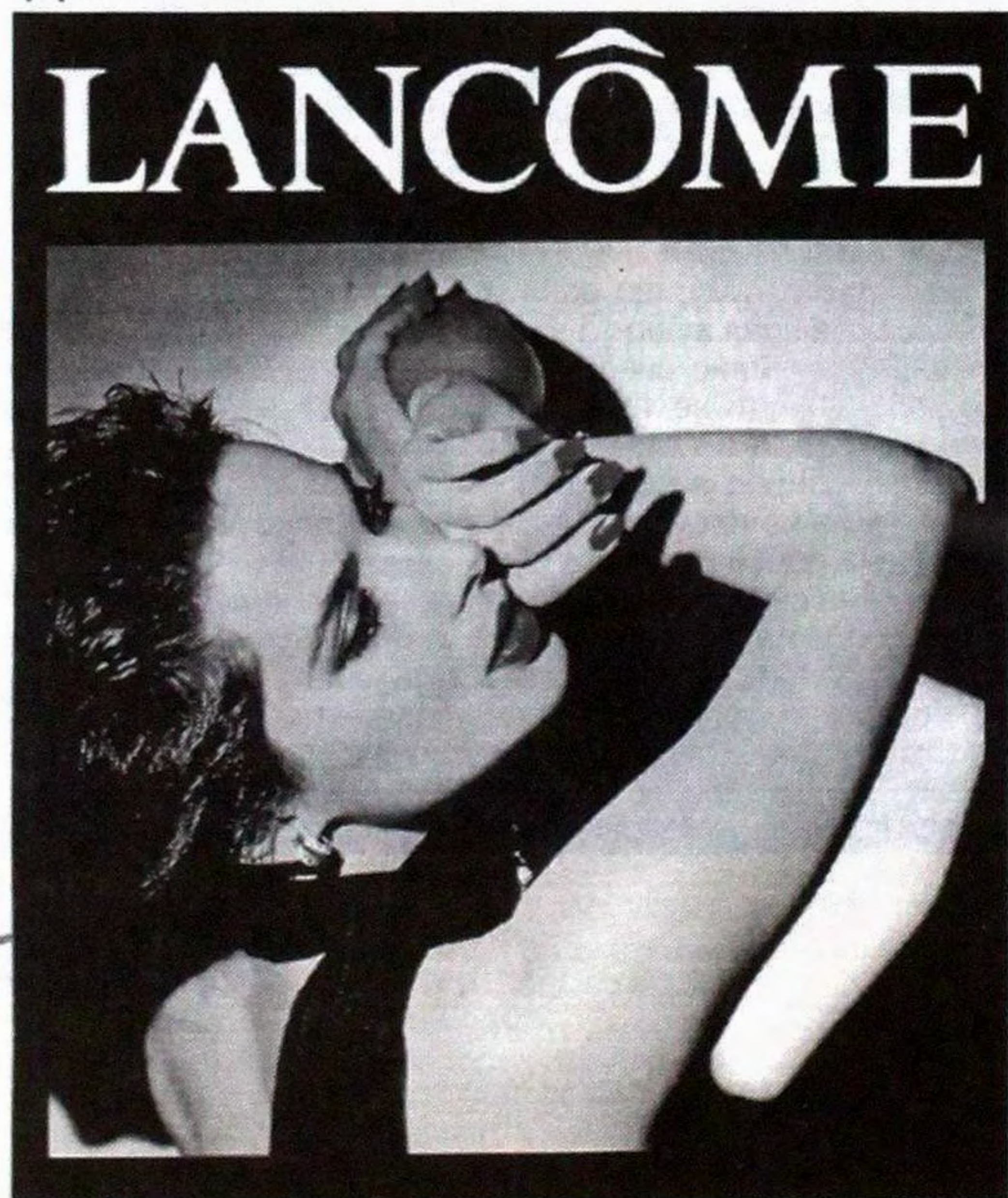
По-друге, вона нам пропонує частинку нас - вже бачене, чути і відчуте, якийсь приємний і солодкий досвід вже прожитого. Можливо, ми ніколи не побачимо ці снігові гори насправді, але «голова дурна, її можна обдурити», переживши це просто візуально. Тобто, якимось дивним чином, не знаю точно як, реклама виступає субститутутом справжнього середовища, яке змінює наш стан свідомості. А у круговерті щоденних, звичайних речей нам так хочеться цієї повноцінності й неповторності життя, цих постійно інших станів і переживань, які, як ми кажемо, «через обставини» нам недоступні. З якоюсь ненасиченістю серця і завороженістю душі дивимось ми на гірські верхівки «Wrigley's doublemint», всі барви осені «Wella colour» та веселі липозомні частинки «Plenitude», які активно вживлюються у шкіру.

Звичайно, тут діє і сильний психологічний фактор. Діти, які є найвідкритішими до світу, запам'ятовують рекламу моментально, бо це завжди щось нове, захоплююче й атрактивне. Там блукають у пустелях, танцюють у прозорих туніках, а золото з флаконів перетворюється на різнокольорові розсипи. Найвищі естетичні канони, настільки ж нереальні, як і наші сни. І тому при нагоді побачивши «золото Guerlene», ви таки візьмете до рук цей мініатюрний золотий футляр, щоб відкрити для себе диво, яке криється всередині - його чи вас? «See yourself in the nail», - як радить Revlon.

Тобто, ці думки ведуть до одного висновку: вдала реклама частково відтворює Вашу картину світу. Тому це стоцентний успіх. Тому це страшенні гроші.

Але не всі реклами користуються підходом, описаним вище. Як справжнє мистецтво, вона стає дедалі різноманітнішою. Принаймні я бачу ще один, досить окреслений, самостійний підхід. Навіть не знаю, як його назвати - чи то метод підслухування, чи то, так би мовити, «віри у Вас». Тобто, коли рекламований продукт і сама фірма ніби відходять на другий план, а на першому, звичайно, Ви - бажано, з ними. Такими є ідеї на зразок «Макіяж - це мистецтво, а ви - художниця» - «Lancome», або «Ви гарні настільки, що Вас можуть вкрати» - «Wella». Є якийсь в міру яскравий, приємний і ненабридливий пафос у цих фразах. Почувши їх, ви обов'язково усміхнетеся, навіть розуміючи ці маленькі хитрощі. Це справді причаровує і тому реклама, як справжнє мистецтво, веде діалог з Вами. Вже від початку у вас виникає контакт. А коли Ви берете ту річ до рук, це і є Ваша найкраща відповідь.

Реклама товарів французької парфюмерної фірми «Ланком».



КІНО ТЕАТР

1995, №2

Ілюстрований журнал

Видається з 1995. Реєстраційний номер - 1303

Засновник - Національний університет «Києво-Могилянська Академія»

Наші автори:

Йозеф Вударт,

американський

кінокритик

Катерина Смаглій,

студентка III курсу

факультету гуманітарних наук НаУКМА

Лариса Брюховецька,

кінокритик, член Співки

кінематографістів

України

Елен Сіксу,

доктор філософії

і драматург, Франція

Надія Мірошніченко,

студентка III курсу

факультету гуманітарних наук НаУКМА

Олена Левченко,

студентка III курсу

факультету гуманітарних наук НаУКМА

Валерій Більченко,

режисер, керівник

Експериментального

театру, Київ

Алісія Хелман,

кінознавець, Польща

Ганна Маколкіна,

літературознавець,

Канада

Юрій Ілленко,

кінорежисер, народний

артист України, Лауреат

Державної премії

України імені

Т.Г.Шевченка

Інетта Гриньок,

студентка III курсу

факультету гуманітарних наук НаУКМА

Наталя Глінка, студентка

III курсу факультету

гуманітарних наук

НаУКМА

Олег Фіалко,

кінорежисер

РЕДКОЛЕГІЯ

Більченко Валерій

Брюховецька Лариса -

головний редактор

Газда Януш, Польща

Гладій Григорій, Канада

Горський Вілен

Іванюк Сергій

Ілленко Юрій

Коваль Олександр

Марущенко Віктор

Наливайко Дмитро

Осика Леонід

Парахонський Борис

Сіксу Елен, Франція

Скуратівський Вадим

Ступка Богдан

РЕДАКЦІЯ

Левченко Олена

Мірошніченко Надія

Глінка Наталя

Гриньок Інетта

Смаглій Катерина

Медведева Оксана

Волос Наталя -

комерційний директор

Художнє оформлення,

макет та комп'ютерна

верстка Олега Коспи

Редакція висловлює

подяку за благодійний

внесок на видання

журналу президенту

асоціації «Вінінтер»

Івану Івановичу Сороці.

Адреса редакції

254070, м. Київ, вул.

Сковороди, 2, УКМА,

корп. 3, к.409

Телефони:

головний редактор -

413-45-63,

відділ театру -

216-43-65.

Журнал виходить раз

на два місяці.