

КИНО

3,50 ЛВ.

СЪЮЗ НА БЪЛГАРСКИТЕ ФИЛМОВИ ДЕЙЦИ

ЗЛАТНАТА РАКЛА

- БЪЛГАРСКИЯТ ИГРАЛЕН ФИЛМ –
ИМА ЛИ ИЗХОД В БЕЗИЗХОДИЦАТА?
- ЗАКОНЪТ ЗА КИНОТО – МИСИЯ
НЕВЪЗМОЖНА
- ДРАМАТУРГИЯ
НА РЕКЛАМНИЯ
КЛИП



ПРИЛОЖЕНИЕ:

СЦЕНАРНИ
ЕСКИЗИ

2002
5

КИНОТО В БЪЛГАРИЯ

БЪЛГАРСКИЯТ ИГРАЛЕН ФИЛМ 2001 – 2002

Има ли изход в безизходицата?

Владимир Игнатовски 2



КАМЕРА! НАЧАЛО:

В търсене на пътя до „Пътят към Йерусалим“ (Разговор с режисьора Иван Ничев)

Людмила Дякова 6

История, написана за двама актьори

(Разговор с режисьорката Силвия Пешева)

Маргарита Кулинска 9



Точно толкова малко, колкото една калория нежност (разговор с режисьорката

Иванка Гръбчева)/ Борислав Огнянов 11

КИНОСЪБИТИЯ



Фестивал на десет години

(„Любовта е лудост“ 2002)

Калинка Стойновска 13

„Златната ракла“ / Людмила Дякова 16

Фестивалът на операторите в Попово 20



ПОГЛЕДЪТ НА РЕЖИСЬОРА

Гласове от „Сала на „Медуза“ (въпроси към Марияна Евстатиева-Биолчева)

Владимир Ангелов 21

ЗАКОНОДАТЕЛСТВО

Законът за киното – мисия невъзможна 23

НАШАТА ИСТОРИЯ

Законът, който насърчава киното в България

Александър Янакиев 25

СВЕТОВЕН ЕКРАН

ФЕСТИВАЛИ

Сан Себастиан 2002: Шедьоври не се появяват

често / Карин Янакиева 27

Виареджо 2002: Форум на европейското кино

Божидар Манов 29



ТЕОРЕТИЧНИ ЕТЮДИ

Художествената сонористична система на

филма/ Венелин Грамадски 32

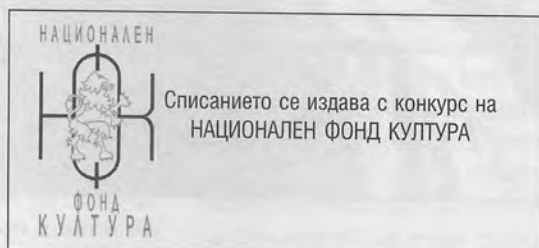
Драматургични компоненти на рекламния

клип / Праща Кирова 37

СЦЕНАРНИ ЕСКИЗИ

Шантав ген/ Ива Бранева, Силвия Пешева

Списанието се издава със съдействието на ФИЛМАУТОР



На корицата: Кадри от филмите, участвали в „Златната ракла“ 2002

5/2002

ИГРАЛЕН 2001–2002

някой, освен човек, живеещ извън времето и вярващ в илюзии, да твърди, че е възможна пълноценна система за филмово производство, изцяло субсидирана от държавата и гарантираща създаване на близо 50 игрални филма на година, така както бе преди 89-а година.

И ако е „мъртво“ киното, то това е свързаното със стария, предишен принцип на производство. Онези, които плачат, че сега няма филми като „Момчето си отива“, не разбират или не искат да разберат, че момчето просто го няма, то отдавна си отиде... А киното ни не е мъртво, доколкото филми все пак се произвеждат. Само че животът му е силно затруднен и непълноценен.

Причините за това са много и различни. Едни обективни, други чисто субективни.

Няма нищо по-обективно от липсата на средства. А в България средства няма не само за кино. Наистина доводът, че не е морално да се искат пари за производство на филми, когато в болниците умират хора, защото няма пари за лекарства, ми изглежда необорим. Съвсем друг въпрос е защо държавата ни е толкова бедна, защо така се шири мизерията, защо толкова унижително е съществуването на мнозина, защо... но отговори на тези и други подобни въпроси следва да се търсят другаде, не в разговор на тема „Какво да се прави в киното?“.

Не е вярно, че не съществуват пътища (законни) за набиране на средства за филмово производство, въпреки мизерията, налегнала страната. Съществуват ме-

ханизми, някои дори са закрепени в закони, постановления, правителствени решения, но никой не си мърда пръста да ги изпълни. Още от началото на 90-те години съществува механизъм, според който за всеки внесен в страната аудио-визуален носител или, казано по-просто, празна видеокасета следва да се отдели определен процент за подкрепа на филмовото производство. Не съм чул досега някой да е превел и една стотинка по този съществуващ и не отменен параграф или някой да се е поинтересувал защо това не се прави... Толкова на тема държава, решения останали на хартия, чиновническа незаинтересованост. В България културата наистина е последна грижа.

Толкова дискутираната „клинична смърт“ на българското кино обаче има и субективна страна или по-скоро страни. Преди 89-а кинаджиите без съмнение бяха сред привилегированите категории в обществото, а след това се оказаха брутално и без подготовка изтукани в ъгъла. Много от тях, особено от по-възрастното поколение, така и не разбраха за какво става дума, какво и защо се е променило. Те се затвориха в обидата и внезапно затисналата ги бедност и неразбрани и неразбрали си отидоха. Някои се опитаха да се приспособят и да правят кино в новите условия, но не рядко абсолютно непознаване на новата реалност водеше до катастрофални резултати.

Нямам намерение да обсъждам тук художествените качества и тематичните проблеми на филмовата продукция от

последните години, но е очевидно, че най-често изискванията на аудиторията остават недоволствени. Искам да говоря за производство, а не за художествения резултат от него. За мен изглежда странна позицията: „Държавата ни е длъжна! Тя трябва да ни осигури средства да правим филмите си! „Този възглас ще чуем при всяко оплакване колко трудно се правят филми в България, каква мъка е да се събират средствата, необходими за създаването на едно-единствено заглавие. Да, но тя, държавата – вж. по-горе, – нито има средства, а пък и да ги има, няма намерение да ги даде. Защото дори да организират протест кинаджиите, той никога няма да има ефекта на протестиращите пред парламента или Министерския съвет производители на зърно или тютюн...

Някогашната система за производство бе разрушена, нова, ефикасно функционираща не бе създадена. Но нали абсолютно същото се случи и със селското стопанство? Какво да правим – да се хванем за ръце и да плачем дружно или да се опитаме да намерим някакъв изход в иначе толкова безизходната ситуация?

Първо, да си изясним онези причини, които затрудняват относително нормалното, в съществуващите условия, функциониране на производството. Според мен все още не е преодоляна психологическата бариера, която не позволява да се разбере, че в този нов за нас, но отдавна наложен в целия свят тип производство основна фигура е продуцентът. Да не говорим за това, че почти нищо не се прави за създаване на хора, владеещи тази непозната до вчера у нас и толкова съществена за киното професия. Неритмичното, крайно несигурно производство има не само художествени, но и икономически последици. Хората, които не знаят кога пак ще имат възможност да снимат, а

това означава да имат и средства за препитание, имат особено отношение към създаването от тях филм – освен друго той трябва да гарантира съществуването им за определен, с неясни граници период от време. И тази нагласа има конкретни, най-често негативни последици.

И накрая не малко значение има неспособността да се ориентираш сред пазарната ситуация, да формулираш точно, още докато е в етап на подготовка замисълът на бъдещото произведение, неговия адрес. Просто казано – за кого се създава един филм, за каква публика, за кой комуникационен канал е предназначен. За всеки трезвомислещ човек е ясно, че българските филми трудно могат да имат финансова възвращаемост от каналите за разпространение в страната – поради ограничените размери на аудиторията. Нещо повече, потреблението в страната непрекъснато спада – в цяла Европа, в това число и Източна и Централна, посещенията в кината се увеличават, само у нас спадат, което е доста точен показател за стандарта на живот, независимо от това какви данни публикуват официалните инстанции. И тъй като средствата, които е възможно да се акумулират вътре в страната за целите на филмовото производство, са силно ограничени, е очевидно, че алтернативата е: или национална продукция с минимални средства, или търсене на чужди инвестиции, сиреч копродукции. Интересно защо чуждите инвестиции биват приветствани в сферата на банките, застраховането, комуникациите, но когато стане дума за кино, веднага се надигат гласове за заплахата „национална идентичност“... Не съм глобалист, но реалните процеси в света говорят, че броят на копродукциите в малките, а и не толкова малките страни в Европа непрекъснато се увеличава и това е

на националните кинематографии. Без чужда финансова подкрепа ще произвеждаме филми с бюджет от по 400–500 хиляди лева и телевизионни продукции. Това е реалната ситуация.

И си мисля, вместо да се оплакваме и да се сърдим на държавата, че няма достатъчно пари, когато няма за пенсии, за изкупуване на житото и за какво ли още не, за предпочитане е да запретнем ръкави и да се опитаме да излезем на пазара. Имам предвид европейския филмов пазар. Това означава да се конкурираме с останалите там. Не разбирам защо трябва и можем да се конкурираме в областта на текста или вината, а да не можем в киното. Разбира се, следва да уточним за каква конкуренция става дума.

Обикновено когато някой каже: „Българското кино не е конкурентно“ – това трябва да означава, че не е възможно да се състезаваме с холивудската продукция за интереса на зрителите. Естествено, че не е. Не можеш да се състезаваш равнопоставено с някой, който само за реклама на един-единствен филм отделя толкова средства, които се равняват на цялата държавна субсидия за българско кино – игрално, документално и анимационно, – да кажем, за следващите десет години... Безсмислено е. Нещо като съревнованието на Леночка Шчукина с гъщерята на Вандербилд. Но става дума да се конкурираме не с Холивуд, а за парите, отделяни в Европа за субсидиране на филмовото производство. Нещо напълно възможно. Сценарият „Пътуване за Йерусалим“ бе класиран на първо място сред всички проекти на последната сесия на ЕВРОИ-МАЖ. И това е истина, независимо че нашият проект не се е състезавал и не е изпреварвал Бертолучи, както писаха вестниците и преповтаряха кабелните телевизии, без много да мислят и да проверят за какво става дума. Претенцията про-

те нему (с много по-голям бюджет) се състезават в друга категория. Но следователно е възможно. Двучифрен брой проекти останаха след нашия. При това субсидиите се раздаваха не от нашенска гоморасла комисия, а бяха оценявани от представители на всички европейски страни.

Какво е необходимо? Няколко неща и преди всичко цялостна промяна на мисленето (за по-възрастните) и създаване на правилна нагласа (у по-младите). Тази промяна засяга всичко – подходът към избора на материал, представянето на проектите, лобирването, коректността, професионалното отношение, буквално всичко – от замисъла до поведението по време на преговори и на терена по време на снимки.

Първото от изключително значение е подборът на темата. Звучи тривиално, но е така. Най-често още тук се разминават амбициите и намеренията с резултатите. Това, което интересува един български режисьор или сценарист, много рядко съвпада с онова, което интересува онези, които гласуват за предоставяне на средства в различните европейски филмови фондове. Тук място за рецепти няма, но опитът ме е научил на няколко неща. Неуспехът най-често е гарантиран при опит да се предлагат жанрови клишета, имитации на успешни модели, предимно от Холивуд, от претенции за „общовални“ теми, от разкази за приключенията на нашенци в Европа, най-често видени като онова, което средностатистическата мисъл предполага, че е поведението на българина в чужбина – в последна сметка модерно превъплъщение на байганьовския архетип.

Освен това могом често и бързо се мени, така че следването ѝ нерядко води до предлагане на материал, бил преди време на гребена на вълната, но вече

информация, било поради времето, необходимо за подготовката на даден проект. Нерядко темите, които предлагаме, са толкова локални, че могат да бъдат разчетени единствено от човек, потопен непосредствено в случващото се днес в България, което за европейца си остава абсолютно неразгадаема тайна – от въпроса, как е възможно да се живее с една средна българска заплата, до логиката на повечето неща, които се случват у нас. В противен случай е необходим генерално зоркият поглед на един Станислав Стратиев, за да придобие нашият абсурд някакви общочовешки и общопонятни измерения.

Изборът на темата, разбира се, е въпрос на личен талант и е всеки път неповторим. Но по възможност точната преценка на адреса на бъдещото произведение и неговата реализация е въпрос на професионализъм и задължителна пазарна ориентация. Съществуващите възможности за реализация на едно българско филмово заглавие не са много: за представяне на фестивали, за комерческа реализация в кината и за излъчване по телевизията.

Фестивалите са хубаво нещо, но те отдавна са се превърнали в места, където филмите не само се показват и получават или не получават награди, но преди всичко се... продават. При състъствието в програмата на някой престижен фестивал повишава продажната цена на едно или друго филмово произведение. Получената награда – още повече. Не случайно най-старият фестивал – Венецианският, – който се бе превърнал донякъде в затворено пространство за общуване с авторски произведения, се обърна към старата лилица Мориц де Хаделн, доказал за две десетилетия в Берлин, че умее да съчетава изкуството с комерсиалното. Появата на един или друг български филм на престижен фестивал е хубаво нещо, но създаване на филми единствено

за представяне във фестивалните програми от пазарна гледна точка е неефективно.

Нашите филми нямат шанс да получат достъп до кината в Европа – нито до комерческия, нито до т.нар. „артхаус“ екран. Миналата година заглавията от Централна и Източна Европа в кината на западната част на континента съставляваха впечатляващата цифра от 0.005% от репертоара. От тази гледна точка появата на български игрален филм в кината там би било нещо като осмото чудо на света.

Телевизиите остават единствената реална цел. А това означава да се намери път към институциите, които предоставят субсидии, да се намери подходящ партньор – телевизия или продуцент, създаващ телевизионна продукция. Да се изготвят договори, които гарантират създаването на филма, излъчването му на телевизионния екран, да се гарантира възможност за разпространение в кината у нас, евентуално световно разпространение. И отново – съобразяване с пазарната обстановка. Телевизията е семейно зрелище, телевизионната програма има ясно определени изисквания и адреси – дневна програма, вечерна програма, късна вечерна програма. Нашите филми, ако въобще се излъчват, попадат именно там – в късните часове, било защото са прекалено екзотични за зрителския вкус, било защото не се съобразяват с приетите формати. В договорите европейските телевизии фиксират продължителността на бъдещото произведение с точност до секунди – неспазването на формата означава задължително преминаване към късните, вечерни, часове на програмата.

В етапа на подготовка телевизиите много точно фиксират бъдещата аудитория. Тук общите приказки, познати от негалеchnото минало – правим филм за народа, за хората, за публиката, – просто не се приемат. За-

дават се други въпроси: за коя част от публиката правим филма – за осемгодишните, за публиката между 12–14 години или за семейната публика? Един пример. Предложих на немски колеги проект за филм, получил у нас субсидия като детски, и отговорът беше: вашият филм не е детски, това е филм с деца, но за възрастни... Ние се интересуваме от производство на детски филми за деца. Какво по-ясно доказателство за разминаване в подходите? И тъкмо то може да се окаже сериозна пречка по пътя към една съвместна продукция.

Остават няколко малки, но не по-малко важни неща. Преди всичко коректността – при изготвянето на документация, при декларирането на данни, във всяко едно нещо. Не добре или некоректно подготвената документация може да отстрани даден проект още на предварителните етапи, така че той да не достигне въобще до сесията, където се раздават субсидиите. И после, задължителният професионализъм. Ние непрекъснато говорим и се гордеем с добре подготвени професионални кадри. Може и да са подготвени, което не означава, че винаги работят наистина професионално. Не е белег на висок професионализъм, когато колегите от Европа снимат един филм за четири седмици, а на нас за същия материал ни трябват седем-осем; когато се окаже, че бюджетът не е изработен точно и още преди края на снимачния период средствата за филма са изчерпани...

Повтарям – това е програма за перспективното развитие на българското кино, но в сегашната ситуация, при сега съществуващите условия, в момента чуждите инвестиции са онази глътка въздух, от която киното ни се нуждае. А за да стигнем до тях, трябва да познаваме правилата на играта – в последна сметка, ако ще сме европейци, да се държим като европейци. Не е толкова трудно...

разбрах, че нашият проект е бил най-добре с най-много гласове, с гласовете на всички големи страни. Това е много важно, защото те са с най-голямо процентно участие. Можеш да имаш двайсет гласа, но те да бъдат от малки страни. А страни като Италия, Франция, Германия, Испания участват с най-голям членски внос (с около 70%) и от тях зависи кои проекти ще получат подкрепа. Само две от малките страни не са гласували за нашия проект и това наистина е престижно. Не само за филма, но и за България, за позициите ни в бъдеще.

Подкрепата от ЕВРОИМАЖ дава предимство, което е не само в парите, защото те не са чак толкова големи, особено за нашите малки страни с малки бюджети. Но факт е, че ти влизаш във всички бюлетени, влизаш сред заглавията на онези филми, които започват да се следят, да се очакват от филмовата общественост. Това пък от своя страна предполага движение към фестивали, към бъдещи контакти, покупки и т.н. Всичко става някак по-улеснено, отколкото да се явиш на пазара, скочил отнякъде с парашут.

– Как възникна замисълът на филма, как се оформи сценарият и как се стигна до участие на немската страна?

– Този проект започна с премиерата на „След края на света“. С колегата Владо Игнатовски, който е редактор и на двата филма, имаме разговор с г-н Рьол, тогавашния директор на телевизия МДР, която е част от АРД – това е най-голямата обществена телевизия в Германия. Той ни попита имаме ли някаква идея. Казах му, че един талант като Кустурица изчерпа всички продаваеми балкански истории, затова запитах не би ли могъл той да предложи нещо, тъй като познава пазара и знае какво се търси. Тогава той се сети за един стар трилър на „Веселата вдовица“, написан от Бергман, но така и не се е стигнало до реализация. При цялото ми уважение към гения предлагам да напиша свой. Работих

много активно с Владо Игнатовски и те приеха нашия трилър. После потърсиха наследниците на Лехар, а те са около 70 души в Европа и имат представителства във Виена и в Лондон. Представителите на наследниците поискаха да видят освен „След края на света“ още два мои филми и от тях, слава богу, получихме отговор „да“. Но след това се натъкнахме на нещо, което беше съдбовно за развитието на проекта. Оказа се, че правата за реализация на филм са купени от „Метро Голдуин Майер“ още през 1939 година за Ернст Любич, когато той е работил в Холивуд за тях. „Метро Голдуин Майер“ поискаха да им се плати за правата. Това не беше по силите дори на една голяма немска телевизия. Така се стигна до фиаското на тази прекрасна идея.

След това, докато пътувах по Америка със „След края на света“, написах нещо, което много ми лежи още на сърцето – „Американската вдовица“. Тази американска вдовица заминава за Германия и мислех, че това ще бъде любопитно за моите партньори. Но приятелят ми, продуцентът, Ханс Хонерт, като го прочете, каза, че това е толкова артидея, че ако, да кажем, Вим Вендерс я предложи, може и да му дават пари да я осъществи, но че аз от България ако отида с такова предложение, никой няма да ми обърне внимание.

Тогава се роди идеята за две деца и получихме кратко и лаконично „да“. За тази идея имаше шанс да се намерят пари. Всички ние трябва да знаем, че нашите идеи са безсмислени, ако няма шанс да се намерят средства за тях.

Така започна работата по сценария, в която се включи и Юрий Дачев. В този трилър – Владо, Юрий и аз, работихме около година по сценария. Проектът мина в НФИ с абсолютно мнозинство. Кандидатствахме и в БНТ, която също ни подкрепи. От своя страна немският продуцент Ханс Хо-

нер започна да търси пари в Германия. Отзова се МДР, но средствата не бяха много. След това намерихме пари и от фонда МДМ, организацията, която подкрепя филми за кино и телевизионен екран в Саксония. За ЕВРОИМАЖ вече стана дума и така постепенно бюджетът на филма се оформи.

– Явно госта пари са нужни за този проект. Филмът е ретро, постановъчно сложен – декор, костюми – скъп филм.

– Да. Филмът е много скъп. Ханс Хонерт, като изгледа първият материал, каза, че спокойно бихме могли да разказваме, че филмът струва 5–6 милиона евро. Толкова би струвал, ако се направи в някоя европейска държава. Това, че в България стандартът е толкова нисък, не е никак лицеприятно за всички нас, защото ние работим по европейските стандарти, но живеем съвсем не по европейски.

– Наистина е въпрос на висок професионализъм да не личи от екрана, че онова, което правим, е бедно и стъкмено с малко пари. Нагърбил си се с госта тежка работа и сигурно никак няма да ти е лесно при монтажа.

– Договорът ни е за три версии. Едната от 88 мин и 30 сек е за немската телевизия. Те програмираат да излъчат филма в най-гледаното време – 20,30 часа. Българският вариант за киноекран е 108 минути и за БНТ – две серии от по един час. Много съм благодарен както на националната телевизия, така и на Националния филмов център, които са перфектни в съвместната ни работа.

– На практика си осигурил разпространението на филма. Нещо, за което малко наши продуценти мислят предварително. А то е едно от най-важните условия.

– Имам разпространение във всички немско говорещи страни. Филмът ще бъде излъчен по АРД, а по договор, подписан с „Бавария

което завъртва пари, осигурява работни места. С хонорарите от този филм хората могат да живеят цяла година, като се има предвид какви са средните заплати в България. Но това е само едната страна. Другото е продуктът, който произвеждаме и който е с гарантирано разпространение по света. Ето ние сме се запътили към Европа и хората там, към които искаме да се присъединим, трябва да знаят нещо за нас. А един филм е велика работа в това отношение. Той влиза в дома на всеки германец, австриец, белгиец, французин и т.н. Така хората ни опознават, виждат, че ние сме същите като тях, а не такива, каквито изкривените медийни представи им поднасят. Филмите ни са културен продукт, който може да има и дипломатическа мисия. Копродукцията стопроцентно може да бъде културен посредник между народите. От десет години го говоря и много колеги мислят като мен. Това е път, по който можем да се сруждаваме и да правим нещо заедно.

За съжаление политиките ни в момента са изцяло заети с всичко, което може да донесе някакви бързи пари. Не случайно приватизацията, връщането на земи бяха сред най-важните проблеми повече от десет години. Тоест всичко онова, което можеше да доведе до бързи печалби за дадена група от хора. А никой не се замисля, че този народ и тази държава трябва да се управляват доста по-дълго от десет години. Много е печално, че нямаме ръководители, които да мислят дългосрочно и надалече за бъдещето на нацията. Затова независимо от сменящите се правителства Министерството на културата винаги е оставяно на опашката. Без тласък от държавата нищо не би могло да се направи. Всички европейски кинематографии работят с фондове, с помощи от държавата. А у нас е престъпно, че още няма закон за киното. Държавата е длъжник на киното в частност и на културата като цяло и дано по-бързо го осъзнае.

(Разговорът се състоя през август 2002 г.)

КАМЕРА! НАЧАЛО:

ИСТОРИЯ, НАПИСАНА ЗА ДВАМА АКТЬОРИ

*Маргарита Кулинска
разговаря с режисьорката
Силвия Пешева*

Весела Казакова и Коста Цонев по време на снимки



– За какво става дума във филма „Шантав ген“, който снимаш?

– Това е история за едно момиче, което изведнъж разбира, че нейният най-близък човек – дядо ѝ, е болен. Тя трябва да намери веднага пари за скъпото, животноспасяващо лекарство. В търсенето на тези пари на нея ѝ се случват куп неприятности – разделя се с приятеля си, пропада ѝ възможността да започне нова работа, загубва тази, която е имала до момента. И всичко това в рам-

ките на един ден. Когато си мисли, че е настъпил краят, се оказва, че този край я води до ново начало. Насочва я по нов път в живота ѝ. Тя среща човек, с когото би могла да започне нещо ново. Но най-важното за нея е, че проумява максимата: всеки край е едно ново начало и човек не бива да се отчайва.

– Как избра актьорите?

– Гледах един изпит на Весела Казакова по сценична реч в НАТФИЗ и тя бе откритие за мен. Аз си казах, че трябва да работя с

нея. Тогава трябваше да правя дипломна работа и реших, че искам тя да играе главната роля във филма ми. Представих си я как пътува на един велосипед по пътя и шарената сянка на гърветата пада върху лицето ѝ. Оттам тръгнаха въпросите: „Откъде идва тя?“, „Къде отива?“, „Какви проблеми има?“, „Как ги решава?“... Постепенно се завърза отношението с дядото, основният конфликт и т.н. Този сценарий е писан за нея! В момента, в който се замислих кой може да изиграе ролята на този нейн „шантав“ дядо, веднага си представих Коста Цонев. Така че сценарият е писан за тях!

– Двете с Ива Бранева, съсценаристка на филма, сте писали сценария дълго време...

– До последния момент сценарият се променя с по нещичко. Но мисля, че е за добро. Идеята узрява и става точно това, което трябва да стане. Появяваха се нови персонажи, от други се отказвахме, но основно историята си остава.

– Голяма част от екипа сте дебютанти – ти, операторът Стефан Куцаров, Весела Казакова. Имате ли идея какво ново искате да направите в киното?

– Ние не сме новатори. Моята единствена цел, тъй като бюджетът ни е твърде скромен и не можем да си позволим нещо ново като визия, а и времето ни за снимки е силно ограничено, е да обърна внимание на работата с актьорите. Така че това е актьорски филм.

Около десет дни правихме репетиции с всички актьори, без Коста Цонев. Имаме три снимачни седмици, страшно малък бюджет и нашата цел е да разкажем една простичка история по интересен начин.

– Залагаш на актьорската игра?

– На актьорската игра и ентузиазма.

– Как стигна до реализация на проекта?

– В началото исках да бъде дуп-

как да намеря средства, никой няма да даде просто така пари и да каже: „Хайде, моето момиче, направи дипломен филм“, се дипломирах с друго. Но реших „Шантав ген“ да е моят дебют. В началото кандидатствахме в Центъра за производство на телевизионни филми на БНТ, в секцията за дебюти, но не спечелихме. След това в Националния филмов център се появи конкурс за дебюти, тогава кандидатствахме и спечелихме. После отново пуснахме проекта в БНТ и там ни одобриха. Така че нашият бюджет е събиран от НФЦ, ЦПТФ и „Бояна филм“, която има участие като копродуцент. А Павлина Желева и Георги Чолаков – „Геопол“, са продуценти.

– Как се свърза с „Геопол“?

– Отначало Николай Николов – „Нику филм“, трябваше да продуцира „Шантав ген“, но тъй като той кандидатства с два други проекта в БНТ, ме насочи към „Геопол“. Те приеха с желание, за което съм им много благодарна.

– Филмът ще има ли телевизионна версия?

– Няма да има телевизионна версия, но киноверсията ще бъде излъчена.

– На каква аудитория ще бъде интересен филмът ти?

– Няма да е за тийнейджъри, макар че главната героиня е млада, тя е на 18 години и е художничка, но това не е тип МТВ филм, а е класически филмов разказ. Ще е интересно на хора, които все още имат вкус към класическото кино.

– С какви трудности се сблъскаш по време на снимки? А може би се случват и забавни неща?

– Основната трудност, която трябва да преодолеем, е, че за кратко време трябва да се снимат много епизоди. Всеки кадър е свързан с местене на камера, местене на осветление и се правят страшно много компромиси, за да ги заснемем, което не е професионално, но, от друга страна, рискувам половината филм да бъде заснет добре, а другата половина никога да не се появи на екран.

как да не се отрази. А иначе, интересни моменти... Сега се сещам само за това, което трябва да се прави, и за борбата с времето. Нищо забавно не ми идва наум.

– Как се работи с такъв всепризнат актьор като Коста Цонев?

– Борба си е, защото сценарият се промени, а той най-много харесва първата версия и оттам се борим за всяко ново нещо, което сме написали. Чудя се как да му го предложа, как да го убедя, че е много добро. Общо взето, той е човек, който осъзнава какво би се харесало на зрителите, защото в крайна сметка този филм се прави за тях.

– По вестниците писаха, че Коста Цонев...

– ...играе гепутат, което е пълна лъжа и измама. Няма нищо подобно. Как може да играе гепутат, а тя да му търси пари за лекарства?! Това е пълен абсурд!

– Вече имаш ли идея какво ще правиш след този филм?

– Първо трябва да свърша този, да видя къде са ми грешките, какво не съм успяла да направя, къде да търся мястото си в киното. Имам други проекти, които се надявам един ден да реализирам.

– Очакваш сама да откриеш грешките си или очакваш реакцията на публиката?

– По време на монтажа няма как да не проличат моите грешки. Няма как аз да не ги видя, защото просто ми бъркат в очите. Но това е нормално. Узрявайки, натрупвайки опит, човек няма начин да не разбере, че е могъл да направи нещо по друг начин и то да бъде много по-добро, да стои по-добре на екрана и като работа с актьорите, и като визия. Естествено, очаквам мнения, забележки от страна на преподаватели, колеги, зрители, дори от хора от екипа. Това е абсолютно нормално.

– Искаш ли да кажеш нещо специално?

– Искам да благодаря на продуцентите от „Геопол“, защото това са най-добрите, сериозните и съвестните продуценти, които един режисьор може да има.

ТОЧНО

КАМЕРА! НАЧАЛО:

ТОЛКОВА МАЛКО, КОЛКОТО ЕДНА КАЛОРИЯ НЕЖНОСТ

Борислав Огнянов разговаря с режисьорката Иванка Гръбчева

– В снимачния процес има ли нещо, което не е както трябва?

– Мисля, че всичко върви добре. Това се дължи на чудесния ми екип. Всички са кинематографисти с опит. С половината от тях съм работила преди, а с другите за първи път, но съм много доволна.

– Какво според вас се е променило в киното ни, откакто е в тъй наречената криза?

– Аз срещам това, което беше и преди. Хора, които работят с голям хъс. Ние работим с огромното желание този филм да стане добър. По отношение на желанието резултатът да бъде качествен нищо не се е променило. Може би единствено средствата ни притесняват повече. Например, когато снимах „Хирурзи“, за първи път работих със западна лента. Снимачният ми период беше 25 дни – рекорден срок за оно-

ва време. И тогава имахме грижа за средствата. И тогава знаехме колко струва едни метър лента. По онова време винаги съм си давала сметка за съотношението на лентата. Когато работех много с деца, имах възможност за съотношение 1/5, в други филми – 1/3. Това важи и днес.

Друго, което се е променило в българското кино, е може би това, че в занаята останаха само най-жилавите. Много чудесни

Валентин Ганев и Мария Кабарджикова в „Една калория нежност“



професионалисти си намериха друга работа. Причина за това са малкото средства, които днес има за създаването на кино.

– Първоначално „Една калория нежност“ е бил написан във вариант за сериал. Сега снимате по сценарий за пълнометражен филм. Много ли променихте сценария, след като се наложи да го преработите и съкратите?

– Да, сценарият е много променен. С това съм се занимавала две години. Съкращението се наложи, след като кандидатствахме на много конкурси. Последно ще направим две серии по 54 минути за телевизията и 100 минути за големия екран.

– Ще има ли някаква разлика между двете серии, които ще покажете по телевизията, и тази, която е за кината?

– Разликата ще е единствено във формата. Докато снимаме, ние се съобразяваме с формата за кино и с формата за телевизия.

– Това означава, че се съобразявате със спецификата на телевизията и на киното?

– „Една калория нежност“ е камерен филм, той не е „Война и мир“. Фактът, че от самото начало ние искаме да направим сериал, ни доближава много до спецификата на телевизията. Не искаме да решаваме глобалните проблеми на света. На всички ни писна да гледаме извращения и престрелки. Искаме да се занимаваме с душевността на човека. С това, от което се нуждае човекът. Другото вече не е интересно. Гледаме го всеки ден в реалността, не смятам, че може да бъде истински предмет на изкуството.

– Задавам въпроса за разпространението в кината, защото много от новите български филми не могат да достигнат до комерсиален екран – разпространителите не искат да разпространяват българско кино?

– Продукцията се финансира от НФЦ и ВНТ. Вероятно ще има

те. Проблемът с разпространителите наистина съществува. Във Франция се разпространява френско кино, защото неговото разпространение е уредено по някакъв начин от държавата и закона. В България почти никой не се интересува дали ще има българско кино или не, нък остава да се интересува за това, къде и как ще се разпространява!

– Какво означава заглавието на новия ви филм и какво е неговото послание?

– Това е един филм за търсенето на обич. За времето на неразбирателство и разочарование, в което днес живеем, търсенето на обич е нещо много необходимо. Всеки човек търси обич – от най-малкия до най-големия. Моята внучка непрекъснато пита: „Ти обичаш ли ме?...“ Ние забравихме и да си го казваме. Човек не може да забрави тази необходимост – той търси обич и се бори за нея. Всеки се стреми към щастието. Това дава кураж за ежедневието.

– А защо точно калория?

– Когато видите филма, ще разберете. Точно толкова малко, колкото една калория нежност, е необходимо на човек, за да бъде щастлив!

– В сегашния филм вие работите с по-стари и с по-млади актьори. По-лесно или по-трудно е с едните и с другите?

– Няма млади и стари, има можещи и неможещи! Особено в изкуството. Млади и стари е измишльотина на някой, който иска да му се освободи някъде място. Това явление в политиката се оказва лесно и постижимо. В изкуството подобно нещо няма!

– Има ли нещо от филма, което се получава по-добре, отколкото сте очаквали, или обратно?

– Общият стремеж на всички от екипа е филмът да се получи по-добър, отколкото е в сценария. Сценарият на Георги Данаилов и режисьорският сценарий са просто един проект. Реализацията би трябвало да надмине заложеното в проекта. Още повече,

екип и букет от великолепни актьори. Естествено е, след като е създаден сценарият, екипът, който създава творбата, да допринесе с нещо добро и от себе си за реализирането му. Киното е колективно изкуство и всеки от екипа би трябвало да участва в неговото създаване. Общите усилия водят до добри резултати. Както без добър сценарий не може да има добър филм, така и без добър оператор, сценограф или актьор също не може да има такъв.

– До каква аудитория очаквате да достигне филмът?

– Тъй като творбата разказва за търсенето на обич, то означава, че това е тема, която вълнува всички – от най-малкия до най-големия зрител. Да бъдеш обичан и да обичаш засяга всички. Още повече, че персонажите са от няколко различни поколения, което означава, че филмът е насочен към широка зрителска аудитория.

– Вие имате голям опит в работата с деца актьори. Това помага ли ви и в работата с другите артисти?

– Според мен няма значение. В детските филми също съм се занимавала с човешки проблеми. Това, което съм изисквала и постигала с децата актьори, е същото, което правя и днес.

– Къде според вас е проблемът на българското кино днес?

– Единият проблем е в бедността, другият е свързан със сценарните конкурси. Едно време имаше една професия редактор. Радои Ралин, Свобода Бъчварова и много други бяха редактори на нашите филми. Имаше художествени съвети от режисьори, критици, драматурзи, оператори. Сега в телевизията Стефан Вълдобрев, Мария Русалиева, Светла Петрова са в комисията за приемане на сценарии. Как може такава нещо?! Когато държавата дава пари, трябва да има професионалисти, които да решават на кого да ги дават.

„Любовта е лудост 2002“

10 ФЕСТИВАЛ НА ГОДИНИ

Калинка Стойновска



Когато си на десет години, не си нито прохождащ, нито ентусиазиран, нито безмежно-възторжен. Набираш скорост, но се нуждаеш от повече подкрепа. Започваш да си задаваш много въпроси. И ти задават такива. Естествено се появяват и първите скептични мисли. Идва времето на първата равностетка. Кой съм и какво е мястото ми под слънцето? Крепи те надеждата, че опора могат да ти бъдат традицията, придобитият опит и, разбира се, професионализмът.

Това днес е „Любовта е лудост“ – фестивал на десет години. Появил се през 1992 година от партньорството между компетентния човек на киното – киноведа и историка Александър Грозев, който и досега е артистичният селекционер на фестивала, и инициативния и неуморен директор на Варненския фестивален и конгресен център Илия Раев, ръководещ предан на изкуството екип от изключителни жени – работяги, фестивалът е първият между появилите се вече по-късно и утвърдили се групи филмфести след промените през 1989 година. Сега си давам сметка, че съм присъствала почти на всички негови издания. И не само аз. Като при всеки наложил се фестивал организаторите му канят група кинематографисти и кинокритици, на които разчитат и чрез които проверяват своите търсения през годините. Те се превръщат в част от фестивала. За добро или за лошо.

Лично аз имам усещането, че нещо трябва да се промени във формулата на фестивала. Той безспорно е утвърдено културно събитие, което ще трябва вече поновому да погледне към всичко онова, което го определя и като концепция, и като специфичен филмов феномен. Въпросът е дали той ще остане с по-камерен характер, фокусиран върху артфилми, тематично свързани с най-интимни човешки истории, или ще разширява терито-

рията си с по-мощни, не задължително чисто любовни истории. Обръщането преди всичко към „другото“, некомуercialното кино, което е характерно за досегашните му изяви, очевидно ще трябва още по-категорично да включва в програмите – особено паралелните – част от пакетите „фестивални“ филми, които, известно е, обикалят почти всички световни фестивални форуми. За целта обаче трябва да бъдат осигурени средства и да бъдат привлечени още по-големи спонсори и инвеститори. А те с право ще искат поне частична възвращаемост на вложените средства. Тези средства, както е известно, могат да дойдат само от увеличаването на публиката. За съжаление за десет години фестивалът не успя да привлече достатъчно широка филмова аудитория.

Зная, че съветите отстрани изглеждат абсурдни, защото съм сигурна, че организаторите нееднократно са обсъждали всички възможни вари-

анти. Въпреки всичко ще си позволя да кажа още веднъж: за публиката трябва да има различни предпочитания – фестивални абонаменти, отстъпки за студенти и ученици. И което е най-важно – добра, привлекателна, навреме поднесена реклама. Реклама, която може да бъде и по-натрапчива. Известно е, че при нея могат да се афишират много неща, които може и да не станат, но се очаква да се случат. Не става дума за лъжа, а за поемане на риск и за постоянно поддържане на напрежението и духа на фестивала. Както се казва, и през четирите сезона. Не последната седмица, а поне месец-два преди началото му варненци, а и всички потенциални летовници от страната трябва да бъдат информирани какво предстои да пристигне на фестивала, къде е бил селекционерът и на какво се надява, част от която пътуваща фестивална програма ще бъде показана като съпътстваща тъкмо на „Любовта е лудост“, кои филми се очаква да бъдат получени за конкурса. Подобно разгласяване на „тайните“ винаги създава определен ажиотаж около предстоящото събитие.

Забелязала съм, че на извънконкурсните програми се събират понякога и повече зрители. И тази година беше така – има си невидима и незайна комуникационна верига, която разпространява информацията точно за неща, които наистина си заслужават. Така на тазгодишния юбилеен фестивал имаше твърде любопитни информационни програми. И зрителите в малката зала „Европа“ бяха на някои от филмите повече, отколкото в големата. На специален интерес се радваха петте руски филма, номинирани или спе-



„Подгряване на вчерашния обед“, режисьор Костадин Бонев



„Телец“, режисьор Александър Сокуров

челили наградата „Ника“ – руския вариант на „Оскар“-ите. Впечатляващи, озадачаващи, предизвикателни, тези филми „хванаха“ зрителя. „Москва“ на Александър Зелдович, „Телец“ на Александър Сокуров, „Механична сюита“ на Дмитрий Месхиев наистина предложиха на затаила гъх публика особени преживявания – носталгия по старото руско кино и респект към новите търсения в него. Ясно е, че едва ли някой от тях ще има търговски екран у нас, но може би точно в това е рекламният им шанс – „сега или никога!“

Впрочем важно е да подчертая, че освен филмовите програми фестивалът има един твърде важен за професионалистите и журналистите делови живот – този на пресконференциите и срещите с гостите – автори на филмите. Точно там се получава информация, която не може да бъде получена по никакъв друг начин. Тазгодишните пресконференции за руското, израелското, арменското кино, както и за двата български филма се превърнаха в място и на дискусии, и на обмяна на опит, и на разширяване на знанието за това, какво ни свързва и какво ни разделя.

Но фестивалът не би бил фестивал, ако конкурсната му програма не предлагаше авторски стилове и търсения, предпочетени от филмовия селекционер и съобразни с формулата на фестивала. Наистина в нея имаше няколко заглавия на филми, които с нищо не отстъпват на тези от големите филмови форуми. Според мен най-ярко беше присъствието на филма „Невероятната съдба на Амели Пулен“ на режисьора Жан Пиер Жьоне – „филмът-убиец“, получил всички възможни национални награди, номиниран за „Оскар“ и

триумфално награждаван и по други фестивали (включително и Специалната награда на „Любовта е лудост“). Ето, той е от редките случаи на арткино, способен да установява контакт с всякакъв род публика. Затова и дистрибуторската фирма „Радивижън“, разпространяваща у нас предимно европейско кино, е поела риска и шанса да представи на публиката един наистина качествен филм. Другите два представени на фестивала интересни артфилми – израелският „Под наблюдение“ и арменският „Черната стена“ в България няма да видят широк екран, но аз не съм убедена, че те не са имали такъв и в собствените си страни. Експерименталният им дух, неконвенционалният начин на авторското изразяване ги прави трудни за общуване със зрителя и не особено податливи на моментално разчитане. И двата обаче говорят за високата кинематографична култура на своите създатели и за желанието им да проникнат зад невидимото в



„Тъмносин цвят“, режисьор Ян Сверак



„Механична сюита“, режисьор Дмитрий Месхиев

човешките връзки, отвъд понятието в човешкото поведение и съществуване. Филмите, разбира се, са типично фестивални и точно тук им беше мястото – за любители, киномани, почитатели на нетрадиционното кино.

Специално гържа да отбележа представянето на два от най-новите български филми – „Асистентът“ на сценариста и режисьора Илия Костов, получил наградата на СБФД, и „Подгряване на вчерашния обед“ на режисьора Костадин Бонев, показан извън конкурса и награден от българските кинокритици на фестивала. Според мен „Асистентът“ можеше да се превърне в нашия вариант на един от най-значимите филми от киното на бившия СССР – „Полети наяве и насън“ на режисьора Роман Балаян. Има много сходни неща в начина на експонирането на героя – човек, който живее в две реалности – действителна и измислена, който се чувства добре само в света на мечтите (в нашия случай – в киното), а в реалния живот не е в състояние да се впише. Затова изглежда нелеп, абсурден и никому ненужен и животът му е низ от грешки и разминавания с околния свят. Като сценарист на филма Илия Костов е включил умело и органично прекрасната находка от филма на Уди Алън „Пурпур-

ната роза от Кайро“ в структурата на своя трагикомичен сценарий, съобразявайки я с характера на героя си. Липсва му обаче режисьорското умение този великолепен драматургически ход да бъде защитен по-артистично и освободено в самия филм. Но съм сигурна, че той ще може да привлече зрители от различни възрасти и социален статус, защото е комуникативен и отворен към неща, които свързват с действителността на най-обикновения човек.

Мисля, че за „Подгряване на вчерашния обед“ тепърва предстои да започне по-широк и критически, и обществен разговор. Новата за киното ни тема и високите трагедийни ноти, които толкова рядко прозвучават в него, в тази нова творба се разгръщат благодарение на силата и таланта на целия творчески екип. Не си представям този филм без музиката на Николай Иванов, без камерата на Константин Занков, без работата на художника Георги Тодоров, без изключителното попадение на трите Катерини, изпълнени от Светлана Янчева, Мария Мазнева и Биляна Казакова. Дебютът на Костадин Бонев доказва, че в изгравната ни режисура влиза автор – документалист с необичайно зрял творчески почерк. А на нас, които само гледаме, какво друго ни трябва?

„Златната ракла“ 2002

ФИЛМИТЕ ДА СТИГАТ ДО ЗРИТЕЛИТЕ

Людмила Дякова

XXVII Международен телевизионен фестивал „Златната ракла“ се състоя от 6 до 12 октомври в Пловдив и както винаги негов гостоприемен домакин бе Новотел Пловдив.

За най-голямо задоволство след няколко години лутане фестивалът възстанови проверената и добре работеща формула на конкурс от филми, състезаващи се в два раздела:

ши“. Така бе реабилитиран международният характер на фестивала и неговото значение като единствен по рода си в цяла Европа.

Но годините на експериментирание имаха и положителен ефект, защото обогатиха фестивала с още една конкурсна програма – трети раздел: „Телевизионни документални филми“. Това е своеобразен фестивал във фестивала с равностой-

ната ракла“ и я прави още по-привлекателна за участници и гости.

Вярно е, че гледането на още 34 документални филма, освен 24 игрални – тук въобще не споменавам съпътстващите информационни програми – е непостижимо дори за критиците, но организаторите се бяха погрижили за видеокиоск с няколко монитора, където всеки можеше да види онова, което е пропуснал.

Аз се задоволих със собствена селекция, в която приоритет имаха българските филми. Сред тях безспорно се открояха: „Мечтите на мама Роси“ – сценарий Асен Владимиров, режисьор Елдора Трайкова; „7000 километра от себе си“ – сценарий Валентин Гоневски, Николай Сотиров, режисьор Валентин Гоневски; „Модус вивенди“ – сценарий Весела Везнева, режисьор Станимир Трифонов – отличен с наградата на името на Галя Бъчварова; „Как Европа влезе в България“ – сценарий Влади Киров, Владислав Икономов, режисьор Любомир Халачев, който погеди Специалната награда на журито с италианския „Любов/Смърт“ – сценарий Фоскини, Спанджитеро, режисьор Конти; и „Шекспир по Балкански“ – сценарист и режисьор Васил Барков, който пък погеди Голямата награда „Златната ракла“ също EX EQUO с „Диханието на живота“ – сценарий Анатолий Балугев, Геннадий Шеваров, режисьор Анатолий Балугев.

Нашите филми се отличаваха не само с интересни теми и обекти, с внимателно и прецизно авторско възглеждане в тях, и артистична художествена интерпретация, но и с нещо, което ми се струва особено значимо – техният позитивен и съзидателен дух, искрена топлота и човеколюбие.

В раздела „ТВ филми и сериали за деца и юноши“ се състезаваха само седем филма от Китай, Русия, Полша, Германия, Унгария, Холандия. Този малък брой вероятно се дължи на загубените през последните няколко години позиции, заради „плаващия“ регламент на „Златната ракла“, което да се надяваме, че още от догодина ще се преодолее. Но процес на спад в производството на детски филми се наблюдава в цяла Европа – проблем, за който говорихме с немските колеги, които показаха готовност за съвместни копродукции.

С Голямата награда „Златната ракла“ бе отличен филмът на полската телевизия „Писмото“ – сценарист и режисьор Дениал Хасанович. Детското жури също присъди своята награда на „Писмото“, а малкият Алдин Бакал получи Специална грамота за изпълнение на непрофесионален актьор за същия филм. Разказът е за гружбата между две деца, живеещи в бежански лагер в следвоенна Босна, за болката, за осакатените и огрубели от войната души на хората, и едновременно с това е една затрогваща история, в коя-



то благородството, човечността и желанието да правиш добро надделяват.

Другият силен и остро дискуссионен филм от този програма е „Некрокам – смърт он-лайн“ – Холандия – сценарий Ине Доне, режисьор Дана Нечуштан, който заслужи Специалния диплом на журито, и поставя пред юношите въпроса до къде може да се разпростре хакерството? Има ли някакви морални или етични табута при сърфирането в Интернет? Тема, която вече налага своите тревожни въпроси и води към осмислянето на възможните последици.

Липсата на български детски филм бе компенсирана от благородната осанка и очарователно присъствие на актьора Джоко Росич, като английски аристократ във филма от Унгария „Тайната на замъка Черната роза“ – сценарий Каталин Петени, Золт Позгай, режисьор Барна Кабай, Каталин Петени. А реверанс към детската публика на фестивала бе съпътстващата програма – Международен фестивал „При Жьонес“ която предложи и на най-малките, и на поотрасналите вече деца пакет от забавни филмчета.

В конкурсната програма за възрастни бяха представени филми от дванайсет страни с количествено превъзходство на руските телевизии, които участваха с четири филма, ориентирани към жанровото кино. Независимо дали са: приключение, детектив, екранизация или водевилна комедия във всеки от тях се откроява яркото

присъствие на актьори от по-старото поколение: Алиса Френдлих, Станислав Говорухин, Донатас Банионис, Марина Нейолова, Владимир Гостюхин, Олег Табаков са таланти познати и обичани от публиката, което до голяма степен предопределя и зрителския успех на филмите.

България се представи с творбата на Светослав Обчаров „Лист отбрулен“ – едно от малкото силни произведения на БНТ за последните години. Надявам се, че на фестивала „Златна роза“ филмът ще намери точното си място и ще бъде сред най-дискутираните произведения.

Друг силно въздействащ филм бе полският „Терапия“ – сценарий Ясек Глебски, режисьор Войтек Смарзовски, който заслужи Специалната награда на журито за оригинално постижение в телевизионното игрално кино и Наградата на Съюза на българските артисти за най-добър актьор на Бартек Тона. Това е черно-бял остро релефен филм, в който млад лекар-психиатър постъпва като „обикновен“ пациент в психиатрична клиника. Стремещт му е да изучи и наблюдава отвътре живота в лудницата. Но веднъж задвижи ли се, механизмът става безпощадно необратим и границата между „нормален“ и „луд“ изчезва. Филмът е талантива реплика към Формановия „Полет над кукувиче гнездо“, но внушенията му са още по-мрачни, а алюзията с тоталитарните режими още по-директна.

Японската телевизия Ен Ейч Кей и тази годи-

„Мария Жозе: Последната кралица“



„Когато вехнат цветовете на камелията“



на се представи със стилна и оригинална творба – филмът „Когато вехнат цветовете на камелията“ – сценарий Такехиро Накаджима, режисьори Ринтаро Маюзуми, Юсуке Нода и бе отличен с Наградата на Съюза на българските филмови дейци за най-добър оператор на Шоичиро Шимицу и с Наградата на Съюза на българските артисти за най-добра актриса на Кумико Акийоши. Филгранно направен филм, в който вечната тема любов – омраза – отмъщение, зазвучава като старинна приказка.

Традиционно добра бе италианската програма на РАИ Фикшън с три филма: „Мария Жозе: Последната кралица“ – сценарий Никола Бадалуко, Джузепе Бадалуко, Франка де Ангело, Карло Лигзани, режисьор Карло Лигзани. Това е портрет на белгийската принцеса Мария Жозе, която става последната италианска кралица. Постепенно от светска сага за короновани величия, филмът се превръща в политическа драма, отразяваща световните събития от 30-те и 40-те години.

„Папа Йоан“ – сценарий Франческо Скардамаля, Масимо Черофолини, режисьор Джорджо Капитани е копродукция с България. Филмът е историческа възстановка на живота и делото на монсеньор Анджело Ронкали, Папа Йоан XXIII, една от

най-популярните личности на XX век. Режисьорът Джорджо Капитани съвсем заслужено бе отличен с Наградата на Съюзът на българските филмови дейци за най-добър режисьор.

Голямата награда „Златната ракла“ бе присъдена на третия италиански филм „Семеен недостатък“ – сценарий Алберто Симоне, Силвия Наполитано, режисьор Алберто Симоне. Енио Мориконе получи и наградата за най-добра филмова музика. Филмът е тъжен и смешен разказ за двама братя, които не са поддържали връзка десетки години, само защото единият публично е признал, че е хомосексуалист. Животът ги среща отново за погребението на тяхната майка и те трябва да преодолеят натрупаните огорчения, да скъсат дистанцията от пропуснати години и отново, за да се почувстват близки, обичащи се братя.

В същност няма рецепта, кога един филм става добър, но точно италианските филми ме убедили за пореден път, че когато една история е разказана добре, когато е изпълнена с човечност, почти няма начин тя да не се превърне в стойностен филм, който ще се гледа с интерес.

А нали това е най-важното – филмите да стигат до зрителите.



„ЗЛАТНОТО ОКО“ В ГРАДА НА БАТЕ ДИМО



„Слънцето и сянката“

Националният конкурс за операторско майсторство е посветен на паметта на видния български оператор Димо Коларов и се провежда веднъж на две години. Неговото трето издание е от 7 до 10 ноември в Попово. В конкурса може да участва всеки оператор със свой игрален или късометражен филм, като всеки кандидат има право да представи само едно свое произведение.

За конкурса са учредени следните награди:

- Голяма награда за операторско майсторство „Златното око“ на името на Димо Коларов
- Първа награда
- Специална награда за „Операторски дебют в игралното или документалното кино“
- Награда на СБФД.



Редакцията на списание „Кино“ предлага на своите читатели кратко есе, с което да си припомним за бате Димо – един от най-талантливите и със сигурност най-веселите оператор. Той ни остави над 60 забележителни филма, а пътят му започва в Попово.

„В киното в Попово късах билетите. Правех го без пари, за да гледам филми. Това беше една невероятна любов. Не мислех за нищо друго... Като се върнах от Чехия, ме изпратиха асистент на бай Васил Холиолчев в „Калин Орелът“. След това работих в документалната студия. Снимах с Румен Григоров разни юбилейни филми, а тайните служби на Вълко Червенков непрекъснато ни гонеха. По това време Топаложиков, с когото заедно бяхме асистент-

си една смешна случка: снимахме в една новооткрита пещера, а там имаше езеро и аз за беда паднах в него заедно с камерата. После с готварски нож отварях обективите, за да излея водата...

Първият ми игрален филм е с Рангел Вълчанов, „На малкия остров“. Един ден ни изтърсиха на острова цялата снимачна група и ни казаха: „Ако не го снимате за 40 дни, оставате тук. После започват бури и не можете да се върнете.“ И ние се справихме. Работехме, без режисьорът да крещи – тогава с Рангел се работеше фантастично. То бяха танци, веселби, настроение. В първите ни филми – „На малкия остров“, „Първи урок“, „Слънцето и сянката“ – Рангел беше великолепен. Но след това, като му влязоха снобите под кожата и взеха да викат: „Ах, Рангеле, колко си велик“, взе да става келеш, взе да ни навиква и аз отидох да работя с Методи Ангонов. За „Козият рог“ ни дадоха сценарий, който не се харесваше, но трябваше да се запълни бройката. Имаше радост, песни, пиене и хубава лента... и всичко ставаше само. След това получих „Сребърен Хюго“ за операторска работа. Тайната при нас е да не се вманиачиш... Особено след като те похвалят и вземеш награда на фестивал... Завъртат шаловите около врата, влизат в кафенето и започва една снобска история. В такъв момент много от операторите стават режисьори. Никога не ми е минавало

ГЛАСОВЕ ОТ „САЛА НА „МЕДУЗА“

Владимир Ангелов

IN MEMORIAM

Изглежда, и Смъртта се умори. Умори се да събира жертвите на човешката алчност, на жаждата за власт, на фанатизма, на безотговорността, на невежеството и мизерията. И може би затова този път бе пратена да се погрижи за шепата артисти, гръзнали да построят своята сцена сред ледниците на суровия Кавказ. Там ги бе забел Серьожа Богров-младши – момчето, чието лице ни възвърна вярата, че ни има. Той не стана холивудска звезда. Но блестеше по-ярко. Малцина в киното можеха да се мерят с неговия талант и с онази сила на присъствие пред камерата, каквато имаше Серьожа. Той обаче освен младостта си притежаваше и нещо повече: доброта и великодушие – тези тъй редки днес качества. Те се четяха в очите му заедно с онзи печал на печал, белязал неговата генерация преждевременно пораснали младежи.

Но както се случва само в приказките, за някакви си секунди небето и земята се сляха и Серьожа заедно с 37 души снимачен екип изчезнаха от този свят. Като на кино! Но не е ли смъртта на артиста най-често необикновена?

За нас остават зейналата празнина и утехата, че по свой начин Господ се грижи за своите любимици.

II ДЕЙСТВИЕ

Главни действащи лица
и изпълнители

1. Мариана – Мариана Евстатиева-Биолчева, режисьор, председател на Художествения съвет при БНТ

2. Въртиленг Ангелеску – хроникьор – Вл. Ангелов, ре-

жисьор

3. Ангел

– И все пак – каза Въртиленг на Ангела – и от нашия сал се чува гласове. Май са ги чули там, където трябва.

Ангелът мълчеше, вперил поглед в мухата на влакното, около която лениво правеше кръгчета една малка рибка.

Недалеч от тях бе застинал в грейф наскоро завърналият се от лятна ваканция кораб на политическия елит. Над горната палуба се извиваше спирала от гум, който ветрецът носеше към сала.

Ангелеску гържеше влакното, но не гледаше рибката, а спиралата гум, която достигна ноздрите му и започна да ги гъделичка.

– Днес май имат кюфтета на скара – каза той, почти просълзен от гума.

– Гювеч – проговори Ангелът, – бас гържа, че пак са сготвили гювеч...

В този миг Ангелеску кихна с цяло гърло и рибката изчезна сред петната мазут, които се стелеха по спокойната морска шир.

– По дяволите – викна му ядосан Ангелът, – няма да ловя мухи повече!

Ангелеску изгърпа влакното – мухата бе изчезнала и кукичката стърчеше празна. Ангелът му подаде муха и каза:

– Това е последната муха, Въртиленг. Последният ти шанс. Ако не хванеш нищо с нея, те зарязвам и няма повече да си губя времето с теб!

Ангелеску закачи мухата, спусна влакното и се загледа в мътната вода. А тя му изглеждаше досущ като рибена чорба.

Ако хванеше рибката, Анге-

леску можеше да играе с нея на залаганията в лафката на НФЦ. И ако имаше късмет – да спечели порция чорба. Чорбата пък можеше да заложу в лафката на БНТ. И ако имаше късмет, щеше да спечели чувал картофи. Част от тях щеше да размени за бира или водка.

Така си мислеше Ангелеску и се изпълваше с търпение и надежда.

А през това време щеше да се появи и спасителният бряг. Ей на – предвестниците вече се виждат: все хубави идеи се стрелкаха над сала, като летящи риби... Някой хвана китарата и засвири, а няколко грезгави гласове запяха. Танго. Две напред и една назад. Гребците погеха в същия ритъм и салът ускори ход.

– Сега вече ще ни чуят! – каза Ангелеску на Ангела и въодушевено запя.

Рибката погплашена се стрелна и изчезна в морската шир, а Ангелът тъжно въздъхна.

А от палубата на кораба засвириха рокендрол. Една напред – две назад. Една напред – две назад.

ОЩЕ ЕДИН ГЛАС ОТ „САЛА НА „МЕДУЗА“

Мариана Евстатиева-Биолчева, режисьор

– Ще кажа някои неща, които сигурно няма да се харесат на някои хора, но е време да се чуят: защо цели дванадесет години се тухкаме и плачем за родното кино, а не си кажем честно – колко прекрасни сценарии стоят и чакат реализацията си? Колко ли? Николко. Това е, колеги, тъжната истина. Боли, знам, но е истина.

Причините, разбира се, за това състояние на нещата са много и сложни, и обективни, и субективни. Но фактът, че само ние от квотата на посткомунистическите страни останахме без съвременен, интересен, свободен национален кинопродукт, би трябвало да ни накара да се замислим за посоката и смисъла на усилията, които така ожесточено хвърляме в битката само и единствено за пари и субсидии. Не голословни „Стратегии“ за развитие, а добри и качествени съвременни проекти – гръзки, интелигентни, професионално реализирани – могат единствено да спечелят битката за българското кино и да върнат доверието на публиката в родния филм. С мъка и завист гледам опашките за билети във Варшава – за полски филми, в Белград – за сръбски, в Прага – за чешки... А те – повярвайте ми – не са по-добре финансово от нас – и те чакат пари от гържавата и се гърчат с ниски бюджети. Но явно по-точно усещат болката и интересите на своите зрители, съумяват да ги вплетат в интересни сюжети и да им предоставят естетическо и смислово удоволствие. При тях думата „комерсиален“ не е обидна, напротив – обидно и недопустимо е да имаш пет-шест души публика в салона. Докато не престанем да се правим на велики и неразбрани и не усетим желанията и настроеността на нашата публика, докато тя категорично не покаже, че има нужда от нас и че ни вярва и подкрепя – всички останали битки са обречени на провал.

А че е необходимо незабавното внасяне на Закона за киното в Народното събрание, е повече от ясно. Различните мнения по този въпрос само ще забавят и без това безнадеждно закъснялата надежда за оцеляване на родния филм... Сигурно този проект не е най-

прекрасният, но след всички направени поправки и съгласувани предложения това вече е една основа, която може да бъде допълвана и доработвана след приемането на първо четене в Пленарната зала. Предстои работа в комисиите, доработване, доизпитване... но основата вече ще е положена...

И ако ние наистина получим законова възможност да реализираме 5 игрални, 10 документални филма, 100 минути анимация, и още 6–7 телевизионни игрални продукции годишно, мисля, че това ще е далеч по-добро от сегашното количество реализирани филми. А ако успеем и да направим тези филми наистина добри, ако успеем да върнем доверието на публиката и интереса ѝ към родното кино, да заинтригуваме Европа с нашата продукция – финансовите проблеми ще бъдат лесно преодолени.

Що се отнася до комисиите, за да се избегне негласното усещане за „погработени“ или „целеви“ комисии, искам да предложа полския опит в тази област.

Всички гилдии и сдружения, които имат право да предлагат членове за комисиите, правят списък с имената на хората, които могат да участват в тях. Така от гилдиите и сдруженията се набират една „банка“ от киноспециалисти и когато се съберат всички предложени за сесията проекти, се тегли жребий и от всички

имена в „банката“ се изтеглят пет или шест – каквато е законовата квота. Ако някой от изтеглените има свой проект за сесията, автоматично бива подменен със следващ колега. Така обвинението в „лобиращи“ или „погработени“ комисии отпада.

В заключение – да обърнем агресията и възискателността и към себе си, да помислим за целеви финансови механизми за създаване на тъй важната първооснова на филма – сценария. Загубили всякаква мотивация, нашите добри автори отдавна не пишат за кино и това осезаемо се усеща. Колко национални конкурси текават за всички жанрове литература: проза, поезия, научна фантастика, безброй конкурси за видеове разкази – нашата литература живее пълнокръвно, но никъде не виждаме място за тъй необходимите на нас – кинотворците – сценарии. А и личните творчески контакти се загубиха, охладнях в размирното време и сега най-често режисьорите сами създават „авторските“ си филми. А това е трудна задача, отдаваща се на неколцина големи творци в световното кино.

Ангелеску слушаше в захлас и си представяше всички тези хубави мисли като пасаж паламуди, закачени на въдицата му. От унеса му го извади още един глас, долетял някъде от хоризонта, но цепец въздуха като свирка на презокеански параход.

www.bolpravka.cjb.net

Гласова поща

сътсправка

988 11 15

ДРУГИЯТ НАЧИН ЗА ВРЪЗКА

СЪЮЗ НА БЪЛГАРСКИТЕ ФИЛМОВИ ДЕЙЦИ

Приложението
се издава
с подкрепата на
Българска
национална
телевизия

ШАНТАВ ДЕН

Сценарий

Предлагаме на читателите сценария на младите дебютанти в игралното кино Силвия Пешева и Ина Бранева, получил на последните сесии субсидия в НФЦ и БНТ. Продуценти на филма са Павлина Желева и Георги Чолаков от фирма „Геополи“

Къщата – дневната – МЕДИЦИНСКИ ПРЕГЛЕД – ден

Портретите по стената на Дядото, в кадър влиза ръката му, с химикал, тактува.

Ръката на Дядото изписва върху жълтеникав лист от тефтер цифрата: 19. Ръката на Дядото изписва още две цифри: 40, 46

Дядото продължава да дирижира въображаемия оркестър, с химикал в ръка. Сваля ръката и навежда глава.

Оголеният гръб на дядото. Дланта на Доктора движи мембраната на слушалката. Той наднича над рамото на Дядото:

Доктора

– Тото ли играеш?

Дядото извърща глава назад.

Дядото

– А?

Доктора с цигара в уста преминава пред Дядото и сяда срещу него. Повдига фланелката.

Доктора

– Питам, тото ли ще пускаш?

Дядото маха с ръка, за да пропъди дима.

Дядото

– Да! Много пушиш бе, докторе!

Мембраната на слушалката се допира до гърдите на Дядото.

Доктора

– Дишай!

Дядото извърща глава настрани от дима и диша дълбоко.

Доктора

– Удари ли шестицата?

Дядото (кима)

– Ааа, скоро, скоро. (Извърта глава към него и шепти.)

Имам предчувствие!

Доктора мести мембраната по гърдите му и поглежда в листчето:

Доктора

– С едни и същи ли играеш?

Дядото написва още една цифра.

Дядото

– Аха! Десет години си ги пускам.

Доктора става от леглото и идва над медицинската чанта, бърка в нея.

Доктора

– Ако искаш да спечелиш, пусни си нови числа. Тия...

Дядото клати отрицателно глава.

Дядото

– Абсурд! Или тия, или нищо!

Доктора разтваря куфарчето с апарата за електрокардиограма.

Дядото

– Аз си имам принципи!

Доктора премества отвореното куфарче.

Доктора

– Ти си знаеш!

Дядото се смее. Доктора седи пред екрана на апарата. Дядото лежи с оголени гърди и поставени върху тях лепенки с диоди. Вдигнал високо ръцете си, той записва нещо:

Дядото

– Значи 30! И последно?

Поглежда към Доктора.

Доктора е съсредоточил поглед в екрана и с почти изпушен фас в устата отвърща без да се обръща:

Доктора

– Тринайсет!

Дядото си записва.

Дядото

– Е, ашколсун бе, Докторе!

Стар стенен часовник. Часът е 13:00. Кукувичката излиза и започва кука.

Къщата – лятното ателие – ПОДБОР ЗА КОНКУРСА – ден

През прозрачната жълта материя се вижда силуетът на Сашко, който рисува – навел глава. Сашко запълва с жълт молив нарисуваното слънце.

Слънчевата светлина, пречупена през жълтата материя, се отразява върху лицето на Ина. Тя преглежда куп цветни скици на приказни герои и отделя част от тях. Усетила погледа на Сашко, тя повдига глава и му се усмихва.

Сашко протяга глава и тяло, за да ги види по-добре.

Сашко

– Какво ще ги правиш?

Ина, оглежда критично една от рисунките.

Ина

– Ще ги занеса на едни хора!

Сашко става от мястото си и отива близо до Ина, сяда до нея, като продължава да гледа рисунките с любопитство.

Сашко

– Защо?

Ина

– Ако ги харесат, може би ще илюстрирам една книжка.

Сашко (въодушевен)

– И аз ще ти помагам?

Рисунката, която Сашко гледа. Ина се обръща към него, усмихва се и разрошва косата му.

Ина

– Разбира се!

Главата на Доктора се появява в кадър. Ина се обръща към него.

Доктора

– Можеш ли да излезеш за малко?

Ина гледа към Доктора.

Ина

– Да! (Обръща се към Сашко.)

Ина

– Искаш ли да отделиш тези, които най-много ти харесват?

Сашко кимва доволно.

Ина

– Разчитам на теб!

Тя излиза, като оставя Сашко, подпрял глава на едната си ръка. Той гледа след нея и се усмихва.

СЦЕНАРНИ ЕСКИЗИ

Къщата – кухнята – ЛОША ДИАГНОЗА – ден

Дядото е на стълбището и затваря вратата. Доктора – към Дядото:

Доктора

– А ти къде?

Дядото

– Ами да се поразтъпча малко.

Доктора

– Нали се разбрахме да си почиваш?

Ина

– Дядо, влез в дневната.

Дядото

– Не искам!

Ина отива при него, дръпва го настрани и тихо му говори.

Ина

– Ако не отидеш ще ти се разсърдя.

Дядото

– А ако отида, аз ще ти се разсърдя.

Той я гледа, доволен от резултата.

Тя се замисля.

Ина

– Ще ти дам бонбон?

Дядото (заинтригуван)

– От кои?

Ина

– От хубавите.

Дядото

– Колко?

Ина

– Един.

Той се усмихва в знак, че не е достатъчен.

Ина

– Два?!

Дядото кима отрицателно.

Ина (категорично)

– Четири и дъвка!

Дядото

– Става.

Той тръгва да влиза в дневната, обръща се на прага.

Дядото

– А кога ще ми ги донесеш?

Ина

– След малко.

Ина и Доктора влизат в кухнята.

Доктора седи пред масата с гръб към прозореца, намества чантата до себе си.

Доктора (към Ина)

– Кога точно е получил кризата?

Ина

– Сутринта към десет. Сгърчи се на стълбите и за малко не падна. (Разчиства вестниците от масата и налива сок в чашите.)

Доктора

– По-добре седни.

Разгъва тясната лента с кривата амплитуда.

Ина го поглежда с широко отворени очи и сяда на стола срещу него.

Къщата – дневната – ден

Дядото седи на люлеещия се стол, тананика си весела мелодия и върти бастунчето. Оглежда червените резки и се усмихва. Обръща към черните. Изненада!!! Обръща отново към червените, те са 2/3 от количеството на черните.

Дядото

– Кога свърших толкова бели?

Измерва с палец и показалец разликата и премества ръка пред очите си. Почесва се по главата.

Къщата – кухнята – ден

Доктора замахва и разсейва цигарения дим, към Ина:

Доктора

– Не искам да те плаша, но... Трябва да се подготвиш за най-лошото.

Ина (изплашена) гледа към Доктора. Той пуши и почуква с химикалката по масата.

Доктора

– Има сериозен проблем със сърцето. Мисля, че е въпрос на време...

Шокирана от новината, Ина се отпуска на стола, обръща се рязко и го гледа.

Ина

– Какво?

Доктора поглежда надолу към тесния лист с кривата амплитуда.

Доктора

– Всъщност той може и да го е получил.

Показва с химикалка амплитудите.

Доктора

– Нормално, трябва да стигат дотук.

Къщата – лятното ателие – ДЯДОТО РИСУВА – ден

Репродукции на Рембранд. Детски пръсти разлистват албума, спират на: „ДАНАЯ“. Лицето на Сашко, гледа с явен интерес.

Дядото

– Как си, юнак?

Сашко се обръща назад. Дядото му маха за поздрав, гледайки към къщата.

Сашко

– Добре съм!

Слага рисунките на Ина върху албума. Дядото се обръща към него.

Дядото

– Рисуваш, а? Я да видя!

Дядото сяда до него и взема рисунките върху албума.

Дядото

– Охоо!

Прелиства ги.

Сашко

– На Ина са.

Дядото стига до последната, взема я и вижда репродукцията на „ДАНАЯ“ от албума. Дядото повдига глава и премижава с очи, за да я види по-добре. Сашко прехапва устни и поглежда встрани.

Дядото

– Какво е това?

Сашко поглежда към Дядото, засмива се, клати глава и мърдайки устни, изрича нещо без глас. Главата на Дядото се доближава до тази на Сашко.

СЦЕНАРНИ ЕСКИЗИ

Дядото

– Ааа? Не чувам!

Дядото гледа към Сашко, който се усмихва.

Сашко

– Момиче.

Дядото поклаща глава.

Дядото

– Била е момиче.

Върху рисунката на Ина (черно-бяла графика) фея с широка бяла роба. Дядото очертава контурите на женско тяло. Сашко се накланя към него, за да вижда по-добре.

Къщата – кухнята – РЕЦЕПТАТА – ден

Тънък кочан за рецепти. Ръката на Доктора започва да пише рецептата.

Ина

– А това... сериозно ли е?...

Доктора (кимва положително).

– Трябва да вземеш тези таблетки (пише датата). Скъпи са, но възможно най-ефикасни. Колкото по-скоро започне да ги пие, толкова по-добре.

Подписва се в десния ъгъл на листа с рецептата и го подава на Ина. Тя се взира в нечетливия му почерк.

Доктора прибира кочана в чантата си. Ина несъзнателно сгъва листа в ръцете си.

Доктора

– Запази електрокардиограмата. Вдругиден ще дойда пак и ще направя още една, за да сме сигурни...

Ина го гледа и кимва.

Къщата – пътеката на двора – РЕЦЕПТАТА – ден

Ина изпраща Доктора по пътеката към портата, двамата слизат по стъпалата към улицата.

Ина

– Забравих да ви платя. Колко...

Доктора

– Вземи таблетките. Те са по-важни. Аз мога да почакам.

Ина

– Благодаря ви!

Доктора

– И го задържай повече в къщи. Не бива да се движи много.

Къщата – лятното ателие – ДЯДОТО ГО НЯМА – ден

Влизайки в къщата, Ина чува смеха на Дядото и Сашко. Те се смеят в ателието, гледайки към рисунката.

Ина

– Дядо!

Дядото (обръща се)

– Ааа, Инче...

Ина

– Какво правиш тук?

Дядото се изправя и пренебрегва въпроса.

Дядото

– Ама ми носиш бонбонките, не си ги забравила.

Дядото

– Сашко!

Детето се обръща и улавя бонбона, който Дядото хвърля.

Дядото

– Юнак.

Ина

– Хайде, ела!

Двамата излизат.

Къщата – стоята на дядото – НАСТАНЯВАНЕ НА ДЯДОТО – ден

Ина и Дядото влизат в неговата стая.

Ина

– Нали докторът ти каза да не ставаш?

Дядото отива и сяда на леглото.

Дядото

– Ааа. Ти на докторите не им вярвай толкоз. Плашат, та да им плащат.

Ина налива вода в една чаша, обръща се и отива към Дядото. Подава му я заедно с едно хапче. Той я гледа.

Дядото

– Какво ти каза? Ще мра ли?

Изгълтва хапчето с вода. Ина го гледа и бързо отвръща:

Ина

– Не!

Дядото (смее се)

– Какво тогаз? Да си почивам?

Тя му помага да легне, като изправя възглавницата зад гърба му:

Ина

– Да!

Дядото

– Видя ли? (Пак се смее.) То това всеки може да го каже.

Ина го завива с тънко одеяло.

Дядото

– Толкова години учат и нищо не...

Ина отива до вратата и обръща се към него:

Ина

– Като свърша със Сашко, ще дойда при теб. И да не мърдаш!

Излиза, затваряйки вратата след себе си. Дядото сумти и се провиква:

Дядото

– А да дишам ли?

Оглежда се и взима един вестник. Оглежда страниците. Спира вниманието си върху нещо. Вдига високо вестника, скривайки се зад него.

Погледът на Дядото шари из страницата на вестника. Спира на една статия: „КАКВИ ЛЮБОВНИЦИ СТЕ СЛЕД 50 -те?“

Къщата – 8 – лятното ателие – КРАЯТ НА УРОКА – ден

Ина

– Извинявай. Докъде стигна?

Сашко ѝ подава купчина рисунки.

Сашко

– Тези повече ги харесвам.

Ина

– Добре. А ти какво рисува?

СЦЕНАРНИ ЕСКИЗИ

Слага рисунките до черната папка. Сашко подава един лист. Чува се звук от приближаващ се автомобил, който спира наблизко. Двете фигурки на листа приличат на Ина и Сашко. Ина се усмихва.

Ина

– Браво!

Силен клаксон. Ина поглежда часовника си и подсвирква. Сашко я гледа и също се опитва да подсвирне.

Къщата – 9 – двoryт – МАЙКАТА С ДОБРИ НОВИНИ – ден

Дядото се е опрял на стената на къщата и гледа към улицата. Ина влиза и отива при него.

Ина

– Дядо! Пак си станал. Хайде, прибирай се.

Дядото (дърпа се)

– Аа... Няма, няма, да се припека малко.

Ина

– Моля те, влез в кухнята.

Дядото

– Ама защо?

Ина

– Влез, после ще ти обясня.

Докато Дядото тръгва да влиза вътре, Сашко оглежда с любопитство окачените на простора потник, сутиен и бикини.

Майката се е подпряла на автомобила и гледа с досада часовника си.

Ина

– Здравейте! (Подава раницата на Сашко и разрошва косата му.) Много е старателен и бързо напредва.

Майката (оправя косата му).

– Е, щом има полза.

Дядото

– Сашко!

Детето се обръща назад. Дядото е отворил двете крила на прозореца в дневната и гледа към тях, провиква се отново.

Дядото

– Сашко!

Обръща се (почти в гръб) и върти задника си. Сашко също се обръща с гръб към Дядото и завърта дупе. Майката го перва с ръка, отваря вратата на автомобила и го вкарва вътре. Ина прави знак на Дядото да се махне.

Ина в гръб. Дядото затваря прозореца.

Ина

– Съжалявам!

Майката сумти, отваря чантата си и изважда кожен портфейл.

Майката

– Говорих по твоя въпрос с една приятелка, галеристка. (Взема няколко банкноти по 5 лв.) Може и да вземе някои неща, но преди това иска да ги види. (Подава банкнотите.) При нея не излага кой да е!

Ина взема парите и кимва.

Майката

– Заради Сашко може и да имаш шанс.

Заобикаля автомобила и отваря вратата на шофьорското място.

Майката

– Кога е следващият урок?

Затваря вратата и запалва мотора. Ина се навежда.

Ина

– Утре следобед, в два.

Автомобилът рязко потегля. Сашко маха с ръка от отворения прозорец.

Къщата – 10 – кухнята – УГОВОРКА ЗА ВАЖНА СРЕЩА – ден

Ина влиза в кухнята, носейки котката в ръце. Поглежда към Дядото.

Ина

– Гладен ли си?

Той се обръща към прозореца.

Ина

– Сега ще стопля супата.

Отива зад бара, слага тенджерата на котлона и поглежда към Дядото.

Ина

– Хайде, не се сърди.

Ина налива сок в стъклена чаша, поставена върху масата. Дядото гледа надолу после към Ина. Тя седи срещу него и също го гледа.

Ина

– Ти харесваш Сашко, нали?

Дядото гледа съсредоточено в масата и удря с мухобойката. Ина се стряска.

Дядото (със спокоен глас).

– Сашко? (Избутва смазаната муха на пода.) – Дааа!

Ина

– Тогава защо се отнасяш така с майка му? От миналия път, когато ѝ наговори онези неща, тя не пристъпва до къщата?

Дядото

– Хм! По-добре.

Поглежда към прозореца. Звън на телефон. Ина излиза. Дядото гледа след нея.

Ина

– Ало? Здравей! Кой, аз ли съм се изгубила?

Дядото слухти, взема чашата и изпива почти целия сок. Обръща се към прозореца и „невинно“ оправя пердето.

Ина

– Цяла седмица звънях, но те нямаше.

Дядото се изправя, увеличава звука на радиото и пее.

Ина

– Къде сте били? Чакай малко.

Прави знак на Дядото да млъкне.

Ина

– С приятели? Аха. Виж... искам да... Моля? Не, не се сърдя.

Отива с телефона в ръка и намалява звука на радиото.

Ина

– Искам да те помоля... за една услуга. (Влиза в дневната.) Не бих го направила, но наистина нямам избор. (Затваря очи и поема въздух.) Ще ми заемеш ли малко пари?

Дядото (провиква се)

– Инчее! Котлона, дядо!

Тя излиза от дневната, слага апарата върху плота, притиска слушалката с рамо и глава и се пресяга да изключи котлона.

Ина

– Сто. Имаш ли възможност?

Сипва с черпака супа в голяма купа.

Ина

– Ще ти ги върна до края на месеца. Давам уроци по рисуване, нали ти казах?

Взема купата и чиния с нарязан хляб, оставя слушалката на телефона внимателно

СЦЕНАРНИ ЕСКИЗИ

върху плота и бързо отнася храната на масата. Връща се и взема слушалката. Дядото се покашля, Ина се обръща.

Ина

– Можеш? Благодаря.

Дядото, който прави знаци, че няма прибори. Ина се пресяга и взема лъжица.

Ина

– След малко трябва да тръгвам към града.

Взема телефона в едната си ръка, отива до масата и подава лъжицата на Дядото.

Ина

– В три, удобно ли ти е?

Дядото я гледа.

Дядото

– За какво?

Ина (прави знак на Дядото да млчи)

– Трябва да свърша куп работи, няма да имам време за кафе.

Налива сок в чашата на Дядото, той гледа как всеки миг течността ще прелее. Пресяга се и повдига гърлото на каната. Ина го поглежда, той ѝ се усмихва.

Ина

– Затова пък утре те каня на кафе. Имам рожден ден.

Дядото сърба. Изправя глава към нея.

Дядото

– Твоят хубостник ли е?

Ина се обръща с гръб към него.

Ина

– Не, не. Днес непременно трябва да се видим. Добре, в три! На нашето място в градинката. И Иво, моля те – не закъснявай. Не мога да оставя дядо за дълго време сам.

Дядото през рамото на Ина.

Дядото (обиден)

– Той, дядо ти да не е малко дете, че...

Ина взема апарата в ръка и отива в дневната.

Ина

– После ще ти обясня, като се видим. И аз те целувам. Доскоро.

Къщата – стаята на Ина – ПРЕОБЛИЧАНЕ – ден

Ина е облечена с потник и панталон.

Уокменът е закачен на панталона ѝ. Ръката на Ина пхва жака на слушалките. Слага слушалките на врата си. Лицето на Ина се вижда в огледалото. Тя разрошва косата си.

На пода стои изтъркана тенекиена кутия. Ръцете на Ина я отварят. Пълна е с фишове и бележки за ток, вода, телефон и няколко банкноти. Тя взема банкнотите, прибавя – 5-те лева от Майката и въздиша. Затваря очи.

Къщата – дневната – ОБЕЩАНИЕТО НА ДЯДОТО – ден

Дядото вдига вежди.

Ина

– Трябва да отида до града.

Дядото

– Знам!

Дядото и Ина, един срещу друг (профили).

Ина

– Обещай ми да не изчезваш и да си почиваш!

Дядото

Ина

– Моля те.

Бърка в джоба си и изважда нещо, скрито в юмука ѝ. Слага и другата си ръка върху него.

Навежда се срещу Дядото и разклаща нещото в ръцете си.

Ина (като на малко дете – игриво)

– Искаш ли да си модерен?

Ръката на Дядото посяга. Ина го първа и му показва значка с неговия лик. Пресяга се, за да я закачи.

Ина

– Ако не слушаш, ще си я взема!

Ина се изправя. Дядото се опитва да види по-добре значката. Тя го целува по челото.

Ина

– Хайде, аз тръгвам.

Тръгва да излиза.

Дядото (извиква)

– Инчее! Тотото забрави.

Бърка в джоба на панталона и изважда тефтера.

Ина

– Наизуст ги зная.

Дядото поклаща глава, откъсва листчето с числата от тефтера и ѝ го подава.

Дядото

– Тия са нови.

Ина взема листчето.

Ина

– Айде чао!

Дядото

– Чао, ма белла!

Навежда глава и оглежда значката.

Дядото

– Хм! Тоя пък кой беше?

Път – ПО ПЪТЯ ЗА СОФИЯ – ден

Ина върти педалите на велосипеда. Върху пътя и върху нея пада шарената сянка на дърветата.

Полиграфическият комбинат – ДОКУМЕНТИ ЗА КОНКУРСА – ден

Сградата на издателство „Д. Благоев“. Ина с папката в ръка изкачва тичешком стълбището и влиза вътре.

Офисът на издателството – ДОКУМЕНТИ ЗА КОНКУРСА – ден

Ина минава покрай стена, облепена с постери, комикси и книжки. Обява за конкурс за илюстратори на детски книжки. Ина почуква на вратата.

Секретарката

– Да!

Ина влиза в стаята с папката в ръка. Секретарката, продължава да пише на клавиатурата пред компютъра.

Секретарката

– Кажете?

Ина приближава към нея.

Ина

Идвам... за конкурса.

Секретарката се пресяга, взема някакъв напечатан лист и ѝ го подава.

СЦЕНАРНИ ЕСКИЗИ

Секретарката

– Попълнете бланката. Дайте си папката. (Залепя върху кориците ѝ бланката.) Това е! Подава визитка на Ина.

Ина

– Довиждане.

Излиза от стаята. Секретарката оставя папката върху друга, със същата бланка

Аптеката – СКЪПОТО ЛЕКАРСТВО – ден

Ина преминава с велосипед по натоварен и шумен булевард. Спира пред аптека.

Ина (леко задъхана)

– Имате ли това?

Подава рецептата.

Аптекарката чете рецептата. Прави няколко крачки.

Аптекарката

– Искате ли?

Обръща се и взима лекарството. Ина притеснено бърка в джоба на панталоните си и изважда смачканите банкноти. Опитва да ги изглади.

Ина

– А каква е цената?

Ръката на Аптекарката поставя флакона с лекарството и рецептата върху плота.

Аптекарката

– Сто шейсет и четири лева.

Ина изненадана, повдига вежди.

Ина

– Аа... до колко часа работите?

Аптекарката

– До седем.

Ина прибира рецептата.

Ина

– Довиждане.

Аптекарката гледа Ина през прозореца – витрина. Ина си взема велосипеда. Аптекарката изсумтява и тръгва да остави лекарството на рафта.

Павилионът за вестници – ДЪЛГО ОЧАКВАНЕ – ден

Ина слиза от велосипеда пред зеления павилион за вестници. Поглежда часовника си, оглежда се и въздъхва доволно. Оглежда пейките наоколо. Спира се на момиче, облечено в червена рокля, което написва няколко думи върху бял лист и вдига глава, примигава с очи и отново продължава да пише. Около момичето преминават хора. Малко момиченце тича след шарена топка. Две момчета седят на парапета на фонтана и чоплят слънчогледови семки. Чернокосият бута с лакът другия, като му посочва Ина. Русият ѝ изпраща въздушна целувка.

Ина стои пред будката. Велосипедът е подпрян на кръста ѝ. Гледа в земята. Около нея преминават хора.

Ина стои дълго време и гледа пред себе си, замислена е. Изправя глава и поглежда към павилиона за вестници. Оглеждайки списанията, тръгва към вътрешната страна на будката. Ина отпуска глава и се удря в стъклото на будката. Едно списание пада от вътрешната страна.

Продавачката подава глава през отвора.

Продавачката

– Какво? Среща ли имаш?

Ина се навежда близо до отворчето.

Ина

– Да!

Продавачката

– И как изглежда?

Ина

– Висок, слаб и винаги ходи с кърпа на шията.

Продавачката кима, зареяла поглед.

Ина се оглежда.

Ина

– Моля те, ако го видиш наоколо, кажи му да ме изчака. След малко се връщам.

Продавачката

– Нямаш проблеми.

Продавачката оправя косата си.

Телефонен автомат – В ТЪРСЕНЕ ПО ТЕЛЕФОНА 1 – ден

Върху екрана на телефона (БУЛФОН) е изписан избраният номер, отстриани – часът (16:40). Чува се сигнал – свободно.

Ина, със слушалка до ухото. Очите ѝ издават напрегнато очакване. Чува се сигнал свободно.

Ина поставя слушалката върху вилката на телефона.

Пазарът – НЕОЧАКВАНО ЗАПОЗНАНСТВО – ден

Старческа ръка размахва връзка магданоз. Детски длани държат червена ябълка. Детската ръка се пъхва в женска длан.

Върху мускулеста, мъжка китка са овесени пазарски чанти. Ръката се повдига, щраква запалка и поднася пламъка към цигарата. Мъжът издишва дима и се оглежда наоколо.

Магазинът за грънци. Ина влиза и оставя велосипеда до пътеката. Тръгва да влиза в дворчето.

Поглежда към къщата и поздравява.

Ина

– Добър ден.

Кляка и отвива завитите в хартия грънета. Влиза сивият гащеризон на Ангел.

Ангел

– Искаш ли нещо?

Ина се обръща и вижда Ангел с лопата и метла.

Ина

– Бай Пешо тук ли е?

Ангел мете счупените парчета.

Ангел

– Няма го.

Ина

– А къде е?

Ангел

– Болен е, аз го замествам. Искаш ли нещо?

Ангел мете. Ина идва до него.

Ина

– Той трябваше вчера да донесе едни грънета.

Ангел

– Какви грънета?

Ина

– Сурови. Аз ги рисувам и му ги нося. Виж в тетрадката.

СЦЕНАРНИ ЕСКИЗИ

Ангел се изправя и хвърля парчетата в кошчето.

Ангел

– Тетрадката?

Ина

– Да, той си записва всичко.

Две жени влизат и разглеждат гърнетата. Ина отива до дъното, разглежда вазата.

Ангел влиза в къщичката.

Ангел търси нещо в къщата. Счупва нещо. Ина и жените се обръщат. Ангел излиза от къщата.

Ангел

– Не мога да я намеря. Ела в понеделник.

Ина влиза в къщата и намира тетрадката.

Ина

– Ето я.

Двамата я разлистват на масата

Ангел

– Как се казваш?

Ина

– Ина!

Ангел

– Как се казваш?

Ина

– Ина!

Взира се в тетрадката.

Ина

– Ето вчера трябваше да ми донесе десет.

Ангел преминава от другата ѝ страна.

Ангел (замисля се)

Вчера... Утре късно ли е ?

Ина

– Не!

През отворената врата се появява едната Жена.

Жена 1

– Имате ли други вази с тази форма, но по-големи!

Ангел се обръща.

Ангел

– Един момент, сега ще проверя. (Обръща се към Ина.) Значи утре ще ги донеса.

Появява се другата Жена.

Жена 2

– Търся такова гърне, но без дръжки.

Ангел поглежда към нея.

Ангел

– Да. Сега ще ви покажа. (Към Ина.) Значи утре.

Ина

Но ти не знаеш къде живея!

Ангел (излизайки навън)

– Ще се оправя.

Ина чете внимателно в тетрадката. Прокарва пръст по реда и поглежда часовника си. Обръща се.

Ангел влиза в къщичката.

Ина

– Бай Пешо има да ми дава 40 лева.

Ангел изважда дървена кутия. Рови в нея.

Ангел

– Няма! Утре ще ти дам като донеса грънците.
Ина излиза от къщичката. Ангел върви след нея.

Ангел

– А тия си ги вземи! (Сочи нарисуваните.)

Ина

– Как да ги взема?

Ангел

– Ще ги донесеш в понеделник и ще се оправите с майстора, аз ще объркам нещо...
Ина гледа към грънетата. Обръща се към него.

Ина

– Не мога да ги взема. Просто ги запиши в тетрадката.

Ангел излиза от къщата. Ина държи в ръцете си вазата.

Ангел

– Готово. Записах си.

Ина

– Аз... Много се извинявам, но... страшно ми трябват парите... Няма ли начин...?

Ангел бърка по джобовете си и изважда 12 лева. Подава ѝ ги. Ина смутена ги взема и връща двете банкноти по 1 лев.

Ангел

– Вземи ги!

Ина

– Не, не!

Ангел

– Вземи ги!

Ина се обръща и понечва да остави вазата.

Ангел

– Вземи я!

Ина се обръща към него.

Ангел

– Ще ти я запиша и нея.

Ина

Ааа, добре... До утре!

Ина тръгва по пътеката прегърнала вазата.

Ангел

– Готово. Записах си. До утре!

Ангел следи с поглед отдалечаващата се по пътеката Ина.

Къщата – Кухнята – ДЯДОТО ОТКРИВА БУТИЛКАТА ВИНО – ден

До отворената врата на бюфета е коленичил Дядото. Скрил глава в шкафа, той рови и мърмори.

Дядото

– Къде го дяна той сок? (Спира да шуми и бързо излазва.) – Опааа...
В ръцете си държи бутилка вино, оглежда я и се засмива. (Около него са разпилени
бутилки с различни течности, празни, пълни.)

Лявата ръка на Дядото държи чашата, а с дясната налива вино от бутилката. Спира.

Дядото приближава чашата под носа си, помирисва и отпива малко.

Дядото (усмива се)

– Еликсирчето на Дядо!

Отново отпива.

СЦЕНАРНИ ЕСКИЗИ

Павилионът за вестници – 20 – НИКОЙ НЕ ИДВА – ден

Ина приближава към будката за вестници. Продавачката се показва в отворчето.

Продавачката

– Твоичкия, с кърпата, още го няма. Отдавна ли ходите?

Оглеждайки се наоколо, Ина отговаря:

Ина

– Почти година.

Продавачката

– Сигурно е много романтично?

Ина (не я чува)

– Добре, аз тръгвам. Хайде, чао.

Появява се момичето с червената рокля. В ръцете си държи няколко ситно изписани листа. Обръща се към Продавачката

Момичето с червената рокля

– Имате ли пликкове за писма?

Репликата веднага привлича вниманието на Продавачката.

Къщата – дневната – ДОМАШНА КОРИДА – ден

Главата на котето се накланя встрани.

Дядото, със зачервени страни, поставя ръце – с вдигнати показалци на главата си и се навежда напред.

Дядото

– Мяууу!

Чува се мяукане.

Ръката на Дядото издърпва червен шал – високо нагоре.

Дядото развява шалчето. Слънчевата светлина, идваща от прозореца, пада върху шалчето и образува слънчеви петна.

Дядото опъва шала от едната си страна, подобно на плащ и извиква:

Дядото

– Олле!

Потропва с обувки.

Котката скача върху масата с неприбрани чинии и чаши, част от които падат на земята.

Дядото издърпва през кухненския плот една точилка и я насочва като сабя срещу котката. Оглежда се за нея. Обръща се с гръб и излиза с отскок и вик:

Дядото

– Олле!

Телефонен автомат – В ТЪРСЕНЕ ПО ТЕЛЕФОНА 2 – ден

Ина, облегната на стъклената преграда, слуша автоматичния запис.

Автоматичния запис

– Избраният от вас телефонен номер, временно няма достъп...

Нечия ръка почуква по преградното стъкло (от срещуположната страна). Ина се обръща и подава телефонната слушалка на Момичето, което чака да се обади. То поема слушалката и възкликва:

Поли

– Ина?!

Ина се обръща и се вглежда в лицето на Поли. Тя сваля слънчевите си очила.

Ина

– Поли! Божичко, не те видях.

Поли оставя телефонната слушалка върху апарата.

Поли

Как си?

Ина

Горе-долу. Току-що ти звънях.

Поли

Ооо! Изключиха ми телефона, не съм го плащала. Баща ми даде пари, но аз си купих това-онова и.... пак съм на червено. Сега се чудя от къде да взема назаем. С Калин ще ходим на море. Ти, можеш ли да ми дадеш?

Ина

Аз ... щях да те помоля за същото.

Поли се засмива. Лицето на Ина остава замислено.

Поли

Е, ако намериш от някъде – обади се.

Поли взема слушалката и набира някакъв номер.

Поли

Аз ще се пробвам тук-там.

Ина

Чао!

Поли се обръща и говори по телефона. Ина се качва на велосипеда и потегля.

Пътя – ОБРАТНО КЪМ КЪЩИ – ден

Мрачно е. Ина кара велосипеда. Обръща се и гледа назад. Вазата е закачена на кормилото. Кракът ѝ рязко се спуска надолу. Чува се изщракване от превъртялата верига. Ина поглежда надолу.

Автомобил, идващ от отсрещното платно, стига до Ина. Навела глава зад спиците на гумата на велосипеда, тя се опитва да крепи вазата и да сложи веригата. Изправя се, поглежда към облаците в небето. Навежда глава и тръгва по пътя, бутайки велосипеда. Светкавица и гръмотевица разкъсват небето. Няколко капки вода капват на асфалта.

Къщата – кухнята – ДЯДОТО ИЗПЛУВА В ХАОС И БЕЗРЕДИЕ – нощ

Ина влиза в кухнята, прегърнала вазата. Цялата е мокра. Оглежда се. Кухнята е в безпорядък.

Ина

– Дядо! Върнах се.

Оставя вазата под прозореца. От радиото се чува музика (наподобяваща тази на криминален филм). Ина отваря вратата, светва лампата. Дневната е празна. Ина изгасва и затваря вратата.

Ина излиза от кухнята и се оглежда, чудейки се къде по-напред да го търси?

Ина (извиква)

– Дядо!

Тръгва бавно към градината.

На стената изникват две протегнати ръце в сянка. Дядото излиза от тъмното. Дядото се протяга и се нахвърля внезапно към котката, легнала на перваза, близо до Ина.

Котката скача от перваза.

Ина се залепа с гръб към стената, крещейки от страх. Дядото се изправя и я поглежда с укор:

Дядото

– Бива ли бе, Инче? Ми цял ден я гоня тая проклетия и таман да я хвана ...

Маха с ръка. Ина се опитва да поеме дълбоко дъх.

Къщата – 25 – СТАЯТА НА ДЯДОТО – вечер

Докато Дядото си закопчава пижамата и мърмори нещо под носа си, Ина му подава

СЦЕНАРНИ ЕСКИЗИ

две таблетки и чаша вода. След като ги изпива, той се гътва на възглавницата, затваря очи и се обръща към стената.

Ина разгъва одеялото, за да го завие, и намира разпечатана и преполовена бутилка вино. Понечва да каже нещо, но поглежда към него и се отказва. Завива го, взема бутилката, отваря вратата и загася лампата.

Дядото неспокойно се завърта, изкашля се и се изправя в леглото.

Дядото (виновно)

– Инче, сърдиш ли ми се, дядо?

Светлината от коридора осветява част от лицето му. Ина е в силует.

Ина

– Знаеш ли как ме ядосваш понякога...

Дядото (невинно)

– Амаа... Аз...

Ина (целува го по челото)

Хайде, заспивай!

Къщата – 26 – стаята на Ина **ИНА ЗАСПИВА** – нощ

Ина обръща будилника. Часът е 12:40. Тя е легнала по корем на леглото и скицира мъжки длани. Стаята е осветена от нощната лампа, близо до леглото ѝ. Тя смачква листа.

Малката купчинка от смачкани листа се увеличава с още един върху купчинката. Оставя останалите листове и моливи на пода.

Главата на Ина в профил. Тя се обръща настрани (с гръб към КМР), протяга ръка и загася лампата. Тъмнина.

Къщата – стаята на Ина **ОБИСК – ПРИЗОРИ** – Утро

Дядото рови в ниско шкафче и изхвърля на пода бои, флумастери, четки, пастели, листове. Лъч синя, сутрешна светлина, идваща от прозореца, пада върху шкафчето.

Дядото рови в гардероба и изхвърля куп дрехи. Недоволно цъка с език и тръгва към вратата. Звън на будилник. Дядото рязко се обръща.

Часът е 6:30. Ръката на Дядото натиска бутона и звънът спира. Ина се обръща по гръб и сънено отваря очи.

Дядото излиза и затваря вратата след себе си.

Къщата – стаята на Ина – **КЪСНО СЪБУЖДАНЕ** – ден

Слънчев лъч осветява част от лицето на Ина. Тя премигва и помества глава на възглавницата. Леглото под нея се повдига. Ина отваря очи. Леглото отново се повдига.

Ина се изправя на леглото. Навежда се да погледне под него. Извиква. Главата на Дядото се показва отдолу и той излиза, лазейки на четири крака.

Ина

– Дядо!

Дядото се опитва да скрие нещо. Извърща глава към нея и учтиво поздравява:

Дядото

– Добро утро ... ъъ, ден.

Ина махва завивката и стъпва на пода.

Ина

– Всеки ден ли си решил да ме...

Поглежда окачения на стената будилник. Часът е 12:40.

Ина

– Ооо, не!

Дядото се изправя. Скритата бутилка вино пада на пода. За да прикрие шума и привлече вниманието на Ина върху себе си, той извиква и се хваща за главата.

Дядото

– Оох, олеле, майчице!

Кракът на Дядото избутва бутилката под леглото и тя се търкулва.

Дядото слага ръка отстрани, за да прикрие лицето си Ина рязко се обръща.

– Какво ти е?

Опитва се да застане срещу него, но той избягва погледа й.

Ина

– Сърцето ли?

Дядото маха с едната ръка, а с другата се хваща за кръста. Обръща се с гръб към Ина и хрипти:

Дядото

– Кръстааа.

Къщата – двора – ГЛАЗИРАНЕ НА ГЪРНЕТАТА – ден

Наредените върху зиданата камина нарисувани гърнета. Ръката на Ина лакира гърлото на последното гърне. Тя оглежда гърнето. Изведнъж, сетила се за нещо, го поставя до другите. Изправя се и тръгва към кухнята.

Къщата – дневната – ден

Ина с визитка в ръка набира няколко цифри на телефона. Изчаква.

Ина

– Ало? Добър ден. Вчера подадох документи за конкурса... за илюстратор. Да. Забравих да попитам кога ще излязат резултатите... Моля?... Ина Братанова. Да, Бра-та-но-ва.

Ина прокарва ръка през косата си. Лицето й посърва.

Ина

– Ало... Ало...

Ина отново набира номера.

Ина

– Извинявайте, пак съм аз. Не ви разбрах... Как? Анулирана?... Сигурно е станала грешка? Ало... Ало...

Дядото е застанал под стълбището. Ина слиза по стълбите и се облича.

Дядото

– Къде отиваме?

Ина (задъхана)

– Излизам за час. Моля те, стой тук. Ако Сашко дойде преди мен, остави го да рисува. И не прави нищо.

Къщата – на двора – ден

Ина грабва велосипеда и излиза на улицата. Качвайки се на него, се сеца, че веригата е паднала. Вкарва го обратно и го оставя до портата.

Площадът в Бистрица – ден

Ина притичва от улицата. Автобусът преминава под носа й. Тя започва да тича и маха с ръка, но автобусът се отдалечава. В това време до нея спира автомобил.

От стъклото на колата се подава главата на шофьора.

Шофьора

– За града ли?

Ина

– Да.

СЦЕНАРНИ ЕСКИЗИ

Той отваря предната врата и тя се качва.

Полиграфическият комбинат – ден
Колата спира и Ина слиза от нея. Маха към колата и тича към сградата.

Офисът на издателството – ден
Ина, задъхана от изкачването по стълбите влиза в офиса при секретарката.

Ина

– Добър ден. Аз... ви се обадох по телефона.

Секретарката е прегърнала лъчезарно телефонната слушалка и отпива кафе.

Секретарката

– В обедна почивка сме.

Ина

– Казахте ми, че съм анулирана. Сигурно е станала грешка. Бихте ли проверили!

Секретарката (отпивайки от кафето си)

– Елате следобед!

Ина (с треперещ глас)

– Моля Ви! Много е важно! Моля Ви!

Секретарката с нежелание се протяга към шкафа до бюрото ѝ. Изважда някакъв лист и гледа към Ина.

Ина

– Братанова. Ина Братанова.

Секретарката (прикривайки слушалката с длан)

– Извън конкурса сте.

Секретарката подава папката на Ина и сочи с пръст на листа.

Ина (с треперещ глас)

– Как извън... Защо?

Секретарката

– Чакай малко. (Към Ина – нервно.) Момиче, ти можеш ли да четеш? На обявата пише „Илюстра-то-ри“. Ти имаш ли диплома?

Ина

– Завършила съм...

Секретарката

– Питам те! Имаш ли висше образование?

Ина

– Не.

Секретарката

– За това става въпрос.

Секретарката отново взема слушалката. Ина излиза.

Къщата – 35 – кухнята – ден

Дядото си тактува с пръсти по масата. Масата е отрупана с брашно, захар, яйца, компот, натрошени орехи, масло, бурканчета, тава. На видно място е оставена отворена дебела готварска книга. На дясната страница са рецепти, а на лявата – фотос на апетитна торта. Той гледа надолу, пред себе си, с очила, свалени на носа му.

Дядото

– Котьо, гледай сега каква торта ще издокарам!

Взема пакета с брашното и от високо го изсипва в тавата. Дядото маха с ръка през белия облак. Дядото се визира в рецептата.

Дядото

– Ама то колко пишеше... Нищо. Таман ще стане по-голяма. Ще има и за тебе. Яйцаа.

книгата. Сипва захар в една чаша.

Дядото

– Хайде една и от мен. (Напълва още една чаша със захар.) Мляко! Ама ние имахме ли мляко?

Дядото отива до хладилника. Отваря го и взема една почти празна кофичка с кисело мляко. Котката прави муцуна. Дядото гледа към котката.

Дядото

– Ааа. Без капризи! Каквото има, такова. (Слага млякото.) Ще импровизираме.

Оглежда се. Взема шепа орехи и ги пуска в сместа. Изважда череши от компота и ги прибавя. Взема миксера и го включва.

Дядото

– Е, тук е вече майсторлъкът.

Разбиване на сместа с миксера. Продуктите се разхвърчават.

Продуктите хвърчат, но Дядото не обръща внимание.

Котката панически напуска бойното поле.

Дядото отваря фурната и пъха тавата с недобре разбитата смес в нея. Изправяйки се вижда пакетче бакпулвер.

Дядото

– Ей, как щях да го забравя!

Изсипва пакетчето в дланта си и отваряйки фурната го поръсва величествено. Отпраща се към масата. Взема будилника и започва да го навива.

Дядото

– Такааа! Оттук нататък – Божа работа, ние нашата сме си я свършили.

Котката подава глава.

Дядото

– Нали, котъ!? Кажи – „да“!

Оставя будилника на масата.

Апартаментът на Сашко – ОТКРИТИЕТО НА МАЙКАТА – ден

Две детски ръце залепват хартиена рокля върху рисунка на момиче. Разчистват около листа лепило, флумастри, ножица, изрезки.

Сашко е подпрял глава на едната си ръка, с другата повдига долния край на роклята. Усмива се. Майката влиза, Сашко извързва глава към нея. В стаята влизат двете ѝ приятелки.

Майката върви до една от стените, със закачени на нея детски рисунки. Показва ги с ръка:

Майката

– Тези картинки, все той ги е рисувал.

Чернокосата приятелка, застава пред една от рисунките. Кимва с глава.

Чернокосата

– Даа, ще стане художник.

Русокосата наднича над рамото на Сашко, който слага линията върху хартиената рокля.

Майката поглежда към листа, преминава през кадър и довършва репликата си:

Майката

– Нарисувал е момичето, което му дава уроци по рисуване.

Чернокосата застава от другата страна на Сашко.

Майката (зад кадър)

– Искях да го заведа при някой известен художник...

Сашко оглежда бюстовете на приятелките.

Майката, леко наведена пред ниско окаченото детско огледало, оправя грима си.

Майката

– ...но Сашко настоя до ходи при нея и аз се съгласих. (Обръща се към тях.) Засега.

Ръцете на Русокосата вземат рисунките от оранжевата папка. Разглежда ги. Гледа

СЦЕНАРНИ ЕСКИЗИ

надолу и дъвче дъвка. След миг спира да дъвче. Устата и очите ѝ широко се отварят.

Майката

– И черно-бели рисува, не може само цветни!

Русокосата гузно се усмихва. Чернокосата гледа рисунката и също повдига вежди. Ръката на Майката влиза издърпва листа. Тя повдига глава и поглежда към него.

Майката

– Какво е това?

Къщата – дневната – **ДЯДОТО В НЕДОУМЕНИЕ** – ден

Телевизора. Дядото протяга ръка, за да го включи. Чува се мяукането на котката. Той се обръща назад:

Дядото

– Пссст!

Чуват се стъпките на тичащата котка. Дядото се обръща и отново посяга да включи телевизора. Преди да успее, звънецът започва да звъни. Той се ослушва и тръгва към вратата.

Къщата – кухнята – **ДЯДОТО В НЕДОУМЕНИЕ** – ден

Ръцете на Дядото отварят вратата на фурната. Сместа още не е опечена. Отново се чува звънене.

Дядото слага будилника до ухото си. Отново се чува звън.

Къщата – преддверието на кухнята – **РАЗДЯЛАТА С ИВО** – ден

Дядото отваря входната вратата.

Иво, облечен в бяла риза и бял панталон, с виненочервено фишу. Държи тържествено букет червени гербери.

Иво

– Ина тук ли е?

Дядото

– Няма я.

Двамата се гледат. Дядото затръшва вратата под носа на Иво.

Иво (вика след Дядото)

– Кога ще се върне?

Дядото

– Никога.

Иво се обръща и в този момент пред него застава Ина.

Подавайки ѝ букета с червени гербери.

Иво

– Happy birthday!

Ина взема букета и подминава Иво, без да каже нищо.

Дядото, гневен, излиза от кухнята и вика:

Дядото

– Абе аз нали ти казах... (Сменя тона.) А, Инче, много бързо се върна? Аз съм си тук. Дядото затваря вратата на кухнята.

Къщата – дневната – **РАЗДЯЛАТА С ИВО** – ден

Ина отива до масата. Остава букета. Сваля си чантата. Иво застава зад нея. Опитва се да я целуне. Ина се отдръпва.

Иво

– Нещо кисела ми се виждаш?

Ина

– Защо не дойде вчера?

Иво отново се опитва да я целуне. В това време Дядото отваря вратата. Иво го поглежда и се отдръпва.

Дядото

– Инче, да ми виждаш вестника?

Ина се връща до масата и му го подава. Дядото преди да излезе гледа свирепо Иво.

Ина

– Помолих те.

Иво изтегля от букета един гербер. Приближава се до Ина и плъзга цвета на гербера по врата ѝ.

Ина

– Трябваше да взема едно лекарство от града.

Иво (опитвайки се отново да я целуне)

– Ще го вземеш утре.

Ина (обръщайки се към него)

За първи път ти искам услуга. Беше важно за мен. А ти дори не си направи труда да дойдеш.

Иво (усмихва се виновно)

– Това беше за последно.

Ина

– Всеки път казваш така и пак е същото.

Иво (докосвайки с ръка лицето ѝ)

– Чак пък всеки път.

Ина

– Как да ти имам доверие?

Иво повдига рамене.

Ина

– И аз не зная.

И двамата мълчат. Ина машинално изключва телевизора, а Иво инстинктивно оправя фишуте си.

Ина

– Мисля, че трябва да се разделим.

Иво (изненадан)

– Защо?

Звънецът на входната врата звъни.

Къщата – преддверието – дворот – СКАНДАЛЪТ – ден

Ина отваря входната врата. Влиза Майката на Сашко.

Ина

– Здравейте

Изненадана е от присъствието на Майката тук. Майката я оглежда.

Ина

– Сашко няма ли да дойде?

Прокарва ръка през косата си.

Майката (пояснително)

– Не!

Ина (опитвайки се да бъде любезна)

– Случило ли се е нещо?.

Дядото се показва от вратата с бастунчето.

СЦЕНАРНИ ЕСКИЗИ

Дядото (повдигайки шапка)

– Охооо. Нови гости!

Ина

– Дядо, прибери се!

Дядото

– Защо?

Дядото ги подминава, подпирайки се на бастунчето. Спира при чешмата, оставя си бастунчето и връзва маркуча.

Ина

– Заповядайте, влезте!

Майката (пояснително)

– Нямам такова намерение.

Ина

– Какво има?

Майката

– Не ми играй номера!

Ина

– Номера?

Майката

– Прикоткала си Сашко, само за да се добереш до парите и връзките ми. Много хора се опитват да го правят. Но да го развращаваш...

Ина

– За какво говорите?

Майката

– Не ставай нагла!

Ина

– Нищо не разбирам.

Майката изважда от папката на Сашко рисунката с „голата фея“.

Майката

– Това не го е рисувал Сашко, нали?

Иво излиза при тях. Майката не му обръща внимание. Хвърля рисунката и тя пада на земята. Ина я гледа и мълчи.

Майката

– Нали?!

Иво се навежда да я разглежда.

Майката

– Нещо да кажеш?

Ина

– Станало е недоразумение.

Майката тръгва по пътеката към улицата. Ина я догонва. Дядото, поливайки цветята си пее.

Ина

– Не е това, което си мислите. Нека ви обясня.

Майката

– Няма нужда!

Тя се качва на автомобила и потегля. Ина се връща в къщата. Дядото полива и държи рисунката в ръце.

Дядото

– Тя заради това ли ти се караше?

Ина мълчи. Дядото сгъва рисунката и я слага в джоба си. Ина чува будилника и излиза от кадър. Дядото се отдалечава, поливайки.

Къщата – кухнята – ден

Кухнята е запушена. Ина идва до фурната и отваря вратичката. Гъст бял дим изпълва стаята. Хваща тавата с ръкохватки. Ина, с тавата в ръце, излиза. Ина минава до Иво и той се притиска до касата на стената, за да не го изцапа.

Къщата – дворът – ден

Тавата с почернелия и димящ сладкиш е в ръцете на Ина отстрани.

Иво

– Майка ми никога не е изгаряла сладкиш.

Ина излиза от къщата с тавата в ръце. Минава пред стоящия навън Иво.

Иво се обръща и гледа след нея.

Дядото полива цветята.

Дядото вижда изгорелия сладкиш и се обръща гузно на другата страна. Полива цветята.

Дядото отново обръща глава и наблюдава Ина.

Дядото насочва маркуча към Иво.

Дядото гледа към тях. Усмивка се доволно и приближава, опъвайки маркуча към себе си.

Ниска гл.точка. Ръцете на Ина поставят тавата на земята, тя остава клекнала. Ина гледа в една точка. Иво се навежда над нея.

Иво

– Майка ми никога не е изгаряла сладкиш.

Струята пада върху плочите, близо до обувките на Иво.

Ина инстинктивно взима едно гърне и замахва.

Ина е застанала до гърнетата. Диша дълбоко. Навежда се и взема едно от тях, притиска гърнето до себе си, сякаш търси от него опора.

Иво

– Момиченце, ако мислиш за стоте лева да ми очерниш живота, няма да се разберем..

Ина вдига глава и го поглежда с насълзени очи.

Ина се опитва да преодолее обидата. Вдига глава и поглежда Иво с насълзени очи. Той почти навира банкнотите в лицето ѝ.

Пръстите на Ина се движат трескаво по повърхността на гърнето. Дланите ѝ се разтварят и гърнето пада на земята.

Иво

– Какво ти става! Много си непохватна днес!

Отмества се настрана, изважда хартиена салфетка и почиства обувката си.

Ина диша дълбоко. Всеки момент ще изкреши.

Кракът на Ина ритва едно гърне и то се счупва близо до Иво. Иво отскача.

Иво (изумен)

– Ти... Нарочно ли го правиш?

Дядото моментално се включва в атаката и насочва водната струя към Иво.

Ина се навежда и взема две гърнета

Ина хвърля по него и другото гърне. Навежда се, взема още две и тръгва към камерата..

Иво тръгва по пътеката към улицата заднишком. Вдигнал е двете си ръце, за да се предпази.

Иво

– Не... Няма да го направиш...

Навежда глава, защото едното гърне полита и се счупва зад него.

Гърнетата. Ръцете на Ина грабват две.

Дядото се смее високо. Насочва струята вода към Иво. Той побягва.

Дядото се подхлъзва на тревата и пада. Изпуска маркуча. Водата шурти. На улицата. Иво слиза бързо по стъпалата към портата.

Иво

– Ти си се побъркала бе... И двамата сте луди за връзване...

СЦЕНАРНИ ЕСКИЗИ

На втори план Ина хвърля и другите гърнета към Иво. Двама минувачи спират и гледат към Иво. Дядото пръска с маркуча. Гърнетата на Ина свършват и тя тръгва към къщата за още.

Ина взема последните две гърнета. Тя замахва с едното към портата. Вдига високо ръка, замахвайки с другото. Ина изкрещява.

Счупва се последното гърне с вика на Ина.

Къщата – градината – ПОСЛЕДСТВИЯ И ПОСЕЩЕНИЕ – ден

Ина седи на тревата, близо до лятното ателие. Дядото се подпира на бастунчето и се навежда към Ина.

Дядото

– Инче, не съжaliaвай, дядо!

Ина вдига глава към него, сякаш се опитва да се огледа в очите му.

Дядото, поклащайки глава, казва:

Дядото

– То в живота е така. Едно губиш, друго печелиш! Нищо не отива зян!

Погалва я нежно по главата.

Сълзите на Ина потичат въпреки опитите да ги спре. Тя скрива глава в скута си.

На пътя пред къщата спира „Фолксваген“ костенурка.

Ангел прекосява двора, прегърнал две гърнета. Оглежда посипаните наоколо цветни парчета от счупените гърнци.

Ангел

– Добър ден.

Дядото (преценяващо)

– Добър ден.

Ангел

– Дворът ви е много живописен.

Дядото се суети и излиза от кадър. Ангел се приближава до Ина.

Ина вдига глава. Замъглените ѝ очи едва го фокусират

Ангел (кимва към гърнциите в ръцете си)

– Къде да ги оставя?

Ина избърсва очите си и става. Взема гърнетата от него. Тръгва към малката стаичка до навеса. Преди да стигне дотам, гърнетата падат на земята и се счупват. Ангел отива до нея. Тялото ѝ се спърчва в конвулсии. Ина плаче неудържимо без глас. Той я хваща за раменете. Треперещото ѝ тяло се отпуска в ръцете му и той я прегръща.

Дядото ги наблюдава от дневната.

Младият мъж казва нещо на Ина. Тя кимва и триейки сълзите си тръгва към къщата. Младият мъж се обръща и вижда Дядото.

Дядото – къщата – под навеса – ден

Ина излиза с мокра коса от къщата.

Дядото я гледа над вестника.

Ина сядва на стъпалото. Наоколо се парчета от гърнетата.

Ина

– Ти ли ги прибра?

Дядото е под навеса и я гледа внимателно над вестника.

Дядото

– А? Аа... и момчето помага. Остави някакви пари.

Ина взема едно парче и го оставя до себе си. До него слага второ, трето. Нарезда още няколко с различни цветове.

Ина рисува с глинено парче. Отладечава се малко назад и накланя глава настрани

Дядото вдига очи над вестника и също накланя глава настрани, за да види какво е нарисувала Ина.

Ина нанася още няколко щрихи.

Дядото оставя вестника и тръгва към нея.

Ина примъква една маса близо до стената. Дядото се включва и ѝ помага за масата.

Дядото разстила парчетата на масата.

Ина носи от килерчето старо корито, чук, шпакла, лопата.

Дядото носи кофа вода.

Ина разбърква гипса с водата.

Дядото сяда на пейката близо до нея.

Ина взема от гипса и го слага на стената. Отгоре поставя едно парче и го натиска.

Дядото следи с поглед.

Ина натиска друго цветно керамично парче.

Дядото си премества погледа от стената към идващия Ангел.

Ангел (към Ина)

– Намерих още две такива и ти ги донесох.

Дядото става от пейката.

Дядото (преминавайки)

– Инче, аз отивам да полегна малко.

Камерата остава на Ина и Ангел. Ангел оставя двете глинени гърнета до другите. Настъпва мълчание.

Ангел

– Искаш ли да ти помогна?

Къщата – Балконът – ден

Дядото наднича от балкона и вижда.

Дядото, с бутилка в ръка, се изнизва от балкона на пръсти, за да не го видят.

Къщата – дневната – НА ЧАША ВИНО С КОТКАТА – ден

Дядото се полюшва блажено на люлеещия се стол. В едната си ръка държи чаша вино, от която отпива, а с другата е прегърнал котката. Тананика си мелодията на валса, който звучи от грамофона.

Главата на котката. Дядото приближава и накланя чашата, с другата ръка топва муцунката ѝ в течността.

Дядото

– Наздраве.

Котето се облизва. ПНР до лицето на Дядото. Той я гледа мило.

Дядото

– Само гледай да не прекалиш, че... (Маха с ръка.) Абе ти си знаеш мярката.

Отпива от чашата и се усмихва.

Къщата – 50 – градината – ДОПЪЛВАНЕ – ден

Ангел взема уокмена на Ина от пейката пад навеса. Слага слушалките и го включва. Превърта няколко станции и спира.

Ина продължава да работи, увличайки се все повече. Зад нея на 2-ри план е застанал Ангел и поставя едната слушалка на нейното ухо. Тя се обръща към него.

Ангел

– Харесва ли ти?

Ина

– Тази ми е любимата.

Ръката на Ина залепя едно парче, което затваря цветова композиция, а в средата остава празно място с остър ъгъл.

СЦЕНАРНИ ЕСКИЗИ

Ангел оформя едно парче със същата форма с чука и го подава на Ина.
Ина го поставя.

Ангел изправя глава и продължава да се усмихва..

Парчето пасва идеално.

Ина прави крачка назад, за да вземе гипс с шпаклата. Придърпан от слушалката на нейното ухо, Ангел също отива назад. Ина се присяга към горния край на стената и Ангел следва движението ѝ. Ина се размива, той – също.

Къщата – дневната – ВАЛС С КОТКАТА – ден

Погледът е с леко замъглен. Гледа почти като влюбен.

Дядото

– Госпожице, ще танцуваме ли?

Завърта се надясно.

Котката се приближава и отдалечава от стените на дневната, като междувременно се завърта в ритъма на валса.

Дядото навежда глава и допира едната си страна в козината на котката.

Дядото

– Колко е мека днес косата ви!

Звук зад кдр: „Мяуу!“ Дядото е прихванал здраво котката и продължава да валсира из дневната.

Краката на Дядото. Танцувайки, той залита, изпуска котката, която бързо побягва. Той се подпира на стената.

Дядото

– Опа!

Зелените очи на котката проблесват в тъмнината. Ръката на Дядото я хваща за опашката и извлича изпод леглото.

Дядото

– Като знаеш, че ще те хвана, що бягаш?

Къщата – градината – СПОДЕЛЯНЕ – ден

Ангел наблюдава точните движения на Ина.

Погледът на Ина е съсредоточен в това, което прави, но в него няма напрежение, а една особена лекота. Усетила погледа му, тя се обръща.

Ангел

– Винаги ли работиш така?

Ина

– Как?

Ангел

– Импулсивно.

Ина

– Не. Отдавна не съм правила нещо за себе си.

Обръща се към мозайката и слага гипс от шпаклата върху стената.

Ангел

– А трябва.

Ина го поглежда с известно любопитство

– Ще се чувстваш по-добре

Къщата – дневната – ДОПЪЛВАНЕ НА БУТИЛКАТА – ден

Дядото е надигнал бутилката вино над главата си. Присвил вежди, с широко отворена уста. Една червена капка се стича и пада в устата му. Той доволно примлясва.

Дядото присвива едното си око и поглежда с другото в гърлото на бутилката. Усмихва

се. Завърта се с шишето към стената, на която се вижда снимка на Ина. Усмивката му изчезва и той сваля бутилката. Почесва се по главата.

Къщата – кухнята – ДОПЪЛВАНЕ НА БУТИЛКАТА – ден

Бутилката вино е срещу светлината, изпълва се с червена течност. Вижда се фуния и гърлото на друга бутилка, от която се излива течността. Тя прелива от бутилката.

Дядото

– Охооо!

Ръката му маха фунията и излива течността до половината. Пъхва коркова тапа в гърлото на бутилката и я натиска.

Дядото (зад кадър)

– Ей, ама как се сетих! Хи, хи, хи!

Къщата – градината – ДОВЪРШВАНЕ НА МОЗАЙКАТА – залез

Панорамна гледка от двора на къщата към селото, на фона на залязващото слънце.

Ина слага гипса от шпаклата върху стената. Обръща се с протегната ръка. Ангел слага една бисквита в ръката ѝ и тя посяга да я залепи. Вижда я, усмихва се и се обръща.

Ина

– Будалкаш се, а?

Той ѝ подава две сини парчета.

Ангел

– Да, но не се хвана.

Тя взема едното и го залепя.

Празното чугунено корито е със следи от гипс. Ина наднича в него.

Ангел

– Свърши.

Ина поглежда Ангел.

Ина

– Трябва да забъркам още.

Ина изтрива чело с опакото на ръката си.

Ина

– Нямам повече.

Ангел

– Утре ще ти донеса.

Кръстосал ръце на гърдите си, гледа мозайката.

Ангел

Красива е.

Ина влиза застава до него, гледайки в същата посока.

Ина

– Не се ли гладен?

Продължават да гледат в мозайката.

Ангел

– По-скоро жаден.

Ина (тръгвайки към кухнята)

– Сега се връщам.

Къщата – дневната – ДЯДОТО СЕ ПРЕСТРУВА НА ЗАСПАЛ – залез

Дядото седи на люлеещия се стол в хола, със затворени очи. Той бавно отпуска главата си встрани. Ина идва и застава до него.

Ина

– Дядо, ела при нас.

СЦЕНАРНИ ЕСКИЗИ

Разклаща бутилката вино, близо до ухото му. Той се „сепва насън“, промърморва нещо и обръща главата си на другата страна.

Камерата зад гърба на Дядото. Ина се изправя.

Ина

– Добре.

Намалява звука на телевизора.

Ина

– Ще ти оставя малко. (Подръпва ухото му.) Чуваш ли?

Изгасва основното осветление и включва малка нощна лампа. След миг Дядото се обръща назад.

Къщата – градината – ПРЕДЛОЖЕНИЕ ЗА РАБОТА – залез

Масата под навеса. Ръцете на Ина поставят поднос с преполовената бутилка вино и две високи чаши. Ина и Ангел са един срещу друг. Ангел гледа във виното, докато Ина поставя пред него и себе си чашите. Той поглежда към нея.

Ина (наливайки в чашите)

– Имам рожден ден!

Ангел

– Честито!

Ина

– Благодаря.

Вдигат на здравица и отпиват.

Къщата – балконът – залез

Дядото наблюдава от балкона.

Къщата – градината – ПРЕДЛОЖЕНИЕ ЗА РАБОТА – залез

Ина се задавя.

Ангел

– Доста странен вкус.

Ина (кашляйки)

– Дядо. Това е негова работа.

Ина изхвърля течността от чашите. Излиза изпод навеса и се навежда до една голяма делва. Бърка в нея и изважда нова бутилка вино.

Дядото се снишава, за да не го забележи.

Ина

– Винаги си имам едно наум.

Ангел взема бутилката. Поглежда към Ина, после към бутилката и изтегля тапата.

Дядото се отправя доволен към дневната, доволен, че е открил новия тайник.

Ангел и Ина в профил на масата. Ина подпира лакът на масата.

Ангел

– Сама ли се грижиш за него?

Ина

– Да. Била съм малка... Родителите ми са загинали при катастрофа. Дядо ме отгледа.

Ангел

– Страхотен е!

Ангел вдига чашата си с вино.

Ина

– Да.

Ангел поглежда към мозайката

Ангел

– Правила ли си и други мозайки?

Ина

– Не. Защо?

Ангел

– Имам приятели, които проектират и обзавеждат. Мисля, че това ще им хареса. Ще ги доведе още утре.

Ина явно е изненадана. Замисля се.

Ина

– По-добре другата седмица. Искам да я довърша.

Ангел

– Другата седмица заминавам...

Ина очаква той да продължи.

Ангел

– Уча архитектура – в Мюнхен.

Ина

– Мислех, че работиш на пазара.

Ангел

– Грънците са ми хоби. Понякога помагам на чичо.

И двамата отпиват от виното. Мълчат. Ина поглежда към него. Той отвръща на погледа и и тя се усмихва.

Ангел

– Утре ще ги доведе.

Ина

– Добре.

Къщата – улицата – ИЗПРАЩАНЕ – залез

Ина и Ангел излизат на улицата. Ангел се усмихва, подпира лакът върху покрива на автомобила и „застава сериозно“.

Ина

– Благодаря ти! За всичко.

Ангел

– Няма защо.

Ангел отваря вратата на автомобила. Качва се и потегля.

Ина гледа след него. Извднъж започва да тича и маха с ръка

Ина

– Чакай! Спри!

Ангел спира автомобила. Ина го настига. Задъхана е.

Ангел

– Какво има?

Ина (поемайки си дълбоко въздух)

– Ами забрави да ми кажеш името си!

Ангел

– Ангел.

Ина го гледа известно време и започва да се смее.

Ина (смеейки се)

– Шегуваш се!

Ангел

– Не. Името ми е Ангел.

Ина престава да се смее. Кимва с глава.

Ина

– Тогава до утре, Ангеле.

ЗАКОН ЗА КИНОТО – МИСИЯ НЕВЪЗМОЖНА

В историята на българското законодателство съществуват четири нормативни акта в областта на филмовата индустрия – от 1915 г., 1930 г., 1946 г. и 1948 г. В последните три от тях е предвиден пълен пакет от данъчни облекчения както за производство, разпространение и показ, така и за инвестиране във филмовата индустрия.

Реформата, която започна у нас през 1991 г. (с постановления на Министерския съвет, а не по законодателен път), разруши ТСО „Българска кинематография“. Действаща дотогава, тази структура се състои от 11 фонда, като само фонд „Ново производство“ „реинвестира“ 32% от постъпленията от разпространение и показ на наши и чужди филми за кинопродукция. С нея се въведоха пазарни принципи в киноиндустрията. Общо 7131 души от всички видове дейности в кинематографията напуснаха работните си места, осъществявайки началото на радикална и непозната в други сфери на културата реформа, с надеждата, че тя ще продължи и ще даде нови възможности на предприемчивите професионалисти да работят в киното. Разпространението и кинопоказът на филми, както и държавните филмопроизводствени студии „Бояна“ и „Време“ оттогава не се финансират по какъвто и да е начин от държавата. Днес филморазпространителските фирми и всички търговски киносалони в страната са изцяло частни. Творческите и техническите кадри във филмопроизводството са на свободна практика и не получават заплати от държавата.

Създаденият през 1991 г. по европейски модел Национален филмов център към Министерство на културата финансира на конкурсен принцип творчески проекти за създаване на нови български филми. Творците и техническите кад-

ри получават възнаграждения само докато работят в спечелил държавно финансиране проект. При това следва да се знае, че финансирането на филмови проекти от държавата чрез НФЦ и Министерство на културата обикновено не надхвърля 50% от бюджета на филма. Останалите средства продуцентът на филма трябва да осигури сам от други източници – нещо, което е доста непосилна задача при икономическото положение на страната и ограничения вътрешен пазар. Понякога продуцентът не успява да намери допълнителните средства и по тази причина одобрени и добри филмови проекти не успяват да се реализират. Ето защо е необходимо да се увеличи делът на държавното финансово подпомагане за създаването на нови български филми, за да се гарантира реализацията и представянето им пред публиката.

Увеличаване на средствата за нови български филми е необходимо и поради все по-активното участие на Република България в международните фондове и програми като фонд ЕВРОИМАЖ към Съвета на Европа, програма „МЕДИА плюс“ на Европейския съюз и други. Нашата страна придоби опит в последните години и проектите ни са конкурентни на европейските. Но за да можем да получим отпуснатите международни средства за български филми или филми, реализирани като копродукции с други европейски държави, задължително условие е те да бъдат финансово подкрепени от българската държава. В противен случай спечелената помощ от чужбина се губи и не може да влезе в България като чиста инвестиция.

Че сега отпусканите средства са твърде малко и дори крайно недостатъчно, се вижда и от едно сравнение по броя на произведените филми през 2001 г. със сход-

ни на нас страни. В България през 2001 г. са произведени само два игрални филма – „Опашката на дявола“ (реж. Димитър Петков, филмът спечели „Голямата награда“ на Международния кинофестивал в Монте Карло и е участвал в близо дваисет престижни международни фестивала) и „Съдбата като плъх“ (копродукция с Македония, реж. Иван Павлов, филмът досега е участвал в програмите на кинофестивалите в Берлин, Карлови Вари, Палм Спрингс, Монреал, Шанхай и др.).

В Румъния и Полша с подкрепата на държавата през 2001 г. са произведени по 14 игрални филма, в Чехия – 15, в Унгария – 16, в Сърбия и Черна гора – 9, в Босна – 4, в Албания – 4, в Македония – 3, а в Гърция и Турция – по 20. Както се вижда, много трудно е при това съотношение българското кино да бъде конкурентно на международния пазар, да привлече чуждестранни капитали и продуценти за родната филмова индустрия, за да се осигури нормален процес на филмопроизводство у нас.

Като допълнителен аргумент за исканото от нас е обстоятелството, че значителна част от средствата за филмопроизводство при реализацията на един филмов проект се разходват за услуги от други сфери на икономиката, като хотелиерство, транспорт, кейтъринг, и разкриват за периода на снимките нови работни места в различни краища на страната ни. По данни, които сме събрали при подготовката на проекта за закон, през последните пет години чужди филмови компании са изразходвали у нас 8 млн. щ. д., средно 1 600 000 долара годишно, без да се включват разходите чрез „Бояна филм“ и „Брайт айдиас“, които са едни от най-мощните доставчици на услуги. По данни от американската компания „Ню Имидж“ тя е изразходвала в България 30 млн. дола-

ра при производство на филми. Филмовата индустрия е печеливша стопанска дейност, но са необходими инвестиции, за да се поддържат филмовият процес, съвременното техническо оборудване и най-главното, което привлича чуждите продукции – нашите технически кадри.

Страните от Европейския съюз поддържат и защитават аудио-визуалната продукция като част от отстояването на своята национална култура. Почти десет години вследствие на преговорите в Световната търговска организация действа правилото на т.нар. „културно изключение“, според което аудио-визуалното произведение не се третира като стока, а кино-индустрията – като чисто търговска дейност. Аудио-визуалните продукти са съществен елемент от националните култури и създаването им гарантира културното многообразие на Обединена Европа. Специалното внимание към филмовото производство е предизвикано от факта, че то предполага значителни инвестиции, които не могат да разчитат на бърза възвращаемост, а при малките национални пазари стопроцентовата възвращаемост е невъзможна. Това налага въвеждането на регулативни механизми в пазарните отношения към аудио-визуалния продукт. Така се достига до изграждане на финансиращи системи, които обвързват разпространението и показва на аудио-визуалния продукт с капиталоемкото производство. Някои европейски страни съчетават този подход с квотни системи, гарантиращи присъствието на национална аудио-визуална продукция на големия екран. Освен това всички европейски страни имат нормативни механизми за финансиране на филмовата индустрия. Основните средства се набират от кино- и видео-разпространението, от ефирни и кабелни телевизии.

В днешната ситуация съществуването и развитието на българското кино зависи изцяло от приемането на Закон за филмовата индустрия.

та бе създадена работна група от 29 експерти във всички области на аудио-визията. Проектът на закона бе изработен и изпратен на 5 юли т.г. за съгласуване в министерствата.

Основни принципи в него са:

1. Проектозаконът създава агенция Национален филмов център в рамките на Министерството на културата, но с относителна финансова самостоятелност при условия на публичност и прозрачност.

2. Филмовата и аудио-визуалната индустрия е обхваната в нейната цялост: производство, разпространение, показ и съхранение.

3. Задълбочава идеята за независимо продуцентство и конкурсното начало при отпускане на субсидии. Това симулира инициативата както в намиране на допълнителни средства, така и в поемането на риска за качеството на продукта, зрителския интерес и възвращаемостта на средствата, колкото и ограничени възможности за това да предлага малкият български пазар.

4. По отношение на финансирането една от основните цели е набиране на достатъчно средства за ритмично производство и разпространение на българския и европейския филм.

Ако производството на български филми падне под определен програмен минимум, зрителят губи своя навик и културна потребност от него, защото появата му в културното пространство се превръща в инцидент. Така естетическата потребност деградира в нездраво любопитство, нихилизъм или патриотарство. Освен това задържането и квалификацията на тясно профилирани специалисти изисква определено ниво на професионална заетост. Този минимум е около 10 игрални филма годишно – т.е. една премиера на месец (без летния сезон). Следователно финансиращата система трябва да постигне обем не по-малък от средностатистическите бюджети на 10 игрални филма, плюс средства за маркетинг на

лица, осъществяващи показ. Така в приходите на агенцията се предвиждат:

а) средства от държавния бюджет като санитарен минимум от 5 игрални, 10 документални филма и 120 мин анимация;

б) данъчни отчисления от разпространението и показа, приходи от реализацията на произведените филми;

в) приходи по чл. 9 от Закона за хазарта, от приватизация на търговски дружества с предмет на дейност филмопроизводство и др.

Във връзка със спецификата на филмовия процес в проекта се предвижда прехвърлянето на средствата от една бюджетна година в друга. Това се налага от следните доводи:

– Филмовото производство трудно може да се организира ритмично през всички месеци на календарната година. Силни сезони са пролетта и есента.

– Производството на филм е продължителен процес, който рядко се побира в рамките на една календарна година. Обикновено най-дълъг е т.нар. период на развитие на проекта, който обхваща дейностите след написване на сценария до започване на подготовката за снимки. Те са в две основни направления – развитие на сценария и осигуряване на цялостното финансиране. Субсидията, която продуцентите получават както у нас, така и навсякъде по света, не покрива 100% бюджета с цел да се привлекат допълнителни средства и да се поеме част от риска по реализацията на продукта – чрез копродуценти, чужди фондове, паневропейски фонд ЕВРОИМАЖ и т.н. Едва след като е осигурил допълнителното финансиране, продуцентът има право да ползва изцяло субсидията от Националния филмов център. Средната продължителност на този период в Европа се приема за две години – след това могат да се реализират средствата от националните фондове в отделните държави. Тоест националните комисии гласуват субсидия за проект, който ще започне основната работа

шове, които за игрален филм са най-малко пет. Всеки следващ транш се отпуска, когато продуцентът представи отчет за изразходваните средства и свършената работа от предишния транш. Тези периоди също са относителни и зависят от много фактори.

– Киното е авторски продукт и предполага непредвидимост на продуктивността – в една календарна година могат и да не се явят интересни проекти, в друга – много повече от предвидените за годината средства. При невъзможност неусвоените в рамките на годината средства да се прехвърлят за следващата година съществува реална опасност да се пускат слаби и компромисни проекти, за да не се изгубят средствата.

Всичко изброено дотук предполага по-голяма свобода при разпределението с цел осигуряване на качествен и конкурентен културен продукт, какъвто българският

филм е бил и, надяваме се, ще бъде.

5. Въвежда национални регистри за всички дейности, свързани с аудио-визуалната индустрия. Подобни регистри съществуват във всички европейски страни и в САЩ. Основните цели на регистрацията са: използване на произведения само с уредени авторски права; защита на интересите на зрителите, изразена в качествени носители и излъчвания; защита на заетите в производството специалисти. Това е задължителна процедура както в Европа, така и в Америка.

6. Регулира отпускане на помощи за производство, разпространение и показ на филми както в търговски, така и в културен аспект.

За съжаление в становищата на отделните министерства и ведомства, в които законопроектът бе изпратен за съгласуване, личи

пълна липса на политическа воля за възраждане на българския филм.

Управителният съвет на СБФД обсъди позицията на съюза и се обедини **около следните принципи пунктове:**

1. Гарантирана минимална субсидия от държавния бюджет.

2. База данни за българския филмов пазар (разпространение и показ).

3. Квота за европейско и българско кино в кинопоказа.

4. Определяне на диференцирана или нулева данъчна ставка за аудио-визуалната индустрия, приходите от която да постъпват в Агенция НФЦ.

5. Преходните остатъци от една бюджетна година да остават на разпореждане на Агенция НФЦ и през следващата година.

ЗАКОНЪТ, КОЙТО НАСЪРЧАВА КИНОТО В БЪЛГАРИЯ

Продължение от бр. 4

Александър Янакиев

В началото на 1938 г. Министерството на външните работи и изповеданията (МВНРИ) иска свалянето от екрана на френския филм „Вълците на шпионажа“ и поучава комисията на МНП: „Много по-целесъобразно е да не се допусне изобщо един филм, отколкото да стане нужда да се спира и сваля от екрана.“

На 26 август 1938 г. се отменя забраната на съветския филм „Тринадцать“ и той е пуснат по кината.

През ноември 1935 г. комисията не разрешава за публични прожекции американския филм „Светът върви напред“ на „Фокс филм“.

В началото на 1934 г. Светият

синод иска от министъра на просветата „да се забрани филмът „Скитникът евреин“. Налага се от министерството да им изпратят обширно писмо, с което припомнят, че при първото преглеждане на филма е имало двама представители на Светия синод и те са били изслушани. Затова първоначално филмът е бил спрял. При повторното гледане на изрязан вариант на филма не са били канени външни членове, защото тяхното мнение е било известно и взето под внимание. „След като е разгледала филма в новия му вид, комисията е обсъдила отново значението му и се е произнесла, че в този си вид той може да се изнесе пред българската публика.“ След това подробно са

представени аргументите на комисията, че филмът съответства на историческата истина, че не накарнява религиозните чувства, че не може да се смята за обиден за нашата църква, че евреите са показани като добри и лоши и т. н.

И още един, според мен, любопитен и показателен шрих от онова време. На 11 септември 1939 г. Министерският съвет взема следното решение – очевидно под въздействие на военните действия в Полша, които поставят началото на Втората световна война:

„Не се допускат за публично прожектиране сцени от тон-прегледни, внасяни в страната от разни държави, които показват под-

готовката на войната или самата война, независимо от коя страна произхождат въпросните филми-преглед и какви тенденции развиват.

Възлага се на комисията по кинематографите при Министерството на народното просвещение да бди за изпълнението на настоящето постановление."

Това Постановление на Министерския съвет е отменено на 15 юли 1940 г.

Сравнително скоро след приемането на Закона за кинематографите започва да се говори за промени в него. Една от причините е честата смяна на кабинетите през 30-те години. От публикуването на закона в края на април 1930 г. до февруари 1940 г. у нас на власт са 13 правителства и се извършва един преврат (19 май 1934 г.). Но до истинска смяна на постановките на Закона за кинематографите не се стига.

Известни изменения настъпват със законите за бюджета на страната за съответните години или с приемането на Наредбата-закон за учредяване на фонд „Български театър, литература и изкуство“ през 1935 г., чрез който билетите за кино се натоварват с допълнителна сума.

В края на 1934 г. Главната дирекция на обновата съобщава, че към тяхното ведомство е „обзаведена службата Кино-просвета и Кино-пропаганда“. Във връзка с това „сега съществуващият Закон за кинематографите подлежи на съответни изменения, съобразно задачите на новата държава“. От Министерството на просвещението отговарят, „че Законът за кинематографите сега е в процес на изработване от специалната комисия за кинематографите, в която участва и представител на поверената Ви дирекция на обновата“. Но до някаква промяна на закона не се стига.

Съюзът на кинопритежателите в България в края на юни 1937 г. също иска промени в закони-

ев (старши) и секретаря Алберт Давидов, се иска отмяна на Наредбата-закон за учредяване на фонд „Български театър, литература и изкуство“, забраната за откриване на нови кина, докато не се изработи специален закон и по отношение на Закона за кинематографите:

„При изменение на Закона за кинематографите да се уреди въпросът с комисията за кинематографите, както следва:

Цензурната комисия да се състои предимно от лица от свободните професии при задължително участие на представители на Съюза на кинопритежателите и на Браншовото Сдружение на търговците с филми.

Да се създаде втора инстанция, т. е. Втора цензурна комисия, в която да не влизат лица от първата и пред която да се апелират решенията.

Да се предвиди изрично, че веднъж филмът разрешен от цензурата, не може да бъде спрял, без да се обезщетят собствениците му.

Да се забрани на училищните, читалищните и др. кинематографи, които се ползват от специални облекчения, да играят филмите, които се представят от частните кина.

Съгласно закона тези кина трябва да играят само културно-възпитателни филми.

Ако кината, които се ползват от специални облекчения, желаят да играят обикновените филми, да се обложат със същите такси и бери, с каквито са обложени частните кина."

В исканията на кинопритежателите и разпространителите има голям резон. Те се борят в комисията да има повече независими професионалисти, тя да бъде обществена (ако използваме съвременната терминология), да бъде по-независима и да има възможност решенията ѝ да се оспорват пред друг състав. Всичко това определено би демократизирало дейността на комисията

приети.

В края на юни 1941 г. продължава да се обсъжда необходимостта от промени в стария или създаване на изцяло нов Закон за кинематографите. Преминването на службата за надзора на кината от МНП към Дирекцията на националната пропаганда дава повод на директора ѝ П. К. Чинков да иска да се включи в обсъждането на тази проблематика.

Трябва да минат още години, да настъпят драматични промени в страната, за да се стигне до наистина нов закон – Закон за кинокултурата¹ от октомври 1946 г. Но това е друга тема и друг период. Тук само ще отбележа, че в този закон се запазват привилегиите за българските филми (чл. 11). Но те окончателно са отменени след година и половина от Закона за кинематографията² от 1948 г., който действа до 2000 г.

Така Законът за кинематографите е в сила повече от 15 години и определя битието на екранното изкуство в страната. Той дава стабилитет на тази дейност, определя едни в общи линии справедливи правила. Той насърчава реално родното производство и позволява филморазпространението да се развива успешно. Той създава условия филмите, които са определени като културни, да имат по-добър прием в салоните. Задължава училищните и читалищните кина да прожектират художествено по-качествени творби. Той поставя определени изисквания към киносалоните и обслужването на зрителите.

Без да съм разгледал изцяло и подробно прилагането и действието на закона, смятам, че той въвежда много нови и добри неща във филмовата практика у нас, че в крайна сметка е един успешен закон.

¹ Държавен вестник, бр. 235, 14

Сан Себастиан 2002

ШЕДЬОВРИ НЕ СЕ ПОЯВЯВАТ ЧЕСТО

Карин Янакиева

Световното кино е живо и в добро здраве – това оптимистично твърдение изрази британската режисьорка Анджеа Роуп – член на официалното жури на 50-ото издание на международния кинофестивал в Сан Себастиан. Винаги съм се радвала на хората с позитивно мислене, но още повече ценя чувството за реализъм. Ръководейки се от втория принцип, така и не открих осо-

бени поводи за подобен ентусиазъм. Нямаше и дълбоки разочарования. Световното кино наистина е живо, но по-скоро вегетира върху утъпкани пътеки, отколкото да купи от творческа енергия, да намира интересни теми или да експериментира във формата. Въпреки това публиката в Сан Себастиан, както обикновено, се реди на огромни опашки и пълни киносалоните до степен, за каквато дистрибу-

торите у нас могат само да мечтаят. За какво все пак?

Например социалната тематика се оказва неочаквано привлекателна. Нещо като нов неореализъм, само че освежен с повече хумор и искрици надежда. През последните години испаноговорящото кино оформя сериозна традиция в тази област. Някога Чехов е съветвал младите писатели не да седят по кафенета и литературни клубове, а

„Понеделници под слънцето“, режисьор Фернандо Леон де Араноа



СВЕТОВЕН ЕКРАН

Въпросът е до каква степен един автор може да си позволи ужасяващи сцени, които биха стреснали и най-опитния специалист по съдебна медицина. Има ли изобщо моралното право на това? Тежък психологически медицински казус разглежда и филмът „Ару Толбухин – съзнание на убиец“. Построен върху действителен случай, авторите проследяват съдбата на осъден на смърт масов убиец. В основата са документални интервюта, направени от трима френски журналисти дни преди осъществяването на присъдата. Как един милосърден и всеотдаен санитар в бежански лагер (някъде в Латинска Америка) се прев-

ръща в звяр. И защо? За съжаление няма и няма как да има отговор на тези чисто медицински въпроси. За зрителя остават вцепенението, недоумението и ужасът, че никой не е по правилно предпазен да стане жертва или да се превърне в палач.

„Губим собствената си култура“, каза на пресконференция китайският режисьор Чен Кайге („Сбогом, моя наложнице“) веднага след представянето на последния му филм „Заедно“ (награда за режисура). Много елегантен разказ за усилията на неук китайски селянин да помогне на талантливото си дете – цигулар, да пробие в света на големата музика. Тежък сблъсък

между традиционните ценности и тези на новото време, дефинирани от автора по-скоро като антиценности. В Сан Себастиан бяха показани и творби на други светили като „Понедельник сутрин“ на Отар Йоселиани, „Пианистът“ на Роман Полански, „Открит лист“ на Бертран Таверние. На сцената, за да получат награди, се качиха звезди като Боб Хоскинс, Денис Хопър, ослепителната Джесика Ланг, легендата Франсис Форд Копола. Видими бяха усилията на организаторите да защитят с години градената репутация на фестивала. А за това, че шефьоври не се появяват твър често – виновни няма.

ФОРУМ

19-и фестивал „Европа Синема“,
Виареджо 2002

НА ЕВРОПЕЙСКОТО КИНО

Божидар Манов

Между стотиците кино фестивали по света този във Виареджо стои някак по-особено. Киното винаги е търсило суетата на състезанието, тръпката на триумфа и наградите. Фестивалът на европейски филми във Виареджо, Италия, също е конкурсен, при това наградите му са престижни, а самите платинени плакети – изящни и скъпи. Но все пак най-съществено-



то при него не са отличията, а свободният артистичен дух, творческата атмосфера и подчертана, декларирана грижа за успеха на европейското кино. Това съвсем не е случайно, като се знае, че „баща“ на фестивала и негов неуморен мотор е големият ентусиаст на италианското и европейското кино Феличе Лаудадио – журналист и кинокритик, автор на безб-

италиански късометражни филми, подборка „Млада анимация от стария континент“, ново немско кино и още някои информационни и почетни проекции уплътняваха 7-те фестивални дни, в които впрочем намери гостоприемно място и редовната Генерална асамблея на ФИПРЕССИ.

Сред изгланите филми абсолютно безспорно, по общо мнение и на жури, и на зрители, се откроиша два филма, които обораха и побечето главни награди: руският „Кукувица“ на режисьора Александър Рогожкин и датският „Болестта на Кира“ на режисьора Оле Магсон. Рогожкин вече е добре известен с умението си да прави добро, живо и контактено кино, да изгражда увлекателен разказ с умело построен сюжет, с чувство за хумор и много точно водени актьори. При това той доказа таланта си в твърде различни жанрово-тематични посоки – от свежата иронична комедия „Особености на националния лов“ до болезнената чеченска грама „Блокпост“. Сега в „Кукувица“ той отново разгръща таланта си в един човешки поднесен сюжет от войната през 1944 г., който събира заедно съветски офицер, финландски снайперист и самотна жена – лапландка, в нейната горска колиба. Режисьорът познава човека, чувствителността и безчувствието на голямата война и така филмът му израства до елегантна камерна история за потребността от близост, любов и жажда за оцеляване. Зрителите забравят условността на сюжета, пре-

насят се за 2 часа от курортния уют на Виареджо в суровата военна тундра, вярват на филма и горещо аплодират разбираемия и вълнуващ разказ. Наградата за най-добър филм и за режисура го дйдоха някак естествено, както пък обратно – на всички се стори много неестествено, че толкова непосредствен и комуникативен режисьор като Рогожкин никога не посещава никакви фестивали.

В друг проблемен и естетически план се развива датският филм „Болестта на Кира“, който впрочем декларира принадлежността си към манифеста „Догма“ под № 21. Сценаристът и режисьор Оле Магсон се вглежда прецизно в кризата на семейна двойка, като наистина успява да постигне висока проба авторитетност на екрана, благодарение най-вече на добре изградения разказ и великолепните актьори. Дори да не подчертаваше специално избраната „догма“-стилистика (нима преди не се правеха подобни филми), филмът завладява с художествената си цялост и наградата му за сценарий, както и на актрисата Стине Стенгаде за най-добра женска роля са напълно заслужени. Впрочем филмът получи и наградата на ФИПРЕССИ.

Сред открояващите се заглавия трябва да се спомене още британският филм „Моего сърце“ (реж. Тадеуш О`Съливан) заради неговата солидна класическа структура, както и исландският „Соколи“ на добре известния Фридрих Тор Фридриксон. Руснакът Алексей Бала-

банов пък е направил „Война“ като един откровено развлекателен екшън на тема, който потвърждава безспорното му професионално майсторство, но очевидно за сметка на егностранчио олекотения проблем Чечня. Италианското кино скромно показва само 2 свои филма – политическия трилър „Адвокат Де Грегори“ на режисьора Паскуале Скутиери, докато всепризнатият ас на същия жанр Дамиано Дамиани се е върнал чак в Буенос Айрес от 1952 г., но, уви, с едно бледо наподобяване на онова, което правеше навремето.

Днес чудеса в киното не се случват и Виареджо не трябва да се схваща едва ли не като някаква нова Мека на европейския филм. Ала „Европа Синема“ доказва, че вълната, желанието и... парите, които се насочват за неговото спасяване от влиятелни евроструктури (напр. Европейската комисия и италианското Министерство на културата), илюстрират мобилизацията на стария континент срещу киноголобализацията и американизацията на екрана.

**Редакцията на
списание
уведомява
читателите,
че тече
абонаментната
кампания 2003
Абонирайте се!
Абонамент
за 1 година - 20 лв.**

та тишина

Нейният характер на проява се определя като **беззвучност**.

Звуковата пауза във филма наричаме **акустична тишина**. Звукът е сведен до оня минимум, който слуховата сетивност не долавя. Изостреното целенасочено внимание може да възприеме лек акустичен шумов фон, гълтащ се на електромагнитни апаратурни сигнали, тъй като в природата не съществува абсолютна тишина.

3. В общата характеристика на основните елементи на звуковия компонент на филма по критерия **вид съдържаща се звукова информация** можем да отделим генерално две основни групи:

а) Непонятна информация – такава, която не съдържа езикова стойност.

Към тази група спадат **звуките ефекти, музиката и акустичната тишина**.

Звуките ефекти като **нехармонични акустични трептения** носят в себе си **само сонорна стойност**. Притежават **знаково-сигнална характеристика** спрямо обекта и явлението, от което се издават или пораждаат.

Музиката е непонятно изразно средство и трябва да бъде разглеждана като естетическо явление от друг вид изкуство – музикалното. То има свой специфичен градивен материал и архитектурника. Неговият изразен език е с характеристиката на **художествената емоционална информация**, специфична за самото музикално изкуство. Вокалната му изява съдържа известна **понятна словесност**. Изпяното слово добива своя музикална форма чрез **интонацията** на мелодията и **хармонията** на звуковата си наситеност. Т.е. чрез тяхната интеграция. Музиката въздейства на психиката ни чрез **емоциите**, които поражда.

Екранната **акустична тишина** е също **непонятна звукова информация**. Тя може да носи драматургични, психоло-

гически и естетически стойности.

Екранното аудио-визуално изкуство има подчертан афинитет към непонятните звукови елементи и форми.

б) Понятна информация.

Звуковата информация, която съдържа човешкият глас, е от категорията на **понятната, словесна информация**, която в записан вид наричаме **текст**.

Тя навлезе в киното с появата на „говорящия филм“ като синхронен звук, чрез човешката реч. Характерното за радиофонията – говореното слово, днес запазва приоритетно място в информационните емисии на електронните медии. Във филма поради визуално информационната му стихия звучащото слово е значително по-слабо застъпено с една-единствена функция – **да информира** словесно за това, което в изображението не се показва, и по този начин **да придвижва драматургичното действие** напред в специфичното монтаж-но екранно пространство и време. В отделни случаи – **да характеризира** действащите лица според начина на словесно-говорното им изразяване, в това число интонационно и темброво.

Интонацията като музикална специфика е характерна и за говореното и пятаото слово. Но това е само външен сонорен белег на определена мелодичност, характерна както за музикалните тонове или при вокалните изпълнения, така и при говорната реч (мелодия на езика).

За **художествена информация** говорим и при написаното слово (като вид творчество), чиято графична форма популярно определяме като **текст**. При филма също има фаза (художествено-творческа и производствена), в която бъдещото аудио-визуално произведение съществува като писмен текст под формата на **сценарий**. В него бъдещите екранни диалогови синхронни реплики и задкадров глас (монологичен, диалогичен или дикторски) са **езикова худо-**

жествена форма, която става звукова едва след снимачно-монтажно-озвучителния филмопроизводствен процес.

4. От общата характеристика на звуковите елементи според критерия на тяхната **екранна битност във филма** трябва да посочим двете основни разновидности, в които тя се проявява:

а) Синхронен звук.

На екрана **звуките ефекти, човешкият глас** (при диалогичните и певческите изяви) и **музиката**, когато звучи реално, като видимо изпълнение в екранното изображение (на оркестър, от отделен изпълнител, от радиото, грамофона или телевизора и т.н.), са пряко свързани с изображението и произтичат от показваното действие в него. Тези звуци предимно са **синхронни** спрямо източника им, показван на екрана. Те имат **реалистичен характер**. Поради това синхронният звук във филма можем да определим и като **сюжетен звук**.

б) Асинхронен звук.

Това са всички непроизтичащи от видимото екранно изображение звукови източници (звукови ефекти, глас и музика извън, „заг“ кадър-план).

Когато звучат като **асинхронен звук** „заг кадър“, звуците ефекти, човешкият глас и музиката са **нереалистичен акустичен екранен елемент**. Те присъстват привнесени по волята на режисьора. Тяхното звучене изисква ясна художествена мотивация, за да въздейства на зрителя-слушател убедително, разбираемо и пълноценно.

Екранната битност на акустичната тишина не е пряко свързана с изображението, което фиксира материалната снимачна действителност. В нея абсолютна тишина няма, тъй като в природата постоянно произтичат звукови явления. Акустичната тишина е **привнесен художествен елемент** във филма и съдържа в себе си **нереалистичен характер**. Под формата на **звукова пауза** е употре-

бена с художествено драматургична функция.

5. Интеграционните взаимовръзки на звука с филмовото изображение показват, че творческото съчетание на екранните звукови елементи, в тяхната полифоничност, е изразно средство на режисурата. То е пряко свързано с интеграцията на звука с изображението и получаващите се от това различни комбинации на сонористични структури.

Интеграцията на звука с изображението се осъществява в две генерални художествени направления: **синхронен и асинхронен екранен звук**.

Тук следват няколко възможни основни ситуации:

А) Интеграция чрез еквивалентни времеви взаимовръзки.

Тя има две форми на изява:

а) натурална интеграция.

Свързана е предимно със **синхронния звук** и има **реалистичен** характер. Проявява се като:

- репродукционна (пилотен тон; плейбек);
- допълнителна (постсинхрон; дублаж).

б) Художествена интеграция. Тя съдържа **асинхронния звук** и има **нереалистичен** характер. Проявява се като съвпадение на характерни времеви акценти на подложения звук с редуващи се кинетични пластични елементи в изображението на кадъра-план (светлинни, цветови, мизансценни), в движението на камерата или в смяната на крупности и дължини в монтажната поредица на екранното произведение. Времевите визуални и звукови съответствия могат да се групират в два вида художествена интегралност:

- паралелна (метрична, ритмична);
- семиотична.

Интеграцията чрез еквивалентни времеви взаимовръзки съдържа **сюжетния звук** на филмовия разказ.

Б) Интеграция чрез конт-

рапункт.

При нея реалистичният характер на синхронния звук чрез еквивалентна времева взаимовръзка попада в ситуация, противоположна на изображението. С това се цели психологичен шок, раждащ при удачни попадения асоциативни възприятия, допълнителни внушения и стойности, към които авторите на филмовото произведение съзнателно искат да насочат зрителя. **Асинхронният звук е контрапунктен звук.** Най-ранният опит за такава интеграция, макар и в най-общ, принципен вид, откриваме в изводите на С. Айзенщайн, В. Пудовкин и Г. Александров в техния известен манифест-заявка „Бъдещето на звуковия филм“ от 1928 г.¹ Тяхната естетическа концепция разглежда звука във филма като нов елемент на монтажа и самостоятелно съпътстващ изображението **асинхронен ефект**, обогатяващ монтажните похвати на въздействие върху зрителя-слушател.

Противопоставянето на илюстративността на звука на контрапунктичното му организиране по отношение на изображението и до ден-днешен не е лишено от смисъл, въпреки че контрапунктът не стана единствения и основен метод за звуковия филм така, както авторите на манифеста от 1928 г. са си представляли бъдещото му развитие.

Често наблюдавано явление при контрапункта е мнимият контрапункт. **Мнимият контрапункт** е само външно сходство между асинхронен звук и изображение. Например при диаложна сцена и монтажно редуване на план и контраплан синхронно произнесените думи на екранния герой А, прехвърлени като звук върху изображението на героя Б, който в момента слуша своя събеседник, не е форма на контрапункт. Просто в случая има моментно прекъсване и замяна в изображението, а гласът на героя А продължава като глас „заг кадър“.

Технологично интеграцията чрез контрапункт се осъществява чрез **монтажни операции на напасване съвпаденията** (едновременността) на значението на изображението и звука.

В) Свърхинтеграция.

При нея имаме хомогенно съчетаване на четирите основни елемента на звуковия компонент на филма. Тук синхронните звуци са в полифонична хармония и ритмика с палитрата на асинхронните – като **цялостна и уникална звуково-музикална партитура на филма**.

При **оригиналната филмова музика**, специално композирана за нуждите на определено филмово произведение, единствено можем да говорим за пълноценна интеграция на изображението и музиката. Това са конкретните случаи, когато музиката се създава специално за нуждите на филмовото изображение и монтажния му строй. Оригиналната филмова музика се вписва по естествен начин в изображението за разлика от адаптираната автономна музика. Технологиите на създаване на филмовата музика дава възможност на композитора да я съобрази с конкретно изображение, времетраене и завършена цялост на фрагмента или музикалната тема. При това създавайки оригинален музикален израз на драматургичното развитие, психологическото състояние на героя, емоционалното напрежение на филмовото действие и атмосфера, отчитайки темпоритъма на движението в кадъра-план и това на камерата, както и монтажната ритмика на дадената сцена или епизод.

Сонористичното съчетание на всички форми и характеристики на звуковите елементи като: естествени и неестествени; понятийни и непонятийни; реалистични и нереалистични; в кадър или заг кадър, с необходимите звукови паузи – добиват цялостна завършеност спрямо визуалната страна на филма, от която пряко про-

изтичат или индиректно допълват. В този случай аудио-визуалността се изяснява цялостно и органично.

Сонористичните структури, които могат да бъдат еднослойни (с по един от звуковите елементи) и многослойни (с комбинации между тях), изграждат многоплановото акустично екранно пространство и време. Те са звуково-интонационната атмосфера и среда на филма.

От естетическа гледна точка принадлежността на звука към филмовото произведение можем да разгледаме в две основни посоки:

а) **безусловно необходим**, т.е. принадлежащ априори на филма. Това е **синхронно-сюжетният звук**;

б) **не безусловно необходим**, т.е. привнесен апостериори допълнително и специално към филма звук – **асинхронно** – „закадровия“.

От общата структура на художествената сонористична система на филма се налагат няколко извода:

1. **Невидимият елемент на филма: звукът**, има фундаментално значение, като съпътстващ, пълноценен **с р а д и в е н е л е м е н т** на филма, едновременно с неговата зрима страна.

2. **Звукът във филма**, съвместен с филмовото изображение, е негова изразна художествена ценност. Той е носител на двойствеността: **на емоционалното** – чрез музиката, и **интелектуалното** – чрез казаното слово, като интегрално послание на филмовата сонорна и пластична експресия.

3. **Филмовият звук** подчертава формите и движенията на филмовото изображение и така подсъзнателно въздейства на зрителите за изграждане на пълноценна и достоверна представа при разчитането на драматургичните действия като екранни.

4. **Звукът чрез езиковите си форми** изразява човешката мисъл и емоционалност по осезаем, много сугестивен и дълбок начин – така, както това може да постигне филмовото изображение.

5. **От първостепенно значение за задържане вниманието на зрителя** е режисьорското умение да балансира акцентите и съчетава пропорциите на двуканалния информационен поток при сетивното му възприемане, чрез зрението и слуха.

6. **Съчетанието на богатството от външно зрими образи и чувани звуци: шумове и човешка реч** (с асоциативни връзки, породени от идеи, представи и вътрешно-психологично-емоционални образи, мисловно корелиращи с понятия), с емоционални въздействия на музика (видима или невидима като източник в кадъра-план) в монтажното повествование на филмовото произведение – определя неговата интегрална аудио-визуална екранна цялост и гарантира естетическото му послание към зрителя.

7. **Звукът допълва и обогатява изразните филмови средства**, замествайки визуални елементи със звукови и подсилвайки звуковите с визуални, благодарение на тяхната понятийно езикова и знакова идентичност.

Истина е, че звукът (по-точно това засяга синхронния звук) въвежда чувство за **реалност**, че благодарение на звука извън кадър може да се разкрие съществена част от **информационно интелектуалната същност на филма**, да се определят и задълбочат някои емоционални и психологически състояния на героите на филма и т.н.

В практически-теоретичен план художествената сонористична система на филма дава основание да направим обобщаващо заключение за състоянията:

на съвременното екранно аудио-визуално творчество. **Три са основните типа**, определящи кохерентната връзка между двата основни компонента: изобразителния и звуковия.

Първи тип: фотографичен реализъм. Той се проявява чрез всички елементи на звуковата съставка, чиито източници са **видими** и се съдържат в изображението. Тук съществува **синхрон** между техните взаимни времево-пространствени отношения. Този тип екранна аудио-визия може да бъде определен като **натуралистична документалност**. Като аудио-визуално явление тя намери свои привърженици във френското течение „cinéma vérité“ от 60-те години на миналия век. Рефлектира и в призива на датчаните Ларс фон Триер и Томас Винтерберг, в техния манифест „Догма '95“, постулиращ крайно суров подход при отразяване на неподправената действителност. Но най-голямото основание на **фоно-фотографичния реализъм** е самата телевизия в директните ѝ **предавания „на живо“**. При този директен технологичен подход звукът е в кадъра-план и в постоянен синхрон, спрямо видимия източник.

Втори тип: синтез между изображението и звука в богата полифонична палитра на сонористични структури. Тук **синхронните** реалистични звуци в кадъра-план стоят до неореалистичните **асинхронни**, „за кадър“. Последните съдържат възможности за допълнителна **асоциативна, контрапунктна или метафорична** художествена изразност.

Трети тип: смесени стилове като комбинация между първите две. Или при **жанровото кино**, при което самият звуков компонент е определящ: **мюзикъл, филм-опера, филм-балет** и други.

Фактът, че композиторът по правило не господства над шумовата страна на звуковата пъ-

калната страна на филма, подчертава особеностите на ситуацията, в която се намира съвременният звуков филм. Той е в постоянно търсене на възможности за изграждането на своята цялостна художествено-сонористична система.

Човекът се е специализирал, чрез културата на писаното слово, да разчита звука семиотично, като знак, но не е развил **чувствителност към богатата изразност на различните нюанси на неговото звучене**. Същевременно доминаращата чувствителност към вижданото се е утвърдила с развитието на културните традиции и техниката на печатното слово.

„...Тази техника се е възпитала – пише Войчех Хила – и е поставила логичните основи на линеарността. Освобождаването на събитията и предметите от цялостната пространствена и временна последователност създава предпоставки за раждането на съвременното изкуство.

Творецът може не само да монтира, използвайки механизма и правилата на фрагментарното мислене, последователността на събитията, продиктувана от недосегаемата организация на звуковия материал, но и свободно да свързва във времето пространството; да структурира според всеки разпознавателен слухов критерий; свободно да наслоява в едно и също време цялото постижимо техническо богатство на звученето...“².

Развитието на техниката в областта на звука дава много нови възможности на режисьора, композитора и на опериращия със звука при решаването на проблемите на художествената сонористична система на съвременния звуков филм.

Окончателният вид на филма включва **съвместното действие на всички изразни средства при изображението и звука и заедно с останалите (актьорската игра, сценографията, монтажа) допри-**

нася за художествените качества на филма.

Важна е органичната цялост, единството на екранното драматургично действие, даващо ефекта на синтез – единство, създадено от многообразието, което предлагат художествените системи на изображението и сонористиката на изкуството на филмовата творба, както и тяхната полифонична интеграция в съвременното аудио-визуално екранно произведение.

БЕЛЕЖКИ

¹Сергей Эйзенштейн, Будущее звуковой фильмы (Заявка), Избранные произведения в шести томах, том 2, Москва, 1964, стр. 315 и 316.

²Wojciech Chila, „Kod elektrycznego przekazu dźwięku w filmie“ w: Z zagadnień semiotyki sztuk masowych, Ossolineum, 1977, str.116.

ДРАМАТУРГИЧНИ КОМПОНЕНТИ НА РЕКЛАМНИЯ КЛИП

Правда Кирова

Рекламният клип е художествено аудио-визуално произведение, синтез на коренно различни и в известен смисъл даже „противоположни“ сфери на творчество – киното и търговията. Той използва почти всички кодове, общи за наративното, пластичното, музикалното и граматичното изкуство – така, както и киното.

Киното владее времето и пространството с артистична свобода, която руши границата

между литературата и изобразителните изкуства и това е може би една от основните причини за неговия магнетизъм и мощ на въздействие. И по-късните високотехнологични достижения – телевизията, видеото, записващите, модифициращи и генериращи нововъведения – не отричат, както можеше да се очаква, а използват езика на киното. Въпреки всички чудеса на техниката про-

гължаваме да мислим в системата на старата матрица – екранната драматургия.

Целта на драматургичната организация на материала е максималното въвличане на зрителя в процес на съпреживяване, съучастие в проблемите на персонажите и най-добро изразяване на авторската идея.

Успехът на една рекламна концепция и особено на рекламния клип, създаден за нея, много зависи от това доколко драматургия

чески са мислили създателите.

Своеобразно доказателство „от обратното“ могат да бъдат онези клипове, в които ни се струва, че драматургия няма. Даже в тях съществува специфична драматургична организация на материала, която ни помага да внушим посланието, което е в синхрон с нашата драматургическа концепция, т.е. да излъчим именно съобщението, което искаме, а не нещо друго – аморфно, неразбираемо или даже противоречащо на това, което възнамеряваме да предадем на зрителя.

Всеки рекламен клип може да бъде погледнат като история-модел на умствения процес, който се извършва в главата на зрителя (потребителя) за решаване на някакъв проблем. И в зависимост от това, каква стойност придават създателите (поръчителите) на едно или друго съобщение при вземането на желаното решение, те влагат в историята нейното послание.

С помощта на драматургията рекламният клип трябва да направи осезаеми, реални, възбувящи и убедителни персонажите, конфликта, сюжета, така че аудиторията да ги види в действие и да получи „просветление“ за решаването на собствения си проблем. Така героите персонализиранат мотивациите, които често си противодестват и влизат в конфликт, а сюжетът представя методите за решаване на проблема. Но това става убедително само при спазване на съществуващите закономерности на драматургическото разгръщане на темата – сблъсък на идеи и гледни точки, движение на мисълта, промяна на обстоятелствата, промени в персонажите, достигане до ново разбиране на проблема и т.н.

Драматургията организира всички компоненти на повествованието (идея, персонажи, конфликт, сюжет, композиция, диалог, монолог и др.), на изображението (светлина, цвят, гледна точка, крупности и т.н.) и звука (заг-

кадров глас, музика, шумове и др.) да работят едно за друго и същевременно заедно – за цялостната концепция. Само така се достига органичност на творбата: когато всеки компонент работи, за да прояви другия, и той самият се проявява чрез функционирането на другите. Сюжетът се изгражда чрез конфликта, разкрит в действията на персонажите. Развитието на конфликта проявява характеристиките. Разкриването на характеристиките въплъщава сюжета и т.н.

Предстоящото им разглеждане изисква тяхното „разкъсване“ един от друг, което е съвсем условно и до голяма степен механично.

ПЕРСОНАЖ

В рекламния клип персонажите най-често са персонализация на проблеми или на мотивацията „за“ и против рекламирания продукт.

За да бъдат бързо и лесно разпознаваеми, те обикновено са архетипни. Например фаталната жена, романтичката, спортният тип момиче, рационалната бизнес-дама, ексцентричната аристократка – това са все „парфюмерийни архетипи“, които помагат на потребителката „да се намери“ и да се изживява в своя мечтан имидж само срещу няколко капки парфюм. Често се използват и архетипи от филмовата митология. Дори в „документалните“ клипове – „свидетелствата“, известните личности се подбират по архетипов признак – „секс-символът“ на българското кино Стефан Данаилов например, в рекламата на „космодиск“.

Както казва проф. Вера Найденова, актьорът-звезда съчетава в себе си индивидуално-неповторимата, добре селектирана, представяща широк кръг от хора външност с общото, повтарящото се, типичното съдържание. В една физиогномична матрица многократно се въплъщават сходни в психологическо, морално

и социално отношение „роли“ и изпълнителят им се превръща в „културно изработена форма“, в устойчива структура. Именно тази форма се превръща във „формула на разпознаване“, която е най-прекият мост между зрителя и героя. (Според Ю. Лотман митологизираната личност на актьора във филма е не по-малка реалност от ролята му.)

Поради краткостта на рекламния клип персонажите в него се изграждат в съответствие с тези „формули на разпознаване“ – архетипните модели на поведение. Архетипите съществуват като форма на стенографиране на истории и стереотипността помага на зрителя мигновено да разпознава сюжетните ходове и бързо да се идентифицира с персонажите.

Според К. Г. Юнг колективните негра на подсъзнанието са склад за архетипи. Той счита архетипите за феномен, близък до „мотивите“ в митологията, до „колективните представи“ в социологията, до „образците на поведение“ у бихейвиористите.

„Онова, което Юнг нарича архетипове, представляват общите идеи, заложили в митовите“, смята Дж. Камбъл, според когото митът има четири измерения: мистическо, космологическо, социологическо (да поддържа и узаконява даден обществен ред) и педагогическо (как да се изживее човешкият живот, независимо от обстоятелствата). В своята книга „Герой с хиляди лица“ той реконструира „мономита“ – универсализирана история на героя във вид на верига от събития, като се започне с напускането на дома, сдобиването със свръхестествена помощ, инициационни изпитания, овладяване на магическа сила и се завърши със завръщането.

По същото време В. Проп, изследвайки задълбочено вълшебната приказка (която в основата си също е мит), забелязва, че в приказките се променят персонажите и техните атрибути, но не се

изменят действията или функциите им. В книгата си „Морфология на приказката“ той достига до извода, че персонажите, колкото и да са разнообразни, много често правят едно и също, имат еднаква функция и всички възможни функции на персонажите в приказките могат да бъдат сведени до трийсет и една. Камо структурообразуващи той откроява фигурите герой – търсач или жертва, антагонист, външен помощник, дарител, лъжегерой, довереник и т.н.

В рекламния клип нерядко персонажите преминават през различни състояния и умонастроения, изпълнявайки по този начин няколко различни функции, които в киното биха изпълнили различни действащи лица, за да въплътят всъщност борещите се във всеки зрител аргументи „за“ и „против“ осъществяването на действието, към което го призовава рекламата.

Според М. Филипс и Ч. Хантли има осем основни архетипни характеристики, образуващи двойки: протагонист-антагонист, разсъдъчен тип-емоционален тип, помощник-скептик, учител и контангонист.

Фигурата на учителя, показващ пътя за намиране на решението, и на контангониста, влияещ според своите интереси, са сред най-традиционните, към които зрителят изпитва вече известна досада.

Затова рекламният клип като че ли предпочита разсъдъчния и емоционалния – въплъщаващи конфликта между ума и сърцето у всеки от нас, сблъсъка между нашите логически, прагматични съображения и спонтанните, немотивирани разумно желания и импулси при избора/при вземане на решението.

При рекламни клипове, изградени върху рационална стратегия, преобладават фигурите на помощника и скептика – персонафициращи конфликта между доверието и съмнението, борещи се в душата на зрителя – единият

вярва и поддържа, другият не вярва и опонира.

Общо взето, рядко в рекламния клип съществува насериозно конкретен персонаж – антагонист, – който умишлено и целенасочено пречи на героя да реши проблема си. Но комедията антагонист съществува често. Въобще драматизираният клип рядко ползва сериозните жанрове – трагедия, драма, мелодрама. Най-често конфликтите се разрешават с хумор, с ирония – в жанра на комедията, пародията и т.н.

Поради кратките секунди, с които разполага рекламният клип, проблемът с индивидуализацията и типизацията е особено важен. Типизацията е задължителна поради своите социални аспекти – за да могат зрителите (потребителите) от определена целева аудитория да се идентифицират с персонажа, той трябва да бъде неин типичен представител, трябва да притежава характеристики, общи, типични за цялата група.

Разбира се, за да бъде убедителен и жив, персонажът трябва да има и неповторими, само негови черти, индивидуални от психологическа гледна точка. Когато това се получава, той е много по-въздействащ от един средностатистически, безличен, механично типизиран образ. Ако героят е прекалено индивидуализиран обаче, зрителят трудно ще се идентифицира с него за кратките секунди на клипа, затова поне средата трябва да е ярко типизирана – за да може зрителят да се „познае“ в нея. Ако средата е индивидуализирана, то персонажите трябва да са узнаваеми, с ясни, типични реакции. Най-лесно се постига типизация на физическите характеристики, но типажът се определя не само по начина, по който е облечен, а по това, как действа и се извървява.

Мотивите за действията на персонажа в рекламния клип са много важни по две причини: неговото убедително изграждане като образ и идентификацията

на зрителя с него. Кратката форма налага мотивацията му да бъде достатъчно четлива и категорична. Въпреки „минимализма“ и в мотивацията на персонажа на рекламния клип можем да открием белези от трите основни вида: базисна (въз основа на инстинкта за физическо и духовно самосъхранение), биографична и директна (произтичаща от конкретното действие, което пък е следствие от базисната и биографичната мотивация). Основните мотивационни пластове у тук, както във всяка история, филмова или телевизионна, са физиологическият, социологическият и психологическият – елементи, получени по рождение; елементи, разкриващи връзките на персонажа с обществото – образование, религия, семейна среда, приятели, политически възгледи; интелект, дарба, заложиби, които се влияят и могат да се променят от другите два пласта.

Типовете персонажи в рекламния клип са доста редуцирани поради кратката форма, но въпреки това можем да видим клипове от драматизирания вид, в които имаме и движещи, и поддържащи, и епизодични персонажи. (Майката е героят с проблема, който има ясна цел – да намери най-добрия начин за чисто пране, което не уврежда дрехите; бабата е поддържащ „учител“ – активен и пряко влияещ на протагониста; момчето – „резоньор“, чиято бяла ризка се къса от лошата белина, а после, след третирание с „Асе“ остава здрава; гонещите се деца – епизодици, които създават атмосфера, без да влияят на основната линия.)

Понякога, за да се подчертае масовостта на даден проблем, протагонистът е групов, колективен образ, който най-често е изоморфен – съставен е от персонажи, които почти не се отличават един от друг, мислят и действат еднакво (феновете, тичащи към морето от бира „Ариана“).

В рекламния клип обикновено няма време за изграждане на полиморфен групов герой, затова той се използва рядко, но все пак в по-добрите образци има опити, макар и с по един шрих, да се индивидуализират отделните представители на групата – например младежите от клипа на „Кока-кола“ или на „М-тел“.

Във връзка с всичко, казано погоре, значението на обстоятелствата в рекламния клип нараства. Най-често се представя типичен герой в типични обстоятелства, но понякога, когато имаме достатъчно познати, четливи типични обстоятелства, можем да си позволим неочакван, странен персонаж или дори и нетипична среда (особено в клиповете за домакински стоки, където персонажите са вече ужасно банализирани поради изобилието от тези продукти с почти еднакви качества, произведени от различни фирми. Затова клип за лепило е разигран в манастир с калугерки, ползата от електрически фенерчета разбираме от историята с пътуващи монаси и т.н.)

Докато във филмовите и телевизионните истории типизацията на протагониста, антагониста и контрагониста е по-скоро белег на слаба драматургия, в рекламния клип тя е нужна поради броевите секунди, в които зрителят трябва да се идентифицира с героя и да преживее кратката му история, извлечайки съответен опит. И все пак типизацията води до схематизъм и клишета и бързо омръзва, затова често можем да видим клипове, в които се залага именно на неоригиналността и даже екстравагантността на персонажите или средата, на хиперболизиране на обстоятелствата или въздействието на продукта (клипа за бизнесмена, пътуващ за Австралия – добре, че куфарът му е „Samsonite“, иначе не би издържал на спешата с крокодилите; още

Основните етически типове, известни от екранната драматургия, които забелязваме и в рекламния клип, са: героичен, романтичен, комичен, сатиричен.

Моралната оценка, която създателите/зрителите дават на персонажа като личност, може да го постави (най-често в политическата или обществената реклама) и в категорията на граматичен или сатиричен герой.

Романтичният персонаж е онзи, с когото зрителят се идентифицира с най-голямо желание, към когото изпитва състрадание и пълна съпричастност. Не случайно мелодрамата е любим жанр и при рекламния клип.

Комичният персонаж скъсява дистанцията и увеличава зрителската съпричастност, но крие и много опасности. Зрителят не проявява голяма готовност да се идентифицира с персонаж, който предизвиква смях, на когото се смеят. В случая нюансите на смеха имат огромно значение. Зрителят би се идентифицирал с персонажа, ако той предизвиква топла, почти одобряваща усмивка – с любов към комичните му грешки или недостатъци, но ако смехът съдържа макар и минимално дискредитиране – зрителят няма да е склонен да си признае, че принадлежи към същата група. Хуморът е стилистичното оръжие, което помага на създателите на клипове да преодолеят недоверието и досадата на аудиторията, но това става по-лесно, ако комедийното се съдържа в ситуацията, не толкова в качествата на персонажа.

КОНФЛИКТ

Идентификацията на зрителя със зрелището е важен процес, започващ със съпричастие и съпреживяване и преминаващ в отъждествяване, който е мостът между зрителя и посланието на рекламния клип и необходимо

напред иска да разбере не къде става действието, а с кого става и какъв е проблемът му. Това е първичният интерес към бедите (В. Проп) на себеподобните, които са някакъв вид превъплъщение на нас самите. Преживявайки техните проблеми, ние обогатяваме собствения си опит, сякаш всеки път живеем някакъв паралелен живот, сякаш натрупваме уроци от допълнителни прераждания, а понякога дори може и да достигнем до просветлението на катарзиса (Аристотел).

Не съществува рекламен клип без конфликт.

Дори при неоповестователните клипове, където конфликт на пръв поглед сякаш липсва, той всъщност, е въведен като съпоставяне, сравнение, контраст и т.н. или пък липсва във вербалната част, но в изображението е представен като съпоставка, контрапункт и гр. При повестователния рекламен клип (и особено при граматическия) зърното на конфликта е заложено още в началната ситуация, от която израства и пред очите ни тласка действията на персонажите към неминуем финал, разкривайки тях и разгръщайки сюжета.

Конфликтът е ядрото на проблема в рекламния клип – стълкновение на противоречията, които предават идеята и които са заровени в апелите и аргументацията. Обикновено той се подава още в заглавието (или в първото изречение на основния рекламен текст, ако има такъв) и много по-ярко, макар и индиректно – в изображението. Невинаги това е пряка поляризирана конфронтация – той може да придобие формата на антагонизъм, на съпоставка, сравнение, противопоставяне, преплитане, съревнование или на стилистически контрасти и контрапункти на чисто иконично формално равнище – в композицията, средата, светлината, цветовото решение, музикалното решение, движение-

Основен източник на драматизма, конфликтът създава и захранва сюжета, той е „енергията“ и „пружината“ на действието.

Рекламният клип най-често започва със ситуация, съдържаща колизия (противоречие), която е някакво проявление на основния конфликт. Нейната задача е именно да прояви проблема и да даде подтик на сюжета. Следва завръзката – конфликтна ситуация, която задвижва действието.

Конфликтната ситуация винаги е нарушение на равновесието, „събитие, случка, противоречие на някоя от класификационните закономерности на текста или на нашето съзнание“ (Ю. Лотман).

Конфликтната ситуация може да бъде „организирана“ – когато работим в документална стилистика, а може да бъде откровена фикция, ако се изразяваме със средствата на игралното или анимационното кино.

Развитието на конфликта е движещата пружина на сюжета: зараждането на конфликта бележи завръзката, най-горещата му точка – кулминацията, разрешаването или снемането му води до развързката.

Природата и функциите на рекламния клип предопределят начина на разрешаването на конфликта – в клипа конфликтът е винаги разрешим! Това е определящ момент от художествената идея. Затова конфликтът обикновено се разрешава с качествено изменение на двете страни, с хармоничен синтез на страните или, по-рядко, с победа на една от тях. Разрешаването най-често е в хумористичен или приказно-романтичен стил. По-скоро изключение са рекламните клипове, заложили на пародията, на шока или на доказване на обратното, в които конфликтът завършва с взаимно-унищожение. Възможно е изнасянето на окончателното разрешаване на конфликта извън рамките на произведението, особено

в обществена или политическата реклама, при което клиповете най-често са с отворен финал.

Конфликтът се проявява на всички нива от художествения строеж на клипа – от отделния кадър до звукозрителния контрапункт, във физическото действие в една отделна монтажна фраза, и в цялостното сюжетно действие, във всяка монтажна връзка и в цялостното монтажно решение, в темпоритъма на клипа, който определя динамиката.

Конфликтът се проявява в своеобразието на различните художествени средства: композиция, диалог, детайли и т.н.

Конфликтът в повествователния клип (особено в драматическия) обикновено е нарастващ – развитието му е доста стремително поради краткостта на формата, докато неповествователният клип най-често се гради върху статичен конфликт.

Конфликтът в повечето клипове е външен (персонажите изразяват гледните точки на производителя/рекламодача и на недоверчивия потребител), но се среща и вътрешен (израз на раздвоението на двоумящия се потребител – желаещ продукта, но скептичен за качества му).

ФАБУЛА И СЮЖЕТ

Противоречивото тълкуване на понятията фабула и сюжет от различни автори налага да уточним термините. Фабула – това са всички случки в повествованието – както онези, които са показани, така и тези, които зрителят подразбира. Сюжет – това е всичко, което присъства във филма по визуалния и аудио-канал (както случките от фабулата, които са директно представени, така и извънфабулен, неегегетичен материал – музика, надписи, заставки). Според В. Туркин сюжетът е осмислената фабула.

От гледна точка на автора фабулата е сумата от всички

случки в повествованието. Авторът може да представи някои от тези случки директно, (т.е. да ги направи част от сюжета), може да намекне за случки, които не присъстват, и може просто да игнорира други случки. Авторът може да добави неегегетичен материал, (титри, ефекти и т.н.), т.е. да превърне фабулата в сюжет.

От гледна точка на зрителя – всичко, което имаме пред нас, е сюжетът – подредбата на материала във филма така, както е. Ние създаваме фабулата в нашите умове на базата на реплики, загатвания, намеци в сюжета и също така различаваме, когато сюжетът представя неегегетичен материал.

Наративният обхват на сюжета може да е по-близо до лириката, когато създателите представят проблема през субективния поглед на героя, като част от вътрешния му свят, до която се докосваме в сегашния момент; по-близо до епоса – когато се описва поредица от случки, (противоречия на героя със света) станали най-често преди момента на разказа; и по-близо до драмата, когато ставаме свидетели на противоречията на вътрешния свят на героя с обкръжаващата го среда.

Едно от определенията за сюжета е: драматически конфликт, разгърнат чрез системата на отношенията между персонажите, чрез характеристиката на обстановката, чрез диалога, загледовия глас, надписите, изобразителните детайли, музикалното оформление и другите художествени средства.

Конфликтната ситуация може да се разгърне „линейно“ (епизодите произтичат от действията на персонажите в причинно-следствена връзка) или „пространствено“ (епизодите са структурирани свободно, напред и назад във времето, водени от авторската мисъл).

Съществуват два основни начина за изграждане на сюжета.

Дедуктивният (от общото към частното) изисква „открито“ излагане на проблема. Представяме проблем и го „илюстрираме“ с герой, който го е решил чрез продукта, или самият продукт е „героят“, решил проблема.

Продуктът и идеята са водещи за драматургичното решение на такъв сюжет и структурата е своеобразна рамка за развитие на концепцията за продукта. Това е характерно за рекламните клипове, в които се споява разнороден материал в единен поток, подчинен на мисълта на автора.

Индуктивният (от частното към общото) предполага „скрито“ поставяне на проблема. Въвеждаме ситуация с герой, който има проблем и пред очите ни се бори да го разреши.

Конфликтът, който превръща продукта в „герой“, играе водеща роля при драматургичното структуриране на „скритото“ поставяне на проблема.

Авторът се „крие“, води разказа за герой или ситуация, без да издава идеята, която го известно време остава „скрита“ зад конкретностите, едва към финала на рекламния клип разбираме, че зад частния случай се крие общ проблем, който се решава с помощта на рекламирания продукт.

Поради това, че се развива и разпространява най-активно чрез телевизията, рекламният клип е възприел и усъвършенствал някои от специфичните характеристики на телевизионната драматургия. Според проф. Владимир Михайлов, изследовател на телевизионната медия, отличителен белег на телевизионната драматургия са камерността, краткостта и остро започващата интрига, които водят до изискването за по-голяма концентрация на действието, малко действащи лица, сюжетна линия без много разклонения. Те са продукувани от „трите кита“ на телевизионната специ-

райност и злободневност“.

В рекламния клип документалното усещане идва главно от „фигурата на коментатора, на събеседника“, който се обръща директно към зрителите и по този начин подчертава принадлежността на дадения клип към телевизията като средство за масова комуникация. А серийността, като „израз на преклонение пред фабулирането в повествованието, е заложена в природата на телевизията“ и у телевизионния зрител вече е формирано очакване, интерес към „героя с продължение“.

Затова той има особена слабост към „серийните“ клипове с продължение, в които на един или няколко герои, с които вече сме се запознали, се случват все нови и нови перипетии (както в клип-вете за „Вафла-трепач“).

Според В. Проп, анализирал детайлно универсалните приказни схеми, цялото съдържание на приказката може да бъде изложено чрез няколко кратки фрази, в които „всички сказуеми дават композицията на приказката, всички подлози, допълнения или други части на фразата определят сюжета. С други думи: същата композиция може да бъде в основата на различни сюжети. Дали змеят открива царкинята или дяволът – гъщерията на попа, от композиционна гледна точка е абсолютно безразлично“.

Сходството с образуване на сюжетите в рекламния клип е очевидно: родителите отиват на работа, децата изпоцапват всичко, идват гости / възрастните деца отиват на почивка, бабата изпоцапва с вилнеещите старци-приятели къщата, децата се връщат от почивка и т.н. Чрез замаяната на елементите един сюжет се превръща в друг. Дали приятел те залива със супа, или минаваща кола те окъпва целия, от композиционна гледна точка е абсолютно безразлично – все едно, ще имаш нужда от добър прах за пране.

говател на рекламната семиотика Х. Кафтанджиев убедително доказва, че и за печатната реклама тази формула на вълшебната приказка е най-подходящата.

Още по-органично и богато се осъществява тя в повествованието на рекламния клип.

КОМПОЗИЦИЯ

Композицията на рекламния клип поразително прилича на композицията на вълшебната приказка, анализирана от В. Проп. Проп открива последователност от седем функции, съставляващи експозицията, която води към завръзката на действието, но не присъства винаги. Някои приказки започват направо с първата основна функция, която е самото вредителство, застрашаващо героя, самата беда. „Изходното положение“ е свързано с липса, недостиг и героят е потикнат да намери средство за преодоляването ѝ. Това е завръзката.

Някои рекламни клипове също започват направо със завръзката, въпреки както и много „екшъни“ – съвременният зрител „няма нерви“ да издържи дълга експозиция. Това не означава, че можем да минем без информацията, която експозицията ни дава – просто тя се „впръсква“ по малко в следващите драматургични възли от действието и подготвеният за бързо визуално възприемие съвременен зрител я „попива“ и асимилира в движение.

За разгръщане на перипетиите има две възможности: жертвата да стане герой на разказа или героят да е различен от жертвата и да ѝ донесе помощ. Героят (жертва или помощник) среща дарител, чрез когото се сдобива със свръхестествена помощ – вълшебно средство. Намирането на тази свръхестествена помощ е основен белег на функцията на героя. Когато героят получава вълшебното средство, приказката достига кулминацията си.

ние, игра) с вредителя (бегата) и, разбира се, накрая винаги побеждава (както впрочем и в рекламния клип) и бегата или липсата се преодоляват.

При тази функция разказът достига своята развръзка.

В своя анализ на печатната реклама Х. Кафтанджиев използва удобна универсална сюжетна схема, отбелязвайки, че в рекламата героите и външното средство често са обединени – героите има външни качества и върши чудеса. Това е много характерно и за рекламния клип, особено за решения със средствата на анимационното кино рекламния клип (а може би точно това изискват средствата на анимацията?) Мистър Пропър върши чудеса, защото има „външни качества“.

РЕЧ

В рекламния клип се използват и двата основни типа реч, характерни за екранните изкуства: вътрешнокадрова и извънкадрова.

По-често обаче рекламният клип залага на извънкадровата реч. Причина за това вероятно е възможността тя да бъде подадена едновременно по двата канала (по аудио-канала като дикторски/закадров глас и по визуалния канал като надписи/титри) и така информацията да бъде повторена. Не трябва да се забравя и монополът на словесното, особено силен и активен в средството за масова комуникация, каквото е телевизията.

Така че повечето рекламни клипове открито различат на дикторския текст (глас) – функция на автора (поръчителя), който по този начин присъства директно в повествованието. В този тип клипове на преден план излизат изразните средства на документалното и научнопопулярно кино, обогатени с визуални ефекти. Това не разрушава повествованието, а го обогатява – предава чрез словото допълнителна информация

за предмета, обяснява, сравнява, акцентира. Разбира се, този похват на коментиране на изображението може силно да манипулира зрителя (както с основните смята Андре Базен).

Малко по-различна форма е въвеждането на закадров текст (глас), който не се асоциира с автора, а с разказвача – „невидимият герой“ в клипа. Разказвачът, вече повече или по-малко конкретизиран персонаж, не просто информира, а разказва – с чувство, интонация, паузи и други актьорски средства.

Понякога закадровият текст е монолог, но понякога дори се изпълнява от два гласа (мъжки и женски) – от това не следва, че той става истински диалог – операцията напомня по-скоро „монтаж“ при декламация в училище, когато едно стихотворение учителката разпределя между няколко ученици, за да не звучи монотонно за публиката. Но стихотворението не се променя, текстът си остава същият. Два гласа, четящи закадровия текст в един рекламен клип, все още не правят два различни персонажа, с две различни, конфликтни гледни точки. Най-често просто има амплификация, повторение, натрупване на едни и същи мисли, изговорени с различен тембър. Това също е начин да се въуши ценността на продукта – сякаш чуваме мнението на различни потребители, еднородни за качества му, но това не е истински диалог.

Понякога текстът е написан така, че двата гласа „персонифицират“ два персонажа, с две различни гледни точки. Тогава те влизат в диалог, макар и закадров – важно средство за развитие на конфликта, който създава напрежението в клипа. Най-често това са гледните точки на рекламодателя и на недоверчивия потребител.

Така написан, текстът дава не само възможност за индивидуализация на персонажите чрез стилистическите особености на

тяхната реч (загатващи социални и психологически характеристики) и чрез изразните средства на актьорското майсторство (интонация, паузи и т.н.), но и за словесно действие, което придава динамика на клипа и помага да се преглътне обилната информация.

В рекламния клип особен интерес представляват случаите, при които думите започват да се държат като изображения, нещо повече – като своеобразни персонажи, както например при „накървянето“ на буквите (буквите) в клипа на Wella, когато шрифтът „пресъздава“ косвено различни типове дами. Много често се използва и добре забравеният стар похват от периода на нямото кино – увеличаването на размера на буквите да служи като иконичен знак за увеличаване на силата на гласа и т.н. Така се установява известна еквивалентност между титрите (графичното слово) и извънкадровите форми на речта – например въвеждащи текстове, изписването на ключовите думи от текста на екрана и тяхното повторение или случаите, когато вътрешният монолог се възпроизвежда от титри непосредствено на екрана, както това се прави при субтитрите (напр. в последната серия клипове на М-тел). Понякога извънкадровата реч присъства единствено графично, а в аудиореда звучи само музика, която също е информационно и смислово натоварена. (Както в клипа „Страхотни бисквити, голяма музика...“)

МОНТАЖ

Монтажният принцип съществува във всички медии и особено в аудио-визуалните. За рекламния клип монтажът е от решаващо значение, тъй като чрез

него в изображението се концентрира много по-голямо количество информация за кратките сескунди, с които клипът разполага.

В рекламните клипове можем да открием всички форми на монтажа: кръстосан (редуване на фрагменти от две едновременно сюжетни нишки), паралелен (съединяване на фрагменти, свързани едновременно в мислите на авторите), интелектуален (изграждане на абстрактни понятия чрез наслаждаването на конкретни образи), вертикален (взаимоотношенията на изображението със звука) и т.н.

Според семиотика К. Разлогов „монтажът се опира на разнородността на елементите, като неизменно я преодолява“. К. Разлогов разграничава няколко нива на тази разнородност, които можем да отнесем и за монтажа на рекламния клип.

Различието по форма лежи в основата на киномонтажа като членение на епизода на планове. Въмъкнатият детайл, акцентираният фрагмент, едрите планове се отличават от съседните по мащаба и рамката на изображението и са особено важни не само за емоционалното въздействие, но и за акцентирание на ключовите аргументи в рекламния клип.

Различието по съдържание е

характерно за всички форми на монтажа в културата – последователността на сцените и епизодите в повествованието, „налагането“ на митологични персонажи върху съвременни образи, което често се използва в рекламния клип (своеобразен скрит монтаж в пределите на един обект на изображение), редуване на кадрите „преди“ и „след“ употребата на продукта.

Различието по материал, което в изкуствознанието е наречено с термина „колаж“, води началото си от авангардизма в началото на XX век. В повечето рекламни клипове можем да открием множество чисто колажни похвати – съчетанието на „живо“, рисувано и куклено изображение, на фотография и анимация, на документални и игрални секвенции, модерните компютърни ефекти и т.н.

Възможностите на монтажа в рекламния клип са обогатени и с изразните средства на телевизионната специфика – многокамерното снимане може да превърне един-единствен миг в истински фойерверк от множество гледни точки в различни ракурси.

С навлизането на дигиталния монтаж възможностите за сложни специфекти, като разпечатки, соларизация, корекция на цвета,

„изписване“ на титрите“, се осъществяват мигновено. Електронният „поликран“ предоставя особено богати възможности за монтаж в тази посока, създавайки реална едновременност или пък ярки метафори чрез обобщаващи съпоставки.

Проф. Божидар Манов, изследовател на изображението, подчертава, че видеоклипът със своята „напълно свободна от каноните на класическия киноезик изразност допуска и дори утвърди двойните експозиции на рязко различни по крупност планове именно като нова езикова възможност – своеобразно „парализиране“ (успоредяване, съвместяване) на „акцент“ и „фон“, на „реплика“ и „общ текст“, на „детайл“ и „топография“... възможност за изключително експресивно и съгласно поднасяне на многозначни, обобщени във времето смислови значения“.

Всички тези елементи монтират богатия динамичен „колаж“ на рекламния клип, „колаж“ не само изобразителен, а и смислов, „колаж“ от културни пластове.

Може би именно способността му да превърне прагматичното в артистична игра го прави най-масовата форма на постмодерното изкуство.

Списание на Съюза на филмовите дейци. Основано през 1946 г. под името „Кино и фото“, издание на държавна фондация „Българско дело“. От 1951 до 1955 г. – „Кино“, от 1955 до 1991 г. – „Киноизкуство“, от 1991 г. – „Кино“

ИЗДАВА СЕ ОТ СБФД

Редакционен съвет: проф. Александър Грозев, Александър Донев, доц. Божидар Манов, проф. Вера Найденова, проф. Венец Димитров, проф. Владислав Икономов, Людмила Дякова, доц. Калинка Стойновска (главен редактор), доц. Станислав Семерджиев

Дизайн: Кремена Филчева. **Печат:** частна печатница „Балид“

Адрес на редакцията: София 1504, бул. „Дондуков“ 67, тел. 946-10-66 За реклами: 946-10-66

Препечатването е допустимо само с разрешение на редакцията и автора.

Подписаните материали не съвпадат винаги с мнението на редакцията.

КИНО е гвумесечно списание. Цена на отделна книжка – 3,50 лв.

Редакцията приема заявки за абонамент и отделни книжки срещу преведени суми по пощата на адрес: София 1504, бул. „Дондуков“ 67, за главния редактор – Калинка Стойновска
ISSN – 0861 – 4393

CINEMA 4D

MODELING • ANIMATION • RENDERING



НЕМЕЧЕК ЕООД

ул. Индустриална 11

София 1202

тел.: 917 86 91

факс: 917 86 96

e-mail: epetrova@nemetschek.bg