



КИНОТЕАТРАЛЬНЫЙ ПОДИУМ

СТИЛЬНЫЙ ОБЛИК КИНОТЕАТРА СЛАДЫВАЕТСЯ ИЗ БОЛЬШОГО КОЛИЧЕСТВА СОСТАВЛЯЮЩИХ, НАЧИНАЯ С АРХИТЕКТУРНОГО РЕШЕНИЯ ФАСАДА И ОРИГИНАЛЬНОЙ ВЫВЕСКИ, ЗАКАНЧИВАЯ САМУЗЛАМИ И ОБИВКОЙ КРЕСЕЛ В ЗАЛАХ. УНИКАЛЬНАЯ ДИЗАЙН-КОНЦЕПЦИЯ ВЫДЕЛЯЕТ ЗАВЕДЕНИЕ ИЗ РЯДА АНАЛОГИЧНЫХ И СТАНОВИТСЯ ЕГО ВИЗИТНОЙ КАРТОЧКОЙ... ОБ ЭТОМ МЫ БЕСЕДОВАЛИ С ЛЮДМИЛОЙ БАРКАН, АРТ-ДИРЕКТОРОМ КОМПАНИИ KINOLAB |**Ольга Баженова**|

На какой стадии начинает разрабатываться облик внутренних помещений кинотеатра и есть ли специфика проектирования различных зон?

Интерьер, как и экстерьер, желательно продумать еще при создании концепции, то есть, говоря профессиональным языком, на предпроектной стадии. Будет это новое строительство или реконструкция – в данном случае не принципиально. Как показывает практика, на этапе принятия решения, строить или не строить, реконструировать или не реконструировать, большинство заказчиков опирается на имеющийся бюджет. Современные реалии таковы, что ниша развлечений насыщена и теперь как никогда важно не только количество построенных кинотеатров, но и то, какими они будут. Причем это касается как дизайнерского оформления фойе, вестибюлей или кафе,

так и самих залов, особенно если они несут многофункциональный характер. Фантазию при разработке дизайн-концепции можно проявлять абсолютно во всем, и ограничить тебя в этом могут только пожелания заказчика. Не стоит перегибать палку, делая стильной и креативной, к примеру, кинопроекторную. Но в принципе любое помещение, где будут находиться люди, можно и нужно проработать.

Есть ли возможность внутреннего перепроектирования старых кинозалов, кинотеатров?

Конечно, есть. И это лучшее, что можно сделать с такими объектами. Сейчас в Москве и регионах еще осталось много старых кинотеатров, которые закрыты или используются под другие нужды и цели именно по той причине, что они не отвечают современным



запросам потребителей отрасли, предлагая слишком малый набор услуг. Мы привыкли, что кинотеатр сегодня – это не только заведение кинопоказа, но и развлекательный центр, где можно разнообразно провести свободное время до и после сеанса. Более того, сейчас очень актуален семейный отдых, когда мама и папа идут в кино, боулинг или бильярд, а ребенок в это время находится под присмотром в детской игровой зоне. При реконструкции и переоснащении старых заведений, на мой взгляд, самое важное – отойти от советских стандартов однозальных кинотеатров. Как показывает опыт эксплуатации новых кинотеатров, современному посетителю комфортнее всего находиться в зале вместимостью до 100–120 человек. Количество еженедельно выходящих в кинопрокат новинок таково, что однозальникам сложнее всех выживать на рынке, формировать интересную, разностороннюю репертуарную сетку, чтобы привлечь публику. Оптимальное количество залов в кинотеатре колеблется от 3 до 6, в зависимости от его размеров и места расположения. При реконструкции старого кинотеатра, если не предполагается снос части несущих стен, не придется как минимум тратить на «коробку», контур здания. Правда, очень часто возникает другая проблема – конструктивные особенности. Старые стены зачастую необходимо укреплять или использовать другие конструкторские решения. Новые кинотеатры сейчас, как правило, не строятся отдельно, а входят в состав многофункциональных торговых центров. В этом случае

Дизайн-концепция кафе кинотеатра



Людмила Баркан, арт-директор компании KINOLAB

на строительство уходит больше денег, но и окупаемость предполагается быстрее.

Есть универсальные проектные и строительные компании, есть узко специализированные. Куда чаще обращаются?

За архитектурными и дизайнерскими решениями именно таких объектов лучше обращаться в специализированную, профильную компанию. И неважно, будет ли эта компания выступать одновременно как генпроектная и генподрядная или сможет предоставить только проектные работы. Безусловно, заказчику или инвестору удобнее работать с одной компанией и в итоге получить развлекательный центр (в нынешнее время это действительно центр, а не только кинотеатр), где нужно будет лишь перерезать красную ленточку, но... Вот здесь нужно внести маленькую, но существенную ремарку. Проектирование развлекательного центра – это не просто набор типовых чертежей, необходимых для строительства и ввода в эксплуатацию здания, но и целый комплекс правильных архитектурно-технологических решений. А также специальные знания, например, о том, где и как лучше «запутать» посетителей, чтобы они забыли, зачем изначально пришли, и по дороге к кинозалам заглянули в другие развлекательные и не только инсталляции, оставляя за собой «нить Ариадны» из денежных знаков. Рынок разработки и строительства развлекательных центров существует давно, поэтому конкуренция есть, но достаточно небольшая. А здоровая конкуренция еще никогда никому не мешала. Заказчики выбирают подрядчиков по самым разным критериям. Ввиду узкой специализации области здесь достаточно сильно развито «сарафанное радио». Но иногда в нашу компанию обращаются клиенты, которые сами нас нашли, к примеру, через сайт в Интернете. Конечно же, цена влияет на выбор заказчика, но она отходит на второй план, когда он понимает, что, вложив на стадии проектирования чуть большую сумму, в результате он экономит на строительстве и эксплуатации, получая действительно грамотно разработанный и коммерчески успешный проект.



Препроектное предложение по дизайну фасадов кинотеатра «Ереван», г. Москва

Существует ли такое понятие, как «стильный кинотеатр», то есть заведение кинопоказа со своим уникальным «лицом»? Если да, то с чего оно начинается?

Если театр начинается с вешалки, то кинотеатр начинается с фасада здания. Важна, конечно, и вывеска, но у сетевых кинотеатров она зачастую стандартная, да и не каждый зритель будет ее рассматривать. Именно внешний вид фасада рождает в головах посетителей определенный образ внутреннего убранства кинотеатра. И здесь есть два варианта: либо подтвердить ожидания зрителей, либо опровергнуть их. Конечно, если здание снаружи выполнено в «сталинском» или классическом стиле, ультрасовременное решение интерьера может вызвать недоумение. А индивидуальное «лицо» кинотеатра, наоборот, запомнится и понравится. Не зря говорят, что встречают по одежке, это утверждение справедливо и для общественных зданий. Большинство из нас уже привыкло к комфорту и удобствам, и когда мы намереваемся отдохнуть (а поход в кино – это именно отдых), мы хотим, чтобы ничто вокруг не раздражало и не отвлекало. А интерьер, когда он плохо продуман или не

оправдывает ожиданий посетителей, и может стать именно раздражающим фактором.

Какие специалисты вашей компании участвуют в создании дизайн-проекта кинотеатра? Какие стадии он проходит и какие зоны кинотеатра затрагивает?

Дизайн-проект в первую очередь должен затрагивать те места, где будут находиться посетители. Это фойе, игровые зоны, открытые или закрытые бары и кафе и, конечно же, сами кинозалы. На втором месте после фойе находятся санузлы. Но при разработке дизайн-проекта о них очень часто забывают, решая этот вопрос в самую последнюю очередь. Если заказчика интересует только внешний вид общественных зон, то это работа архитектора-дизайнера. Если речь идет о специфических помещениях, таких как кинозалы, конференц-залы, танцполы, то тут уже необходима работа команды – технолога, инженера-проектировщика и дизайнера. Ведь при создании дизайн-концепции мы стараемся максимально приблизить наши эскизы к тому реальному помещению, куда в результате придут посетители. Нельзя забывать и про оборудование. Иногда его необ-



ходимо скрыть с помощью каких-либо приемов, а иногда, наоборот, обыграть, чтобы оно стало элементом интерьера. Также нельзя забывать про акустику помещений. Часто именно она выдвигает свои требования к выбору отделочных материалов.

Дизайн-проектирование, в принципе, как и любое другое, имеет свои стадии, вначале разрабатывается эскизный проект или дизайн-концепция, после утверждения которой происходит проектирование рабочей документации. Каждая стадия по-своему важна. Концепция дает заказчику возможность получить наилучшее представление о том, каким будет его развлекательный центр, а также уже на этом этапе просчитать затраты. Рабочая документация – это пакет расчетов и строительных чертежей, необходимый строительной организации для фактического воплощения всех идей дизайнера. В зависимости от сложности работ и объема помещений на реализацию проекта требуется разное время. Иногда только утверждение концепции может занять несколько месяцев, так как заказчик не всегда приходит с четко сформулированными пожеланиями, иногда он сам не знает, чего хочет. В этом случае дизайнеру необходимо в первую очередь выяснить, каковы пожелания клиента и как они увяжутся с потребностями будущих посетителей кинотеатра. Такая работа в любом случае связана с компромиссами. Но не между пожеланиями заказчика и нашими возможностями, а между пожеланиями заказчика и его же финансовыми возможностями. И в этом смысле, мы видим нашу зада-

Строительство детского развлекательного центра с кинотеатром «Парус», г.Омск

чу в совмещении минимума будущих затрат с максимальной эффективностью архитектурных и дизайнерских решений.

Чем функционально ограничен дизайнер кинотеатра?

Практически ничем. Любая работа, связанная со строительством, всегда ограничивается только бюджетом и здравым смыслом. Хотя существуют свои особенности при разработке стилистических, цветовых и функциональных решений определенных зон. Например, отделочные материалы для коридоров и вестибюлей должны отвечать требованиям максимальной проходимости, особенно это касается напольных покрытий. При разработке зон для детей нужно учитывать вероятность травматичности, а также экологичность и гигиеничность отделочных материалов. Для зон общественного питания особую роль играет цвет – его влияние на душевный и психологический комфорт даже подтверждено врачами. Именно поэтому дизайнеры в цветовых решениях кафе, баров и ресторанов так часто используют персиковые и оранжевые тона – они повышают аппетит. Главное, конечно, не ошибиться и не перегнуть палку, иначе, придя в кафе, чтобы поесть, посетитель излишне расслабится. Для фойе перед кинозалами предпочтительнее использовать приглушенные цвета, которые настраивают на просмотр фильма. При разработке дизайна кинозалов, как уже было сказано, большую роль играют акустиче-

ские свойства материалов и параметры их светоотражения, иначе шикарный интерьер окажется бессмысленным, если звук начнет «гулять» в неположенных местах, а засветка стен снизит контрастность изображения. Но это все, конечно, стандартные решения и особенности, которые задают направление, но не являются основными. Если не проявлять фантазию, «лицо» кинотеатра тоже будет типовым, а ведь мы говорим про индивидуальный подход. К примеру, по задумке дизайнера, все зоны кинотеатра могут быть выполнены как в одном стиле, дабы сохранить у посетителя на протяжении всего пребывания в кинотеатре одинаковый настрой, так и в диаметрально противоположных, что способствует перемене настроений и максимально запоминается. Ведь есть определенный изыск в том, что, выходя из кафе, выполненном, допустим, в греческом стиле, посетители попадают в «джунгли» фойе. Это трудно забыть или не заметить, и в такое место захочется прийти еще раз.

В кинотеатре есть множество функциональных деталей, которые могут стать частью дизайнерской концепции. К примеру, кресла в кинозалах...

Кресла – это один из основных элементов дизайна кинозала. Они являются доминирующим цветовым пятном, не зря ведь сейчас кинозалы часто носят названия цветов: синий, красный, зеленый... Также с помощью цвета можно разделить VIP и обычную зону в зале. Все остальное – форма сотрудников, вывеска заведения, оформление кассовых и барных стоек — как правило, является отличительными признаками той или иной сети кинотеатров. Когда за дизайнерскими услугами обращается киносеть, то в основе проекта должен быть утвержденный и используемый ею бренд со своим набором цветов и элементов, которые так или иначе применяются в дизайне интерьера. Поэтому



Дизайн-концепция консешн-зоны кинотеатра

разные кинотеатры одной сети роднит общий цвет и логотип. Но не более того. На деле не всегда есть возможность выполнить оформление кинотеатров в едином стиле, особенно если они расположены на месте старых кинотеатров. Поэтому мне кажется нецелесообразным абсолютно единое стилистическое решение, вполне достаточно пары-тройки запоминающихся «фишек». Если же речь идет об отдельном, не сетевом кинотеатре, то здесь более уместен не бренд, а логотип заведения, который впоследствии будет на визитках, билетах, бейджах обслуживающего персонала, но едва ли станет основополагающим элементом стилистического решения помещений.

Потребитель сегодня весьма избалован избытком кинотеатров. Зачастую решающим критерием при выборе заведения становится близость к дому. И только если кинотеатры разных сетей находятся рядом, выбирают тот, где больше залов, шире репертуарная сетка, качественнее экран и звук, где комфортнее находиться, где можно посидеть в кафе и прочее. Но это уже тема для совсем другого разговора.

Автор выражает благодарность генеральному директору компании KINOLAB Александру Светозарову за помощь при подготовке материала.

KINOLAB KINOLAB – российская проектно-инсталляционная инженеринговая компания. Разрабатывает технологические, архитектурные и акустические рабочие проекты, бизнес-концепции, дизайн-проекты интерьеров развлекательных центров, кинотеатров, концертных и конференц-залов, театров, клубов, дискотек с целью создания их новой потребительской ценности на высоком, очень высоком и исключительном уровне.
www.kinolab.ru