

# «КИНОРЕПОРТЕР». ПЛАН-ПЕРЕХВАТ



Российская редакция The Hollywood Reporter отказалась от американской лицензии и объявила о запуске нового журнала — «Кинорепортер». Его презентация состоится в рамках VII Международного культурного форума в Санкт-Петербурге. Главный редактор Мария Лемешева рассказывает о «Репортере» до и после.

**Почему вы решили отказаться от американской лицензии?**

— Мы выросли в первую очередь в профессиональном плане. Окрепли и поняли, что готовы двигаться дальше, расширяя границы нашего присутствия, нашей интеграции в профессиональное сообщество, в частности, за счет партнерских проектов с крупными международными специализированными событиями. Наше желание и готовность двигаться вперед стали мотиватором для выбора полностью самостоятельного пути.

Мы накопили достаточную экспертизу за семь лет работы над российской версией The Hollywood Reporter, заняли свою нишу в профессиональном сообществе, инициировали и воплотили в жизнь, например, такие значимые для сферы кино премии, как «Событие года» и «Аванс». Мы стали полноправным игроком отечественной киноиндустрии и ее неотъемлемой частью, что само по себе возлагает на журнал совершенно другие задачи и уровень ответственности перед национальным киносообществом. Мы поняли, что пришло время сосредоточиться на внутренней киноповестке, придать ей новое звучание, сделать все от нас зависящее для приобщения к отечественному киноискусству не только российских, но и зарубежных зрителей.

Реализация подобной стратегии была возможна лишь при условии выхода за рамки лицензии. Условия нашей франшизы были лояльными, не налагали на редакцию чрезмерных ограничений и до определенного момента не оказывали никакого воздействия на развитие журнала. Со временем ситуация изменилась, и нами было принято решение идти дальше самостоятельно, создав на базе редакции российской версии The Hollywood Reporter свой собственный журнал и бренд «Кинорепортер».

**— На сколько изначально бралась лицензия и продолжатся ли какие-либо отношения с головным офисом The Hollywood Reporter?**

— Изначально мы заключили договор на пять лет. Но далее мы предпочитали двигаться аккуратно, не обременяя себя долгосрочными обязательствами, словно чувствуя неизбежность того, что нам придется расстаться. Нам удалось выстроить доброжелательные партнерские отношения с американским офисом.

Зарубежные коллеги отнеслись с пониманием к нашему решению продолжить дальнейшее движение под независимым самостоятельным брендом. Мы договорились, что продолжим сотрудничество, но в новом формате. В частности, мы станем друг для друга взаимно интересными поставщиками контента.

У нас уже был опыт сотрудничества в The Hollywood Reporter в данном ключе. Российские кинематографисты все чаще стали интегрироваться в международную киноповестку. Зарубежные коллеги заинтересованы в получении эксклюзивной информации и интервью из первых рук. А поскольку у нас за годы работы сложились теплые, дружеские и доверительные отношения с российским киносообществом, мы всегда имеем уникальную возможность пообщаться первыми с нашими кинотворцами и получить максимально интересную и достоверную информацию. Наши зарубежные коллеги это понимают и очень ценят.

**— Почему «Кинорепортер»?**

— Нам, с одной стороны, хотелось отдать дань тому бренду, под крылом которого мы профессионально формировались и, как итог, выросли в самостоятельную редакцию. А с другой стороны, мы хотели в названии отразить суть нашей работы. «Кинорепортер» очень органично вобрал в себя наши задумки, оставаясь при этом ярким, самодостаточным названием. Для себя мы раскрываем понятие кинорепортера как профессионала, человека, создающего уникальные, многогранные материалы, отражая в них объективную реальность, документально рассказывая о событиях непосредственно с места их действия.

За все годы нашей работы мы доказали киносообществу наше понимание профессии, высокое чувство ответственности за публикуемую нами информацию. Деятели кино нам доверяют и охотно знакомят редакцию с самыми сокровенными этапами творческого процесса. Благодаря этому мы зачастую можем поделиться с читателями эксклюзивной информацией — зарождающимися идеями новых проектов, первыми читками сценариев,



ПРЕДОСТАВЛЕНО ПРЕСС-СЛУЖБОЙ «КИНОРЕПОРТЕРА»

результатами кастингов, съемочным процессом. Фактически наша редакция стала для российских кинематографистов воплощением их доверенных лиц.

Интерес журнала не ограничится только кинематографом России и стран евразийского пространства. Как и ранее, продолжится работа с зарубежными киносообществом. У нас уже есть договоренности о сотрудничестве с крупнейшими зарубежными изданиями — например, Variety и Rolling Stone. Теперь у наших читателей будет возможность знакомиться с мнением лучших мировых кинокритиков. И конечно, на обложках обновленного журнала появятся мэтры российского кино. Будем учитывать и тренды нынешнего «глянца» с его молодыми героями.

**— Как журнал будет зарабатывать?**

— За семь лет редакции удалось сформировать большую партнерскую базу. Практически со всеми нашими рекламодателями у нас были долгосрочные отношения. И их сфера интересов не ограничивалась исключительно печатной или электронной версией журнала. Вместе с якорными рекламодателями мы реализовывали и все наши ключевые проекты, такие как премии, выставки, творческие вечера, Дни кино и т. д.

Наших постоянных рекламодателей не смущает то, что родился новый бренд «Кинорепортер». Напротив, им кажется привлекательным и во многом перспективным сотрудничество с нашим журналом.

Тот высокий уровень доверия, который нам уже сейчас в рамках перезапуска выразили наши рекламодатели, зиждется на опыте плодотворной и многолетней работы, высоком уровне профессионализма нашей команды. При этом, наши партнеры прекрасно понимают, что самостоятельный бренд может не оглядываться на лицензиара и действовать полностью автономно. Журнал будет работать и с новыми территориальными рынками, под новым брендом, учреждать новые инициативы и проекты в рамках ведущих международных событий. Все это открывает дополнительные горизонты и для наших партнеров.

Если говорить об экономике нового проекта, то, поскольку концепция журнала расширится за счет новых сфер искусства и контента, мы сможем увеличить читательскую аудиторию и привлечь новых рекламодателей. Уверена, что наши digital-проекты также будут интересны читателям и партнерам. ●

ТЕКСТ

Елизавета  
Макарова

ФОТО

предоставлено  
пресс-службой  
«Кинорепортера»