

СТЕРЕОКИНО, КАК СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ КИНОИНДУСТРИИ РОССИИ

«Сомневаться в том, что за стереокино - завтрашний день, это так же наивно, как сомневаться в том, будет ли завтрашний день вообще!»

С. М. Эйзенштейн «О стереокино» 1947г.

Кинематограф, как никакое другое искусство, несет в себе существенную экономическую составляющую - индустрию кинопроизводства и кинопоказа. Развитие отечественного киноискусства невозможно без развития отечественной киноиндустрии. Поэтому сегодня важно ответить на вопрос, почему затормозилось развитие отечественной киноиндустрии, которое столь успешно набирало темпы, как в строительстве кинотеатральной сети, так и в строительстве новых кинофабрик? Какой природы кризис в этом случае повинен, мировой финансовый, или сугубо культурологический, связанный с некими трансформациями в общественном досуге? Носит ли кризис временный характер, после окончания, которого вновь заработает экономика кино, или необходимо уже сейчас выработать новую стратегию развития?

Пять лет назад, задолго до финансового кризиса Голливуд забил тревогу. Доходы в киноиндустрии упали на 20%. Основную причину данного кризисного явления зарубежные продюсеры увидели в появлении новой формы досуга – home video, где в домашних условиях зритель получает качество просмотра фильма аналогичное кинотеатральному показу. Люди стали обзаводиться «домашними кинотеатрами». Кинопросмотр, как акт коллективного творчества в кинозале, становится формой архаичной и перемещается в зону семейного очага.

Сегодня наши продюсеры бьют тревогу: рентабельность отечественного производства фильмов напрямую зависит от количества экранов по стране. Приводят цифры порушенной советской киносети и требуют государственного участия в строительстве национальной киносети. Но будет ли решена задача воспроизводства отечественных фильмов, если будет увеличено количество театральных экранов? А если и так, то есть ли это задача государства?

Функция государства - обеспечить гражданам доступ к информации и культурным ценностям, и отечественному кинематографу, в частности. Сегодня государству не обязательно решать задачу охвата населения необъятной страны увеличением количества кинозалов. Более того, такая задача уже решена. В век современных коммуникативных технологий, телевидения в первую очередь, можно с уверенностью утверждать, что все отечественные фильмы, становящиеся событием года, смотрит все население страны. При нашем национальном телевидении, которое является самым «кинематографическим салоном» в мире, которое само и продюсирует национальные фильмы, увеличивать сеть киноэкранов, все равно, что таскать воду в решете, или лить воду на мельницу проката зарубежной продукции. Другая коммуникационная форма доставки отечественного кинопродукта – это ставшие практически одномоментными с выходом фильмов на экраны их релизы на DVD. Третья и более убийственная для коммерческого проката форма доставки – Интернет.

Поэтому, в тех населенных пунктах, куда кинотеатральный показ еще «не доехал», там где, как говорят наши дистрибьюторы, необходимо еще возрождать у населения традицию ходить в кино, основным форматом просмотра все равно останется домашнее кино, а не театральный кинопоказ. Бизнес сообщество может продолжать развивать инфраструктуру публичного кинопоказа, строить новые кинотеатры, но оказывать государственное финансирование такому проекту бесперспективно, если.... Если не изменить формат изображения в кинопоказе.

Отечественный кинобизнес заявляет, что необходима государственная поддержка в финансировании, потому что строительство нового кинотеатра в регионах окупается лишь в течение 10 лет. При современных темпах развития медиа технологий срок очень большой. Какому формату должны соответствовать вновь строящиеся кинозалы, чтобы технически и морально не устареть в течение этих 10 лет?

В марте 2003 года на конференции «Show West» в Лас-Вегасе, традиционно воспринимаемой как съезд кинематографистов Голливуда, «великолепная пятерка» (так их впоследствии окрестили): Джордж Лукас, Джеймс Камерон, Роберт Земекис, Роберт Родригес и Питер Джексон патетично заявили, что уходят из кино... в 3D (читай по нашему – стереокино). Одним из их тезисов было: «С каждым днём совершенствуются системы домашних кинотеатров, так зачем людям ходить в кинотеатры? 3D – один из способов заставить людей толпами посещать кинозалы?». Они не разворачивали киноведческих дискуссий о значении трехмерного изображения в художественном развитии кинематографа. Как люди,

работающие на кассу, знающие экономику киноиндустрии изнутри, они предлагали задуматься о новой модели кинобизнеса, о переходе на новый формат кинотеатрального показа.

Никогда еще в мировом кинематографе не были задействованы столь мощные ресурсы технического развития для создания и внедрения трехмерного изображения в кинематограф. Это есть не простое замещение киноплёнки цифровым носителем, а именно изменение природы изображения. За последние пять лет движение было столь стремительным, что не заметили, как процесс этот перешел рубикон поставленной стратегической задачи – увести людей от домашних экранов. Как грибы стали рождаться технические средства отображения трехмерного изображения в домашних условиях. Но процесс этот будет гораздо более длительным и потребует колоссального перевооружения парка видеоприемников у населения, как это было в эпоху цветного телевидения. Поэтому внедрение нового стерео формата в кинотеатральную сеть дает нам шанс на опережение по зрелищности публичного показа над домашним видео.

Мы застыли на временной точке 70-х годов, когда большинство из отечественных кинематографистов относилось к стереокино, как к аттракциону, как к некоей боковой ветви развития кинематографа. Сегодня мы являемся современниками эпохи видоизменения формата киноизображения, которое вслед за звуковым и цветным становится трехмерным. Формат кинематографа – это нечто всеобъемлющее понятие, нежели техническая категория изображения. Это скорее модель кинобизнеса, которой всегда требуется периодическое обновление, чтобы выигрывать в состязательности с другими формами досуга.

Если одна из ведущих анимационных студий “Dream Works” заявляет, что с 2009 года она прекращает производство фильмов в старом, плоскостном формате, и будет производить анимацию только в формате 3D, то это означает уже грядущую экспансию нового формата. Более 350 экранов цифровых залов по странам СНГ заблокировано для отечественного кинематографа, потому что не создаются фильмы, отвечающие формату этих экранов. То есть, наше кинопроизводство начинает не соответствовать новому нарождающемуся формату в кинематографе. Поэтому, вслед за вопросом развития театральной сети насущной задачей в стратегии развития отечественной киноиндустрии становится создание технической базы кинопроизводства фильмов нового формата.

Рынок стереофильмов еще очень далек от насыщения и отечественная продукция непременно будет востребована не только в национальных границах, особенно это касается стереофильмов для семейного просмотра. Зоной охвата стереофильмов будет не только сегмент театрального показа. Стремительными темпами развиваются средства трехмерного отображения для индивидуального или семейного просмотра. Мобильные телефоны, ноутбуки, телевизоры, мониторы – эта уже реальность на российском рынке электроники.

Как ни звучит парадоксально, но у российских кинематографистов появился шанс в состязательности с зарубежными коллегами. Практически равны стартовые творческие возможности – все находится в начале пути, никто еще «не съел собаку» в этом деле. Кто создаст нового «Броненосца...» или «Нетерпимость»? Более того, есть и кое-какое преимущество в техническом аспекте вопроса производства стереофильмов. Есть отечественная наука, наработанные технологии, есть школа. В СССР умели делать самолеты, танки и стереокино!

В последние пять лет в ОАО «НИКФИ» при конструкторско-техническом содействии Опытного производства НИКФИ и МКБК были разработаны цифровые технологии для производства стереофильмов. Так для кукольной анимации разработана технология стереосъемки одним цифровым фотоаппаратом и был создан совместно с эстонскими аниматорами стереофильм «Чучело», который демонстрировался на международных конференциях в Ванкувере и в Лондоне на экранах высотой 24 метра. В производстве по данной технологии находится отечественный полнометражный фильм «Синяя Борода» студии UMP. Создан легкий мобильный журналистский комплекс для стереосъемки в формате HDV для видовых, документальных и спортивных фильмов. Он использовался ГИВЦ (Главный Информационный Вычислительный Центр) для многокамерной стереосъемки международного фестиваля военных оркестров «Спасская башня» на Красной площади в сентябре этого года. Разработана технология конвертации отечественной классики стереокино в цифровой формат, результатом которой явилось восстановление стереофильма «Робинзон Крузо» 1947 года производства. Под впечатлением просмотра именно этого фильма С.М. Эйзенштейн написал знаменитую статью «О стереокино», строки из которой приведены эпиграфом данной статьи.

Но все это лишь технологии, а требуется значительное финансирование на тиражирование отечественной аппаратуры и оптики для современного кинопроизводства. Нет сегодня на зарубежном рынке стереосъемочной аппаратуры, отвечающей современным требованиям кинопроизводства, даже все анонсированные зарубежными фирмами в обозримом будущем проекты не имеют тех качественных решений, что предлагается отечественной школой стереокино. Это подтвердило международное тестирование, которое прошло в июле этого года в Испании, на съемках

стереофильма «Бег с быками» английской кинокомпанией "San Fermin Films", где была задействована съемочная аппаратура отечественной системы «Стерео-70». Но вся эта аппаратура последний раз проходила коренную модернизацию в 1996 году.

Другой немаловажной проблемой в организации производства фильмов в новом формате – это организация школы по подготовке и переподготовке творческих и технических кадров. Нет такого количества специалистов, чтобы в каждую съемочную группу командировать консультанта по стереосъемкам. Да и зарубежная практика использования супервайзеров по 3D не приживется в нашем производстве. У нас оператор на площадке был и есть всегда самодостаточной фигурой. С приходом цвета в кино ему не давался в нагрузку колорист, поэтому надо готовить оператора к самостоятельной работе в стереосъемках, а еще лучше, уже со студенческой скамьи. Но организация школы возможна только при условии востребования кинопроизводством таких специалистов, при условии ритмичного и стабильного производства отечественных фильмов в новом формате.

С развитием стереокино у государства появляются новые рычаги по формированию отечественного репертуара. В новом формате эффективно решается вопрос производства фильмов для детей и семейного просмотра, фильмы на национально-патриотическую тему будут иметь более зрелищную форму восприятия. Отечественная анимация, даже в своей короткометражной форме, будет востребована на рынке персональных устройств отображения. Неигровое, образовательное, документально кино получит новый зрелищный импульс, как это наблюдалось в сети кинотеатров IMAX. Новый формат не замыкается на каком-то отдельном сегменте рынка сбыта. Продукт, созданный в формате трехмерного изображения, будет востребован во всех формах визуального досуга. Можно рассматривать вопрос не только о расширении театральной сети дорогих цифровых залов, но и о возрождении легальной сети видеосалонов с широкоформатными дисплеями трехмерного отображения в городских поселках и сельской местности.

Необходима реальная программа по развитию стереокино и ее целевое финансирование со стороны государства. Но не только в аспекте расширения театральной сети цифрового кинопоказа, а в первую очередь насыщения этой сети отечественной кинопродукцией нового формата.

© 2009 Александр Мелкумов
Зав. Сектором цифрового стереокино ОАО «НИКФИ»