

Спилберг и Лукас предсказали крах современной киноиндустрии

Кино стоит на пороге новых катаклизмов - такой вывод можно сделать из прогнозов, высказанных на конференции в Калифорнии Стивеном Спилбергом и Джорджем Лукасом. Мастера предвидят, что в самые ближайшие годы киноиндустрия будет производить эксклюзивные зрелища лишь для тех, кто может их себе позволить. Этот прогноз оба мастера основывают на тенденциях последних лет.



Фото: FRANCOIS GUILLOT / AFP

В принципе кино на протяжении всей своей не столь уж длинной истории менялось непрерывно и кардинально. Искусство, напрямую связанное с техникой, постоянно сотрясало революциями и не раз становилось принципиально другим. В немом кино и кино, скажем, времен "Звездных войн" общим был фактически только носитель - киноплёнка, а также способ просмотра - в кинотеатральной проекции. Теперь уже и киноплёнка почти вышла из употребления, а визит в кинотеатр все чаще вытесняется домашним просмотром на телеэкране или даже на мониторе компьютера.

С появлением цифровых технологий возник новый тип кинозрелищ, все более приближающийся к компьютерной игре, а иногда уже вплотную с ней сомкнувшийся. Игровое кино все более оттесняется компьютерной анимацией. Этот процесс автоматически меняет публику в залах: люди старшего и среднего поколений в кино перестают ходить, залы забиты подростками, киноиндустрия все более ориентируется на их возможности, вкусы и запросы. Не за горами кинематограф, в котором зритель сможет сам управлять исходом, а, возможно, и ходом действия. Недавний эксперимент, продленный Александринским театром в Петербурге в союзе с сайтом "Российской газеты" в Москве - еще один, пусть пока неосознанный и даже незамеченный пример гипотетического будущего кино: зрители могли сами выбирать точку зрения и крупность плана, подключая одну из шести камер, ведущих съемку спектакля. Таким образом, зрителям были передоверены функции оператора, монтажера и даже в какой-то степени режиссера. Зритель из пассивного наблюдателя зрелища стал его активным создателем.

Меняется и сама киноиндустрия. Жесткий отбор кадров для нее, еще недавно осуществлявшийся институтом продюсеров на Западе и дирекциями киностудий в СССР, фактически перестал существовать: фильм может снять каждый, хоть мобильным телефоном, возникают первые фестивали таких фильмов в интернете, а сеть YouTube уже готова открыть собственное видеопроизводство, собрав самых одаренных любителей и

предоставив им нужные ресурсы. Понятно, что в этих условиях кинематографические профессии, которым годами обучали в киноинститутах, размываются, а конкуренция разных типов кино- и видеозрелищ возрастает. Если в середине XX века, чтобы увидеть фильм, люди шли в кинотеатр, то теперь они выбирают между просмотром фильма по телевидению, на видео, скачанном пиратским способом или по системе VOD (видео по запросу), а то и предпочитают блуждать по безбрежным океанам YouTube. Серьезным конкурентом кинематографу становится видеоигра.

И киноиндустрия скоро напорется на этот айсберг - предрекли на недавней конференции в университете Южной Калифорнии Джордж Лукас и Стивен Спилберг. В беседе участвовал президент службы интерактивных развлечений Майкрософта Дон Маттрик, и сам этот факт подтверждал прогнозы классиков развлекательного кино: кинозрелища на наших глазах слипаются с видеоигрой. Да и сам выбор места конференции был симптоматичен: этот университет, славящийся своей киношколой, только что открыл новое здание для Отделения интерактивных медиа.

Спилберг напомнил, что в сутках только 24 часа - этого, увы, не изменишь. А индустрии развлечений выбрасывают на рынок все больше соблазнов, и выбор для зрителя растет. Спилберг охарактеризовал рынок как переполненный, чтобы перекричать его "белый шум", кинематографу нужны все более активные средства: экстраординарный бюджет, невиданные спецэффекты, все более грубые средства воздействия на зрителя. Чтобы компенсировать снижение числа проданных билетов, кинотеатры увеличивают их цену. Цена резко возросла с появлением 3D, но и этот рынок - временный. Мы близки к моменту, когда весь прокат сведется к четырем-шести мегаблокбастерам, и это снова изменит весь кинопейзаж, уверен Спилберг.

Апокалиптический прогноз продолжил Джордж Лукас: вскоре кинотеатры в массе закроются, останутся дорогие шикарные кинозалы с hi-end-технологиями, куда вход обойдется в 100-150 долларов, а фильм-аттракцион будет демонстрироваться в течение года. К производству немногих мега-блокбастеров для таких залов и сведется кинобизнес, а все остальное будет выглядеть как изделия телевидения, причем не эфирного, а интернетного. И уж здесь зритель получит самую широкую возможность программировать свой досуг из зрелищ, часто куда более интересных, чем то, что можно увидеть в кинотеатре. Огромный рынок развлечений разобьется на узкие ниши, которыми каждый пользуется по своему разумению.

Впрочем, Спилберг чуть охладил пыл коллеги, напомнив, что и его "Инопланетянин" шел в кинотеатрах 16 месяцев непрерывно, но это не привело к коллапсу индустрии. Речь зашла о видеоиграх, и оба мастера утверждали, что хотя приход интерактивности меняет весь зрительский опыт, видеоигра никогда не заменит кинофильм. Кино - это сюжет и человеческий характер. Игры уже пытаются внедрить характер, но Шекспиром им не стать. И в них нет сюжета, как не может быть сюжета в футбольном матче. Конечно, игра имеет заранее придуманный сюжет, но его развитие зависит от игрока. Лукас уверен, что умение рассказать сюжет и захватить им публику связано с очень тонкими и сложными творческими процессами. Как только вы позволили публике заняться чем она хочет - сюжет исчезает, начинается просто игра.

Теоретики давно спорят о том, может ли видеоигра стать искусством. Спилберг считает, что ключевое отличие медиа интерактивных (игра) от повествовательных (фильм) - в способе сопереживания кинозрителя героям фильма или игрока - картонным фигуркам на мониторе. В игре сопереживать невозможно, считает автор "Инопланетянина". Он вспомнил видеоигру, где нужно спасать из горящего дома детей, - игрок не видит в детях человеческие существа, они для него лишь очки в счете. Эти фигурки можно смело подбросить в воздух, чтобы они потом ударились о землю. Это уже не сюжет искусства, а род спорта.

С коллегой не согласился Джордж Лукас. Он уверен, что категория сочувствия будет постепенно осваиваться и видеоиграми. Да, сейчас трудно сочувствовать фигурке условного врага, которого вы должны убить, разmozжив метким выстрелом голову. Но тот, кто разрушит эту традицию и введет в игру самую возможность сочувствовать, сотворит в игровой индустрии эффект, подобный появлению в кино фильма "Титаник". Лукас считает, что главный успех в видеоигре будет связан именно с персонажами, которым игрок будет сопереживать, - бессмысленное убийство персонажей сменится более сложными отношениями между ними и игроком. Благодаря возможности сочувствовать игровая индустрия завоюет женскую часть населения, уверен автор "Звездных войн".

Оба мастера закончили свой прогноз на оптимистичной ноте. "Сейчас в киноиндустрии тотальный хаос, - заявил Лукас. - Но из него произойдут удивительные вещи. И уже теперь для молодых людей открывается замечательная возможность войти в индустрию и сказать: "Привет, я собираюсь здесь работать и никто мне в этом не мешает". Просто потому, что все сторожа уже убиты.

 [Порекомендовать текст](#)

Поделиться в соцсетях:

Также читайте эксклюзивную информацию в соцсетях:

- [Телеграм](#)

- [ВКонтакте](#)

Связаться с редакцией Бабра:

newsbabr@gmail.com

Автор текста: **Валерий Кичин.**

НАПИСАТЬ ГЛАВРЕДУ:

Телеграм: [@babr24_link_bot](#)

Эл.почта: newsbabr@gmail.com

ЗАКАЗАТЬ РАССЛЕДОВАНИЕ:

эл.почта: bratska.net.net@gmail.com

КОНТАКТЫ

Бурятия и Монголия: Станислав Цырь

Телеграм: [@bur24_link_bot](#)

эл.почта: bur.babr@gmail.com

Иркутск: Анастасия Суворова

Телеграм: [@irk24_link_bot](#)

эл.почта: irkbabr24@gmail.com

Красноярск: Ирина Манская

Телеграм: [@kras24_link_bot](#)

эл.почта: krsyar.babr@gmail.com

Новосибирск: Алина Обская

Телеграм: [@nsk24_link_bot](#)

эл.почта: nsk.babr@gmail.com

Томск: Николай Ушайкин

Телеграм: [@tomsk24_link_bot](#)

эл.почта: tomsk.babr@gmail.com

Прислать свою новость

ЗАКАЗАТЬ РАЗМЕЩЕНИЕ:

Рекламная группа "Экватор"

Телеграм: [@babrobot_bot](#)

эл.почта: equatoria@gmail.com

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО:

эл.почта: babrmarket@gmail.com

Подробнее о размещении

[Отказ от ответственности](#)

[Правила перепечаток](#)

[Соглашение о франчайзинге](#)

[Что такое Бабр24](#)

[Вакансии](#)

[Статистика сайта](#)

[Архив](#)

[Календарь](#)

[Зеркала сайта](#)