

«Цифра» преследует артхаус ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ПОЛИЭКРАН

*статья Ксении Леонтьевой, к. э. н., ведущего аналитика Невафильм Research, для
журнала «Искусство кино», №6, 2010*

Вот уже четвертый год кинотеатры по всей стране открывают залы, оснащенные цифровой кинопроекцией, для того чтобы предложить своим зрителям все большее число трехмерных кинофильмов. И, конечно же, чтобы обеспечить себе доступ к премьерным копиям блокбастеров. Кинопрокатчики молчаливо поощряют распространение «цифры», не поддерживая кинотеатры материально (в России не действует система выплат за виртуальные копии — VPF), однако, охотно предоставляя цифровые копии на первой неделе проката самым удаленным и небольшим цифровым залам, а также неуклонно увеличивая общее число 3D-релизов.

Сами российские кинематографисты до сих пор весьма скептически относятся к трансформации киноотрасли в связи с приходом цифровых технологий кинопоказа и проката, если вообще знают об их существовании. Они словно и не подозревают о преимуществах новой кинопроекции, неоспоримых как для кинотеатров и зрителей, так и для дистрибьюторов и продюсеров.

А преимущества эти очевидны: индивидуальный выбор и расширение возможностей для каждого кинозрителя (сеансы фильмов из фильмофондов по зрительским заявкам, альтернативные кинопрограммы — концерты, спортивные трансляции, компьютерные игры на большом экране, фильмы с изменяющимся сценарием и т.п.; усиление эмоциональных впечатлений от просмотра фильмов (3D — стереокино); удешевление процессов тиражирования и доставки цифровых копий; повышение уровня защиты аудиовизуального произведения от несанкционированного копирования; обеспечение постоянного качества изображения и звука (отсутствие дефектов и царапин — как на пленке).

Цифровые кинотеатры

Первый коммерческий цифровой кинозал, соответствующий требованиям DCI (с разрешением проектора 2К), был оборудован в России в октябре 2006 года в кинотеатре «Заневский каскад» (сеть «Кронверк Синема») в Санкт-Петербурге. В июне 2010 года в стране насчитывалось уже более 500 цифровых залов, что составляет 23 процента всех современных киноэкранов. При этом цифровой кинопроекцией оснащены 44 процента кинотеатров: жители более 130 городов во всех федеральных округах имеют возможность смотреть фильмы в цифровом формате.

Наибольшее число цифровых экранов расположено на территории Московского мегаполиса (куда входят Москва и подмосковные города, вплотную прилегающие к МКАД) — здесь действуют уже более 100 залов в 66 кинотеатрах (более половины всех столичных киноплощадок). В Северной столице число цифровых залов меньше, чем в Москве, однако доля кинотеатров, имеющих возможность демонстрировать фильмы в цифровом формате, самая высокая по стране — 62 процента. Среди региональных рынков лидирует Приволжский федеральный округ — здесь расположены 16 процентов цифровых экранов страны. В то же время в Южном округе наиболее высокая в регионах доля цифровых кинотеатров (55 процентов), а в Дальневосточном — максимальная доля цифровых залов (34 процента).

**Современные кинотеатры России
(по данным на 01.06.2010)**



Данные: Невафильм Research

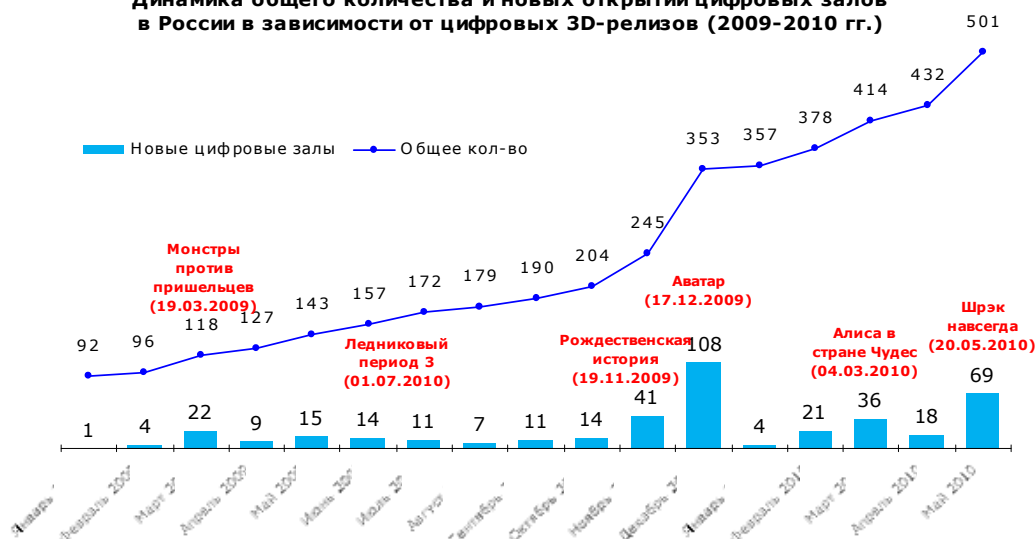
**Распределение цифровых кинотеатров по Федеральным округам России
(на 1 июня 2010 г.)**

Округа	Число цифровых кт	Число цифровых залов	Доля цифровых кт в регионе	Доля цифровых залов в регионе	Доля рынка по кол-ву цифровых залов
Московский регион	66	113	59%	24%	23%
Приволжский ФО	62	81	46%	21%	16%
Центральный ФО (без учета МР)	51	59	41%	21%	12%
Сибирский ФО	43	56	37%	21%	11%
Южный ФО	35	51	55%	29%	10%
Уральский ФО	29	43	32%	20%	9%
Санкт-Петербург	26	39	62%	20%	8%
Дальневосточный ФО	26	30	44%	34%	6%
Северо-Западный ФО (без учета СПб)	17	20	36%	26%	4%
Северо-Кавказский ФО	7	9	26%	20%	2%
Всего в России	362	501	44%	23%	100%

Источник: Невафильм Research

Главным двигателем цифровой революции в сфере кинопоказа в России сегодня является выпуск фильмов в формате Digital 3D. Анализ помесечной динамики числа новых цифровых экранов свидетельствует, что накануне крупных трехмерных релизов все большее число участников рынка кинопоказа стремятся получить выгоду от демонстрации таких фильмов. Трехмерные сеансы пользуются особой популярностью у зрителей, что дает возможность повышать цены на билеты. Естественно, что бум открытия цифровых кинозалов пришелся на декабрь 2009-го (в преддверии «Аватара» в стране за один месяц появилось сразу более сотни новых цифровых экранов), а также — уже в меньшем масштабе — на май 2010-го («Шрэк навсегда» способствовал появлению порядка 70 таких кинозалов). Причем некоторое замедление роста рынка в 2010 году связано с дефицитом цифровых кинопроекторов, а не с уменьшением числа желающих установить их в своих кинотеатрах.

Динамика общего количества и новых открытий цифровых залов в России в зависимости от цифровых 3D-релизов (2009-2010 гг.)



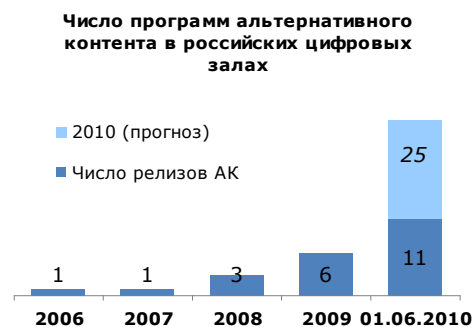
Источник: Невафильм Research

Лидером обновления остается сеть кинотеатров «Синема Парк», открывшая первый цифровой зал еще в декабре 2006 года и управляющая в настоящее время 48 подобными кинозалами. При этом «Синема Парк» стала первой и до 2009 года единственной компанией, принявшей системную программу перехода на цифровой кинопоказ в масштабах своей сети. Однако в марте прошлого года компания Rising Star Media начала аналогичный проект в сети KinoStar в Москве и Санкт-Петербурге. Поступательно к оснащению цифровой проекции всех своих кинотеатров двигались также киносети «Люксор», «Формула кино» и «Парадиз». Другие лидирующие на рынке современного кинопоказа операторы — «Каро Фильм», «Киномакс», «Кронверк Синема» — осуществляют пока менее системный переход к цифровой кинопроекции.

Цифровая кинодистрибуция

Еще в феврале 2003 года в московском кинотеатре «Формула кино — Атриум» при поддержке компаний «Невафильм», Dolby Labs, EVS и Kinoton — прошла презентация цифровых роликов, а с января по апрель 2004-го в столичном мультиплексе «Киносфера» были представлены цифровые версии фильмов студии Disney «В поисках Немо» и «Братец Медвежонок» — все показы проходили на оборудовании цифровой кинопроекции с разрешением 1.3К. Первая демонстрация полнометражного художественного фильма «Ночь в музее» студии 20th Century Fox на цифровых экранах состоялась лишь в декабре 2006 года. Цифровые залы поначалу вынуждены были искать альтернативное применение своим новым проекторам, и еще осенью 2006 года в петербургском «Заневском каскаде» был организован шоу-турнир по компьютерной игре Counter Strike с участием зрителей.

Таким образом, альтернативный контент для цифровых кинозалов появился раньше коммерческого кинопроката. Подобные услуги и сегодня являются доступными для российских зрителей. Альтернативное использование кинозалов стало активно развиваться в 2008 году, когда состоялись первые прямые трансляции футбольных матчей в цифровых кинозалах (во время чемпионата Европы по футболу). Эксперименты были проведены и в отношении фильмов-концертов: в 2008-м на экраны российских кинотеатров были выпущены три подобные картины — «Зеленый театр в Земфире», U2 в 3D и «The Rolling Stones. Да будет свет». Эти киноконцерты демонстрировались на большом экране на условиях традиционного репертуарного проката (2–3 недели), в результате чего «потерялись» в глазах зрителя среди прочих фильмов. Но уже в 2009 году прошли первые показы «кинособытий» — уникальных



Источник: Кинобизнес Сегодня, Невафильм Research

акций по трансляции альтернативного контента в цифровых кинозалах. Данное направление деятельности развивает дистрибьюторское подразделение компании «Невафильм» — «Невафильм Emotion». Компания организовала участие 35 городов страны во всемирном дне Iron Maiden 21 апреля, в рамках которого был показан документальный фильм Flight 666. Затем последовали «Трибьют-концерт Лучано Паваротти: Изумительный вечер в Петре» и всероссийская «КИНОакция памяти Виктора Цоя «Последний герой. 20 лет спустя». А с осени 2009-го «Невафильм Emotion» начала регулярные показы оперных представлений театра La Scala, не забывая также о концертах, документальных фильмах и киноакциях. До конца 2010 года общее число программ альтернативного контента для цифровых залов в России достигнет 25 релизов.

Трехмерные фильмы, оказывающие серьезное влияние на рост числа цифровых кинозалов в стране, также расширяют свое присутствие в российском прокате. Первым цифровым 3D-релизом стала картина «Беовульф» в конце 2007 года; в 2008-м таких фильмов было уже восемь, в 2009-м — пятнадцать, а до конца текущего года число трехмерных премьер на российских цифровых экранах может достигнуть 35! Таким образом, 3D-фильмы имеют все шансы для того, чтобы полностью в течение года заполнить репертуар кинотеатров, имеющих цифровые залы. При этом сегодня уже часто недостаточно иметь один цифровой экран, чтобы демонстрировать все выходящие в

прокат трехмерные картины. Такая ситуация негативно сказывается на возможности независимых дистрибьюторов выпускать свои фильмы в «цифре».

Между тем первые цифровые «двухмерные» фильмы появились на российском рынке в 2007 году и с тех пор число цифровых релизов неуклонно растет, составляя, по данным на середину 2010 года, уже почти 40 процентов всех выходящих на экраны страны картин.



Источник: Кинобизнес Сегодня, Невафильм Research

Любопытно при этом, что доля российских лент среди цифровых релизов постоянно снижается: если в 2007 году отечественные продюсеры выпустили в цифровом формате 5 фильмов (что составило 23 процента цифровых релизов года), то в 2008-м их было 13 (21 процент), в 2009-м — 19 (20 процентов), а с начала 2010-го — лишь 9 (14 процентов).

Такая отрицательная динамика объясняется особенностями российской системы кинопроката, а именно доминированием на экранах кинотеатров блокбастеров от компаний-мейджоров. В сфере цифрового кинопоказа этому содействует также и то обстоятельство, что 99 процентов цифровых экранов страны оснащено системами 3D-показа, что влечет за собой преимущество демонстрации в таких залах трехмерного контента. Кроме того, дистрибьюторы-мейджоры, стремящиеся сэкономить на печати копий, в случае выпуска долгожданных блокбастеров, как правило, настаивают на показе своих фильмов исключительно в «цифре» и не предоставляют 35-мм копии в кинотеатры, имеющие цифровые залы. В результате фильмы независимых дистрибьюторов и отечественных продюсеров не имеют возможности «пробиться» в цифровой прокат России. Так, в 2009 году все фильмы, выпущенные тиражом свыше 600 экранов, вышли и в цифровом формате, тогда как релизы среднего и небольшого

тиража (1—299 экранов) представлены в «цифре» очень плохо — лишь 17 процентов картин.

Увеличение доли цифровых релизов других стран-производителей в 2010 году связано также с ростом количества альтернативных программ. К примеру, за первое полугодие 2010-го на экраны вышло уже 11 оперных представлений от «Невафильм Emotion». Все они европейского производства. Таким проектам легче найти свое место в афише цифровых кинозалов, поскольку они демонстрируются лишь на одном уникальном сеансе, а не ставятся в еженедельную сетку подобно традиционным репертуарным фильмам.

Уже очевидно, что рынок цифрового кинопроката становится все менее дружелюбен по отношению к отечественным кинокартинам. Дистрибьюторы, еще два года назад заявлявшие о намерении выпускать все свои фильмы «в цифре» (например, компания «Наше кино»), столкнувшись с нежеланием кинотеатров брать в прокат российские фильмы в цифровом формате, теперь уже не оптимистично высказываются в отношении цифровой революции в России. С другой стороны, далеко не все дистрибьюторы, работающие с отечественными кинофильмами, являются адептами цифрового кино в нашей стране. Среди прокатчиков наиболее активными игроками этого рынка являются «Наше кино», «Централ Партнершип» и «Каропрокат». Причем первый из них в последнее время сократил число своих цифровых релизов, тогда как двое других — напротив, увеличивают их количество.

Кинопрокатчики, работающие с российскими кинофильмами на рынке цифрового кинопроката (2007-01.06.2010)

Дистрибьютор	2007	2008	2009	01.06.2010	Итого
Наше кино	4	5	4	1	14
Централ Партнершип	1	3	3	4	11
Каропрокат			5	1	6
20 век Фокс СНГ		2	1		3
Каскад		2	1		3
Парадиз		1	1		2
WDSPR (BVSPR)			2		2
Невафильм			2		2
Леополис				2	2
UPI				1	1
Всего за год	5	13	19	9	46

Данные: Невафильм Research

Главной тенденцией в сфере цифрового проката российских фильмов является «блокбастеризация» этого рынка. Если первые проекты цифровой дистрибуции отечественного производства можно было отнести к категории артхаусного кино («Груз 200», «Русская игра», «Нирвана», «Зеленый театр в Земфире»), то сейчас среди цифровых релизов преобладают блокбастеры, за прокат которых берутся представители дистрибьюторов-мейджоров («Ирония судьбы. Продолжение», «Адмиралъ», «Обитаемый остров», «Тарас Бульба», «Самый лучший фильм», «Черная молния» и другие).

Топ 9. Российские продюсерские компании, чьи фильмы вышли в цифровой прокат (2007-01.06.2010)*

Дистрибьютор	2007	2008	2009	01.06.2010	Итого
Кинокомпания СТВ	3	3	1		7
Россия				5	5
Дирекция кино		2	1		3
Красная Стрела		2	1		3
Art Pictures Studio			2		2
Non-Stop Producton			2		2
Базелевс		1		1	2
Леополис		1	1		2
Телеканал «СТС»			2		2
Всего за год	5	13	19	9	46

**в случае совместного производства фильм засчитывался каждому участнику проекта*

Данные: Невафильм Research

Если же говорить о студиях — производителях фильмов, выходящих на цифровых экранах в России, то здесь также можно составить рейтинг компаний: наиболее активными участниками этого рынка можно назвать лишь 9 продюсерских компаний, у каждой из которых в цифровой прокат вышли более двух фильмов.

Так или иначе, но цифровая эра в российском кинематографе уже началась. В прокат выходит все большее число фильмов, в том числе и отечественных (хотя преимущественно это блокбастеры для широкой аудитории), и даже появляются первые стереофильмы российского производства («Приключения Ролли», «Белка и Стрелка», «Темный мир», «Волшебный кубок Роррима Бо», «Щелкунчик и Крысиный король» и другие) Главный вопрос, который сейчас стоит перед индустрией, — хватит ли места на российских киноэкранах всем готовящимся цифровым релизам. Это вопрос не только открытия новых цифровых залов, но и готовности отечественных дистрибьюторов и продюсеров работать с этим форматом, искать новые методы сотрудничества с кинотеатрами, которые позволят преодолеть засилие 3D-релизов и расширить выбор зрителей на цифровых экранах.

© 2010 Невафильм Research