



КИНОТО В ПРЕХОДА КЪМ ДИГИТАЛНАТА ЕПОХА

Съвременно българско кино

Докторант Десислава Бакърджиева*

Развитието на технологиите и медийната индустрия са безспорно най-динамичните в съвременното ни. Интензивното развитие на информационните и комуникационните технологии стимулира многообразието на платформите, чрез които се разпространява аудио-визуално съдържание. В това ново пространство, обогатено с възможностите на интернет, киното и телевизията са неразделна част от ежедневието ни. Освен чрез ефира, кабела и сателита, телевизионни програми могат да се разпространяват вече чрез компютри, мобилни телефони и дигитални устройства. Разнообразието от платформи, предлагащи екранни продукти, увеличава търсенето на качествени програми в различни жанрове, което неминуемо води и до по-добра конкурентоспособност.

В културната история на човешката цивилизация процесът на художественото възприятие на изкуството има противоречив и донякъде парадоксален характер. Киното е изкуството, което документира реалния живот чрез възможно най-достоверна манипулация, пречупва съвременното през погледа на сценариста и режисьора, а актьорите вдъхват живот в персонажите си, за да може зрителят да се оприличи и да стане съпричастен.

Киното и телевизията са създатели и разпространители на културно съдържание, но сами по себе си те са многоаспектен културен феномен и механизъм за въздействие. Тяхното значение и роля в съвременния свят неимоверно нараства, развива се с динамични темпове и има широко отражение в обществото и в частност върху човека. В числа това значение може да се представи така: 98% от населението на страните-членки на Европейския съюз притежават телевизори, а средният европейец отделя 200 минути

дневно, за да гледа телевизия, 99% от големите градове в Европа имат киносалони, където прожектирането на най-новите продукции съвпада със световната им премиера. Това обуславя необходимостта от прозрачност, свобода и разнообразие в единното европейско медийно пространство, прецизна координация между различните компании.

Един от изтъкнатите специалисти в тази област – д-р Александър Тодорович, ръководител на Международната академия за радио и телевизионно разпространение в Монтьрьо, Швейцария, посочва възможния отговор в изучаване на проблемите, които зависят от три групи фактори, които характеризират дигиталната епоха: нови технологии на изображение; обединяване на технологии и интерактивност; нови системи на дигитално разпространение. Активизираната избирателност трябва да повиши постепенно зрителските критерии и оттам да ликвидира уеднаквения вкус на ниската култура.

Под друго аудио-визуално средство се разбира, че в епохата на компютрите, в епохата на информационното общество, телевизията явно не може да остане извън борда на двупосочната компютърна комуникация. Става дума за дигиталната телевизия и не само в смисъла на дигитално разпространение – “уеб телевизия” (съединяване на две технологии – компютърната и телевизионната). Навлизането на компютърната технология в телевизионната комуникация става най-голямото предизвикателство за разрешаване на традиционните контакти на малкия екран с пасивната като цяло аудитория.

През 1980 г. на американския пазар въвеждат първите сателитни услуги, които дават възможност за приемане на ТВ и радио канали директно от спътника вкъщи. Осем години по-късно се

* Десислава Бакърджиева е докторант на самостоятелна подготовка в УниБИТ по докторантска програма „Теория на научната информация”. Публикацията съдържа част от научното изследване по темата на дисертацията „Филмовата индустрия в съвременната информационна среда – трансформации и взаимодействия”.

появява и първият европейски комерсиален сателит Астра 1А, който разпространява няколко канала на *Sky Television* собственост на Рупърт Мърдок. Днес на територията на Европа могат да се хванат над 50 сателита, излъчващи над 8000 телевизионни и почти толкова радио канала. Подобен мащаб не може да се постигне с наземни или кабелни ТВ системи. В началото на своето развитие спътниковата телевизия използва аналогови сигнали, но в началото на 21 век изцяло се цифровизира

Цифровизация на киното или преход към дигитална епоха

Една важна характеристика на информационното общество е сближаването на технологии, свързани със създаването, обработването и предаването на информация. Първата половина на ХХ век прави възможно развитието на транснационално индустриална икономика и индустриално общество. Успешното развитие на съвременната икономика са телекомуникациите, различните средства за комуникация: телефонни и кабелни линии, сателити, мобилни и безжични комуникации, реализирани в резултат на процеса на технологична конвергенция на различните сектори на информационната индустрия: компютър, телекомуникации, медии (най-широко разгънатата през втората половина на 90-те години на ХХ век).

Цифровизацията настъпва първо в областта на компютърните технологии, а след това в телекомуникациите, а по-късно в предаването на данни – очевидно комуникации в трите сектора не могат да бъдат разгледани в изолация един от друг. Първото дигитално излъчване и архивиране е предназначено предимно за образователните и развлекателните програми, докато телекомуникациите – за целите на бизнеса и правителството.

Значителни промени настъпват и в медиите. На първо място, се превежда съдържанието в цифров вид – “изравняване” на печатното слово и движещата се картина, унищожавайки множество печатни издания, които са в конкуренция с телевизионната индустрия. Технологичната конвергенция довежда не само до значителни промени в медиите, но също така и до промяна в отношението на политиките към тази трансформация. Социално-политическата лексика е обогатена с такива термини като “електронно правителство”, “Цифрова демокрация”, “дигитализиране на гражданство” и др. Българското прави-

телство има за цел да ускори прехода към дигитализация, за да направи държавата отворена към създаването, публикуването и разпространяването на информация, “прозраченост” за обществеността, ст. За тази цел са разработени масиви с държавна информация, като статистически данни, кодове, сайтове и отдели на правителството на техните интернет страници, предназначени да се установи по-продуктивен диалог с обществеността. На второ място, чрез използването на нови технологии се увеличава дейността на самите държавни агенции.

Най-големия успех в тази област постигат САЩ и Великобритания. Още през февруари 1997 г. администрацията на САЩ поема инициативата “Подобряване на държавни дейности чрез нови технологии”, която включва редица програми, включително “Публичен достъп до правителствена информация. Подобряване чрез информационни технологии”, за развитието на научни бази и дългосрочна стратегия за информационна политика на Националната академия на науките на САЩ. През следващата година обявява безвъзмездно финансиране на програмата за “Е-правителство”, предназначена за насърчаване на фундаментални и приложни изследвания в прилагането на нова информация и комуникационни технологии на работа на държавните институции на всички нива.

През 2003 г. започва да се говори за телевизия с висока резолюция (HDTV – High Definition TV), година по-късно се появяват първите HDTV цифрови ТВ канали, а в края на 2005 г. на пазара вече има сравнително евтини приемници за новата технология.

В крак със спътниковата телевизия се развиват и технологиите за защита на излъчванията с цел комерсиализиране на услугите. Много компании кодират програмите си и въвеждат абонаментни такси за тяхното гледане. В основата на всички системи за кодиране лежат смарт карти, които носят информация за потребителя и условията на неговия абонамент. Така от тази гледна точка програмите се делят на свободни (FTA – Free To Air) и такива с условен достъп (кодирани).

Киното претърпява много метаморфози и съпоставено с неговото начало, можем да го определим като най-динамично развиващия се отрасъл. Цифровизацията днес засяга почти всички аспекти на икономиката. Зад процеса на цифровизация стоят сложни и заплетени интереси. Специфичното за българския преход от аналогово

към дигитално излъчване е обусловено най-вече от нуждите на зрителите, телевизиите, рекламните агенции, държавата. Предстоящата цифровизация дава възможност в националния ефир да се излъчват повече от три телевизионни канала (по всяка вероятност между седем и десет). Тези, които си договорят по-добри условия, ще получат шанс за по-голям дял от пазар, който за миналата година е на приблизителна стойност около 250 млн. лева според доклада на Европейската комисия от края на 2011 г.

През периода 2007–2010 г. гарантиран достъп до цифровия ефир са получили сегашните национални телевизии BTV, Nova, БНТ, TV7. Освен тях служебен достъп са получили и Bulgaria on Air и “Дарик радио и телевизия”. Същевременно цифровизацията поставя и сериозни технически и финансови предизвикателства, свързани със складирането, дълготрайното съхранение и достъпа до съдържание. Не е изготвен никакъв план за дълготрайното цифрово архивиране, както и никаква процедура, която да е достатъчно ефективна за дълготрайно архивиране на цифрово съдържание, с оглед бъдещо извличане на данни. Архивираната цифрова медия има по-кратък живот от филма, свързаните разходи са доста по-високи, а цифровото съдържание нараства в геометрична прогресия. Успоредно с това се поставят и въпросите за достъпа, оригиналността и автентичността на съдържанието.

Киното и филмовата индустрия в България след 1989 г.

След 1989 г. киното, както всяка друга сфера започва да търси своето място сред новите условия на пазарна икономика. По ред причини, в началото на прехода, то достигна до изключително дълбока творческа, производствена и икономическа криза. Последните две години можем да говорим за развитие и своеобразен прогрес на българското кино. Това ни обнадеждава, че с навлизането на новите технологии в България и правилната политика за филморазпространението ние ще излезем на световната сцена. В същото време се наблюдава интересен парадокс: с покачването на интереса на публиката към български филми и киното изобщо, специализираните издания за кино изчезват. Фестивали като “София Филм Фест” и “Киномания” събират все повече публика, дори извън столицата, все по-често се организират фестивали и панорами за по-нетрадиционните късометражни и документални филми, а в същото време българското кино се финансира изключително трудно. По-

литическите, икономическите и обществените събития от началото на прехода изтласкват културните теми като цяло от страниците на пресата и желанието на българина да влезе в кинозалоните, за да гледа родното изкуство. Освен това положението, в което се намираше цялата киноиндустрия в България, оставена на автопилот в условията на пазарна икономика, обосновава ниския интерес към филмите, произведени в България до средата на 2010 г.

През 1991 г. отпада държавният монопол в киното, заработват първите частни филморазпространителски къщи. От 1991 г. до днес Министерството на културата субсидира само и единствено спечелили конкурс филмови проекти, а не институции и организации в бранша. Киното е първата област в българската култура, която радикално сменя модела на съществуването си, доказвайки перспективността от въвеждането на пазарни елементи в едно изкуство и статута на свободна професия за кинотворците. Промяната на механизма на филмопроизводството и присъединяването на страната ни към Европейския съюз ни разкрива нови възможности за субсидиране и варианти за кандидатстване към европейските фондове и организации. Българското кино се сблъсква с непреодолима преграда – липсата на законова и нормативна уредба, която да регламентира всички субекти, права и задължения на филмовия пазар. Това е основният проблем на българското кино – липсата на пазар. На мястото на пазара се вихрят новобогаташки страсти, корупция и пиратство. Това се отнася за всички форми на разпространение – чрез кино- и видеомрежата, чрез кабелната и ефирната телевизия, независимо от нейния характер – държавна, частна или корпоративна.

Българската национална телевизия, която има задължението за създаване най-малко на 50 на сто от българското кино от всички жанрове, до 2010 г. е ограничила филмопроизводството до такъв мизерен минимум, че на фона на 2000 часа годишно излъчени европейски и световни кинопродукции, мястото и значението на 50-те часа българско кино може да има само една оценка – денационализация. В Европа съществуват правила за защита на националните кинематографии, които задължават производители и разпространители да осигуряват най-малко 15% родно филмопроизводство и филморазпространение. За последните четири години в България – и за БНТ, и за кинорежата – този среден процент е 1,72%.

Драстичното намалява и броят на кината в България. През 1989 г. броят на кината е около 1 500, през 1992 г. той спадна на 319, а през 1996 г. техният брой е около 120. От тях около 100 са държавни и 20 алтернативни (частни). За сравнение, действащите киносалони в някои други европейски страни са: Чехия – 1070, Полша – 773, Унгария – 497, Румъния – 391, Гърция – 320, Португалия – 236 и т. н.

Очертаната ситуация не е пресилена. Тя отразява реалностите, които звучат апокалиптично, но уви, са факт. Само неотложното общо усилие днес може да спаси българското кино от изчезване. Сто години след създаването на този удивителен културен феномен от нас зависи как ще се утвърдим като държава в Европейския съюз – с една прекъсната и погубена културна следа или с разум и качества, за които сме дали заявка с появата на няколко успешни заглавия като: „Мисия Лондон“ на Гочев и Митовски, „Светът е голям и спасение дебне отвсякъде“ на Стефан Командарев, „Източни пиеси“, дебютния филм на Камен Калев, „Лов на дребни хищници“ на Цветодар Марков, „Тилт“ на братя Чучкови, „Love.net“ на Илиян Джевелеков, „Островът“ на Камен Калев и Димитър Митовски.

В последните години станахме свидетели на истински филмов триумф. Българските творци успяха умело да заплелят недоверчивия зрител. Новата вълна от качествени заглавия окупира родния ефир. 12 от най-успешните филми на последното десетилетие – най-гледаните и най-награждаваните, за пръв път излизат на DVD, а рейтингът на новите сериали надвишава 2 милиона зрители само за първоначалното излъчване. Радостна е новината и за свалените от интернет сайтове български ленти, чиито интерес е също рекорден.

През 2011 г., от средата на януари до декември с.г., в кинорежата у нас са разпространени едва 114 филма. За съжаление не се увеличава интересът към стойностното българско и световно кино, ако се съди по данните на родния боксофис. Така например, най-добрият български филм през годината „ПОДСЛОН“ (реж. Драгомир Шолев), се задържа на екран едва 6 седмици. Филмът е спечелил главните награди на 15-ия „София Филм Фест“ и на Българската филмова академия, а също – отличията за най-добър дебют от фестивала на киното от Югоизточна Европа в Лос Анджелис и за най-добър европейски филм от 13-я Фестивал на европейското кино в Есон (Франция. Гледан е само от 4698 зрители и отбелязва нищожните приходи от 29 623 лева.

„Лятно кино с БНТ1“ бе предложението на Националната телевизия за лято 2012 – една успешна мащабна кампания за възстановяване на летните кина в България, която има за цел да отговори на въпроси като: Помните ли лятното кино във вашия град? Има ли го още или отдавна мястото му е заето от нещо съвсем друго? Искате ли ви се отново да има кино на открито, което да събира хората в града ви и всички заедно да съпреживяват филмовата магия?

Кампанията на БНТ1 предизвиква емоционалната памет на хората, които помнят времето, когато летните кинотеатри ги имаше, провокира модерните и млади хора, които ценят свежестта на идеята да отидат на кино под звездите или на автокино. Националната телевизия постави във фокуса на внимание възможността за един атрактивен начин да се гледа кино и значението, което подобна инициатива може да има за културния живот на всяко отделно селище през лятото. *Проектът се реализира чрез две паралелни инициативи – „Пътуващо лятно кино“ и рубриката „Лятно кино“.* Безспорният успех на „Пътуващо лятно кино“ на БНТ1 в 20-те града, които вече посети, както и стотиците писма на хората от цялата страна с молба и техният град да бъде включен в кампанията, логично доведоха до продължението на инициативата. Кампанията на БНТ1 е в партньорство с общините, търси широка обществена подкрепа и демонстрира желанието на БНТ да бъде медиатор в един национален разговор за културния живот в страната ни. Киното е имиджово изкуство и като такова трябва да има ясна държавна политика към него. Българската публика иска да гледа качествени български филми, готова е да се идентифицира с тях.

ЛИТЕРАТУРА

Върбанова-Денчева, Кристина. Дигитална версия и функционална трансформация на библиотеките. София : За буквите – О писменехъ, 2009. 386 с.

Манов, Божидар. Еволюция на екранното изображение. София : Аскони, 2012. 282 с.

Манов, Божидар. Дигиталната стихия. София : Титра, 2003, с. 77.

Райчева, Лилия. Етичният парадокс в съвременната телевизия. София : Монд Дипломатик, март 2007.

Шопова, Татяна. Изкуството в системата на науките. София, 2010.

