

ЕТАПИ НА ФИЛМОВАТА ИНДУСТРИЯ

Етапите във филмовата индустрия са установени в практиката и дефинирани в Закона за филмовата индустрия/ЗФИ/, според който тя е единство от¹:

- Производство;
- Разпространение;
- Промоция;
- Показ;
- Съхранение.

Законът логично определя филмовата индустрия, като единство от посочените етапи, на база принципния строеж на индустриите, независимо от спецификите при филмовата. На практика, етапите на всяка индустрия могат да се представят чрез следния обобщен модел:

- Производство – произвеждане на продукта, който ще се продава;
- Разпространение – доставянето на продукта до търговската мрежа;
- Промоция – целенасочен маркетинг на продукта, за да може крайният потребител да се информира за продукта и да го потърси в търговската мрежа;
- Показ – позициониране на продукта в търговската мрежа;
- Съхранение – складиране на количества от продукта и при изчерпване да бъде доставен отново на потребителите.

Логиката на определянето и подреждането на етапите във филмовата индустрия следва установената във всички сфери на икономиката. Разбира се, колкото и еднакви да са тези етапи, те са различни в своето съдържание от процеси, протичащи в тях. В следващите текстове са описани спецификите на всеки от етапите на филмовата индустрия. Преди представянето им обаче, трябва да се посочи още един етап - подготовка, който ЗФИ не

¹ чл. 2, ал. 1 от ЗФИ.

урежда, но практиката го е наложила, и то не само като предхождащ останалите, но и равностоен по значение на тях. Освен включването на допълнителен етап, важно е също и хронологичното подреждане на останалите етапи².

Според автора, филмовата индустрия е единство от етапите:

- Подготовка
- Производство
- Промоция и разпространение
- Показ
- Съхранение

По-долу е обосновано въвеждането на нов етап – подготовка, като основополагащ за съществуването на филмовата индустрия.

1. Подготовка

Подготвителният етап на филмовата индустрия е етапът, в който бъдещият продуцент на филма търси творчески идеи за неговото създаване, осигурява част от необходимото за следващите процеси финансиране и проверява изпълнимостта на проекта. Посочените дейности имат като съдържание:

- *търсене на творчески идеи* – продуцентът, ако не му е предложен конкретен сценарий или литературно произведение, по което да бъде написан такъв, трябва да осигури творческа идея за бъдещия си проект. Идеята определяме като „творческа”, предвид обстоятелството, че всеки продуцент желае и търси идеи, които са нови и нямат аналог никъде по света. Осигурявайки си такава идея, продуцентът си гарантира определено ниво на финансов успех³ на неговата

² Трябва да се отбележи, че закона никъде не твърди, че представените в чл. 2, ал. 1 процеси са в хронологичен ред, но у читателя може да остане впечатлението, че един процес е преди друг, предвид логичното започване с етапа на производство.

³ При равни други условия, оригиналната идея сама по себе си е способна да привлече повече и по-голяма аудитория, която да генерира печалба за филма.

продукция, при равни други условия⁴. Добрата идея често се създава от самите продуценти с използване инструментариума на маркетинговите проучвания. Пример за подход, при търсенето на най-добрата тема, в която да се насочат усилията за генериране на идеи е нов български филм с условно поставено от автора име „Кланът“⁵. Преди да пристъпи към заснемане на филма, продуцентът на „Кланът“ провежда масирано маркетингово проучване сред потенциални потребители, разделени в различни фокус групи. Изводите от направеното проучване показват, че аудиторията би желала да гледа, български филм с действие, което се свързва с концентрацията на капитали в ръцете на група хора, представено по модерен начин и с млади хора, които наследяват своите родители – това са изводите от анализ на резултатите на фокус групите. Продуцентът не се ограничава до там – допитва се до същите фокус групи за това кои актьори биха искали да видят в този филм. След изводите от проучването продуцентът, поръчват написването на сценарий за филма и пристъпва към следващото действие.

- *осигуряване на част от необходимото финансиране* –. На етапа на подготовката, под подsigуряване на част от финансирането се има предвид, осигуряване на първоначални средства от 10-20% от стойността на проекта, които са от значение за стартиране на всички останали етапи. Продуцентите проучват по-скоро готовността за инвестиране от трета страна в техен бъдещ проект, освен ако не са склонни този стартов капитал да бъде осигурен с лични средства. Проучването може да е отново маркетингово, но фокусирано върху бизнес субекти, като основна негова цел бъде проверка на готовност за директна инвестиция в проект или готовност за рекламиране на продукт на компанията в съответния проект. При всички положения, това проучване дава на продуцентите възможност да преценят, могат ли или не могат да разчитат на осигуряване на средства по този канал. Осигуряването на това финансиране

⁴ Условия, като спазване на заложената бюджетна рамка на продукцията, подбор на добър творчески колектив, правилен подбор на актьори за ключовите роли, декори, локации, техника, постпродукция и др.

⁵ Името е поставено условно, тъй като коментираният филм се намира в продукционен етап и продуцентите не желаят разкриването на действителното заглавие.

може да се осъществи и чрез търсене на потенциални съпродуценти⁶, които да поемат част от финансовата тежест за обезпечаване на проекта. Като цяло процесът не е свързан с фактическото набиране на средства, а по-скоро има за цел да проучи мнения, настроения и да даде на продуцента обща представа за реалистичността по изпълнение на неговата идея.

- *проверка за изпълнимост на проекта* – проверката на изпълнимост е процес, който установява дали идеята, с уговореното потенциално финансиране, може да бъде реализирана с необходимото качество, което да отговаря и на най-високите кинематографски изисквания. Продуцентът определя необходимата техника и проверява дали е налична и при какви условия може да бъде наета или трябва да бъде закупена, което са два различни варианта, с различен финансов ефект върху бюджета. За нуждите на сюжета се проверява има ли реално места, на които може да се снима или трябва да се използват декори под наем, или пък трябва да се строят нови. Проверява се също така дали има специалисти, които да изпълнят проекта и евентуално може да се провери какви са нагласите им към конкретния проект⁷. Този процес е от ключово значение за продуцента, който взема решение, на база резултатите от него, дали да пристъпи към реализиране на проекта.

Трябва да се има предвид, че подготвителният етап и процесите по неговото реализиране се осъществяват чрез скъпоструващи дейности⁸ и най-вече чрез скъпи маркетингови проучвания. По тази причина, малка част от продуцентите изпълняват представените процеси в тяхната пълнота. Обикновено по-малките продуценти заменят маркетинговите проучвания за мнението на потенциални потребители с работни групи съставени от техни роднини и приятели, което от една страна е финансово изгодно, но с бъдещ неопределен ефект. Този етап е основополагащ за индустрията – без него няма инвестиционно намерение от страна на продуцента, което да доведе до изпълнение на следващите етапи.

⁶ По-коректното название е копродуценти, но в практиката се използва все още понятието „съпродуцентство“. Някои изследвания в областта диференцират двете понятия, но автора на ги възприема като тъждествени..

⁷ Когато говорим за проект, който включва нововъведения в кинематографията.

⁸ Има се предвид, посочените маркетингови проучвания.

2. Производство

Производството на филм е художествено-творчески етап, който обхваща следните процеси: подготовка, снимки, монтаж, озвучаване и еталониране⁹. Това определение на закона е в известна степен правилно, но би било добре да се допълни с определение, което представя производството като комплексен управленско-технически-художествено-творчески етап, който обхваща процесите: финансово-творческа подготовка, екипна подготовка, заснемане, монтаж¹⁰ и озвучаване, еталониране¹¹, които представяме накратко с тяхната същност и съдържание:

- *финансово-творческа подготовка* – след уточняване на идеята, тя трябва да се превърне в сценарий. Написването на сценария се възлага (ако не е било възложено на предишен етап) и паралелно с това се осигурява цялото необходимо финансиране за проекта. Като източници на финансиране се използват различни държавни и европейски програми, търси се финансиране по реда, предвиден в Закона за радиото и телевизията /ЗРТ/, от ИА НФЦ, Евроимаж, Творческа Европа, рекламодатели, с банкови кредити и други. Продуцентите подготвят бюджет и план за изразходване на средствата по бюджета, който става задължителен до завършване на филма;
- *екипна подготовка* – има се предвид осигуряването на екип от специалисти, които да създадат филма. Първоначално се избират режисьор и оператор (сценаристът вече е избран), а след това и всички останали лица които допринасят за плавното реализиране на продукцията;
- *заснемане* – това е процесът по фактическото имплементиране на сценарий, режисьорско и операторско виждане, както и актьорска игра в много на брой кадри/сцени, които са на практика филма;
- *монтаж* – заснетите кадри/сцени се прикачват една за друга, правят се необходимите корекции, проверява се тяхното качество и се синхронизира звукът към видеото;

⁹ §1, т. 5 от ДР на ЗФИ

¹⁰ Постпродукция.

¹¹ Мастеринг на филма – оригинално първо, завършено копие.

- *еталониране/мастеринг* – получаване на завършено, монтирано и одобрено първо копие на филма.

3. Промоция и разпространение

Промоцията и разпространението, макар и отделени в ЗФИ като самостоятелни етапи, протичат паралелно. В съвременното общество, промоцията на филма, която по същество е маркетинг на продукта може да се окаже по важна дори от създаването на самия продукт. Съгласно закона, промоция е всяка дейност, организирана с цел популяризиране на филма и насърчаване на разпространението и продажбата му¹². Разпространение са всички форми на търговско разпространение, предназначено за публика¹³. Двата процеса сами по себе си предполагат едновременното им протичане тъй като единият популяризира и насърчава потреблението, а другият предлага директно потребление.

- *Промоция* – промоцията е свързана с масирана маркетингова кампания за филма, която често се поверява на филмов дистрибутор, който от името на продуцента и след консултация с него, разработва и реализира маркетингова идея, с цел популяризиране на филма. Използват се различни похвати от включване на актьорите в различни събития и промоционални клипове, крос промоции¹⁴, изработване на трейлъри и рекламиране по телевизия, в плакати, радио и печатна реклама, както и във всички други релевантни комуникационни канали.
- *Разпространение* – разпространението, подобно на промоцията може да бъде поверено от продуцента на филмов дистрибутор, който от името на продуцента, при запазване на неговите и тези на авторите интереси, се договаря за цена при отдаване на филма за прожектиране пред публика в кинозалон, издаването му на DVD и BluRay, телевизионното му излъчване, предоставянето на различни платформи в интернет на достъп до филма.

¹² §1, т. 12 от ДР на ЗФИ.

¹³ §1, т. 11 от ДР на ЗФИ.

¹⁴ Определен рекламодател във филма, който има продуктово позициониране, при отбив от цената за същото, привлича актьори с техните герои от филма в свои собствени промоционални и имиджови активности.

4. Показ

Показът е прожектиране на филм с търговска цел по какъвто и да е начин, с помощта на каквото и да е устройство, на каквото и да е място, достъпно за неограничен кръг лица¹⁵. Тази законова дефиниция за показ е достатъчно широка за да остави място за новите технологии при потребление на филми. Макар и възможно в днешния високо технологичен свят да се даде достъп до филма чрез платформи в интернет, там то трябва да представя логичната линия на разпространение в класическия ѝ вариант:

- *прожекции в кинозалони* – класически, първичен начин за показ и разпространение на филм;
- *издаване на DVD и BluRay* – издаването цели да се предостави възможност на потребителите да наемат или закупят копие от филма, което да потребяват в домашни условия. Това е класически, вторичен начин на разпространение и показ;
- *излъчване по телевизия* – излъчването по телевизия до скоро беше последният вариант за разпространение и показ, който бележеше и края на жизнения цикъл на филма;
- *предоставяне на достъп чрез интернет* в различни платформи за съдържание – новаторски способ за България, може да се използва преди всички останали методи, но в изключително редки случаи;
- *предоставяне на достъп чрез мобилна мрежа* – новаторски способ, който предполага осигуряване на достъп до съдържание чрез използването на специфични приложения и/или услуги на определен мобилен оператор. Не е много разпространен способ за дистрибуция и показ в България, но все пак се използва като допълнителен канал, който обхваща строго специфична потребителска група.

¹⁵ §1, т. 8 от ДР на ЗФИ.

5. Съхранение

Според ЗФИ, съхранението се осъществява от Българска национална филмотека /БНФ/, като държавен културен институт с национално значение¹⁶. Смисльът на съхранението на копия от създадените филми е в запазването на културното и историческо наследство на страната ни. Първият български филм, създаден от Васил Гендов, „Българан е галант“ (1910 -1915 г.)¹⁷ е изгубен и от него има останали само отделни фрагменти¹⁸. За съхраняването на националното филмово наследство е създаден Държавен музей на киното. Началото му е поставено от пионера на българското кино Васил Гендов. Той прибира филмовите копия от кино мрежата, от национализираните киноразпространители, издирва и съхранява плакати, фотоси и материали за историята на българското кино. Събраният филмов архив включва 154 седмични кинопрегледа, 117 късометражни филма, повечето заснети от чужди оператори, 15 български игрални филма, 500 чужди игрални филма и около 550 документални и научнопопулярни български филми¹⁹. Филмовият архив е основан в 1952 като част от национализираната кинематография в България. С постановление № 91 от 31.01.1952 на Министерския съвет е създаден Държавен киноархив по история на кинематографията.

През 1959 със заповед № 9 от 21.01.1959 на Министерството на просветата и културата се определят задачите на Държавния киноархив: "да колекционира, реставрира и съхранява филмите и отнасящото се до киното, нефилмово национално архивно богатство, да обработва и използва за разпространение кинематографична информация и култура".

Държавна агенция "Архиви" (бившето Главно управление на архивите към Министерския съвет) методически ръководи дейността на БНФ.

През 1994 с Постановление № 128 от 11.07.1994 на Министерския съвет се определя статута за дейността на БНФ като държавен културен институт с национално значение.

¹⁶ Чл. 2, ал.2 от ЗФИ

¹⁷ Все още се водят спорове за годината на създаване на филма – 1910 или 1915 г.

¹⁸ Грозев Ал., „Киното в България – I част”, изд. Фабер, Велико Търново, 2011 г.

¹⁹ Пак там.

Днес БНФ е със статут на национален културен институт, подчинен пряко на министъра на културата, юридическо лице на бюджетна издръжка.

Съгласно Закона за държавния архивен фонд и Правилника за неговото приложение БНФ има статут на орган за управление на държавния филмов архив²⁰.

²⁰ http://bnf.bg/bg/film_library/