



Социологические науки

УДК 7.07

И.Ю. Левитина

Левитина Ирина Юрьевна, кандидат педагогических наук, доцент кафедры экономики и информационных технологий Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: Irina-levitina9@yandex.ru

**ПРОДЮСИРОВАНИЕ СОВРЕМЕННОГО КОНТЕНТА ДЛЯ
ТЕЛЕВИДЕНИЯ, ТЕАТРА, ИНДУСТРИИ РАЗВЛЕЧЕНИЙ,
ОБРАЗОВАНИЯ, БИЗНЕСА**

В работе рассматриваются современные тенденции процессов создания и реализации мультимедийного (высокотехнологичного) продукта в сфере культуры и искусства: перспективы для производителей контента, продюсеров и потребителей.

Ключевые слова: продюсирование, экономика, культура, искусство, потребности, высокотехнологичный контент.

I.Y. Levitina

Levitina Irina Yurievna, candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor of the Department of Economics and Information Technology of the Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy St., Krasnodar), e-mail: Irina-levitina9@yandex.ru

PRODUCTION MODERN CONTENT FOR TV, THEATRE, ENTERTAINMENT, EDUCATION, BUSINESS

We analyze the current trends in the production and consumption of high-tech products of art: new opportunities for producers and consumers.

Key words: production, economy, trend, art, multimedia, need, consumer, hi-tech, technology.

Современная сфера производства в целом отличается высокотехнологичным характером производимого продукта, хотя единого понятия о высокотехнологичной продукции на сегодняшний день не выработано. Это связано со сложностью данной категории. В большинстве случаев «высокотехнологичный» синонимично «научоёмкий». Однако мы придерживаемся иного мнения: высокотехнологичный продукт – это обладающий высокой социально-экономической эффективностью и полезный обществу результат работы высококвалифицированных кадров, осуществляющих производственную деятельность на новейшем оборудовании и с применением новейших технологий, реализующих новейшие научные достижения, основанные на передовых исследованиях и опыте. И в то же время высокотехнологичная продукция – результат интеллектуальной деятельности, обладающий коммерческим потенциалом и отвечающий интересам потребителей. Таким образом, можно утверждать, что сегодня высокотехнологичный продукт – это результат интеллектуально-производственной деятельности, а также важнейший и интенсивно развивающийся сегмент мировой экономической системы.

Как правило, под высокотехнологичным продуктом понимают результат, например, авиационной или нефтегазовой промышленности, машиностроительного и энергетического комплекса, системы навигации и

безопасности и др. И внедрение современных достижений науки и техники часто необходимы для обеспечения роста производительности труда, эффективности использования ресурсов, повышения качества производимой продукции, предоставление более качественного продукта потребителю, снижение затрат и росту заработной платы персонала. Фактически высокотехнологичная область довольно привлекательна для венчурных инвестиций. И, как правило, высокотехнологичная специфика проявляется в следующих ключевых моментах: структура занятости, патентная деятельность, венчурный капитал[1].

В то же время иная ситуация наблюдается в сфере культуры, производящей преимущественно общественные блага, то есть, как правило, неделимый продукт, удовлетворяющий специфической потребности индивидов (акцентирую: потребности, а не спроса), но обеспечивающий коллективное потребление, причём вне зависимости от того, произведена ли непосредственная оплата за этот продукт или нет. Ведь в отличие от частного блага (товара, полезного конкретному потребителю), дополнительное потребление не увеличивает издержек: например, просмотр фильма одним потребителем не способно ни лишить его качества, ни изменить его, ни сделать невозможным его просмотр другим потребителем [2].

Однако сегодня и в сфере культуры существуют высокотехнологичные производства и применяются новейшие разработки. Речь о производстве мультимедийного контента. Это специфический продукт, представляющий собой сочетание текста, аудио, видео и графической информации, а также обладающей возможностью интерактивного обращения с содержанием продукта. Мультимедиа сегодня используется во многих секторах экономики: телевидение, кино, театр, реклама, образование, бизнес, медицина, индустрия развлечений, научные исследования и многое другое. Технология создания мультимедийного произведения сегодня основана на новейших достижениях техники и технологии, которые в ближайшем будущем могут изменить и процесс

создания аудиовизуального продукта, и процесс его потребления. Приведем лишь некоторые примеры:

- Цифровизация и внедрение нового оборудования для производства съёмок: например, модульные конструкции цифровых камер, совершенствование функциональности съемочного оборудования, внедрение квадрокоптеров с камерами и др.;
- Внедрение технологии ScreenX, которая имеет угол съемки в 270 градусов, что позволяет создавать развернутое изображение;
- Внедрение технологии video-map, способную проецировать изображение на все поверхности внутри помещения;
- Лазерные технологии;
- Внедрение приложений для мобильных устройств, расширяющих возможности не только устройств, но и возможности кинотеатрального просмотра, то есть синхронизация изображения на экране и действий зрителя (фильма и видеоигра, а также фильм и караоке и пр.);
- Создание цифровых съемочных площадок, позволяющая снимать, редактировать и монтировать произведение, что в будущем исключит процесс постпродакшн;
- Кинетический экран (hypermatrix);
- Внедрение технологии D-box, позволяющей получить новые ощущения от мультимедийного продукта через синхронизацию происходящего на экране с движением кресла зрителя.

Эти новшества приведут ко многим трансформациям, так, сегодня уже функционируют так называемые хай-тек-парки, позволяющие потребителям получить мультисенсорный продукт, воспринимаемый не только при помощи зрения и слуха, но и обоняния и осязания, а, возможно, и вкуса. Одной из таких площадок сегодня является открытый в августе 2013 года интерактивный музей в Йокогаме ORBI, где при помощи цифровых технологий возможно совершить путешествие по планете. Так, на 40-метровом экране демонстрируются высококачественные документальные

фильмы, сопровождаемые созданными природно-климатическими условиями (ветер, гроза, туман и др.), звуками и запахами, что позволяет получить новую информацию и особые впечатления, а иногда и заглянуть за кулисы природы [3].

Аналогичный парк (с уникальными возможностями мультисенсорного переживания или дополненной реальности) был открыт в мае 2017 года в Дубаи. «Парк «Орби» включает двенадцать различных природных зон, устроенных для создания уникального опыта, который невозможно получить в реальных условиях. Так, посетители могут практически воспарить над землей, следовать вслед за полярниками, испытать ощущения от грома, находиться в центре стада мигрирующих слонов. Центральное место парка Земли занимает тридцати пяти метровый экран с мощной звуковой системой, где можно наблюдать реальную жизнь природы, которая дополнена высокотехнологичным продуктом: воспроизведены туманы, вибрации земли, запахи [4].

Благодаря мультимедийным технологиям сегодня мы можем наблюдать феномен иммерсивности, то есть «эффект присутствия». И индустрия развлечений, как мы видим, все больше использует эти возможности.

Так, мультимедийные технологии сегодня являются важнейшим элементом театральной деятельности. Хорошо известно, что театр издавна использует новейшие достижения (для своего времени) для усиления зрелищности спектаклей и представлений. Современный театр предлагает массу иммерсивных спектаклей, действие которых может разворачиваться на улицах, в жилых помещениях, торговых площадях и практически в любых пространствах. Основой таких сценических работ могут выступать классические произведения («Пиковая дама», «Игра в преступление. Достоевский») и новые сочинения («Дом 19/07», «Совместные переживания», «Школа сна»). Илимедиа-перформанс «NeuroIntegrum», сценический эксперимент направления научного искусства (science-art). Суть

этого действия – взаимодействие сознания человека (актера) с компьютером (так позиционируют проект его создатели) посредством энцефалограммы головного мозга. Проект реализуется на Новой сцене медицентра Александринского театра.

Другим проектом, о котором необходимо упомянуть в рамках данной работы, является проект «Мы». Благодаря цифровым технологиям «ожившие» образы выдающихся соотечественников, среди которых А.С. Пушкин, М.В. Ломоносов, Петр Первый и другие, делятся своими реальными мыслями с аудиторией. Их высказывания касаются актуальных вопросов современности: о судьбе страны, о лени и труде, о коррупции, о пьянстве, о характере русского человека [5].

Безусловно, следует согласиться с мнением директора Театра «Сатирикон» Константином Райкиным, который утверждает, что «как бы ни был оснащен спектакль, какой бы электроникой он ни был напичкан, а все равно главную эмоцию, потрясение ты получаешь только через игру артистов»[6, с.36]. Аналогичной точки зрения придерживается и актер, режиссер, руководитель театра Владимир Машков: «Зритель должен чувствовать дыхание и пот актера» [6, с.33]. Это действительно так, ни кино, ни телевидение, имеющие огромные возможности, не способны, тем не менее заменить главное в театральном искусстве – живое общение со зрителем. Театр существует «здесь и сейчас», в непосредственном контакте зрителя и актера [7].

Мультимедийные продукты также применимы и в современных парках. Одним из проектов, применяющих современные технологии является парк «Зарядье» в Москве, где посетителям предлагают аудиовизуальные инсталляции[8].

Руководители многих компаний сегодня убеждены в необходимости внедрения высокотехнологичного контента в деятельность своих предприятий, видя за этим будущее рынка. Современные мультимедийные компании стремятся предложить обществу интересные продукты, даже

превосходящие потребности аудитории. И эти процессы имеют положительный потенциал для многих отраслей экономики.

Процессами создания и реализации данного высокотехнологичного продукта занимаются продюсеры и можно говорить о том, что эта сфера также является высокотехнологичной отраслью экономики, что требует соответствующих высококвалифицированных кадров.

Список используемой литературы и источников:

1. *Cortright J., Mayer H.* High tech specialization: a comparison of high technology centers. URL: <http://www.brookings.edu/wp-content/specialization.pdf> (дата обращения: 21.05.2018)
2. *Henderson D.R.* The concise encyclopedia of economics. URL: <http://www.ecolib.org/library/Enc.html> (дата обращения: 21.05.2018)
3. *O. Yokohama.* URL: <http://www.timeout.com/tokyo/museums/orbi> (дата обращения: 21.05.2018)
4. *O. Dubai.* URL: <http://www.orbidubai.com> (дата обращения: 21.05.2018)
5. Проект «Мы». URL: <http://медиаспектакль.рф> (дата обращения: 21.05.2018)
6. *К. Райкин.* «И в Москве есть глухая провинция» / журнал «Театрал». № 5(60). Май, 2018.
7. *J. Grotowski.* Toward a poor theater. ed. Routledge A Theatre Art Book. New York, 2002. 264 p.
8. Winners announced at 2018 InAVation/feb 6. 2018. URL: <http://inavationawards.com> (дата обращения: 21.05.2018)