

От признания к доверию

Пять лет прошло с тех пор, как на рынке кинооборудования вновь появились киносъёмочные объективы старейшей российской оптической компании ЛОМО. О том, каким был этот путь для отечественного производителя и о его ближайших планах рассказал помощник генерального директора АО «ЛОМО» Лазарь Залманов.

Mediavision: Кинооптики ЛОМО долго не было на рынке...

Лазарь Залманов: Это так. Кинообъективов на ЛОМО за его более чем вековую историю было создано немало. С 1960-х до начала 1990-х годов мы выпустили более 100 тыс. только киносъёмочных объективов, включая дискретные, панкратические и анаморфотные. Их, кстати, многие кинооператоры до сих пор с удовольствием используют, приспособив к современным цифровым камерам. Однако в 1992 году это производство было приостановлено, а затем и вовсе прекращено. Таковы реалии того непростого времени перехода страны к рынку. Только в 2009 году была создана новая линейка объективов серии ILLUMINA S35, по своим техническим характеристикам вполне соответствовавшая современному мировому уровню. Работая над ее созданием, мы предполагали, что такая оптика будет постав-

ляться исключительно на экспорт, так как отечественное кино переживало тяжелые времена. Киностудии страны останавливались и практически закрывались. Поэтому с начала 2010 года серийные поставки осуществлялись только нашему партнеру в США, а оттуда они продавались по всему миру. Однако уже через полгода оказалось, что и в России интерес к кинооптике возрождается. Тогда по просьбе американского партнера в октябре 2010 года мы впервые показали нашу оптику на выставке в Москве, а с января 2011 года началась и ее продажа в России.

Mediavision: Тяжело было возвращаться?

Лазарь Залманов: Не то слово. Ведь к тому времени кардинально изменилась технология съемки, появилась цифровая съёмочная техника и сменилось поколение кинооператоров. Пришло много молодежи, не знакомой с нашей прежней кинооптикой. О нас за эти почти 20 лет успели забыть. Пришлось заново знакомить специалистов с оптикой ЛОМО, давать им возможность пробовать ее в деле, привлекать авторитетных кинооператоров для профессиональных сравнительных тестов с лучшими мировыми образцами. Причем как за рубежом,



Новые объективы с фокусным расстоянием 14 мм



Лазарь Залманов демонстрирует объективы серии ILLUMINA S35 на NATEXPO 2010

так и в России. На первых порах доминировало недоверие, предвзятость в отношении к российской технике. Несколько лет ушло на то, чтобы преодолеть информационный дефицит, вызванный долгим отсутствием на рынке. Первая серия оптики вызвала много критических замечаний от покупателей, в основном относительно механики и внешнего вида. Все замечания принимались, анализировались, благодаря чему уже через год нам удалось перейти на выпуск новой модификации линейки – серии МК-II. Многие недостатки были устранены, и спрос на объективы существенно вырос. К основной линейке из пяти суперсветосильных (Т1,3) объективов (18, 25, 35, 50 и 85 мм) добавилось еще два – 135 мм (Т1,8) и 14 мм

(Т1,9). Теперь уже можно уверенно сказать, что за пять лет мы добились признания. Сегодня наша оптика работает уже в 30 странах мира, продано более 130 комплектов, из которых около 40 успешно эксплуатируются в России, Беларуси и Украине.

Mediavision: Кто покупает оптику ЛОМО, ведь процесс восстановления киноиндустрии идет не так быстро, как хотелось бы?

Лазарь Залманов: Вы правы, крупных киностудий, стабильно снимающих фильмы, – единицы. Они пока используют то оборудование, которое у них уже было или импортное оборудование, которое удалось в свое время приобрести. Нового масштабного переоснащения, как мы понимаем, тут пока не планируется. Зато вырос рынок производства телевизионных фильмов и сериалов, где работают небольшие компании и производящие студии. Все чаще на нашу оптику обращают внимание фирмы, сдающие кинооборудование в аренду. Есть и частные операторы-фрилансеры из Москвы, Санкт-Петербурга, Ессентуков, Якутска, Новосибирска и других городов. Они инвестировали свои средства в кинооптику и не только снимают для телевидения, но и работают в жанрах корпоративного и документального кино, рекламы, музыкальных клипов.

У этих специалистов весьма ограниченные бюджеты, поэтому они тщательно выбирают оборудование, в том числе оптику, ориентируясь в первую очередь на соотношение цены и качества. А в этом как раз и заключается наше главное преимущество. При вполне достойном уровне и качестве нашей оптики ее цена в несколько раз меньше, чем у лучших мировых брендов. Что особенно актуально в ситуации резкого ослабления рубля.

Очень рады мы и тому, что выиграли тендер на поставку нашей оптики во ВГИК. И теперь будущие кинооператоры познакомятся с ней уже во время учебы.

Mediavision: Можете привести несколько примеров фильмов, снятых вашей оптикой?

Лазарь Залманов: Конечно. Из тех кинофильмов, которые вышли на экран или были показаны по телевидению могу назвать «Три дня с придурком» и



На съемке фильма в Ессентуках

«Развод по собственному желанию», снятые известным кинооператором Сергеем Астаховым. Среди телефильмов и сериалов – это «Господа-товарищи» (1 канал), «Молодежка» 2-й и 3-й сезоны (СТС), «Позывной “Стая”» и «Дружина» (Россия 2), «Слишком красивая жена», «Сказки мачехи» и «Красотка» (Россия 1) и др. Список довольно длинный. На сегодня в России снято уже около пятидесяти проектов, а общее количество серий – почти 400. И это только те фильмы, о которых мы знаем от наших клиентов, с которыми стараемся поддерживать постоянную связь и партнерские отношения.

Мы очень благодарны всем тем, кто купил и успешно пользуется нашей оптикой и со своей стороны максимально внимательно относимся к их просьбам и пожеланиям. В случае необходимости даем консультации и выполняем ремонт объективов, понимая, что выход из строя во время съемок даже одного объектива создаст нашим клиентам весьма ощутимые проблемы. Поэтому ремонт осуществляем очень быстро, а если требуется длительное время, то на время ремонта предоставляется аналогичный объектив на замену. К счастью, таких случаев очень мало.

Mediavision: Сегодня «импортозамещение» – один из самых модных терминов. Но стало ли легче отечественному производителю?

Лазарь Залманов: К сожалению, нет. Программы импортозамещения хорошо работают в областях оборонной продукции (мы это реально ощущаем),

сельского хозяйства. В гражданской сфере, в том числе в кинопроизводстве, науке и медицине, где тоже работает наша компания, таких программ не существует. ЛОМО всю свою долгую жизнь производит продукцию, конкурирующую в основном с продукцией ведущих мировых производителей. Поэтому для нас импортозамещение – это не дань моде, а неизбежная постоянная борьба за потребителя. И доказывать свою состоятельность в этом соревновании приходится каждый день, повышая уровень разработок и качество продукции, обеспечивая при этом конкурентные цены.

Mediavision: Что-нибудь новое появится в ближайшее время?

Лазарь Залманов: В ближайшее – нет, а в течение двух лет – обязательно. Расширения линейки не планируем, зато в работе – два новых проекта.

Во-первых, чувствуется острый интерес рынка к анаморфотной оптике, особенно за рубежом. Поэтому мы уже приступили к созданию анаморфотных насадок для своих объективов. Первая из них должна появиться уже к концу этого года. Мы рассчитываем, что она будет работать с объективами 35 и 50 мм. При этом стараемся, чтобы изображение,

logocam
Logocam UPL-90i

InfoLITHIUM
ЯПОНСКИЕ СЕЛЛЫ
РАБОТАЕТ В ХОЛОД

www.proland.ru

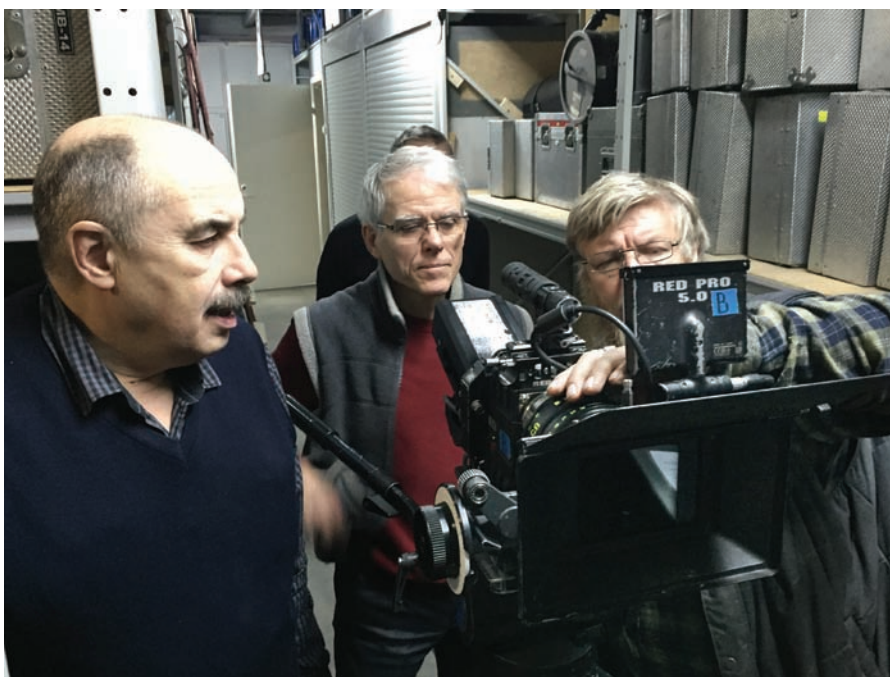


Объективы 85 мм серий МК-II и МК-III

которое она будет строить, обеспечило ту неповторимую и уникальную картинку, которая так ценилась операторами, работавшими с нашими прежними БАСами. Таковы были многочисленные пожелания от профессионалов, с которыми мы консультировались. Они просили не «вылизывать» технические параметры оптики, а оставить ее специфические лучи и боке, чтобы художественный образ был максимально выразительным.

Во-вторых, мы активно работаем над новой модификацией основной линейки серии МК-III. Добившись весьма высоких оптических характеристик и улучшив работу механики, мы готовы теперь идти дальше. В прошлом году мы собрали пожелания кинооператоров по улучшению эксплуатационных характеристик объективов, особенно при работе с приводами, компендиумами и светофильтрами. Новая конструкция объективов позволит улучшить ход механизмов управления фокусом и диафрагмой,

существенно сократить время на перенастройку съемочного оборудования при смене объективов, «навешивать» на них дополнительные аксессуары. Все пять объективов будут одинаковых габаритов с постоянным расположением зубчатых приводов управляющих механизмов. Кроме того, оптические характеристики объектива с фокусным расстоянием 18 мм будут существенно



Тестирование объектива 85 мм серии МК-III в «Агентстве съемочной техники Сергея Астахова»

улучшены. Мы благодарны операторам, которые нашли время и возможность поделиться своими мыслями и практическим опытом для дальнейшего улучшения оптики ЛОМО.

Первый опытный образец объектива на 85 мм новой линейки уже готов, его тестирование недавно завершено. По заключению наших постоянных партнеров и консультантов, проводивших тестирование, — кинооператоров Сергея Астахова, Валерия Ревича, Игоря и Олега Плаксиных — большинство пожеланий профессионалов исполнено. Этот образец уже отправлен нашему американскому заказчику для тестирования в США и Европе. Запущен в производство опытный образец объектива на 35 мм. Разработка остальных объективов продолжается. Вся линейка должна быть готова к концу

будущего года. Мы надеемся, что наши объективы получат положительную оценку на рынке.

Mediavision: 2016 год объявлен годом российского кино. Как думаете, возрастет ли спрос на оптику ЛОМО?

Лазарь Залманов: Очень хотелось бы. Но посмотрим, как получится на практике. Если будет вложено достаточно средств в запуск новых проектов и удастся решить проблемы с прокатом отечественных фильмов, то спрос на новую оптику повысится. Мы к этому готовы.

А пока ждем еще одной хорошей новости — выхода в прокат очередной кинопремьеры. Уже скоро на экраны должен выйти новый художественный фильм «28 панфиловцев», все натурные съемки которого сняты нашей оптикой. Как сказал нам оператор-постановщик этого фильма Никита Рождественский, он выбрал оптику ЛОМО потому, что «...она создает мягкий пластичный рисунок, помогающий убрать излишнюю резкость современных цифровых матриц, и сохраняет при этом достаточную резкость при хорошей светосиле».

Такое мнение является для нас подтверждением того, что сделан еще один верный шаг на нелегком пути от признания оптики ЛОМО к завоеванию доверия профессионалов киноиндустрии.

реклама