

SKRIVNOST ENIGME

Zdaj, ko se na programu MTV-ja že vrti novi spot skupine Enigma, *Mea Culpa*, je pravi čas za razkritje skrivnosti Enigme. Posebej za Ekran pojasnjuje vrsto podrobnosti o spotu *Sadeness* njegov avtor, mladi francoski režiser Michel Guimbard!

Spot *Sadeness* skupine Enigma je bil realiziran v Franciji, naročnik pa je bila nemška diskografska hiša. Prav ta mednarodna razsežnost je omogočila relativno dostojen budžet, ki se je sukal okrog 450 000 francoskih frankov. Ker pa je bil projekt zastavljen dovolj ambiciozno — z drugimi besedami: dovolj drago —, je realizacijo filma finančno podprl tudi Oddelek za nove tehnologije francoskega Nacionalnega centra za kinematografijo (CNC *Nouvelles Technologies*).

Scenarij pripoveduje sanje pisca, ki je zadremal med popraviljanjem rokopisa v prazni sobi. Nenadoma imaginarno zasede prostor okrog njega. Tako odkrijemo najprej cerkvene ruševine, nato pa še meniha, ki čuva vrata pekla. Pregarja pa podoba ženske, ki naj bi ga zvalila v pekel. Menih se pusti zapeljati svoji fantazmi in zvabiti v skušnjava. Odškrne vrata pekla, ki ga pogoltnejo, skupaj z njim pa tudi ves posvečen prostor.

Izziv, ki ga je zastavljala realizacija filma, je bil naslednji: kako ob omejenem budžetu najti takšne tehnične rešitve, da ne bodo kompromitirane niti umetniško vodenje projekta niti scenaristične ambicije?

Prvi korak je bila zelo natančno zastavljena zasnova, ki so jo spremljale številne risbe in storyboard triinštirideset kadrov filma, od katerih jih je kar trideset zahtevalo poznejši trik. Že na začetku je bilo jasno, da bo treba za dekor uporabiti makete, saj je bilo treba protagoniste naknadno integrirati v okolje s pomočjo inkrustacije. Ta postopek, ki temelji na uporabi računalnika, danes omogoča že prav izjemne rezultate. Tistih trideset kadrov, pri katerih je uporabljen trik, sestavljajo t. im. združene podobe (*images composites*), saj se v njih različni elementi združijo za tvorbo ene same podobe. Vključitev »resničnih« igralcev v fiktiven dekor je seveda zahtevala dvojno število vseh kadrov: enkrat je bilo treba posneti samo dekor, drugič pa samo osebe. Ker gre za dve različni lestvici, smo nato uporabili še kamero na računalniku (*Interactive Motion Control*). Le-ta je namreč edini pripomoček, ki lahko ponaredi iste gibe na igralcih in na maketi, pri tem pa ves



čas upošteva parametre vztrajne menjave dveh lestvic.

Število kadrov je sčasoma naraslo na triinšedemdeset, zaradi česar je snemanje potekalo deset dni (povprečje za en spot je sicer dva do tri dni).

Maketa cerkve je narejena iz polistirena, vzor zanjo pa je bila slika Jeana Gourmonta *Čaščenje pastirjev* (*Adoration des bergers, 1483*), ki danes visi v Louvru. Pri izboru vrat pekla, ki so narejena iz voska, smo imeli v mislih seveda tista, ki jih je na začetku stoletja oblikoval Auguste Rodin. Makete je bilo na določenih mestih, ki smo jih zaznamovali še pred snemanjem, mo-

goče razpreti, saj je le-to omogočilo kameri, da se dovolj svobodno giblje po začrtanih oseh. Snemali smo na 35-milimetrski filmski trak, montaža in posebni efekti pa so bili izpeljani z video-postprodukcijo, saj je bilo tehnično in finančno edino tako mogoče izvesti željeno inkrustacijo oseb v dekor. Ker so tovrstni filmi tako in tako namenjeni zgolj video-difuziji, je bil uporabljen najkakovostnejši numerični video material.

Najbrž mi ni treba posebej poudarjati, da je pri takem tipu filma najbolj delikatno najti natanko tiste umetniške in tehnične rešitve, ki bodo omogočile kreacijo prepričljive vi-

zualne realnosti. Prav kredibilnost vizualne zasnove je tista, ki mora pri gledalcu sprožiti dvom: »Je to, kar vidim, resnično ali lažno?»

Da bi dosegli zares prepričljiv rezultat, smo si zamislili in tudi izdelali celo vrsto elementov, ki naj pripomorejo k učinku »lažne realnosti«. Naj jih nekaj naštejemo:

— sinhronizirano gibanje oseb in dekorja, zaradi česar se v toku *travelling-a* zdi, da so osebe navkljub lastnemu gibanju sestavni del prostora;

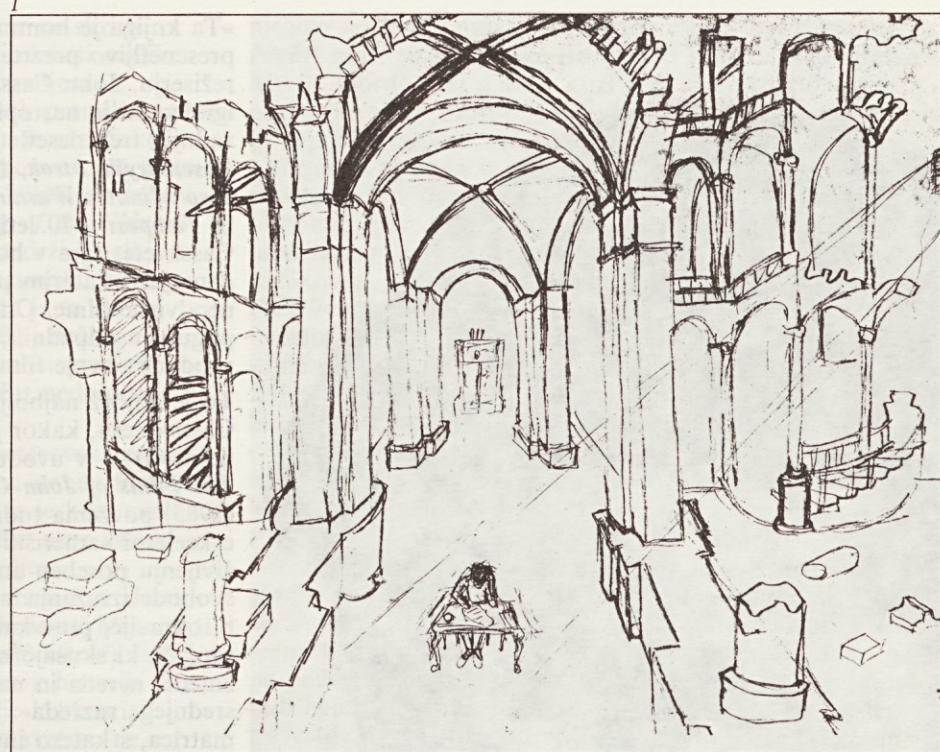
— svetlobni spoji oseb in dekorja, ki omogočajo enotnost osvetlitve, izvirajoče iz skupnega vira svetlobe;

— umetno proizvajanje sence, ki še dodatno podkrepi vključenost igralca v okolje;

— kar se le da natančen barvni spoj najraznovrstnejših elementov različnega izvora v končni podobi;

— ponarejeni, lažni svetlobni žarki, ki smo jih podobam dodali čisto na koncu, še dodatno prispevajo k vtisu atmosfere enega prostora, enega svetlobnega ambienta, skratka, k difuziji svetlobe v prostoru.

In končno, posnetki ptic, ki bi se morale spreletavati po cerkvi praktično ves čas



Tri faze avtorskega dela:

1. Izvirna risba Michela Guimbarda, za katero sam pravi, da »povzema cel koncept spota«.
2. Maketa iz polistirena (90 x 180 x 130 cm)
3. Zaključni kader spota *Sadeness*.

Tehnična lista:

produkcija: **Une de plus**
režija: **Michel Guimbard**
fotografija: **Jerome Robert**
trik: **J. P. Baesi**
igrata: **Mario Tafoto** in **Catherine Tastet**
izdelava makete: **Passe Muraille**
snemanje: **IMC ACME Films**
video-postprodukcija: **DURAN**

Seznam materiala

Interactive Motion Control
Telecinema Numerique URSA RANK Cintel
numerična montaža: **ABEKAS A 53 A 64**
inkrustator: **Ultimate 5**
posebni efekti: **Harry Paint Box ENCORE (QUANTEL)**
master zvok: **SONY Digital D 1** (numerična podoba in zvok).

MICHEL GUIMBARD

