

А.Д. Евменов, К.Б. Смирнов

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ РЫНКА ОТЕЧЕСТВЕННОГО КИНОПОКАЗА КАК ИННОВАЦИОННОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ СФЕРЫ УСЛУГ

Проводится анализ жанровой принадлежности лидеров отечественного кинопоказа за 2013 год, даются рекомендации по повышению эффективности российской кинематографии на примере фильма «Сталинград» режиссера Ф. Бондарчука.

Ключевые слова: кинематография; кассовые сборы; государственная поддержка; инновации.

The authors analyse the genres membership of leaders of the national film exhibition in 2013 and give recommendations on improving the efficiency of the Russian cinematography citing as an example "Stalingrad" directed by F. Bondarchuk.

Keywords: cinematography; box office; state support; innovation.

Одной из современных особенностей развития отечественного рынка кинопоказа является его строгая жанровая дифференциация. Согласно данным журнала «Кинобизнес сегодня», по состоянию на 22.12.2013 года в десятку лидеров отечественного кинопроката входят такие фильмы отечественного производства, как «Сталинград», «Легенда № 17», «Горько!», «Три богатыря на дальних берегах», «Метро», «Что творят мужчины!», «С новым годом, мамы!», «Джентльмены, удачи!», «Снежная Королева», «Билет на Vegas» [4]. Проведя аутентификацию представленных отечественных киноработ по их заявленной жанровой принадлежности, мы делаем вывод, что наиболее популярные жанры отечественного производителя – это комедии и драмы. Шесть из десяти фильмов-лидеров отечественного проката принадлежат к комедийному жанру, составляя сумму общих сборов на данные кинокартины в размере 88 409 621 долл. Учитывая, что показ данных кинокартин осуществлялся на 7395 экранах, легко посчитать, что в среднем на отечественные кинокомедии-лидеры за 2013 год приходилось 11955 долл. на экран показа.

Если произвести расчеты со вторым по количеству представленных отечественными кинокартинами жанром – драмой, то общие сборы с данных кинофиль-

мов составили 63 122 163 долл., при этом показ осуществлялся на 4151 экране, а сборы в среднем на экран составили 15206 долл.

Таким образом, можно с уверенностью сказать, что, несмотря на то, что именно кинофильмы-комедии являются безоговорочными лидерами отечественного кинорынка по кассовым сборам, в настоящее время кинофильмы-драмы, при общем отставании кассовых сборов на 25 287 458 долл., показывают большую экономическую эффективность в расчете на один кинозал.

По нашему мнению, данный фактор нельзя трактовать однозначно, потому что, с одной стороны, и отечественный кинопроизводитель, и отечественные прокатчики по-прежнему ориентируются в современном рынке кинопоказа на молодежь, о чем свидетельствует жанровая дифференциация. Данная тенденция легко объяснима, если принять во внимание средний возраст кинотеатральной аудитории и предположить, что именно молодежь в возрасте от 15 до 25 лет чаще ходит в кино, имеет больше свободного времени и доступных финансовых средств для посещения киносеансов, особенно в будние дни.

Однако тенденция, что на рынке отечественного кинопоказа на втором месте

по популярности в 2013 году находится такой жанр, как драма, требует более подробного анализа. С одной стороны, этот жанр можно назвать противоположностью комедии, так как в этом исторически сложившемся внутреннем подразделении в кинофильмах, драма, как и комедия, показывает частную жизнь людей, но направлена на показ этой личности в драматическом аспекте, в процессе духовного изменения личности, становления характера, зачастую в конфликтных или околонеконфликтных ситуациях [3]. Авторы предполагают, что выделенная противоположность в жанровых составляющих позволяет высказать предположение и о дифференциации самой кинозрительской аудитории, что представляется положительной составляющей отечественного рынка кино, потому что, согласно рыночным реалиям, чем больше разнообразия на рынке предложения для покупателей, тем больше вероятность, что покупатель решит удовлетворять свой спрос именно отечественными услугами, а не зарубежными.

С другой стороны, если обратить внимание на качественное наполнение киноконента, под которым мы понимаем наличие не только развлекательной составляющей, призванной удовлетворить потребность в развлечении и отдыхе отечественного кинозрителя, но и элементов культурно-просветительской направленности, нельзя не признать, что статистически именно жанр драмы более способствует социально-психологическому развитию человека, как личности, поднятию социально значимой проблематики и формированию собственного мнения по общественно значимым вопросам. Данный критерий особенно важен в разрезе национального кинопроизводства и кинопоказа, потому что показ и продвижение патристически направленных кинокартин, призванных сформировать и утвердить положительный образ нашего государства в глазах как отечественных, так и зарубежных кинозрителей, является важной частью национальной политики в области поддержки отечественного производителя в кинопроизводстве.

В связи с этим рассмотрим подробнее

ряд аспектов, связанных с кинопрокатом кинофильма, занимающего первое место в рейтинге годовых кассовых сборов в России, как среди отечественных, так и среди зарубежных кинокартин. Кинофильм «Сталинград» дистрибьютора «Уолт Дисней Студиос Сони Пикчерс Релизинг» (WALT DISNEY STUDIOS SONY PICTURES RELEASING; WDSSPR), режиссер Ф. Бондарчук, вышел в прокат 10.10.2013 г., и в конце 2013 года прочно закрепился на первом месте в отечественном рынке кинопоказа. В первые четыре дня проката данный фильм собрал кассу в 16 256 340 долл., при бюджете 30 млн. долл. Авторы делают прогноз, что на момент выхода статьи именно данный фильм будет считаться самым кассовым в 2013 году в России. Кассовые сборы данного кинофильма в настоящее время составляют 50 392 355 долл. (1 625 153 461 руб.). Также необходимо отметить, что данная кинокартина транслируется не только в 2D, но и в режимах 3D и IMAX, что, по мнению авторов, представляется положительным фактором, ввиду использования современных методов кинопоказа, увеличивающих зрительскую аудиторию, за счет создания конкурентного преимущества по сравнению с другими отечественными кинокартинами.

Многие исследователи отмечают, что инновационное развитие сферы услуг, к которой относится кинопоказ, занимает ключевую роль в развитии инноваций развитых стран. Например, исследователь А.А. Аль-Нсур утверждает, что доля сферы услуг в инновационном развитии превышает 50% суммарного объема в инновации [1]. Таким образом, можно высказать предположение, что российский кинематограф должен больше внимания уделять выпуску кинофильмов, ориентированных на современные инновационные технологии, такие как IMAX, 3D. И логичным следствием из данного предположения является рекомендация Министерству культуры и Фонду кино уделять больше внимания и выделять средства государственной поддержки именно на те кинокартины, которые ориентированы еще на стадии планирования на прокат в

3D и IMAX, и предоставлять преимущество в получении средств именно таким проектам. Данная мера, на наш взгляд, будет способствовать, с одной стороны, совершенствованию и развитию отрасли кинопроизводства, потому что кинопроизводителям, для получения средств господдержки придется закладывать в свою деятельность еще на этапе планирования современные технологии, а с другой стороны, будет способствовать повышению зрительского рейтинга отечественных кинокартин в России из-за увеличивающейся конкурентоспособности в области инновационных технологий. Нельзя не отметить, что активное применение современных технологий, по нашему мнению, неизбежно приведет не только к увеличению обращений к зарубежным компаниям-специалистам, но и к обновлению производственных фондов кинематографии. Безусловно, мы полагаем, что данный процесс будет медленным, но для предотвращения стагнации отрасли органам государственной власти необходимо будет создать условия для благополучного обновления производственных фондов отечественной кинематографии.

С момента выхода кинофильма «Сталинград» аудитория и кинокритики неоднозначно отнеслись к содержанию фильма, в котором образ советского солдата Великой Отечественной войны показан с позиции авторского видения и художественного вымысла, которая может для определенных зрителей показаться неприятной и не соответствующей действительности. Однако мы не беремся оценивать художественную ценность произведения, ввиду субъективности данной задачи, а отмечаем, что, несмотря на данный факт, кинокартина вызвала широкий общественный резонанс, что повлекло за собой выражение мнения о просмотренной кинокартине. На наш взгляд, важен сам факт внимания к данной дискуссии на исторически и социально значимую тему. По нашему мнению, это является положительным аспектом данного произведения.

Также авторы считают необходимым указать на факт покупки данного фильма зарубежными прокатчиками с целью пока-

за в зарубежных странах, в частности, в Китае. Учитывая темпы роста китайского рынка кинопоказа, политику протекционизма и поддержку отечественного производителя в Китае, а также тот факт, что ёмкость рынка кинопоказа Китая больше российского, можно с уверенностью сказать, что с точки зрения прогнозирования кассовых сборов художественный фильм «Сталинград» ждет положительная динамика. Недостатком в данном случае авторы считают вероятность, отличную от нулевой, принятия событий кинофильма за реальные и укоренения в сознании зарубежного зрителя отрицательного образа советского солдата. Однако данный недостаток, на наш взгляд, не является существенным и его минусы не смогут внести достаточных оснований для выдвижения предложений о прекращении показа кинофильма. Наоборот, авторы считают, что успех художественного фильма «Сталинград» на зарубежном рынке создаст условия, при которых зарубежным прокатчикам будет интересен и выгоден отечественный кино контент, что может послужить сильным толчком для увеличения количества экранов проката для отечественной кинопродукции и, как следствие, приведет к увеличению прибыли и общей рентабельности кинокартин, что положительно повлияет на развитие отечественной киноотрасли в целом.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Аль-Нсур А.А.* Инновации в сфере услуг: виды и подходы к классификации // Вестник Российской академии естественных наук. 2013. Вып. 17. № 2. С. 62–65.
2. Кассовые годовые сборы за 2013 год // Журнал «Кинобизнес Сегодня»: [сайт]. URL: <http://www.kinobusiness.com/kassa/topofyear/2013/> (дата обращения: 24.12.2013)
3. *Родина Т.М.* Большая советская энциклопедия: в 30-ти т. М.: Советская энциклопедия, 1969–1978.
4. Российские Лидеры. Кассовые годовые сборы за 2013 год // Журнал «Кинобизнес Сегодня»: [сайт]. URL: <http://www.kinobusiness.com/kassa/2013/russian-leaders.php> (дата обращения: 24.12.2013)