

A.V. Shraer, A.A. Somova

NEW AND TRADITIONAL PROFESSIONAL EXHIBITIONS IN CINEMA TOURISM SERVICES

Alexander Shraer – professor, the Department of Economics and Management in Service Sector, St. Petersburg State University of Economics, Doctor of Economics, St. Petersburg; **e-mail: sharier@rambler.ru**.

Anna Somova – candidate for a Master’s degree, the program “Service Economy: International Services Markets”, St. Petersburg State University of Economics, St. Petersburg; **e-mail: somova.anna@mail.ru**.

Cinema tourism as a specific kind of tourist activity represents a focus of scientific research, though it is barely covered in scientific publications. We consider problems of developing cinema tourism, forming cinema locations as well as possibilities of using the resources of film festivals and film exhibitions to increase the attractiveness of a tourist destination on the global market. We show characteristics of professional exhibitions in film industry and list the features of large exhibitions taking into consideration international and domestic experience. We consider the role of film commissions in the film industry system and describe the characteristics of Cineposium as a specific format of professional film exhibition. On the basis of comparative analysis of international practice and Russian experience in film exhibitions, we make a conclusion that Russian market of film festivals and exhibitions is becoming more attractive for foreign partners, which is connected with its definitive institutionalization.

Keywords: film industry; cinema tourism; professional exhibitions; film exhibition; film festival; cinema tourism market.

А.В. Шраер, А.А. Сомова

НОВЫЕ И ТРАДИЦИОННЫЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ВЫСТАВКИ В СФЕРЕ УСЛУГ КИНОТУРИЗМА

Александр Викторович Шраер – профессор кафедры экономики и управления в сфере услуг, ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет», доктор экономических наук, г. Санкт-Петербург; **e-mail: sharier@rambler.ru**.

Анна Андреевна Сомова – магистрант, программа «Сервисная экономика: международные рынки услуг», ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет», г. Санкт-Петербург; **e-mail: somova.anna@mail.ru**.

Кинотуризм как специфический вид туристской активности находится в поле внимания научных исследований, но вопросы, связанные с изучением выставочной деятельности в этой сфере мало представлены в научных публикациях. В статье рассматриваются вопросы развития кинотуризма, формирования кинолокаций и возможности использования ресурсов кинофестивалей и киновыставок как ресурса для повышения привлекательности дестинации на мировом рынке туризма; показаны особенности профессиональных выставок в сфере киноиндустрии, рассмотрены традиционные и новые форматы выставочной деятельности в киноиндустрии, приведены особенности крупных киновыставок с учетом зарубежного и отечественного опыта. Рассмотрена роль Кинокомиссий в системе организации киноиндустрии, описаны особенности Синепозиума как специфического формата профессиональной выставки в индустрии кино. На основе проведенного сравнительного анализа международной практики и российского опыта организации киновыставок делается вывод, что российский рынок кинофестивалей и киновыставок становится все более привлекательным для зарубежных партнёров, что связано, в том числе, с его окончательной институционализацией.

Ключевые слова: киноиндустрия; кинотуризм; профессиональные выставки; кино-выставка; кинофестиваль; рынок кинотуризма.

Сегодня развитие кинотуризма становится одним из важных направлений формирования событийной привлекательности дестинации, кинотуризм признается движущей силой развития во многих странах и регионах. Кинолокации все активнее используются как ресурс для создания нового туристского продукта и социально-экономического развития территории. В исследовании данной области туристской активности включены многие отечественные и зарубежные теории, изучение подходов этих авторов позволяет понять и описать место кинотуризма в развитии дестинации [1], оценить его роль в создании перспективных туристских продуктов [3], изучить эволюцию развития кинотуризма в современной бизнес-практике [11; 14]. Кинотуризм как специфический вид туристской активности сегодня находится в поле зрения довольно активных научных исследований, в то время как вопросы, связанные с изучением конгрессно-выставочной деятельности в этой сфере как в отечественной, так и в зарубежной научной литературе остаются относительно малоизученными.

Мы хотели бы остановиться на особенностях профессиональных выставок в сфере киноиндустрии как одном из относительно новых форматов событийной активности. В качестве ключевых направлений исследования взаимосвязи туризма, киноиндустрии и выставочной деятельности в дестинации называются, прежде всего, такие: необходимость распространения теоретических основ менеджмента на фестиваль и событийный туризм; адекватный учет влияния фестивалей на туризм и его особенности; изучение актуальности и проблем традиционных фестивалей и мероприятий в современную цифровую эпоху; междисциплинарное рассмотрение фестивалей, в том числе, в контексте событийной и выставочной деятельности в пределах отдельной территории [13].

Как указывает С. Никольская, к традиционным разновидностям выставок ки-

но можно отнести: показ киноплакатов; фотовыставки, а также выставки костюмов. При этом новой разновидностью экспозиции о кино в России являются выставочные проекты, посвященные созданию конкретного фильма [5]. Так, в 2015 г. в Музее Востока в Москве прошла Выставка «Таможня дает добро. Киноистории в деталях», приуроченная к 45-летней годовщине выхода на экраны культового советского фильма «Белое солнце пустыни» [8]. Могут быть организованы и выставки, посвященные тому или иному киноперсонажу. Например, в 2014 г. в Мультимедиа Арт Музее (г. Москва), прошла выставка «Дизайн 007: 50 лет стилю Джеймса Бонда» [10], при этом данная выставка явилась российской версией передвижной экспозиции «Designing 007: Fifty Years of Bond Style», прошедшей в лондонском выставочном центре «Барбикан» в 2012 г. [12]. Если анализировать зарубежный опыт в вопросах организации и проведения конгрессно-выставочных мероприятий, можно сказать, что в мировой практике выставки индустрии кинематографа – это комплексный маркетинговый инструмент продвижения, презентации и показа фильмов ведущих кинокомпаний, заключение договоров на право кинопроката и, одновременно, продвижение дестинации, связанной с данным фильмом, персонажем, режиссёром. По данным Ехроmap, в мире ежегодно проводится более 160 регулярных выставок, объединяющих различные направления киноиндустрии. Наиболее масштабные и значимые выставки в странах Европы проходят в Германии (17 выставок), Италии (14 выставок), Франции (12 выставок). По доле рынка выставочной деятельности в сфере киноиндустрии лидерами являются: США – 47%, Германия – 11%, Италия – 9%, Франция – 8%, Великобритания – 7%, Россия – 6% [2].

Нами был проведён экспресс-анализ четырех зарубежных выставок в области киноиндустрии: «CinemaCon» (Лас Вегас, США), «Cine Gear Expo» (Лос-Анджелес,

США), «Cines» (Мюнхен, Германия), «CINEMA EXPO INTERNATIONAL» (Амстердам, Нидерланды). Из них первые два проекта входят в рейтинг самых значимых глобальных выставок. Данные выставки вызывают интерес, так как используют инновационные формы и методы проведения мероприятий. Две другие выставки были выбраны, поскольку основные характеристики территорий проведения выставок можно сопоставить с характеристиками Санкт-Петербурга, а именно, региональный, курортный характер, материально-техническая база выставочного комплекса сравнимы по масштабам. Несмотря на то, что тематика выставок одинаковая, каждая из них обладает конкурентными преимуществами. Например, «CinemaCon» – крупнейший в США форум, посвященный кинопоказу и кинопрокату. Свои проекты на выставке представляют все лидеры кинорынка – от таких гигантов, как «Disney», до независимых компаний, как «Lionsgate CinemaCon», презентующей торговую выставку, специально предназначенную для владельцев кинотеатров [9]. В отличие от «CinemaCon» выставка «Cine Gear Expo» имеет более широкий набор тематик, реализованных в рамках проекта. Это международная выставка, посвященная фильмам, видео- и цифровым технологиям, последние все активнее меняют как саму индустрию кинематографа, так и форматы выставочной деятельности в индустрии, «CinemaCon» в большей степени представляет результат работы индустрии кино, а «Cine Gear Expo» концентрируется непосредственно на процессе создания фильмов и взаимодействии с творческим участниками процесса создания кинопродукции [9].

В России интерес к выставочной деятельности в индустрии кино тоже проявляется все отчетливее. Так, 2016 г. был объявлен Годом российского кино, и он ознаменовался целым рядом выставок, самой масштабной из них была экспозиция на ВДНХ «Вам и не снилось... Искусство создания кино: идеи, процессы, профессии» [6]. Там можно было увидеть архивные кадры съемок, режиссёрские сце-

нарии, легендарные кинокамеры, звукозаписывающие и проекционные установки, эскизы и макеты декораций, костюмы, эскизы, иллюстрирующие работу художников-постановщиков, аксессуаров и реквизит, фрагменты фильмов и музыкальных тем и даже пульт управления эмоциями. С одной стороны, данный проект продолжил отечественную традицию отраслевых выставок, с другой – явно обозначил и новую – интерактивную – составляющую. Аналогом, на который, возможно, ориентировались кураторы экспозиции на ВДНХ, можно назвать экспозицию американского Музея движущегося изображения (Museum of the Moving Image, Астория, Нью-Йорк) [7].

Анализ структуры выставок по тематическим разделам показывает, что на всех выставках киноиндустрии присутствуют разделы, связанные с представлением кинокомпаний, телекомпаний, новых цифровых медиа, то есть продвижение бренда выступает как одна из базовых целей участия экспонентов из разных стран в выставках. В то же время, все выставки сопровождаются кинопоказами, хотя данный элемент присутствует как обязательный на таких выставках, как «CinemaCon», «Cine Gear Expo», «Cines». Российская выставка «Кино Экспо», сосредотачивается на представлении киностудий и оборудования для киноиндустрии. Одним из обязательных составляющих выставки индустрии кино является организация мероприятий, среди которых основными (на киновыставках) являются: конференции, обучающие семинары, мастер-классы, шоу-программы, показы фильмов (премьерные и ретроспективные); конкурсы и т.п. При этом деловая программа выставки соответствует ее тематическому профилю, она должна быть актуальной по кругу рассматриваемых вопросов и значимой по составу участников для специалистов отрасли.

Мы провели сравнительный анализ наиболее крупных зарубежных и российских выставок индустрии кино, что позволяет сделать ряд выводов:

- постепенно происходит расширение перечня разделов выставок, появились

разделы, связанные с оборудованием не только для индустрии развлечения, но и процесса создания кино, новых цифровых медиа;

- практически обязательным стало включение в программу выставки мероприятий с обучающей и конгрессной составляющими (конференции, семинары, круглые столы, мастер-классы и др.);

- российский рынок кинофестивалей и киновыставок становится все более привлекательным для зарубежных партнёров, что связано, в том числе, с его окончательной институционализацией.

Завершение процесса институционализации выставочной деятельности в России в сфере киноиндустрии можно отнести к моменту создания российского офиса Кинокомиссий в 2017 г. Главная цель кинокомиссий – продемонстрировать преимущества дестинации кинокомпаниям и максимально упростить работу съемочных групп во время кинопроизводства. Российский офис кинокомиссий сегодня активно работает над продвижением российских дестинаций на мировом рынке кинокомиссий и созданием партнерских связей внутри Международной Ассоциации Кинокомиссий. На данный момент кинокомиссии созданы в 12 регионах России, в их числе Москва, Санкт-Петербург, Калининградская область, Новгород, Приморский край и Сибирь. Усилия российского офиса кинокомиссий, а также оценка вклада России в развитие выставочной деятельности как в целом, так и в сфере киноиндустрии, увенчались значительным успехом: в 2019 г. Санкт-Петербург стал первым городом России, который принимал гостей Синепозиума (кино-симпозиума) Международной ассоциации кинокомиссий. Синепозиум–2019 проходил при поддержке Комитета по развитию туризма Санкт-Петербурга, Генеральной Ассамблеи Всемирной туристской организации ООН (ЮНВТО), которая в это время также проводила ассамблею в Санкт-Петербурге, а также Союза Национальных и Международных туристских информационных организаций (СОНАТО). Синепозиумы проводятся ежегодно и объединяют около 150–200 участ-

ников, в число которых входят представители таких крупнейших киностудий, как «Marvel Studios», «The Walt Disney Studios», «Netflix», «НВО», «Lionsgate», «WarnerBrothers», «Youtube» и др. В рамках мероприятия профессионалы киноиндустрии со всего мира обсуждают вопросы развития отрасли и дальнейшее международное сотрудничество [4]. На Синепозиуме речь шла о кинотуризме, о векторах развития отрасли, международном сотрудничестве, профессиональном образовании и других вопросах, касающихся кинопроизводства, в том числе, на площадках Санкт-Петербурга. В то же время данное мероприятие является важным событием, которое вписывается в концепцию продвижения города как центра конгрессно-выставочных услуг.

Завершая краткое рассмотрение профессиональных выставок киноиндустрии, укажем, что в современной выставочной сфере происходит усложнение выставочного продукта, его интеграция с информационными технологиями; до- и после-выставочная маркетинговая работа менеджеров с экспонентами приводят к тому, что понятие выставки замещается понятием интегрированной маркетинговой коммуникации, где собственно экспозиция является лишь частью общего продукта, и в целом подобные мероприятия формируют дополнительные факторы привлекательности дестинации как на мировом рынке выставочных услуг, так и на национальном рынке киноиндустрии.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Вирт О.В., Карасев И.Е.* Кинотуризм как перспективный вид культурно-познавательного туризма // Вестник Югорского государственного университета. 2015. № 4 (39). С. 176–177.

2. Выставочный портал EXPOMAP. URL: <http://www.expomap.ru> (дата обращения: 23.10.2019).

3. *Джанджугазова Е.А., Христов Т.Т.* Кинотуризм как основа формирования перспективных туристских продуктов // Российские регионы: взгляд в будущее. 2016. Т. 3. № 2. С. 75–85.

4. Кино-симпозиум Международной

ассоциации кинокомиссий пройдет впервые в России // Информационное агентство ТАСС: [сайт]. URL: <https://tass.ru/press/7801> (дата обращения: 23.10.2019).

5. *Никольская С.* Новые разновидности отечественных выставок о кино // Актуальные вопросы развития индустрии кино и телевидения в современной России: сб. науч. трудов, посвященный Году российского кино. В 2 ч / А.Д. Евменов (отв. ред.). СПб., 2016. С. 89–93.

6. Официальный сайт ВДНХ. URL: <http://vdnh.ru/events/ekskursii/vystavka-otom-kak-sozdaetsya-kino-vam-i-ne-snilos/> (дата обращения: 23.10.2019).

7. Официальный сайт музея «Moving Image». URL: <http://www.movingimage.us> (дата обращения: 23.10.2019).

8. Портал «Музей кино». URL: http://www.museikino.ru/media_center/vystavka-tamozhnyaya-dayet-dobro-kinoistorii-v-detalyakh/ (дата обращения: 23.10.2019).

9. Портал World Expo. URL: <https://worldexpo.pro/cinegearexpo> (дата обращения: 23.10.2019).

10. Портал РИА Новости. URL: <https://ria.ru/20140610/1011539865.html> (дата обращения: 23.10.2019).

11. *Connell J.* Film tourism – Evolution, progress and prospects // *Tourism Management*. 2012. Vol. 33. Iss. 5. P. 1007–1029.

12. *Designing 007 – Fifty Years of Bond Style*. Exhibition catalog. Ed.: Bronwyn Cosgrave, Lindy Hemming, Neil McConnon. London, Barbican International Enterprises, 2012. URL: <https://www.007.com/designing-007-fifty-years-of-bond-style-heads-to-spain>

13. *Laing J.* Festival and event tourism research: Current and future perspectives // *Tourism Management Perspectives*. 2018. Vol. 25. P. 165–168.

14. *Skinner J.* Film-Induced Tourism // *Tourism Management*. 2019. Vol. 72. P. 415–416.