

Влияние цифровизации на дистрибуцию российского независимого кино

Научный руководитель – Полуэхтова Ирина Анатольевна

Кушаева Айгуль Маратовна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра теории и экономики СМИ, Москва, Россия

E-mail: aigulkushaeva@gmail.com

Возрастающие темпы дигитализации во всем мире усиливают свое влияние на рынок кинодистрибуции. Традиционные модели дистрибуции российского независимого кино (кинофильмы, произведенные без государственной поддержки [3]), в основном, были сосредоточены вокруг кинопрокатной системы. Однако сегодня отечественный рынок сбыта независимого киноконента демонстрирует динамический сдвиг в пользу «новых игроков»: стриминговых сервисов, онлайн-кинотеатров и неэфирных телеканалов [1].

Практика дистрибуции российского независимого кинематографа на отечественных неэфирных телеканалах изучена крайне мало. Наше исследование имело целью выяснить, какую долю занимают фильмы независимого производства в эфире российских неэфирных киноканалов. В рамках исследования мы проанализировали сетки вещания за одну неделю (11.02.19-18.02.19) 5 российских неэфирных телеканалов, специализирующихся на кинопоказе: «TV1000 Русское Кино», «Дом кино», «Любимое кино», «Наше новое кино» и «Родное кино». Поскольку современная система кинопроизводства в России сложилась в начале 2000-х годов [2], мы классифицировали киноконент, показанный на анализируемых телеканалах, на 4 типа: фильмы с государственным финансированием, фильмы независимого производства, советское кино и минисериалы. Как показал наш анализ, средняя доля отечественного независимого кино в вещании пяти анализируемых телеканалов составила 23,8 %. Процент фильмов, произведенных с государственной поддержкой остается ниже (16,5 %). Лидирующие позиции на данных телеканалах занимают фильмы, произведенные в СССР («советское кино»). Независимый кинопоказ преобладает только на телеканале «TV1000 Русское кино» - почти 70% эфира.

В современной медиапрактике увеличение доли независимого кино в системах домашнего и персонального экранов обусловлено снижением его востребованности в кинотеатральном прокате [1]. Современные кинопродюсеры следят за ключевыми трендами и динамикой медиапотребления, уделяя особое внимание потребностям и интересам «цифровой аудитории» как инструменту развития бизнеса. Учитывая развитие цифровых технологий, российские кинопродюсеры адаптируют модели распространения независимого контента, умело комбинируя кинотеатральный прокат с телевизионным и онлайн показами с целью получения максимальной прибыли. В этой связи, благоприятной средой для дистрибуции независимого кино становятся неэфирные нишевые телеканалы, предназначенные для индивидуального или группового просмотра.

Источники и литература

- 1) Березин О. Большие циклы и конъюнктура рынка кинотеатрального показа: монография. СПб.: «Реноме», 2014.
- 2) Рынок сбыта кинопродукции в России. Невафильм Research, 2010.
- 3) Федеральный закон "О государственной поддержке кинематографии Российской Федерации" от 22.08.1996 N 126-ФЗ (последняя редакция).