

**Московский государственный университет  
имени М. В. Ломоносова**

**ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ**  
Кафедра теории и экономики СМИ

**МОДЕЛИ ДИСТРИБУЦИИ НЕЗАВИСИМОГО КИНО РОССИИ  
В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ**

Выпускная квалификационная работа  
студентки II курса магистратуры  
дневного отделения  
Кушаевой Айгуль Маратовны

Научный руководитель:  
доктор социологических наук, профессор  
Полуэхтова Ирина Анатольевна

**К ЗАЩИТЕ**

\_\_\_\_\_/ Полуэхтова И. А. /  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2019 г.

Зав. кафедрой

**К ЗАЩИТЕ**

\_\_\_\_\_/ Вартанова Е. Л. /  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2019 г.

Москва 2019

## АННОТАЦИЯ

В данной дипломной работе рассматриваются особенности дистрибуции независимого кино России в цифровой среде. Автор исследует возникновение, эволюцию независимого кино как сегмента мировой и российской киноиндустрии. В частности, была исследована представленность независимого кино в традиционной кинотеатральной и новых цифровых системах кинопоказа России и стран Западной Европы и США. Также в данной магистерской диссертации рассматриваются правовые аспекты регулирования кинодистрибуции в условиях цифровизации.

**Ключевые слова:** киноиндустрия, российский кинематограф, независимое кино, государственная поддержка кино, цифровизация, кинодистрибуция, кинопотребление.

## ABSTRACT

This diploma paper analyzes the peculiarities of Russian independent cinema distribution on the digital area. The author explores the origin and evolution of independent cinematograph as a segment of the global and Russian film industry. In particular, the representation of independent films in the traditional cinema and new digital cinema screening systems of Russia, Western Europe and the USA was investigated. Also in this master's thesis are considered the legal aspects of the regulation of film distribution in terms of digitalization.

**Key words:** film industry, Russian cinematography, independent film, government support of film, digitalization, film distribution, film consumption.

*Работа написана мною самостоятельно  
и не содержит неправомерных заимствований.*

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_

## Оглавление

<b>Введение</b>	<b>4</b>
<b>Глава I. Независимое кино как сегмент киноиндустрии</b>	
§1.1. <i>Зарубежные и отечественные подходы к дефиниции независимого кино</i>	<b>14</b>
§1.2. <i>Возникновение и эволюция независимого кинематографа</i>	<b>21</b>
§1.3. <i>Независимое кино в условиях развития цифровых технологий: трансформация моделей дистрибуции и потребления</i>	<b>32</b>
<b>Глава II. Зарубежные практики цифровой невещественной дистрибуции независимого кино</b>	
§2.1. <i>Основные игроки на американском рынке онлайн-дистрибуции независимого кино</i>	<b>46</b>
§2.2. <i>Западноевропейский опыт регулирования и организации дистрибуции независимого кино</i>	<b>53</b>
<b>Глава III. Дистрибуция независимого кино России в условиях цифровизации</b>	
§3.1. <i>Государственное регулирование кинодистрибуции в России</i>	<b>63</b>
§3.2. <i>Российские независимые фильмы в кинотеатральном прокате</i>	<b>70</b>
§3.3. <i>Телевидение как канал дистрибуции российских фильмов независимого производства</i>	<b>80</b>
§3.4. <i>OTT-дистрибуция независимого кино в России (кейс онлайн-кинотеатра Ivi)</i>	<b>87</b>
<b>Заключение</b>	<b>95</b>
<b>Библиографический список</b>	<b>98</b>
<b>Приложение</b>	<b>110</b>

## Введение

За последнее 10-летие киноиндустрия, как и медиаиндустрия в целом, претерпела кардинальные изменения, вызванные переходом на «цифру». Цифровые технологии с каждым годом усиливают свое влияние на киноиндустрию, трансформируя каналы дистрибуции и практики потребления аудиовизуального контента. Цифровизация внесла коррективы во все этапы жизненного цикла кинофильма, в том числе и в дистрибуцию, или прокат. До недавнего времени каналы дистрибуции художественных фильмов были сосредоточены вокруг традиционной кинопрокатной системы. Однако сегодня кинопотребление демонстрирует динамический сдвиг в пользу «новых игроков» – цифровых онлайн-платформ и перестраивает привычные модели дистрибуции и монетизации кинопродукции.

Данная работа посвящена анализу моделей дистрибуции независимого кино России в условиях развития цифровых технологий. Анализируется возникновение, эволюция и особенности независимого кино как сегмента мировой и российской киноиндустрии; исследуется представленность независимого кино в традиционной кинотеатральной и новых цифровых системах кинопоказа (в США, Западной Европе и России), рассматриваются правовые аспекты регулирования кинодистрибуции в цифровой среде.

На сегодняшний день в отечественной и зарубежной научной литературе не представлены системные исследования, посвященные трансформациям дистрибуционных моделей российского независимого кино в условиях цифровизации. Слабая изученность и относительная новизна темы определяют ее **актуальность**.

**Степень научной разработанности проблемы.** Изучением независимого кино в различных аспектах занимались зарубежные и

отечественные исследователи. Внимание независимому кино как «интереснейшему феномену культуры XX века»<sup>1</sup> уделяли прежде всего историки кино, искусствоведы и кинокритики. Поэтому в первую очередь отметим работы по истории кино, в которых анализируется возникновение и развитие кинематографа в различных регионах мира – США, Западной Европе, России. Первым фундаментальным исследованием по истории мирового кинематографа по праву считается многотомная историческая монография французского киноведа Жоржа Садуля «Всеобщая история кино»<sup>2</sup>, в которой он рассматривает социально-экономические условия зарождения кино как нового вида искусства и индустрии, влияние экономических, социокультурных факторов и технического прогресса на эволюцию кино. В этой многотомной монографии уделяется внимание, в том числе, и феномену независимого кино. Среди отечественных исследователей большой вклад в изучение истории мирового кинематографа внес доктор искусствоведения Кирилл Разлогов. Анализу основных тенденций и явлений мировой индустрии кино посвящена, в частности, его монография «Мировое кино: история искусства экрана»<sup>3</sup>.

Существуют также отдельные исследования, посвященные истории американского независимого кинематографа. Среди них – работы Э. Леви, Дж. Льюиса, Вл. Рутмана и др. В частности, Эммануэль Леви в монографии

---

<sup>1</sup> Рутман В. Американский независимый кинематограф: историко-тематический анализ. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата искусствоведения, 2012. (Специальность 17.00.09 - Теория и история искусства) URL: <http://cheloveknauka.com/amerikanskiy-nezavisimyy-kinematograf-istoriko-tematicheskiy-analiz/> (дата обращения: 10.01.19).

<sup>2</sup> Садуль Ж. Всеобщая история кино. URL: <https://coollib.com/b/262457/> (дата обращения: 12.01.19).

<sup>3</sup> Разлогов К. Мировое кино: история искусства экрана. – М.: Эксмо, 2011.

«Кинематограф аутсайдеров: Подъём американского независимого кино»<sup>4</sup> описывает зарождение и расцвет американского независимого кинематографа, анализирует творчество знаменитых независимых кинематографистов современности (Дэвид Линч, Джим Джармуш, братья Коэны и др.). Исследование Э. Леви дополняет книга Джона Льюиса «Новое американское кино»<sup>5</sup>, в которой представлен обзор голливудских и независимых фильмов с середины 1960-х до конца XX века и дается широкий спектр теоретических, критических и исторических взглядов на эту ключевую эпоху в американском кино. Также можно отметить книгу американского журналиста Фила Холла «История независимого кинематографа»<sup>6</sup>, хотя эта работа и не является научным исследованием. Холл рассказывает о независимом кино 1960-70-х годов как журналист – живым разговорным языком, выстраивая повествование не в строгой хронологии, но выделяя отдельные знаковые события и персоны, ставшие, по его мнению, определенными вехами в развитии американского независимого кинематографа.

Системное научное исследование феномена американского независимого кино «в историческом, культурологическом и эстетическом аспектах» предпринял российский искусствовед Владимир Рутман в своем диссертационном исследовании «Американский независимый кинематограф: историко-тематический анализ»<sup>7</sup>.

---

4 Леви Э. Кино для аутсайдеров: расцвет американского независимого кино. – Нью-Йорк, 1999.

5 Lewis J. The New American Cinema. – Durham: Duke University Press Books, 1998.

6 Holl P. The History of Independent Cinema. – Boalsburg: BearManor Media, 2009.

7 Рутман В. Американский независимый кинематограф: историко-тематический анализ. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата искусствоведения, 2012. (Специальность 17.00.09 - Теория и история искусства) URL: <http://chelovek-nauka.com/amerikanskiy-nezavisimyy-kinematograf-istoriko-tematicheskiiy-analiz/> (дата обращения: 10.01.19).

Исследования другого отечественного исследователя – Игоря Кокарева – посвящены анализу экономики киноиндустрии. Монография Кокарева «Кино как бизнес. Современная американская киноиндустрия и российское кино»<sup>8</sup>, впервые вышедшая в 1991 году, стала первой в России научной монографией, посвященной экономике кино, описанию принципов организации кинобизнеса, анализу американской киноиндустрии. В 2018 году вышло второе, дополненное издание с расширенным названием «Кино как бизнес и политика: Современная киноиндустрия США и России. Структура, функции, рынок и договорные отношения»<sup>9</sup>, где автор проанализировал влияние информационных технологий, глобализации и политики на киноиндустрию, а также рассмотрел вопросы управления кинопроцессом с помощью государства и без него.

Влияние цифровизации на экономику кино проанализировали британские экономисты Кит Коэ и Джон Мэтиер<sup>10</sup>. Их работа «Влияние цифровых технологий на модель цепочки ценности в контексте дистрибуции независимых художественных фильмов в Великобритании», вышедшая в 2015 году, посвящена изучению адаптации моделей кинодистрибуции к условиям цифровой среды, анализу мультиплатформенных стратегий проката

---

8 Кокарев И. Кино как бизнес. Современная американская киноиндустрия и российское кино. – Минск: Ордена Трудового Красного Знамени типография издательства ЦК КП Белоруссии, 1991.

9 Кокарев И. Кино как бизнес и политика: Современная киноиндустрия США и России. Структура, функции, рынок и договорные отношения. Второе, исправленное и дополненное издание. – М.: Аспект Пресс, 2009. URL: [http://igorkokarev.com/wp-content/uploads/2017/03/KINO-KAK-BIZNES-08.03.2008\\_02.pdf](http://igorkokarev.com/wp-content/uploads/2017/03/KINO-KAK-BIZNES-08.03.2008_02.pdf) (дата обращения: 01.09.2018).

10 Kehoe K., Mateer J. The Impact of Digital Technology on the Distribution Value Chain Model of Independent Feature Films in the UK. – Journal International Journal on Media Management, № 17, 2015. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14241277.2015.1055533> (дата обращения: 10.01.19).

кинофильмов в Великобритании. Исследования Саньюкты Дас<sup>11</sup>, Тодда Берлинера<sup>12</sup>, Доминика Папьеса и Мишель Клемент<sup>13</sup> посвящены анализу различных аспектов дистрибуции кинофильмов в цифровой среде: исследованию дистрибуции фильмов на платформах онлайн-видеосервисов, вопросам нелегального распространения кинофильмов (пиратства), поиску оптимального времени «цифрового окна» и пр.

**Объектом** исследования является независимое кино как сегмент киноиндустрии. **Предметом исследования** – трансформация модели дистрибуции независимого кино России в условиях развития цифровых платформ распространения и потребления аудиовизуального контента.

**Цель** исследования – проанализировать изменения в системе дистрибуции независимого кино России в связи с развитием платформ цифровой дистрибуции аудиовизуального контента.

**Задачи исследования:**

1. Проанализировав историю становления независимого кинематографа в США и Западной Европе, выделить и обосновать исторически сложившиеся критерии, границы и дефиниции «независимого кино» в американской и западноевропейской киноиндустрии;
2. Уточнить дефиницию «независимое кино» для российской киноиндустрии;

---

11 Das S. Timing Movie Release on the Internet in the Context of Piracy. – Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce, № 18, 2008. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10919390802421283> (дата обращения: 12.01.19).

12 Berliner T. Legally Independent: The Exhibition of Independent Art Films. – Historical Journal of Film, Radio and Television, № 38, 2018. URL: <https://doi.org/10.1080/01439685.2017.1285148> (дата обращения: 12.01.19).

13 Papies D., Clement M. Adoption of New Movie Distribution Services on the Internet. – Journal of Media Economics, № 21, 2008. URL: <https://doi.org/10.1080/08997760802300530> (дата обращения: 12.01.19).



3. Рассмотреть основные правовые аспекты регулирования дистрибуции фильмов независимого производства на различных региональных рынках (США, Западная Европа, Россия);
4. Проанализировав деятельность *OTT*-видеосервисов в США и Западной Европе, их бизнес-модели, маркетинговые показатели и направления коммерческой активности, выявить их роль в развитии сегмента независимого кино и перспективы независимого кинопроизводства в цифровую эпоху;
5. Проанализировать представленность российских фильмов независимых производителей в традиционных (кинотеатры, телевидение) и новых системах кинодистрибуции (онлайн-кинотеатры), оценить перспективы цифровых платформ как каналов дистрибуции и монетизации независимого кино России.

**Эмпирическую базу исследования** составили данные, полученные автором в результате проведения ряда оригинальных исследований, а также вторичного анализа данных статистики, социологических и маркетинговых исследований по теме.

*Вторичный анализ данных* был использован для сбора информации об объемах кинопроизводства, финансовых и других коммерческих показателях компаний (кассовых сборах, числе подписчиков и пр.), репертуарной и ценовой политики кинотеатров, программировании телеканалов и библиотеках онлайн-видеосервисов и пр.

В качестве источников данных для вторичного анализа были использованы следующие:

1. База данных порталов о кино «Бюллетень кинопрокатчика», «Кинопоиск», *IMDb, Box Office of Mojo, Lumiere.*

2. Архивные материалы каталога европейских аудиовизуальных сервисов *Mavise*.
3. Документы отдела репертуарного планирования сети ГБУК города Москвы «Московское кино».
4. Каталог платных неэфирных телеканалов, доступных на сайте интернет-издания «Кабельщик».
5. Архив расписаний передач телеканалов и радио (доступный на портале <http://tvp.netcollect.ru>).
6. Статистические и аналитические отчеты Европейской аудиовизуальной ассоциации (*European Audiovisual Observatory*), ЕАИС, Фонда Кино, консалтинговой компании *Nevafilm.Research*.
7. База данных исследования «ТВ Индекс» исследовательской компании АО «Медиаскоп» (2018-2019 гг.)

*Первичный сбор данных* был осуществлен автором в нескольких оригинальных исследовательских кейсах, среди них:

1. Количественный контент-анализ библиотеки стримингового сервиса *Netflix*, доступного на территории США (исследование проводилось в декабре 2018 года).
2. Контент-анализ репертуара российских кинотеатров (объем выборки составил 2018 год);
3. Контент-анализ кинотеатрального планирования фильмов, представленных в сети ГБУК города Москвы «Московское кино» (выборка составила один месяц – апрель 2019 года);
4. Количественный контент-анализ каталога фильмов российского онлайн-кинотеатра *Ivi* ( за период с 2016 по 2018 год);

5. Количественный контент-анализ сеток вещания каналов эфирного телевидения (объем выборки составил период с января 2018 по апрель 2019 года);
6. Количественный контент-анализ сеток вещания тематических киноканалов неэфирного (платного) телевидения («TV1000 Русское кино», «Наше любимое кино», «Дом кино», «Наше новое кино» и «Родное кино») за 2018-2019 гг. (выборка составила 4 недели);
7. Экспертные интервью с представителями киноиндустрии: с Марией Мухиной (главным редактором портала «Бюллетень кинопрокатчика»), Ильей Радаевым (выпускающим редактором объединенной редакции «Индустрия кино/Фильм про»), Артуром Циленко (продюсером фильмов «Конец фильма», «Я худею»).

**Временные рамки** проведенных исследований и анализа индустриальных отчетов и публикаций охватывают период с января 2016 года по май 2019 года.

#### **Положения, выносимые на защиту:**

1. Определения независимого кино в разных регионах и странах остаются неэквивалентными. В современной отечественной киноиндустрии под независимым кино понимается «негосударственное» кино, снятое без привлечения бюджетных средств.
2. Дистрибуционные модели в российской киноиндустрии перенимают опыт зарубежных кинематографий. Следуя международному тренду сокращения «цифрового окна» (временной интервал между кинотеатральным и цифровым релизами), независимые продюсеры увеличивают свои доходы.
3. Общемировая тенденция привлечения мультиплатформенных подходов в дистрибуции независимых кинофильмов становится актуальной и для российского кинорынка. Российское независимое кино представлено во

всех системах кинопроката – в кинотеатрах, на эфирном и неэфирном телевидении и онлайн-видеосервисах.

4. Кинотеатральный прокат остается первичным рынком реализации кинофильмов в России. Дистрибуция независимых фильмов на этой площадке по-прежнему играет важную роль, определяя дальнейшую публичную и прокатную судьбу картины. Успех в кинотеатральном прокате становится фактором продвижения картины и может оказать влияние на спрос на рынке вторичных прав.
5. Роль телевидения – традиционного канала вторичного проката независимого кино – сохраняется благодаря, в первую очередь, неэфирным нишевым телеканалам, которые показывают российских независимых фильмов больше, чем государственных.
6. Рынок вторичных прав трансформируется в связи с появлением и активностью новых игроков – онлайн-видеосервисов, которые становятся важнейшим каналом дистрибуции для независимых фильмов. Новые цифровые платформы невещественной дистрибуции (*OTT*-сервисы) обеспечивают независимому кино (часто немассовому авторскому художественному высказыванию) возможность коммуникации со своей, часто узкой, целевой аудиторией.
7. Следуя зарубежным трендам, российские онлайн-видеосервисы становятся не только платформами дистрибуции, но и производителями независимого кино (оригинального кинопродукта).

**Научно-практическая значимость** исследования состоит в систематизации обширного эмпирического материала по функционированию независимого кино России в условиях цифровизации, а также обогащении общедоступных данных новым знанием, полученным автором как ходе собственных эмпирических исследований, так и в результате обобщения

обширной информации о сегменте независимого кино, имеющейся в научной литературе и индустриальной статистике и аналитике. Результаты этой работы представляют интерес для специалистов сферы кино, представителей медиабизнеса, государственных чиновников, связанных с управлением сферы кино. Собранные автором материалы также могут быть полезны научным сотрудникам, преподавателям и студентам, сфера исследовательских интересов которых связана с кинематографией и медиаиндустрией в целом.

**Апробация результатов исследования.** Материалы данного исследования были апробированы на двух научных конференциях: «Медиа в современном мире. Молодые исследователи» (18-я международная конференция студентов, магистрантов и аспирантов, СПбГУ), «Медиа в современном мире. Молодые исследователи» (международный молодежный научный форум «Ломоносов-2019», МГУ им. М. В. Ломоносова).

Структура магистерской диссертации определяется ее целью и задачами. Работа состоит из введения, трех глав, включающих 9 параграфов, заключения, библиографического списка и приложения.

## Глава I. Независимое кино как сегмент киноиндустрии

### §1.1. Зарубежные и отечественные подходы к дефиниции независимого кино

Поскольку объектом нашего рассмотрения является независимое кино, представляется целесообразным и обоснованным начать с дефиниции и определения границ независимого кино в киноиндустрии.

Киноисследователи используют различные подходы к толкованию независимого кино: искусствоведческий, финансовый, институциональный, историко-культурный и правовой и др. Большинство историков и теоретиков киноискусства (Владимир Рутман, Грег Меррит) сходятся в том, что независимый фильм создается вне сложившейся системы кинопроизводства, то есть это фильмы, созданные небольшими независимыми кинокомпаниями, не связанными с крупными голливудскими киностудиями-мэйджорами. В США под мэйджорами понимают крупнейших кинопроизводителей и кинопрокатчиков, состав которых уже много лет остается неизменным: *Disney, Fox, Sony, Paramount, Universal* и *Warner Bros.* «Главный принцип – независимость финансового плана от больших студий Голливуда и способы его распространения – кинофестивали, кабельные каналы и *dvd*-диски»<sup>14</sup>. Синонимом понятия «независимое кино» является «инди-фильм» («фильм, снятый маленькой независимой кинокомпанией»<sup>15</sup>).

В то же время исследователи Андрей Хренов, Джеофф Кинг, Джим Хиллер рассматривают независимое кино как явление искусства и культуры, отражающее единство творческого самовыражения режиссёра и его отклика на актуальные проблемы современной действительности: «независимость –

---

<sup>14</sup> Меррит Г. Кинопроизводство: полное руководство по независимому кинопроизводству без цензуры от Грега Мерритта. – Нью-Йорк: Lone Eagle, 1999. – С. 69.

<sup>15</sup> Оксфордский словарь английского языка. [Электронный ресурс]. URL: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/indie> (дата обращения: 25.10.18).

это в большей степени социальная позиция автора фильма, намеренное отклонение от канонических норм голливудского кинопроизводства и обязательное наличие деконструкции смысла»<sup>16</sup>. Этот подход к определению независимого кино приравнивает его к понятиям «авторское кино» («фильм, в котором режиссёр является ключевой фигурой всего кинопроцесса и автором кинофильма»<sup>17</sup>) и «артхаус», или «артстрим», («картины, рассчитанные не на массового зрителя, расширяющие представления о жанре, работы классиков мирового кинематографа, кино этнических и сексуальных меньшинств, а также так называемое интеллектуальное кино»<sup>18</sup>).

Итак, независимое кино рассматривается исследователями под различными ракурсами: финансово-экономическим и художественно-культурологическим. С одной стороны, это продукт, созданный в определенном производственном сегменте индустрии, не имеющем финансовой поддержки крупных студий. С другой стороны, это произведение авторского творчества, отличающееся содержанием, стилем и приемами, которые выбирают кинематографисты для художественной реализации. Несмотря на различные подходы к дефиниции независимого кино, эти толкования находят точку соприкосновения. Действительно, возникшее в США в 10-х годах прошлого столетия, независимое кино развивалось в условиях сопротивления студийной системе кинопроизводства и искало новые приемы для творческого самовыражения. «Независимые фильмы не просто

---

<sup>16</sup> Кинг Г. Американский независимый кинотеатр. – Блумингтон: Indiana University Press, 2005. – С. 43.

<sup>17</sup> Оксфордский словарь английского языка. [Электронный ресурс]. URL:<https://en.oxforddictionaries.com/definition/auteur> (дата обращения: 25.10.18).

<sup>18</sup> Самылкина Е. Кино как источник эстетических удовольствий становится доступным для зрителя только тогда, когда прокатчики видят в нем источник дохода. Искусство кино (№10, 2007). URL: <https://www.webcitation.org/6JfRCIpUQ?url=http://kinoart.ru/en/archive/2007/10/n10-article20> (дата обращения: 10.01.19).

сняты вне студийной системы. Они сделаны в противовес студийной системе, с ее непреклонной необходимостью закруглять углы и смягчать удары»<sup>19</sup>.

Феномен независимого кино известен во всем мире и развивается в национальных кинематографиях разных стран. Однако в книге «Кино как бизнес» кандидата философских наук Игоря Евгеньевича Кокарева, которая посвящена сравнительному анализу экономических рынков кино в США и России, высказывается мысль о том, независимое кино – это голливудское определение, поскольку и в России, и в странах Европы кинопроизводство зависит от государственной поддержки. «Принято считать, — отмечает И. Кокорев, — что независимое кино является исключительно американским понятием. В Европе, где активно практикуется государственное финансирование национального кинопроизводства и проката, о независимом кино вспоминают гораздо реже. И при этом имеют в виду отдельного, независимого от крупных студий продюсера, снимающего без господдержки, но часто с помощью привлеченных заемных средств или средств от сделок-предпродаж с дистрибуторами. В России же пока роль студий-мэйджоров играет главный продюсер – государство, любой фильм без господдержки должен называться независимым»<sup>20</sup>.

В странах Европы, где государственное финансирование регулируется на законодательном уровне, независимое кино также является важной частью киноиндустрии. Однако в европейских государствах отсутствует единое толкование независимого кино, утвержденное на законодательной уровне. Так, в исследованиях Европейской аудиовизуальной обсерватории к

---

<sup>19</sup> What Makes an Independent Film "Independent"?. URL: <https://www.lightsfilm-school.com/blog/what-is-an-independent-film> (дата обращения: 07.01.18).

<sup>20</sup> Кокарев И. Е. Кино как бизнес и политика: Современная киноиндустрия США и России. М.: Аспект Пресс, 2009. – С. 68.



«независимым» относятся компании, занимающиеся производством фильмов, которые частично принадлежат вещательным компаниям, VOD-платформам или американским мэйджорам. В то же время самый главный европейский фестиваль независимого кино *ÉCU* определяет эту категорию фильмов как «кино, финансируемое менее чем на 50% со стороны крупной киностудии или ТВ-компаний»<sup>21</sup>.

Согласно исследованию Европейской аудиовизуальной обсерватории о производственных бюджетах художественного кино в 2018 году большинство европейской национальной кинопродукции является независимой, поскольку основные источники инвестиций (государственные фонды и ТВ-компании) составляют соответственно 29% и 25% всего финансирования, остальные денежные средства привлекаются независимым продюсером<sup>22</sup>.

В свою очередь, в нашей стране согласно ФЗ «О государственной поддержке кинематографии Российской Федерации» от 17.07.1996 года под независимым кино понимают кинопродукт, произведенный без государственной поддержки<sup>23</sup>. При этом важно отметить, что фильм, снятый на средства некоторых государственных структур (например, Сбербанк), также относят к «независимым». Его финансирование не имеет отношения к выполнению закона о государственной поддержке, т.е. в отличие от Фонда кино и Министерства культуры, Сбербанк не имеет никаких юридических обязанностей в соответствии с законом N 126-ФЗ и является добровольным

---

<sup>21</sup> Dramatic feature. URL: <http://www.ecufilmfestival.com/en/european-categories/> (дата обращения: 12.10.18).

<sup>22</sup> Kanzler M. Fiction film financing in Europe: A sample analysis of films released in 2016. European Audiovisual Observatory, Strasbourg, 2018. URL: <https://rm.coe.int/fiction-film-financing-in-europe-2018/1680902fd9> (дата обращения: 10.10.18).

<sup>23</sup> Федеральный закон "О государственной поддержке кинематографии Российской Федерации" от 22.08.1996 N 126-ФЗ (последняя редакция). URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_11454/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_11454/) (дата обращения: 12.10.18).

спонсором. Кроме того, финансовая поддержка производства кинокартин, оказываемая фондами развития современного кинематографа *RuArts* и «Кинопрайм», также является независимой, поскольку эти организации действуют на средства частных инвесторов.

Напомним, что в соответствии с голливудской традицией термин «мэйджор» употребляется по отношению к крупнейшим голливудским производителям и дистрибуторам. Кроме того, мэйджорами называют отечественные кинопрокатные компании, официально представляющие голливудские студии на территории России и СНГ – *WDSSPR (Disney и Sony)*, «Двадцатый Век Фокс СНГ» (*Fox*), «Каро» (*Warner Bros.*), «Централ Партнершип» (*Paramount*) и *Universal Pictures International (Universal)*.

Стоит отметить, что многие российские независимые картины прокатываются дистрибуторами-мэйджорами. Например, дистрибуцией фильма 2018 года режиссера Авдотьи Смирновой «История одного назначения», произведенного на средства частных инвесторов, занималась компания *WDSSPR*. В этой связи основополагающим критерием «независимости» фильма является его финансовый источник производства, а не проката.

Одновременно термин «мэйджор» встречается и по отношению к кинокомпаниям-лидерам, ежегодно определяемым Фондом кино. Попечительский совет этой государственной организации, оценив деятельность кинокомпаний за последние пять лет (с 1 января 2014 года по 31 декабря 2018 года), утвердил перечень компаний-лидеров отечественного кинопроизводства за 2019 год, в который вошли 9 кинокомпаний (см. таблицу 1). Совет Фонда кино определяет лидеров по следующим критериям: продолжительность работы компании на рынке и количество выпущенных ею фильмов; количество наград кинофестивалей и кинопремий, полученных

выпущенными компанией картинами; а также зрительская оценка – посещаемость фильмов компании в кинотеатрах и телевизионный рейтинг. Кроме того, начиная с 2018 года, учитывается и кинотеатральный прокат выпущенных компанией фильмов на зарубежных территориях. Именно компании-лидеры получают бюджетную поддержку Фонда Кино на упрощенных условиях (финансирование на безвозвратной основе) и несопоставимый с «иными» компаниями бюджет.

Таблица 1.

Компании-лидеры отечественного производства за 2019 год и их фильмы, вышедшие в прокат за последние 5 лет

№	Кинокомпания	Представители компании	Фильмы с государственной поддержкой	Независимые фильмы
1.	«Нон-Стоп Продакшн»	Александр Роднянский	«Дуэлянт», «Сталинград» и др.	«Нелюбовь», «Левиафан»
2.	«Профит»	Игорь Толстунов	«Ледокол», «Монах и бес» и др.	–
3.	«РОК»	Алексей Учитель	«Дурак», «Матильда» и др.	–
4.	«СТВ»	Сергей Сельянов	«Салют-7», «Аритмия» и др.	«История одного назначения», «Родина» и др.
5.	«ТРИТЭ»	Никита Михалков, Леонид Верещагин	«Движение вверх», «Экипаж» и др.	–
6.	«Централ Партнершип»	Вадим Верещагин	«Легенда о Коловрате» и др.	«Как я стал русским»
7.	<i>Art Pictures Studio</i>	Федор Бондарчук	«Притяжение», «Лед», «Селфи» и др.	–
8.	<i>Bazelevs</i>	Тимур Бекмамбетов	«Елки новые», «Время первых», «Хардкор», «Горько!» и др.	«Поиск», «Профайл»
9.	<i>Yellow Black &amp; White</i>	Денис Жалинский	«Гуляй, Вася», «Последний богатырь» и др.	«Завод»

Источник: Проекты кинокомпаний-лидеров, утвержденные к финансированию в производстве Советом Фонда кино в 2019 году. URL: <http://www.fond-kino.ru/news/proekty->

[kinokompanij-liderov-utverzdennye-k-finansirovaniu-v-proizvodstve-sovetom-fonda-kino-v-2019-godu/; https://www.kinopoisk.ru](https://www.kinopoisk.ru); (дата обращения: 09.04.18).

Нельзя не отметить то, что российские киностудии-мэйджоры могут производить как государственные, так и независимые фильмы. Например, компания продюсера Александра Роднянского «Нон-Стоп Продакшн» не использовала бюджетные средства для съемок фильмов режиссера Андрея Звягинцева. В то же время другие проекты этой киностудии – «Сталинград», «Дуэлянт» – получили финансирование Фонда Кино. Другой пример: киностудия-лидер производства *Bazelevs*, возглавляемая режиссером и продюсером Тимуром Бекмабетовым, создает фильмы при поддержке Фонда кино (серия новогодних семейных фильмов «Елки»), однако в Голливуде киностудия прославилась производством независимых проектов («Поиск», «Профайл» и др.).

Таким образом, первоначально термин «независимое кино», возникший в США, относился к фильмам тех режиссеров, которые отказались работать в системе кинопроизводства, правила для которой устанавливались рыночными отношениями. Существенным для независимых кинокомпаний является принцип сопротивления коммерциализации кино. Однако впоследствии значение этого термина становится шире, приобретает различные оттенки. Кинокритик Эммануэль Леви полагает, что для «независимого кино» важны два аспекта независимости: экономический и художественный: «в идеале, независимое кино является свежим, малобюджетным фильмом с шероховатым стилем и необычной идеей, которые выражают личное видение режиссера»<sup>24</sup>.

---

<sup>24</sup> Леви Э. Кино для аутсайдеров: рассвет американского независимого кино. – Нью-Йорк, 1999. – С. 45.

В свою очередь, страноведческий подход также является важным фактором при определении критериев и границ независимого кинематографа. Попытка киноисследователей дать определение независимому кинематографу разных стран и классифицировать его в соответствии с голливудской традицией не всегда возможна. Каждая национальная кинематография обладает своим комплексом характеристик, который формируется в силу исторического пути развития, географического своеобразия территории, политических и социальных особенностей страны. Именно поэтому определения независимого кино в разных регионах и странах остаются неэквивалентными.

Несмотря на различные подходы к определению независимого кино, историки, теоретики и социологи кино считают основополагающим финансовый принцип независимости производства от студийной системы или государственных фондов. Именно поэтому в данной работе, исследуя механизмы дистрибуции независимого кино в условиях развития цифровых технологий, мы будем придерживаться основополагающего критерия, принятого в отечественной системе кинопроизводства, и понимать под независимым кино в России «негосударственное» кино, снятое без привлечения бюджетных средств.

### *§1.2. Возникновение и эволюция независимого кинематографа*

Предпосылкой появления в мировой киноиндустрии фильмов независимого производства стало образование в 1908 году компании кинопатентов *MPPC* (от англ. *The Motion Picture Patents Company*), также известной как «кинотрест Эдисона». Эта организация, созданная по инициативе изобретателя и предпринимателя Томаса Эдисона, которому

принадлежало большинство ключевых патентов в области кинотехники, объединила крупнейших в мире кинопроизводителей (*Edison, Biograph, Vitagraph, Essanay, Selig, Lubin, Kalem, American Star, Pathé*), ведущего дистрибутора *George Kleine* и основного поставщика киноплёнки *Eastman Kodak*. Кинематографисты, которые отказались присоединиться к компании или которым было отказано в доверии, стали называться «независимыми».

*MPPC* централизовала и стандартизировала производство, дистрибуцию и показ фильмов, тем самым монополизировав весь кинорынок. Творческие коллективы съёмочных групп считались сотрудниками организации, а не художниками-фрилансерами. Кинотрест Эдисона требовал неукоснительного соблюдения своих патентов, постоянно вынося предписания против независимых кинематографистов.

В связи с этим, 20 марта 1909 года «независимые» образовали союз, в который вошло почти 60 членов. В частности, в 1914 году французская киностудия *Pathé*, примкнув к американскому союзу сопротивления кинотресту Эдисона, стала первым европейским независимым дистрибутором. Ее основатель — крупнейший кинопромышленник Шарль Патэ открыл 20 прокатных контор, занимающихся дистрибуцией американского независимого кино в европейские страны, Индию, Россию и Латинскую Америку.

Участники союза стали переносить производство фильмов на западное побережье США в Калифорнию, где расстояние от основной базы Эдисона в Нью-Джерси сделало их более недоступными для *MPPC*. Наиболее популярным среди «независимых» мест для кинопроизводства стал Голливуд, поселок Лос-Анджелеса. Это место обладало естественными природными условиями, необходимыми для киносъёмки: обилием солнечных дней и



уникальным ландшафтом. Постепенно Голливуд из посёлка превращается в крупный город и становится центром американской киноиндустрии.

Кинотрест Эдисона вскоре был закрыт благодаря двум постановлениям Верховного суда США: первый в 1912 году отменил патент на неэкспонированную киноплёнку; второй в 1915 году упразднил все патенты *МРРС*. Этими решениями удалось легализовать независимые фильмы и исправить де-факто запрет на небольшие кинопроизводства.

Впоследствии многие потенциальные кинематографисты отправились на американский запад. Среди них были и «независимые» предприниматели и пионеры киноиндустрии Сэмюэл Голдвин, Гарри Кон, Карл Леммле, Адольф Цукор, Луис Майер и братья Уорнеры, которые вскоре стали менеджерами крупнейших киностудий. Под их руководством появилась «большая пятерка лидеров»: *20th Century Fox*, *Metro-Goldwyn-Mayer*, *Paramount Pictures*, *RKO Pictures* и *Warner Bros.* (см. таблицу 2). Таким образом, голливудская монополия заменила монополию кинотреста Эдисона. Эти киностудии стали олицетворением «Золотого века Голливуда», продлившегося с конца 1920-х до начала 1960-х годов.

Таблица 2.

Студийная система «Золотого века» Голливуда

	Киностудия	Основатель	Год основания	Нынешнее положение
Большая пятерка		Уильям Фокс, Дэррил Занук, Джозеф Шенком, Рэймонд Гриффит, Уильям Гетц	1935	Ведутся переговоры на покупку компанией <i>Disney</i> . В новом тысячелетии стала <i>21st Century Fox</i> . Мэйджор.
		Сэмюэл Голдвин	1924	Владельцем компании стала киностудия <i>Columbia Pictures</i> .

		Адольф Цукор	1912	Владельцем киностудии является медиа-конгломерат <i>Viacom</i> . Мэйджор.
		Давид Сарнов и Джозеф Кеннеди	1928	Упразднена в 1955 году.
		Гарри, Альберт, Сэм и Джек Уорнеры	1923	Является подразделением группы компаний <i>WarnerMedia</i> . Мэйджор.
Малая тройка лидеров		Гэри Кон, Джек Кон, Джо Брендт	1919	С 1989 года компанией владеет <i>Sony Pictures Entertainment</i> . Мэйджор.
		Карл Леммле	1912	Владельцем киностудии является медиа-конгломерат <i>Comcast</i> . Мэйджор.
		Мэри Пикфорд, Чарли Чаплин, Дуглас Фэрбенкс, Дэвид Гриффит	1919	В 1981 году компания была упразднена.

Источник: Садуль Ж. Всеобщая история кино. Том 2. Кино становится искусством 1914-1920. – М.: Искусство, 1958. URL: <https://coollib.com/b/262457> (дата обращения: 12.01.19).

В то же время возникла «малая тройка лидеров» - компании *United Artists*, *Columbia Pictures* и *Universal Studios*, деятельность и развитие которых находились вне студийной системы большой пятерки лидеров. Их основание было вызвано их жесткой политикой: навязыванием всем актерам невыгодных условий контрактов и строгим контролем их деятельности. Впоследствии пятерка лидеров «Золотого века» Голливуда трансформировалась в нынешние киностудии-мэйджоры: *Warner Bros.*, *Universal Studios*, *Paramount Pictures*, *21st Century Fox*, *Walt Disney Pictures*.

В 1941 году состав учредителей компании *Untitled Company* и многие кинематографисты, среди которых был Орсон Уэллс, Уолт Дисней и Дэвид



Сэлзник, основали общество независимых кинопроизводителей *SIMPP* (от англ. *Society of Independent Motion Picture Producers*). Ключевая деятельность организации была направлена на сохранение прав независимых кинопроизводителей. *SIMPP* сражались до конца с монополистической практикой пяти крупнейших студий Голливуда, которые контролировали производство, распределение показов фильмов. Начиная с 1942 года организация, приверженная борьбе с олигополистической практикой Голливуда, выдвигала иски против большой пятерки лидеров. Благодаря активной деятельности *SIMPP* Верховный суд США постановил продать сети кинотеатров крупных голливудских киностудий, устранив тем самым антиконкурентную практику.

В разгар войны многие европейские политики осознают, что кино может стать действенным орудием политической и социальной пропаганды. Учредителями киностудий становятся государственные фонды и объединения, контролирующие как производство, так и дистрибуцию фильмов. Именно в годы войны получила свое развитие модель государственного финансирования кино, которая впоследствии стала основным источником инвестиций в европейских кинематографиях. Родиной европейской модели государственной поддержки кинематографа стала Чехия в 1930-х годах, где власти страны построили национальную киностудию «Баррандов».

В период Второй мировой войны в Германии для демонстрации фильмов была учреждена дистрибуторская компания *Deutscherphilm-Teather (DFT)*, в задачи которой входило «защита интересов немцев в области эксплуатации кинофильмов: использование всех значительных по числу мест или месторасположению кинозалов, контролирование больших помещений, которые могут быть использованы для показа фильмов, и постройка ряда

новых кинозалов на территории самого «третьего рейха» и присоединенных к нему территорий»<sup>25</sup>. Так, *DFT* не допускала показ в кинозалах независимым акционерным обществам и не разрешала отдельным лицам владеть более чем 2-4 кинозалами.

С 1939 года начинается новый этап в развитии независимого кино: голливудские независимые кинокомпании занялись производством фильмов за границей и копроизводством («участие в создании фильма представителей (студий или продюсеров) двух и более стран, подразумевающее совместное финансирование и производство картины»<sup>26</sup>). Среди первых картин американо-европейского независимого производства — мелодрама «Интермеццо» (*Selznick International Pictures*) и экранизация романа Эмили Бронте «Грозовой перевал» (*United Artists*). Таким образом, европейское независимое кино развивалось в тесном сотрудничестве с Голливудскими студиями.

Копроизводство стало активно распространяться в европейских странах, которые стремились конкурировать с голливудскими студиями, выпуская транснациональные фильмы. Так, например, фильм французского режиссера и продюсера Люка Бессона «Пятый элемент» (1977 г.), снятый на английском языке компанией *Europe Corp.*, смог составить прямую конкуренцию блокбастерам голливудских мейджоров, заработав в мировом прокате 263,9 млн долларов.

По мнению искусствоведа Кирилла Разлогова, в конце 1960-х - начале 1970-х годов начался современный этап развития кинематографии. Именно

---

<sup>25</sup> Садуль Ж. Всеобщая история кино. Том 6. Кино становится искусством 1914-1920. – М.: Искусство, 1958. URL: <https://coollib.com/b/262457> (дата обращения: 12.01.19).

<sup>26</sup> Словарь портала «Бюллетень кинопрокатчика». URL: <http://www.kinometro.ru/abc> (дата обращения: 04.01.18).

этот период характеризуется размежеванием аудитории: одна половина зрителей предпочитает массовое зрительское кино, другую привлекают авторские кинокартины, как правило, произведенные независимыми студиями. «Этот своеобразный переворот, совпавший с формированием на рубеже 1960-1970-х гг. постмодернизма., на мой взгляд, с сегодняшних позиций и должен считаться днем рождения современного кинопроцесса. Его особенностью является то, что он делится на два потока – мейнстрим и артхаус, а точнее – на один поток глобальной массовой кинокультуры и множество водоемов, ручейков, озер, заводей, болот и прудов всего остального»<sup>27</sup>.

Период в истории активного привлечения в пятеркой мэйджоров независимых кинематографистов стал обозначаться как «Новый Голливуд». Этот этап, продлившийся с 1967 года до 1980 года, прославился картинами «Крестный отец» (1972), «Американское граффити» (1973) и «Таксист» (1976) и мн. др. Так, ранее независимые кинорежиссеры Фрэнсис Форд Кополла, Стивен Спилберг, Мартин Скорсезе, Джордж Лукас стали представителями системы крупных голливудских студий, их фильмы обладали огромным коммерческим успехом и положительными отзывами критиков. Впоследствии «кассовая» востребованность у зрителей этих фильмов положила конец для «Нового Голливуда» и стала толчком для появления блокбастеров («высокобюджетных фильмов с участием известных актеров, рассчитанных на массовую аудиторию, с предполагаемыми высокими кассовыми сборами»<sup>28</sup>) и тентполов («крупных студийных проектов с большим производственным и рекламным бюджетом, призванных обеспечить студии гарантированно

---

<sup>27</sup> Разлогов К. Мировое кино: история искусства экрана. – М.: Эксмо, 2011. - С. 398.

<sup>28</sup> Словарь портала «Бюллетень кинопрокатчика». URL: <http://www.kinometro.ru/abc> (дата обращения: 04.01.18).

высокие финансовые показатели и тем самым покрыть возможные риски по другим проектам»<sup>29</sup>). Так у студий появился новый образец того, как зарабатывать деньги в новом меняющемся коммерческом пространстве.

Важно отметить, что в 1968 году была введена система рейтингов Американской киноассоциации, которая сыграла важную роль в прокатной судьбе независимого кино. Многие независимые кинокомпании с целью привлечения молодой аудитории стремились выпускать фильмы рейтинга *R (Restricted)*: например, «Бонни и Клайд» (1967 г.), «Ад каннибалов» (1980 г.), «Техасская резня бензопилой» (1974 г.) и др. Данный рейтинг отражает заключение оценочной комиссии о том, что некоторый материал оценённого фильма предназначен только для взрослых. Рейтинг *R* может быть назначен из-за частого употребления непристойной лексики, продолжительных сцен насилия, секса или употребления наркотиков. Рейтинговая система Американской киноассоциации накладывала ограничения на продажу билетов в грайндхаусах («кинотеатрах, демонстрирующих малобюджетные (часто независимые) и бесцензурные фильмы, соблазняя зрителей сценами секса, жестокости и кровавого насилия»<sup>30</sup>).

В конце 1970-х - начале 1980-х годов происходит постепенная институционализация независимого кинематографа. Наиболее известные и крупные институты – *Sundance* (учрежден в 1981 году Робертом Редфордом), *British Film Institute* (1983 г.) и *Independent Feature Project* (1979 г.). Эти организации ищут и оказывают финансовую поддержку молодым кинорежиссерам, которые работают вне системы успешных киностудий. Например, американский институт независимого кино *Sundance* с января 1985 года ежегодно проводит одноимённый международный кинофестиваль в

---

<sup>29</sup> Там же.

<sup>30</sup> Грайндхаус. URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/877913> (дата обращения: 04.01.18).

штате Юта, который играет важную роль в популяризации независимого кино в США и в мире.

Заметную роль в процессе развития американского независимого кино сыграла компания *Miramax* братьев Боба и Харви Вайнштейнов. В 90-х годах этим продюсерам удалось превратить независимое авторское кино в популярный массовый продукт. Произведенные *Miramax* фильмы Квентина Тарантино («Криминальное чтиво», «Убить Билла»), Энтони Мингеллы («Английский пациент»), Гаса Ван Сента («Умница Уилл Хантинг»), Питера Джексона («Властелин колец: Братство»), Мартина Скорсезе («Банды Нью-Йорка»), Роберта Родригеса («Город грехов») и многих других режиссеров получили признание зрителей и критиков. Компания *Miramax*, несмотря на твердо устоявшуюся студийную систему мэйджоров, смогла дистрибутировать картины этих именитых режиссеров в мультиплексах («кинотеатр, в котором есть три и более залов, зачастую расположенный в торговом центре»<sup>31</sup>) и сделать их рентабельным продуктом в индустрии кино. Впоследствии в 2005 году студия *Miramax* была куплена компанией мэйджором *Walt Disney Pictures*, братья Вайнштейн основали новую кинокомпанию *The Weinstein Company*, которая и сегодня занимается производством и дистрибуцией независимого киноконента.

Кроме подъема и успехов независимого кино на кинофестивалях и кинопремиях, с 1990-х годов вырос и бокс-офис картин. Так, фильм 2004 года Мела Гибсона «Страсти Христовы» стал самым кассовым независимым фильмом в истории кино, собрав более 611 миллионов долларов при бюджете в 30 миллионов.

---

<sup>31</sup> Словарь портала «Бюллетень кинопрокатчика». URL: <http://www.kinometro.ru/abc> (дата обращения: 04.01.18).

На протяжении 1990-х и начала 2000-х годов, вдохновленный успехами «Нового Голливуда» конгломерат Голливуда основал дочерние студии для производства индивидуального, «независимого контента». Так появились *Fox Searchlight Pictures* (1995 г.), *Paramount Vantage* (1998 г.), *Sony Pictures Classics* (1992 г.), *Focus Features* (2002 г.) и *Warner Independent Pictures* (2003 г.).

На протяжении исторического развития мировой киноиндустрии соотношение фильмов студий-мэйджоров и независимого производства претерпевало изменения (см. диаграмму 1). Так, в 1910 году доминировали фильмы кинотреста Эдисона, а в 1912 году объемы независимой и мэйджорской кинопродукции оставались практически на одном уровне. В 1940-е годы решение по антимонопольному иску *SIMPP* не позволило увеличить производство независимого кино и упростить его дистрибуцию. К 1955 году количество произведенных фильмов сократилось на 25 %. Более 4200 кинотеатров (или 23 % от общего числа) закрыли свои двери. Развитие телевидения стало причиной кризиса кино в конце 50-х годов. Конкурируя за внимание аудитории, ТВ-экран стал основным соперником кинотеатральному показу. «Семейная аудитория в основном перебралась на диваны к малым экранам, в то время как молодёжь и достаточно обеспеченная часть населения, в том числе интеллигенция, сохранили верность кинотеатрам»<sup>32</sup>. Тем не менее с конца 60-х годов независимое кино Голливуда стало доминировать, обгоняя количество фильмов, произведенных студиями-мэйджорами.

---

<sup>32</sup> Разлогов К. Планета кино. - Москва : Эксмо, 2015. - С. 65.

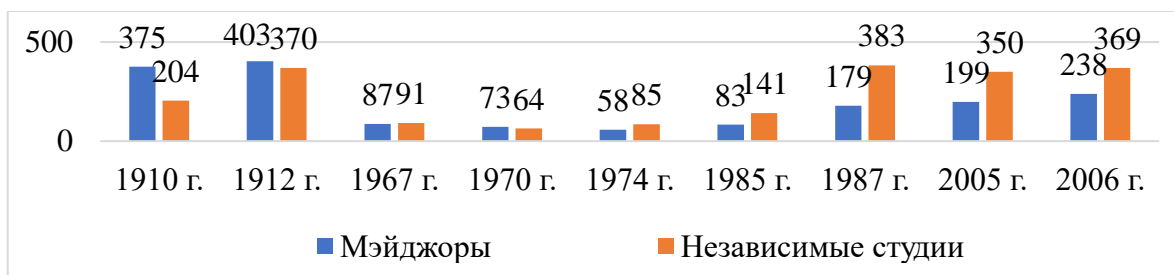


Диаграмма 1. Динамика объемов кинопроизводства.

Источник: Садуль Ж. Всеобщая история кино. Том 2. Кино становится искусством 1914-1920. – М.: Искусство, 1958. URL: <https://coollib.com/b/262457> (дата обращения: 12.01.19);  
 Кокарев И. Е. Кино как бизнес и политика: Современная киноиндустрия США и России. М.: Аспект Пресс, 2009. С. 16-17.

На исторические этапы развития независимого кино в мире повлияло доминирующее положение крупных киностудий. На протяжении XX века независимые кинематографисты боролись за право производить и распространять свой продукт вне олигополистического давления киностудий-мэйджоров. «Самым важным событием в американской культуре последних двух десятилетий стало появление независимого кинематографа как жизнеспособной альтернативы Голливуду. Действительно, в то время как голливудские студии посвящают большую часть своего времени и энергии выпуску крупнобюджетных кинофильмов, используя мировых звезд, независимый киноренегат, бросающий вызов господствующему режиму, продолжает процветать благодаря сильной поддержке кинокритики и лояльной аудитории»<sup>33</sup>.

Историческое становление киноиндустрии также всегда шло в ногу с историей технологического развития. Появление звуковой дорожки, цветного изображения, адаптация к новым аудиовизуальным платформам (сначала к телевидению, а затем к домашнему видео) стали технологическими вехами, которые ознаменовали поворотные моменты в истории кинематографа.

<sup>33</sup> Леви Э. Кино для аутсайдеров: рассвет американского независимого кино. – Нью-Йорк, 1999. – С. 76.

Сегодня мировая киноиндустрия переживает новую технологическую революцию, вызванную развитием цифровых технологий, которые изменили процессы производства, распространения и потребления кинопроизведений.

Независимое кино как сегмент киноиндустрии также адаптируется к цифровым технологиям. Создание фильмов независимого производства стало дешевле благодаря появлению цифровых кинокамер, в том числе зеркальных фотокамер, персональных компьютеров и программного обеспечения для нелинейного монтажа. Цифровизация как ресурсосберегающая технология позволила кинопродюсерам сократить расходы на печать и доставку пленочных копий в кинотеатры. Сегодня формат цифрового кинопоказа *SMPTE DCP (Digital Cinema Package of Society of Motion Picture and Television Engineers)* представляет собой стандартизированный пакет файлов, необходимых для воспроизведения фильма при помощи цифрового кинопроектора вместо обычного пленочного. Дистрибутор, отправляя кинотеатрам фильм в закодированном виде в формате *SMPTE DCP*, также предоставляет им ключ *KDM (Key Delivery Message)*, который расшифровывает контент и делает его доступным для показа в кинотеатре в течение временного периода, заданного прокатчиком. Так, независимые кинопродюсеры смогли сократить расходы на производство, пост-продакшн и демонстрацию фильма, а также выйти на новые каналы дистрибуции.

### *§1.3. Независимое кино в условиях развития цифровых технологий:*

#### *трансформация моделей дистрибуции и потребления*

В условиях цифровизации меняются все звенья отраслевой цепочки жизненного цикла медиапродукции (производство, дистрибуция,



потребление). Эта эволюция отражается во всех медиаиндустриях, в том числе в кинематографе. Независимое кино как сегмент киноиндустрии также адаптируется к изменениям цифровой среды: «Цифровые технологии становятся не просто элементами процесса производства кинофильма, а пронизывают собой весь жизненный цикл фильма»<sup>34</sup>. Так, благодаря диверсификации технологических средств тиражирования и каналов доставки контента, кардинально изменились модели кинопотребления. Зрительские практики просмотра фильмов стали гораздо более вариативными, многообразными и индивидуализированными.

Сегодня демонстрация кинофильмов, в том числе независимого производства, доступна в трех экосистемах: в традиционном кинотеатральном показе, на домашнем и персональных (мобильных) экранах (см. таблицу 3). Активность со стороны зрителя в принятии решения «что смотреть» предполагает выбор не только кинокартины, но и канала доставки и способа просмотра. Каждая система кинопоказа стремится к росту показателей аудитории, которые финансово выражаются в кассовых сборах, ТВ-рейтингах и количестве скачиваний и кликов и т.д. Маркетинг и *PR* фильмов усложнился и теперь среди основных целей – убедить зрителя посмотреть фильм именно на определенной площадке. В этой конкурентной борьбе важную роль играет стоимость доставки киноконента к зрителю – кинозалу, ТВ-экрану, монитору ПК, планшету или смартфону. Так, несмотря на внедрение цифровых технологий дистрибуция фильма кинотеатральный прокат по-прежнему предполагает высокие расходы на *P&A* («от англ. *Prints and Advertising*, это

---

<sup>34</sup> Березин О. Российская киноиндустрия 4.0 - цифровые кинофабрики или прогнозирование за гранью понимания. «Мир техники кино», № 2017 - 3(11). URL: <https://research.neva-film.ru/research/biblioteka/oleg-berezin/russian-cinema-industry-4-0/> (дата обращения: 04.04.19).

затраты студии или продюсера фильма на производство копий для кинотеатрального показа и рекламу релиза»<sup>35</sup>), в отличие от распространения контента через телевидение или стриминговые сервисы.

Таблица 3

Свойства систем коммуникации аудиовизуального контента

Система коммуникации	Кинотеатральный показ		Домашний экран			Персональный экран
	Канал коммуникации	Пленочный кинопоказ	Digital cinema	Теле-вещание	Физические носители	
<b>Общие свойства канала коммуникации</b>						
Тиражирование	Печать кинокопий	SMPTE DCP	Вещание от центральной станции к абонентам	VHS, DVD, BD	Вещание от многих станций к абонентам	Вещание от многих станций к абонентам
Доставка	физическая	электронная	электронная	физическая	электронная	электронная
Средство коммуникации	большой киноэкран/ кинозал	большой киноэкран/ кинозал	ТВ-экран	монитор, ТВ-экран, планшет	монитор, ТВ-экран, планшет	планшет, смартфон
<b>Потребительские свойства канала коммуникации</b>						
Тип аудитории	коллектив	коллектив	группа, семья	группа, индивид	группа, индивид	индивид
Восприятие	вовлечение	вовлечение	наблюдение	наблюдение	наблюдение	наблюдение
Интерактивность	нет	нет/низкая	низкая	средняя	высокая	высокая

Источник: Березин О. Большие циклы и конъюнктура рынка кинотеатрального показа: монография – СПб.: «Реноме», 2014. – С. 226.

Отметим, что физические носители, еще не так давно бывшие значимым каналом дистрибуции и потребления киноконента – VHS, DVD, BD (Blue Ray) – сегодня не играют большой роли в дистрибуции кинофильмов. Падение покупательского спроса на лицензионном рынке видеокассет и дисков в конце 2010-х годов было вызвано устареванием данной технологии тиражирования аудиовизуальной продукции и появлением технологии «невещественной» цифровой дистрибуции (OTT) и новых услуг – онлайн-видеосервисов. С появлением технологической возможности и индивидуального потребления аудиовизуального контента телевизионное, OTT и мобильное вещание стали

<sup>35</sup> Словарь портала «Бюллетень кинопрокатчика». URL: <http://www.kinometro.ru/abc> (дата обращения: 04.01.18).

важными каналами цифровой невещественной дистрибуции кино. Именно поэтому в данной работе мы сфокусировали наше внимание на анализе цифровой невещественной дистрибуции, под которой понимают «все формы реализации прав кинопоказа фильмов, не предполагающих покупки потребителем и продажи поставщиком вещественного носителя, который мог бы храниться на складе или «в коллекции» в течение длительного периода времени»<sup>36</sup>.

Выбор в пользу просмотра фильмов в системах персонального и домашнего экранов обусловлен не только удобством такой модели для потребителя, но и ценовой конкуренцией каналов дистрибуции, в частности подорожанием цен на билеты в кинотеатрах. Так, в странах Северной Америки ежегодно растет средняя стоимость на кинобилет: в 2018 году поход в кинотеатр зрителю обошелся в среднем в \$ 9,4 (см. диаграмму 2). Важно отметить, что поход в кинотеатр как вид досуга, как правило, увеличивает свою стоимость за счет оплаты продукции кинобара (напитки, попкорн и т.д.).

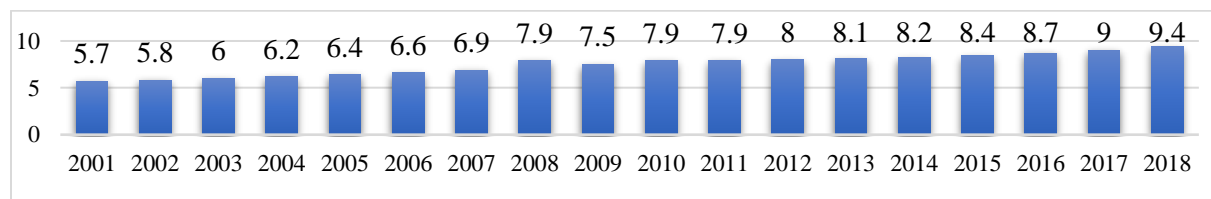


Диаграмма 2. Динамика средних цен на билеты в кинотеатрах стран Северной Америки с 2001 по 2017 год (в долларах USD)

Источник: Average ticket price at North American movie theaters from 2001 to 2017 (in USA dollars). URL: <https://www.statista.com/statistics/187091/average-ticket-price-at-north-american-movie-theaters-since-2001/> (дата обращения: 01.01.19).

Вместе с тем, во многих странах Европы в 2017 году средняя цена на кинобилет превысила североамериканский показатель и составляла в среднем

<sup>36</sup> Рынок сбыта кинопродукции в России. *Nevafilm.Research*, 2010. URL: <https://research.nevafilm.ru/research/biblioteka/rynok-sbyta-kinoprodukcii-v-rossii/> (дата обращения: 04.09.18).

11 долларов. (см. диаграмму 3). В России в 2017 году средняя цена на билет равнялась 4,32 долларам или 250,9 рублям. Безусловно, мы не можем сравнивать продажу билетов в кинотеатрах разных стран, поскольку они определены относительно доходов населения.

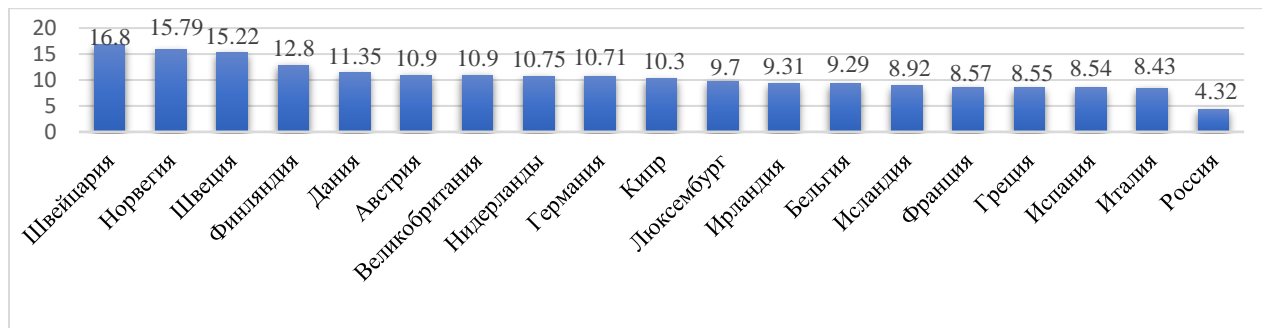


Диаграмма 3. Средняя цена на билеты в кинотеатрах стран Европы в 2017 году (в долларах USD)

Источник: How Much Are Movie Tickets Around The World?.

URL: <https://www.worldatlas.com/articles/the-most-expensive-movie-ticket-prices-around-the-world.html> (дата обращения: 01.01.18).

В свою очередь, минимальная стоимость ежемесячной базовой подписки крупнейшего в мире по количеству пользователей *OTT*-сервиса *Netflix*, предназначенного для группового и индивидуального просмотра составляет \$ 7,99. Это цена не только дешевле средней стоимости кинобилета за один сеанс в странах Северной Америки и Европы, но и предоставляет доступ к библиотеке стриминговой компании, включающей в себя более 7000 наименований контента (на территории США<sup>37</sup>). Стоимость подписки на сервисы других крупнейших игроков в *VOD*-индустрии, доступных по всему миру – *Amazon Prime* и *Hulu*, также не превышает среднестатистическую цену за билет в кинотеатре. Итак, стриминговые сервисы как каналы доставки киноконента, рассчитанного для домашнего и персонального экранов,

<sup>37</sup> Netflix International: What movies and TV shows can I watch, and where can I watch them?.  
URL: <https://www.finder.com/global-netflix-library-totals> (дата обращения: 02.01.18).

становятся гораздо дешевле по сравнению с каналами коммуникации кинотеатрального показа.

Кроме этого, отдавая предпочтение тому или иному каналу распространения аудиовизуального контента потребитель руководствуется не только своими финансовыми возможностями. Помимо денежных средств выбор коммуникационной системы потребления также зависит от другого экономического ресурса – времени. Сегодня поход в кинотеатр является разновидностью досуга населения, которая зависит не только от доходов людей, но и от той части средств и свободного времени, которое население готово потратить на просмотр. «Неслучайно основная причина, по которой зрители не готовы смотреть больше фильмов в кинотеатре, — это именно отсутствие у них, зрителей, свободного времени»<sup>38</sup>.

В отличие от кинотеатрального показа, персональные и групповые средства коммуникации позволяют потреблять кино контент, находясь дома. В то же время, «экономя время», многие зрители смотрят фильмы «на ходу» (в дороге, в том числе в транспорте), что стало возможным с появлением нового типа устройств персонального экрана — смартфонов, планшетов, а также сервисов и технологий мобильной передачи данных. Именно повсеместная доступность контента в персональных гаджетах делает мобильное видео столь популярным. Таким образом, конкуренция между различными коммуникационными системами выражается в фактической борьбе за то время, который зритель выделяет на потребление аудиовизуального контента.

Несмотря на высокую популярность онлайн-видеосервисов, многие эксперты полагают, что традиционный показ в кинотеатре все еще держит позиции, хотя и становится все более специализированной нишей, тем самым

---

<sup>38</sup> Березин О. Большие циклы и конъюнктура рынка кинотеатрального показа: монография – СПб.: «Реноме», 2014. – С. 41.

оправдывая цену билета. «Это как ритуал. Социальное событие для пары на свидании, для прогуливающихся и не знающих чем заняться друзей — все то, что стриминговые сервисы не могут заменить. Весь опыт, который вы получаете в кинотеатрах, совсем иной по сравнению с тем, что вы можете получить сидя дома на диване»<sup>39</sup>. Кроме того, исследователи полагают, что рынок кинотеатральной дистрибуции будет поддерживаться за счет «фильмов-событий», активно обсуждающихся в обществе, в том числе фестивальных картин именитых режиссеров. Ярким примером фильма-события стал вышедший в начале мая 2019 года блокбастер «Мстители: финал», собравший рекордный бокс-офис («кассовые сборы фильма, выручка от продажи кинотеатральных билетов»<sup>40</sup>) в мировом прокате.

Важно отметить, что кассовые сборы остаются важными показателями рентабельности проекта. Так, среднемировой показатель равняется 53 %, т.е. кассовые сборы обеспечивают чуть больше половины всех денежных поступлений<sup>41</sup>. Но в то же время чуть меньше половины доходов приносит рынок вторичных прав (продажа прав на ТВ и цифровые платформы на локальном и международном рынках).

В связи с этим, выбирая кинотеатральный зал как площадку, зритель становится более избирательным при подборе фильма и меньше готов рисковать. Согласно кинотеатральным рейтингам самые высокие кассовые сборы набирают выпущенные мэйджорами фильмы с неоригинальным сюжетом, основанные на адаптации книги или комикса, сиквела и т.д. По

---

<sup>39</sup> Трищенко А. Влияют ли стриминговые сервисы на отношение к традиционным кинотеатрам. URL: <https://www.qled.com.ua/story/стриминговые-сервисы-и-кинотеатры/> (дата обращения: 01.04.19).

<sup>40</sup> Словарь портала «Бюллетень кинопрокатчика». URL: <http://www.kinometro.ru/abc> (дата обращения: 04.01.18).

<sup>41</sup> Worldwide Consumer Spending on Movies Sees Accelerated Growth in 2012. URL: <https://technology.ihc.com/419311/> (дата обращения: 01.01.19).

состоянию на начало мая 2019 года самыми успешными кассовыми фильмами стали фильмы-аттракционы в жанре научной фантастики, основанные на сюжете комиксов (см. таблицу 4).

Таблица 4.

Самые кассовые фильмы 2018 года (в долларах USD)

№	Фильм	Основа сюжета	Мировые кассовые сборы
1	Аватар	Комикс	\$2,788
2	Мстители: финал	Комикс	\$2,188.7
3	Титаник	Историческая драма	\$2,187.5
4	Звёздные войны: Пробуждение Силы	Киноселенная	\$2,068.2
5	Мстители: Война бесконечности	Комикс	\$2,048.4

Источник: 2018 Worldwide grosses. URL: <https://www.boxoffice Mojo.com/yearly/chart/?view2=worldwide&yr=2018&p=.htm>

(дата обращения: 05.05.19).

Именно поэтому крупные голливудские кинокомпании сконцентрировались на выпуске фильмов-зрелищ и фильмов-сиквелов (продолжений наиболее популярных франшиз). «Студии всё чаще вкладываются в съёмки многочисленных продолжений, ремейков и экранизаций, не позволяют режиссёрам принимать рискованные художественные решения, а также ориентируются на школьников и молодых людей. Всё для того, чтобы обезопасить себя и увеличить шансы заполучить ту аудиторию, которая готова раскошелиться на билет в кино»<sup>42</sup>.

Ведущий аналитик *Nevafilm.Research* Олег Березин полагает, что в условиях цифровизации отечественный кинорынок не следует тенденции «длинного хвоста», его вектор развития направлен в сторону «блокбастеризации»: «Если в начале «цифровой революции» в кинопрокате мы возлагали большие надежды на так называемый эффект «длинного

<sup>42</sup> Мураталиев Д. Как Netflix набрал 120 миллионов подписчиков и изменил наш мир. URL: <https://informburo.kz/stati/kak-netflix-nabral-120-millionov-podpischikov-i-izmenil-nash-mir.html> (дата обращения: 14.12.18).

хвоста», когда демократизация средств производства и дистрибуции приведет к тому, что вырастет доступность и соответственно посещаемость фильмов, находящихся в середине и хвосте «турнирной таблицы посещаемости фильмов. Именно такой эффект мы наблюдали в 2011-2012 годах. Но сегодня тенденция на «блокбастеризацию» рынка стала более очевидной. Фактически происходит перераспределение посещаемости кинотеатров (при общей ее стагнации) от фильмов среднего потенциала к произведениям с высоким потенциалом посещаемости. Фильмы-лидеры стали посещаться еще больше, в то время как «средние картины» стали заметно уступать выпущенным в предыдущие годы и расположенным на таких же местах рейтинга посещаемости»<sup>43</sup>. По мнению исследователя, этот эффект объясняется изменениями практик кинопотребления и фрагментацией аудитории. «Фильмы, – полагает О. Березин, – допускающие универсальное использование как в кинотеатре, так и на домашнем экране, не насыщенные спецэффектами и не содержащие значительных общих планов, фактически вымываются из кинотеатрального проката, мигрируют на экраны домашних телевизоров. Именно этим и объясняются экономические проблемы большинства независимых дистрибьюторов на рынке кинотеатрального показа»<sup>44</sup>.

Сегодня факторы, влияющие на прокатную судьбу картины в кинотеатре (наличие конкуренции со стороны голливудских блокбастеров, «выигрышные» даты релиза, погода), при выпуске фильма онлайн не играют большой роли. Например, в России «сезон блокбастеров» (с начала мая по конец августа) характеризуется большой концентрацией зарубежных

---

<sup>43</sup> Березин О. Прокат как контекст фильма. Искусство кино, №3, 2015 г.. URL: <http://old.kinoart.ru/archive/2015/03/prokat-kak-kontekst-filma> (дата обращения: 19.03.19).

<sup>44</sup> Там же.



блокбастеров, поскольку в во время отпусков и каникул, общий поток кинотеатральных зрителей традиционно снижается, и привлечь посетителей способны лишь крупные проекты, в особенности семейной направленности; в период «новогодней битвы» (с середины декабря по первые числа января) в прокат выходят несколько крупнобюджетных отечественных картин.

Таким образом, на уровне кинотеатральной дистрибуции независимый кинопродукт очень редко может себя окупить за счет кассовых сборов, поскольку большая часть кинотеатральной аудитории отдает предпочтение в пользу зрелищных фильмов-блокбастеров и аттракционов, произведенных студиями-мэйджорами. Признание кинокритиками и обладание наградами и премиями также не гарантирует кассовый успех фильмам-событиям. Так, несмотря на широкую фестивальную известность многих фильмов независимого производства, кинотеатральный прокат для них часто не является ключевым источником дохода.

Влияние новых цифровых технологий стало импульсом для многих кинокомпаний пересмотреть традиционную систему дистрибуции независимых кинофильмов, при которой продюсеры делали ставку на прокат в кинотеатрах. По мнению британских исследователей Кита Коэ и Джона Мэтиер, «кинопрокат смещается с рынка, ориентированного на предложение, на рынок, ориентированный на спрос»<sup>45</sup>. Таким образом, независимые дистрибьюторы теперь могут оторваться от жесткой цепочки создания стоимости, которая доминировала в отрасли, и осуществлять индивидуальные

---

<sup>45</sup>Kehoe K., Mateer J. The Impact of Digital Technology on the Distribution Value Chain Model of Independent Feature Films in the UK. – Journal International Journal on Media Management, № 17, 2015. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14241277.2015.1055533> (дата обращения: 10.01.19).

стратегии релиза, адаптированные к индивидуальным потребностям каждого фильма.

В свою очередь, американский исследователь Нора Стоун, изучив взаимовлияние кинотеатрального и телевизионного кинорынков, выделила 5 последовательных каналов дистрибуции кинофильма и изучила оптимальное время «цифровых окон», или холдбэков, под которыми понимают «среднее временной отрезок между началом кинотеатрального и цифрового проката фильма»<sup>46</sup> (см. схему 1).

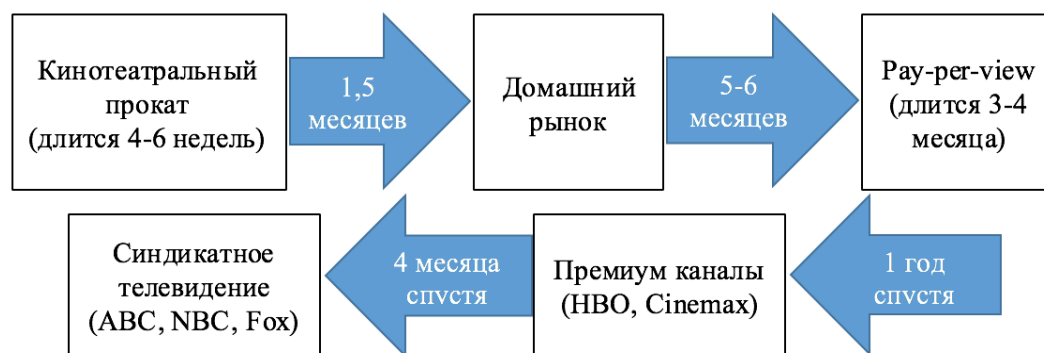


Схема 1. Классическая модель дистрибуции кинофильма в США

Источник: Stone N. Small Screen to Big Screen Made-for-TV Movies in American and International Cinemas. – Historical Journal of Film, Radio and Television, № 37, 2017.

URL: <https://doi.org/10.1080/01439685.2016.1239968> (дата обращения: 12.03.19).

В условиях цифровизации поиск новых коммерчески более выгодных бизнес-моделей обнаружил, что ранее внедрение сервисов «видео по запросу» в стратегию релиза фильма может принести большой финансовый успех проекту. Сокращение «цифрового окна» стало одним из ключевых инструментов кинодистрибуторов в увеличении прибыли своих проектов.

По мнению некоторых игроков киноиндустрии, уменьшение холдбэка играет на руку не только онлайн-видеосервисам, но и самим кинокомпаниям,

<sup>46</sup> Афанасьева А. Очень премьерная цифра. Коммерсантъ №138 от 02.08.2016. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3053372> (дата обращения: 19.03.19).

поскольку позволяет минимизировать риски от распространения пиратских копий картины. Так, по мнению генерального директора онлайн-кинотеатра *Megogo* Виктора Чеканова, «правообладатели идут на это [уменьшение кинотеатрального окна] в силу естественных движений рынка в сторону цифровой дистрибуции. С одной стороны, короткие окна могут сопровождаться более высокой стоимостью контента для пользователей, с другой — это усиливает легальные сервисы в борьбе с пиратами.»<sup>47</sup>.

Привлечение мультиплатформенных подходов в дистрибуции кинофильмов становится особенно привлекательными и для независимых кинопрокатчиков. Сегодня активно практикуются модели кинорелизов «день и дата» (*day-and-date release*), «приуроченные к фестивалю» (*direct-to-festival*) и «Ультра VOD» (*Ultra VOD*).

Под одновременным релизом фильма (*day-and-date release*) следует понимать не только одновременную премьеру на внутреннем и международных рынках. В контексте мультиплатформенных подходов релиз *day-and-date* означает одновременную дистрибуцию через разные каналы распространения, как правило, кинотеатр + *VOD*, но также и *VOD* + *DVD*. Некоторые игроки отрасли утверждают, что эта стратегия позволяет максимально увеличить эффект от рекламной кампании.

С другой стороны, многие независимые дистрибуторы используют модель *direct-to-festival*, выпуская фильм на *VOD*-платформах во время его показа на фестивалях. Эта модель особенно используется для распространения небольших независимых фильмов. В свою очередь, релиз *Ultra VOD*, под которым понимают цифровой релиз картины за несколько недель до кинотеатрального проката, предполагает установку премиальной цены, чтобы

---

<sup>47</sup> Березин О., Леонтьева К. Ключевые тренды российского кино: новое исследование ЕАО. Информационное издание компании «НеваФильм» «Синемаскоп». №3(63), 2018.

дать пользователям сервисов «видео по запросу» посмотреть фильм до его появления на широких экранах, создавая ощущение эксклюзивности и в то же время «шумихи» вокруг картины: «быстрый выпуск в онлайн, пока фильм еще помнят и обсуждают, позволяет сработать на "хвосте" кинотеатральной кампании»<sup>48</sup>.

Длина холдбэка, как правило, одинакова для всех фильмов, независимо от типа финансирования производства продукта. Этот фактор негативно влияет на дистрибуцию независимого кино, которое обычно демонстрируется в кинотеатрах в течение короткого времени. Для некоторых фильмов сокращение театрального окна может привести к положительному маркетинговому эффекту, увеличивая общую «видимость», доступность фильма, запуская «сарафанное радио», не нанося вреда кинотеатральным продажам. Так, руководитель департамента цифровых продаж кинопрокатной компании «Вольга» Артем Сверблюк полагает, что существует "пограничная" аудитория, которая готова подождать четыре недели после выхода фильма в кинотеатре и купить его легально на видеосервисах, но при большем цифровом окне обращается к пиратским ресурсам. «Мы всегда стараемся убедить студию-производителя, что раннее окно — только плюс к общей выручке фильма. Если фильм уже вышел в США, Мексике, Великобритании и Германии, основных причин задержки цифрового релиза практически нет»<sup>49</sup>.

Итак, существует три системы кинопоказа аудиовизуального контента – большой экран кинотеатра, домашний и персональный экраны телевизора, планшета, персонального компьютера и смартфона. С появлением

---

<sup>48</sup> Афанасьева А. Очень премьерная цифра. Коммерсантъ №138 от 02.08.2016. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3053372> (дата обращения: 19.03.19).

<sup>49</sup> Афанасьева А. Очень премьерная цифра. Коммерсантъ №138 от 02.08.2016. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3053372> (дата обращения: 19.03.19).

диверсифицированных способов просмотра киноконтента прокатчики стали комбинировать кинотеатральный прокат с онлайн и телевизионными показами с целью получения максимальной прибыли. Таким образом, дистрибуторы используют мультиплатформенные стратегии для проката независимого кино, которые подходят для удовлетворения потребительского спроса.

В последние годы наблюдается динамика роста числа подписчиков всемирных ключевых игроков *OTT*-индустрии (канал домашнего и персонального экранов) – *VOD*-платформ *Netflix*, *Hulu*, *Amazon Prime* (см. диаграмму 4).

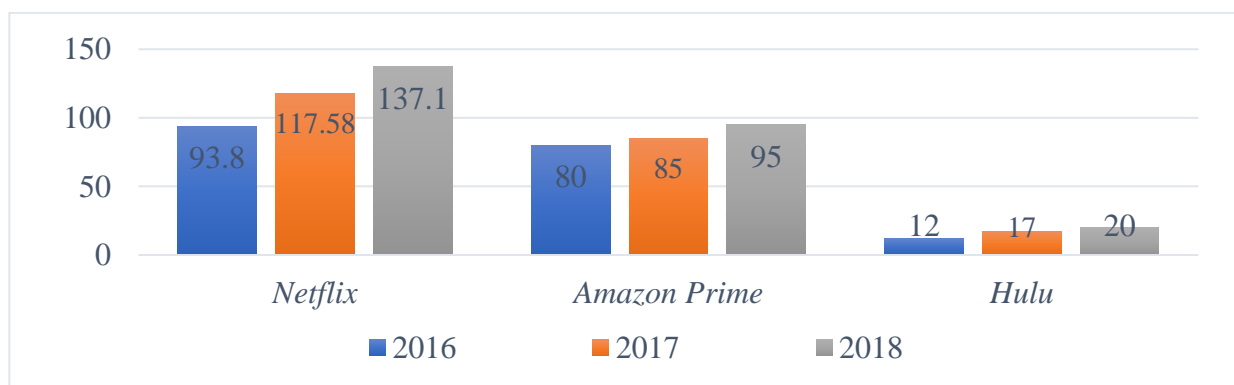


Диаграмма 4. Динамика числа подписчиков *Netflix*, *Amazon Prime* и *Hulu* в 2016-2018 годах (в млн человек).

Источник: Number of Netflix, Amazon Prime and Hulu subscribers 2016-2018

URL: <https://www.statista.com/study/28245/video-on-demand-in-europe-statista-dossier/> (дата обращения: 01.01.18).

Анализу зарубежных практик невещественной дистрибуции независимого кино в условиях цифровизации посвящена вторая глава данной работы.

## **Глава II. Зарубежные практики цифровой невещественной дистрибуции независимого кино**

### *§2.1. Основные игроки на американском рынке онлайн-дистрибуции независимого кино*

В условиях цифровизации сервисы «видео по запросу» (*Video on Demand*) стали новой площадкой для проката независимого кино. В США система легального предоставления потребителю права на просмотр видеоконтента по его запросу в онлайн-режиме на его устройстве стала доступной в 1990 году, благодаря американской телефонной компании *GTE (General Telephone & Electronics Corporation)*. Развитию цифровых платформ на американском рынке способствовали несколько законодательных документов. Среди них – Акт о доступной среде в Интернете в XXI веке (*Communications and Video Accessibility Act*) и Акт о телекоммуникациях в 1996 года, который был нацелен на прекращение монополизма на рынке связи и развитие интернет-ресурсов. Сегодня в американском законодательстве регулированием отрасли *VOD*-сервисов занимается Федеральная комиссия связи (*Federal Communications Commission*).

На сегодняшний день функционирует множество моделей монетизации контента на платформах *VOD*. Самыми популярными среди них остаются *AVOD*, *SVOD* и *TVOD* (см. таблицу 5). Приобретение потребителем права на просмотр видеоконтента из каталога по подписке (*SVOD*) стало самым востребованным типом монетизации контента на американском рынке стриминговых сервисов. Так, в 2018 году число подписчиков этой модели достигло 283 миллионов абонентов на американском кинорынке.

Таблица 5.

Самые популярные модели монетизации контента на *VOD*-платформах

<b>Типы <i>VOD</i></b>	<b>Модель монетизации</b>	<b>Видеосервисы</b>
<i>AVOD (Advertising Video on Demand)</i>	рекламная модель	<i>Youtube, Facebook</i>
<i>SVOD (Subscription Video on Demand)</i>	оплата периодической подписки	<i>Netflix, Amazon Prime, Hulu</i>
<i>TVOD (Transactional Video on Demand, Pay-per-view)</i>	оплата разового просмотра	<i>iTunes, Google Play</i>

Источник: The Future of Television: The Impact of OTT on Video Production Around the World. URL: <https://www.bcg.com/publications/2016/media-entertainment-technology-digital-future-television-impact-ott-video-production.aspx> (дата обращения: 19.03.19).

В 2018 году исследователи *Boston Consulting Group* оценили всю индустрию видеосервисов в 28,8 млрд долларов. При этом половина доходов индустрии приходится на пять игроков отрасли — *YouTube, Facebook, Amazon Prime, Netflix* и *Hulu*. Оставляя за скобками первых двух игроков (в силу их специализации на контенте, созданном пользователями), последние 3 компании, ежегодно увеличивая количество подписчиков, делят «стриминговый пирог» на рынке США (см. диаграмму 5). Их доля по уровню прибыли составила 51% (*Netflix*), 15% (*Hulu*) и 33% (*Amazon Prime*).

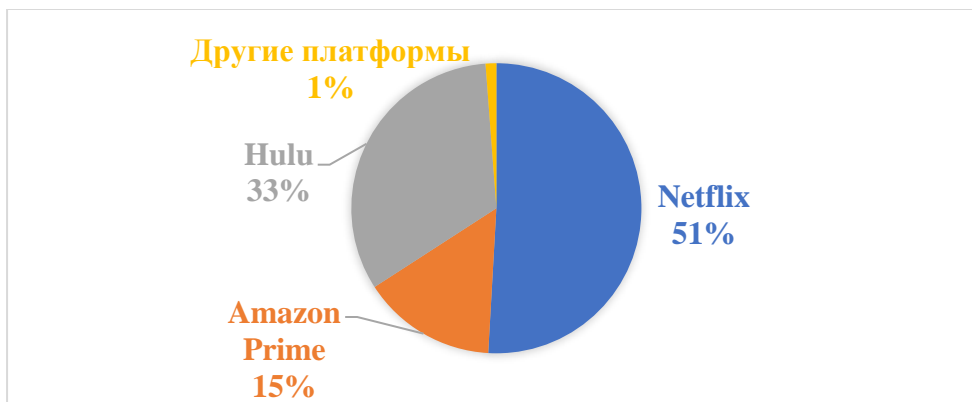


Диаграмма 5. Распределение доли подписчиков стриминговых видеосервисов в США  
 Источник: Liesman S. Nearly 60% of Americans are streaming and most with Netflix: CNBC survey. URL: <https://www.cnn.com/2018/03/29/nearly-60-percent-of-americans-are-streaming-and-most-with-netflix-cnn-survey.html> (дата обращения: 13.12.18).

Оказывая давление на традиционный кинотеатральный прокат фильмов, VOD-гиганты *Netflix*, *Hulu* и *Amazon Prime* задали новую тенденцию в дистрибуции независимого кино на своих цифровых платформах. Так, сегодня сервисы «видео по запросу» *Netflix* и *Hulu* увеличивают в своих библиотеках количество фильмов независимого производства разных стран. В свою очередь, *Amazon Prime* с 2017 года сотрудничает с участниками крупнейшего фестиваля независимого кино *Sundance*, предлагая свою площадку для дистрибуции фильмов конкурсных программ.

В рамках данной работы мы провели контент-анализ каталога стримингового сервиса *Netflix*, с целью определения доли фильмов независимого производства среди общего количества кинокартин. На конец 2018 года в библиотеке VOD-сервиса (на территории США) было доступно более 6892 кинофильмов (см. диаграмму 6). В каталоге компании был представлен 4031 фильм американского производства (59% от всей библиотеки), из них 248 картин были произведены американскими мэйджорами. Итак, доля независимых американских фильмов составила 93,8%, в том числе 124 картины были профинансированы самим сервисом.



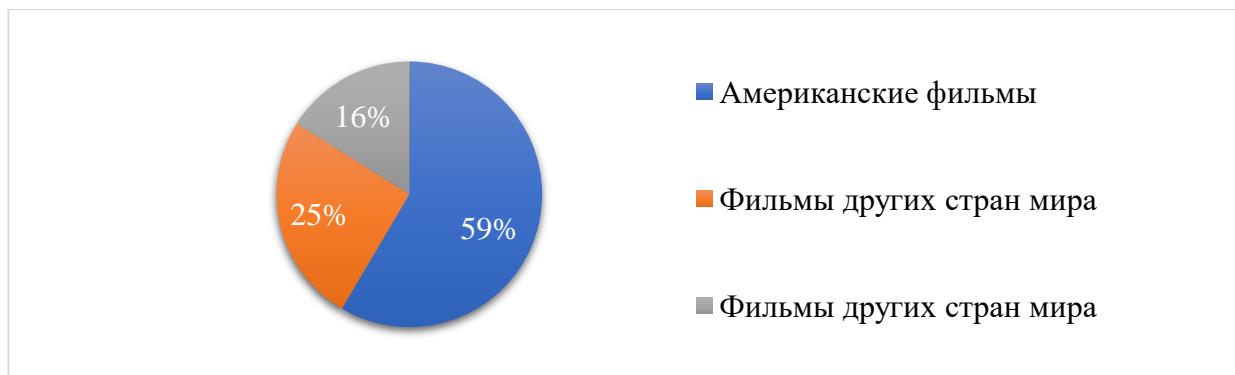


Диаграмма 6. Доля фильмов каталога *Netflix* в 2018 году по стране производства.  
 Источник: URL: <https://www.netflix.com> (дата обращения: 23.12.2019).

Важно отметить, что выяснить полный объем независимого киноконента, произведенным разными странами и представленном на сервисе, крайне сложно. На сегодняшний день существуют базы данных фильмов и их производителей, однако установить долю инвестиций продюсеров, государственных фондов и комиссий остается сложной задачей, поскольку отсутствуют открытые доступные источники, отражающие этот показатель. В связи с этим, определить долю независимого зарубежного кино на сервисе *Netflix* не представляется возможным.

В условиях цифровизации концепция «длинного хвоста»<sup>50</sup> является преимуществом *Netflix* как дистрибуционной платформы. Благодаря собственному компьютерному алгоритму *Cinematch* разнообразная аудитория сервиса получает именно тот продукт, который отвечает ее предпочтениям. «Сервис сделал упор не на все многообразие "хитовых" продуктов, а на максимальное расширение ассортимента, включая нишевые, иностранные и

<sup>50</sup> Андерсон К. Длинный хвост. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012.

артхаусные картины и сериалы. Каждый пользователь, зайдя на сайт, получал то, что хочет посмотреть именно он»<sup>51</sup>.

Как известно, *Netflix* является не только платформой для дистрибуции независимого контента, но и активно инвестирует в производство собственных кинофильмов. К этой модели компания пришла в 2011 году, когда поняла, что покупка прав на контент обходится крайне дорого, а также передается лишь на определённый срок. Именно поэтому руководство *Netflix* решило делать свой оригинальный продукт, чтобы не зависеть от сторонних компаний-производителей. Первыми оригинальными проектами стали вышедший в 2013 году сериал продюсера и режиссера Дэвида Финчера «Карточный домик» с Кевином Спейси и Робин Райт в главных ролях и кинофильм режиссёра Кэри Фукунага «Безродные звери» в 2015 году.

Сегодня проекты известных режиссеров со звездами первой величины стали визитной карточкой американского сервиса. В 2018 году компания выпустила более 80 фильмов, среди которых фестивальные фильмы «Баллада Бастера Скратгса» (реж. братья Коэны), «Рома» (реж. Альфонсо Куарона) и мн. др. Стриминговый сервис *Netflix* осваивает не только нишу авторского кино, но и заходит на территорию студий-мэйджоров. В ближайшие годы анонсированы крупнобюджетные картины со звездами мировой величины в главных ролях: фэнтези-боевик «Яркость» с бюджетом в 90 миллионов и Уиллом Смитом в главной роли, а также картина Мартина Скорсезе «Ирландец» с Робертом Де Ниро и Аль Пачино, производство которого обойдётся компании в 140 миллионов долларов. «Для *Netflix* это имиджевая история, которая позволяет им сказать, что у нас есть некая гарантия качества,

---

<sup>51</sup> Мураталиев Д. Как Netflix набрал 120 миллионов подписчиков и изменил наш мир. URL: <https://informburo.kz/stati/kak-netflix-nabral-120-millionov-podpischikov-i-izmenil-nash-mir.html> (дата обращения: 14.12.18).

которую вы не получите в никаком другом месте, потому что там все более массовые истории, а мы можем себе позволить не идти на поводу такому»<sup>52</sup>.

Далеко не все именитые кинематографисты стремились снимать фильмы для онлайн-площадок. Основным аргументом «за» стало крупное финансирование, которое не могли уже предложить киностудии, понимая, что фильм вряд ли окупится. «Все громкие премьеры оригинальных фильмов, которые до сегодняшнего дня были у *Netflix* — это проекты, от которых отказались студии. В первую очередь — по финансовым соображениям»<sup>53</sup>.

*Netflix* продолжает расширять свой оригинальный контент благодаря собственному производству и закупке фильмов и сериалов в пакеты для разных стран, в том числе и независимого производства. Такая динамика развития позволит компании стать не только ведущим дистрибутором независимого кино на многих международных рынках, но и крупнейшим независимым производителем киноконтента. Согласно журналу *The Economist* в 2018 году расходы *Netflix* на производство оригинального контента составили 12 миллиардов долларов, большая часть бюджета которого – 8 млрд – пошла на производство кинофильмов (см. диаграмму 7). Расходы на производство оригинального контента конкурентов *Netflix* гораздо ниже, но, тем не менее, растут из года в год. Прогнозы аналитиков предсказывают, что к 2022 году 3 стриминговых гиганта утроят свои расходы на производство оригинального контента. «"Большая тройка" *SVOD*-игроков занимают 60% стримингового времени. Они ищут, как можно увеличить свою долю за

---

<sup>52</sup> Интервью автора с кинопродюсером Артуром Циленко от 13.04.2019 (см. Приложение 1).

<sup>53</sup> Homo Cinema. Esquire: Какое будущее ждет Голливуд и почему победа останется за *Netflix*. URL: <http://cinemaplex.ru/2018/05/06/homo-cinema-esquire-o-tom-kak-izmenilsya-gollivud.html?fbclid=IwAR2a203luc4jHTobJllivkKovYcGAwfe2SZSI8ABh2rEgQqNQal-sypdJwNQ> (дата обращения: 14.12.18).

счет контента, который сможет как привлечь новых пользователей, так и сохранить существующих даже при росте стоимости подписки»<sup>54</sup>.

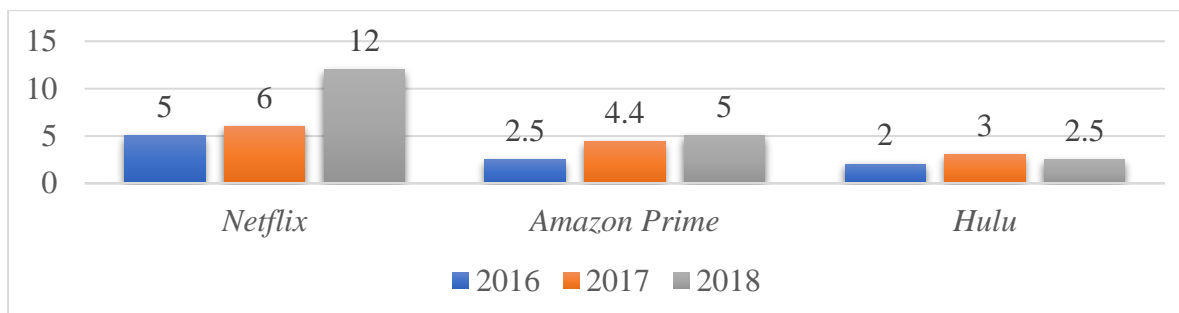


Диаграмма 7. Затраты стриминговых компаний на производство собственного контента (в млрд долларов) в 2016-2018 годах.

Источник: URL: <https://www.statista.com/statistics/707302/netflix-video-content-budget/> (дата обращения: 13.12.18).

Соответственно, можно отметить, что растет и число часов оригинальной продукции. Так, известно, что в 2016 году *Netflix* выпустил 600 часов оригинального контента, что включает 126 сериалов и фильмов собственного производства; в 2017 году – компания, анонсировав увеличение производства своего уникального контента до 1000 часов, произвела 21 фильм и 105 сериалов и других телешоу; в 2018 году — стриминговый сервис произвел 80 фильмов и 700 ТВ-шоу и сериалов.

Сегодня в сегменте американских *VOD*-сервисов наблюдается конкуренция. Основная борьба разворачивается между *Netflix*, *Hulu* и *Amazon Prime*. Появление новых игроков на рынке в 2019 году (*Apple+*, *Disney+*) приведёт к усилению конкурентной борьбы, связанной с разделением оригинального контента по стриминговым компаниям (см. таблицу 6).

Таблица 6.

Стоимость подписки стриминговых сервисов в США

<sup>54</sup> *Netflix*, *Hulu* и *Amazon* утратят расходы на контент к 2022 году. URL: <http://www.cableman.ru/node/34789> (дата обращения: 14.12.18).

Стриминговый сервис	Контент оригинального производства	Цена за подписку в месяц
<i>Netflix</i>	Сериалы «Карточный домик», «Оранжевый – хит сезона», фильмы «Рома», «Окча» и др.	\$9,99
<i>Amazon Prime</i>	Сериалы «Человек в высоком замке», фильмы «Манчестер у моря», «Патерсон» и др.	\$12,99
<i>Hulu</i>	Сериалы «Рассказ служанки», «11.22.63» и др.	\$ 7,99
<i>Disney+</i>	Киноколлекция студии, все будущие фильмы	Цена неизвестна
<i>HBO Go</i>	Сериалы «Игры престолов», «Клан Сопрано» и др.	\$15
<i>DC Universe</i>	Сериалы по комиксам DC	\$ 7,99
<i>CBS All Access</i>	«Звездный путь», «Хорошая жена» и др.	\$ 5,99
<i>Warner Brothers</i>	Фильмы по комиксам DC	Цена неизвестна
<i>Apple+</i>	«Удивительные истории», «Ты спишь?» и др.	\$30-50 (*аналитика <i>Bloomberg</i> , официальная цена неизвестна)
<i>Youtube Original</i>	Сериалы «Происхождение», фильм «Музей» и др.	\$11.99
	<i>Всего в месяц/ в год:</i>	≈ \$ 60/ ≈ \$720

Источник: таблица составлена автором.

Получается, зрителю придётся выбирать определенную платформу с контентом, который ему хочется смотреть, либо одновременно поддерживать подписку на нескольких сервисах, что является затратным удовольствием. Так, ежемесячная плата за подписку только на 3-х основных стриминговых гигантов *Netflix*, *Amazon Prime* или *Hulu*, обойдется почти в 30 долларов. Кроме того, растущее влияние *SVOD*-сервисов создает сильную конкуренцию традиционным формам домашнего просмотра – кабельному телевидению. Сегодня в США наблюдается отказ от подписок на пакеты каналов платного ТВ (эффект «перерезания кабеля»).

Итак, сегодня американские стриминговые сервисы играют важную роль в дистрибуции независимых фильмов. Среди основных векторов развития — привлечение разных аудиторий через внутренние системы рекомендаций, выход на локальные рынки, формирование эксклюзивного

предложения. По мере развития рынка *SVOD* медиаменеджеры компаний осознали важность добавления собственного оригинального киноконтента в каталоги. С каждым годом потоковые сервисы тратят все больше средств на создание своей оригинальной продукции.

Таким образом, стриминговые сервисы становятся не только каналами дистрибуции, но и крупнейшими производителями в сегменте независимого кино. Вероятно, в будущем в условиях развития цифровых технологий и возрастающего влияния *VOD*-платформ трансформируется рынок вторичных прав: цифровые видеосервисы могут стать первичными площадками для дистрибуции независимого кино, в то время как кинотеатральный прокат модифицируется во вторичный канал распространения.

## *§2.2. Западноевропейский опыт регулирования и организации дистрибуции независимого кино*

Государственное финансирование фильмов в странах Западной Европы регулируется на законодательном уровне. Тем не менее независимое производство фильмов также играет важную роль в кинематографиях этих государств. Напомним, что под независимым кино в Европе понимают «фильмы, финансируемые менее чем на 50% со стороны крупной киностудии или ТВ-компании»<sup>55</sup>.

---

<sup>55</sup> Kanzler M. Fiction film financing in Europe: A sample analysis of films released in 2018. European Audiovisual Observatory, Strasbourg, 2018. URL: <https://rm.coe.int/fiction-film-financing-in-europe-2018/1680902fd9> (дата обращения: 10.10.18).

По мнению доктора искусствоведения Кирилла Разлогова, европейский кинематограф относится к смешанной модели привлечения инвестиций (частный инвестор и государственная поддержка): «Европейская система характеризовалась привлечением частного капитала, но с регулярными государственными субсидиями»<sup>56</sup>. Сегодня государственная поддержка европейского кинематографа значительно трансформировалась. «Бюджетное содействие» может выражаться не только в финансировании производства и проката фильмов: развитие кинотеатральных платформ в регионах, системы фискальных стимулов (рибейты), наложение ограничений на элементы свободного рынка, копродукция и др.

Сегодня значительная часть фильмов западноевропейских стран производится при привлечении капиталов студий или продюсеров разных стран, иными словами, создается благодаря копродукции. Несмотря на то, что значительная доля европейского кино создается благодаря копродукции между несколькими странами, поддержка производства 100% национальных фильмов стало одной из ведущих тенденций на аудиовизуальном рынке Европы. Согласно отчету Европейской аудиовизуальной обсерватории финансирование независимого национального кино, в основном, распределяется между инвестициями независимых киностудий (67%), государственных фондов и кинокомиссий (31%), вещательных компаний (1%) и поставщиков *VOD*-услуг (1%) (см. диаграмму 8). Таким образом, все 100% национальные фильмы Западной Европы являются независимыми, поскольку их финансирование государством, вещательными и *VOD*-компаниями составляло менее 50% и было аккумулировано в руках независимых продюсеров. Среди известных примеров национальных фильмов

---

<sup>56</sup> Разлогов К. Мировое кино: история искусства экрана. – М.: Эксмо, 2011. – С. 334.

независимого производства – комедии «Восемь баскских фамилий» (2014 г.) в Испании; «Зачетный препод» (2013 г.) в Германии, «Переростки» (2001 г.) в Великобритании.

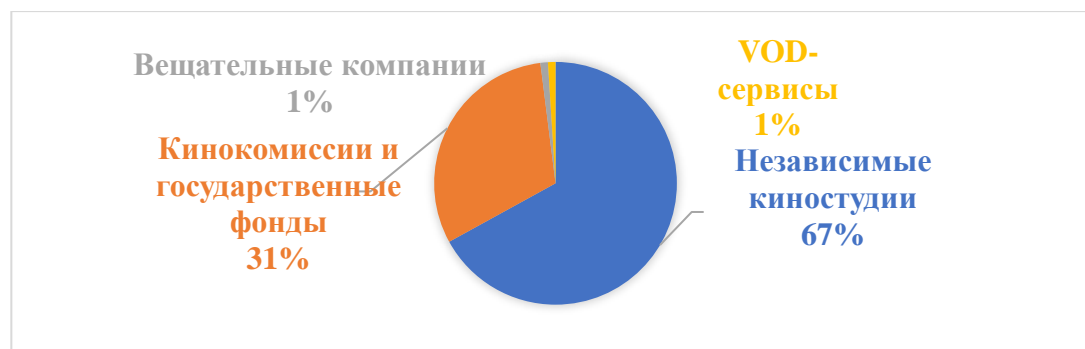


Диаграмма 8. Финансирование независимых национальных фильмов Европы в 2018 году. Источник: Fiction film financing in Europe: A sample analysis of films released in 2018. European Audiovisual Observatory (Council of Europe), Strasbourg, 2018.

URL: <https://rm.coe.int/fiction-film-financing-in-europe-2018/1680902fd9>

(дата обращения: 08.01.19).

Итак, в Западной Европе независимое кино занимает важное место в национальных кинематографиях. С середины 2000-х годов на территории европейских стран наблюдался постепенный рост посещаемости фильмов независимого производства в кинотеатральном прокате (см. диаграмму 9). В 2005 году чуть более трети (34%) посещений кинотеатров в Европе приходилось на независимые фильмы; в 2015 году доля посещений выросла почти до половины (46%).



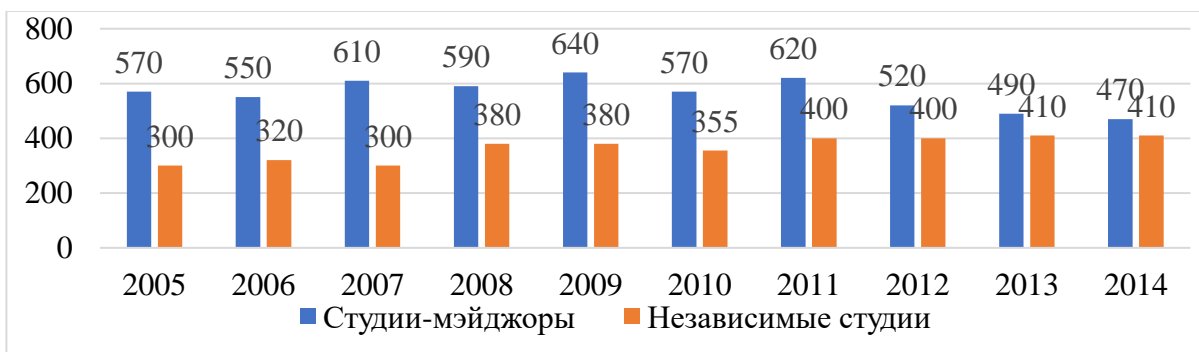


Диаграмма 9. Динамика посещаемости фильмов, произведенных независимыми студиями и студиями-мэйджорами, в кинотеатрах Европы в 2005-2014 годах, в млн людей  
 Источник: Jones H. J. Indie-film distribution: state of play. URL: [http://www.academia.edu/33727939/Indie\\_film\\_distribution\\_in\\_Europe\\_state\\_of\\_play/](http://www.academia.edu/33727939/Indie_film_distribution_in_Europe_state_of_play/)  
 (дата обращения: 10.01.18).

Важную роль в распространении независимого кино в кинотеатральном прокате играет ассоциация независимых кинопрокатчиков *Europe Distribution*. Организация состоит из 110 ведущих независимых дистрибуторов, представляющих 29 стран в Европе и за ее пределами. Среди крупнейших представителей независимых прокатчиков на европейском кинорынке этой ассоциации компании *Concorde*, *Wild Bunch* в Германии; в Италии — *01 Distribution* и *Bim Distribuzione*; во Франции — *Metropolitan* и *SND Films*; в Великобритании — *Lionsgate* и *eOne*.

Поддержка независимого национального кино регулируется в странах Западной Европы законодательными актами. Государственные киноагентства спонсируют сети кинотеатров, которые отдают приоритет показу европейских картин, произведенных без поддержки государственных или общественных фондов (например, Британский институт кинематографии), а также обеспечивают дополнительные средства на дистрибуцию независимых национальных фильмов на цифровых платформах. Согласно Директиве об аудиовизуальных медиауслугах Европейского парламента и совета от 10 марта 2010 года, государства-члены ЕС должны гарантировать, что предоставляющие под их юрисдикцией поставщики *VOD*-услуг способствуют

росту производства и дистрибуции европейских национальных произведений. «Аудиовизуальные медиауслуги по требованию могут частично заменить телевизионное вещание. Соответственно, они должны, где это практически возможно, содействовать производству и распространению европейских произведений и, таким образом, вносить активный вклад в поощрение культурного разнообразия»<sup>57</sup>.

Сегодня развитие и поддержка новых цифровых платформ закреплены на международном законодательном уровне. Европейский Союз, в частности, в рамках Европейской инициативы в области кино и видео (*ECVI*), создал программы, адаптирующие киноиндустрию к растущему цифровому спросу на фильмы сервисов «видео по запросу». С помощью этой программы дистрибуция *VOD* сочетается с традиционным кинотеатральным показом. Национальные правительства стран ЕС также стремятся финансировать кинопроизводство. Например, в Европейской комиссии по культуре есть аудиовизуальный сектор, роль которого, в первую очередь, состоит в том, чтобы содействовать распространению и популяризации фильмов и фестивалей по всей Европе.

Важную роль в дистрибуции независимого кино на территории Европы играет ассоциация *VOD*-платформ *Eurovod*. Созданная в 2010 году группой европейских *VOD*-сервисов организация стремится защищать и продвигать культурное разнообразие кинокартин независимого производства, используя «видео по запросу» в качестве легального канала для распространения

---

<sup>57</sup> Directive 2010/13/EU of the European parliament and of the Council of 10 March 2010. URL: <https://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2010:095:0001:0024:EN:PDF> (дата обращения: 12.01.19).

аудиовизуального контента. Сегодня ассоциация состоит из 18-ти членов из разных стран Европы (см. таблицу 7).

Таблица 7.

Основные члены ассоциации *Eurovod*

№	Компания	Страна
1.	<i>Filmmit</i>	Австрия
2.	<i>Univers Ciné</i>	Бельгия
3.	<i>Curzon</i>	Великобритания
4.	<i>Distriby Media</i>	Великобритания
5.	<i>Film Doo</i>	Великобритания
6.	<i>Movie Sieve</i>	Великобритания
7.	<i>Cinema service platform</i>	Германия
8.	<i>Realeyz</i>	Германия
9.	<i>Film in</i>	Испания
10.	<i>My movies.it</i>	Италия
11.	<i>Kino Fondas</i>	Литва
12.	<i>Vod.lu</i>	Люксембург
13.	<i>Cine square</i>	Македония
14.	<i>Docsonline</i>	Нидерланды
15.	<i>La Cinetek</i>	Франция
16.	<i>Kinow</i>	Франция
17.	<i>Mohikunuc</i>	Хорватия
18.	<i>Le Kino.ch</i>	Чехия

Источник: Официальный сайт ассоциации *Eurovod*. URL: <https://www.eurovod.org>  
(дата обращения: 12.01.19).

Фактическое потребление контента, предлагаемого новыми цифровыми платформами неуклонно растет в последние годы. Число подписчиков европейских *VOD*-сервисов активно увеличивается с 2015 года, стимулируя тем самым образование новых платформ «видео по запросу». В начале 2019 года в европейских странах были доступны более 648 *VOD*-сервисов (см. диаграмму 10).

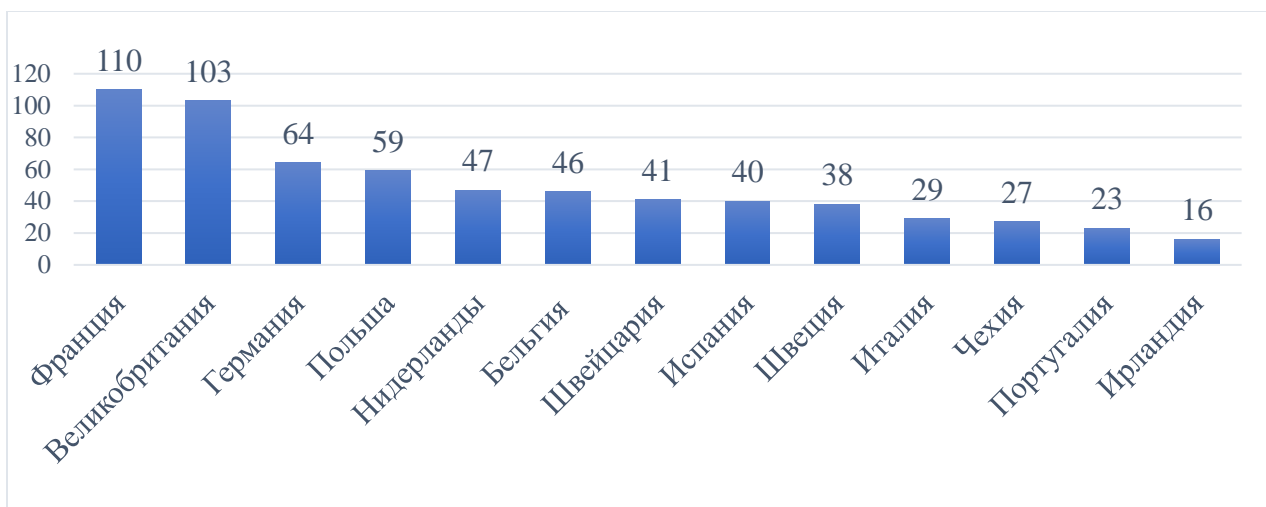


Диаграмма 10. Количество легальных сервисов VOD в странах Европы, доступных в 2019 году.

Источник: URL: <http://mavise.obs.coe.int>

(дата обращения: 08.01.19).

Сегодня на европейском рынке цифровых платформ выделяют 3 категории игроков: пан-европейские сервисы с полным или значительным охватом европейских государств (16 или более лингвистических версий); региональные сервисы с охватом нескольких стран (3 или более лингвистических версий), часто в одной географической зоне; локальные национальные компании (см. таблицу 8).

Таблица 8.

Пан-европейские, региональные и национальные VOD-компании в Европе

Пан-европейские компании	Региональные компании	Национальные компании
<i>Amazon Prime</i>	<i>AXN Now</i>	<i>VOD.pl</i> (Польша)
<i>Disney</i>	<i>C MORE</i>	<i>Timvision</i> (Италия)
<i>HBO</i>	<i>DPlay</i>	<i>Mediaset</i> (Италия)
<i>Netflix</i>	<i>i-concerts</i>	<i>Maxdome</i> (Германия)
	<i>MUBI</i>	<i>Yomvi</i> (Испания)

	<i>MyPrime</i>	<i>SKY</i> (Великобритания)
	<i>RTL</i>	<i>Canal Play</i> (Франция)
	<i>SF Kids</i>	<i>Wuaki</i> (Испания)
	<i>Teleclub</i>	<i>Ipla</i> (Польша)
	<i>Viaplay</i>	
	<i>Voyo</i>	

Источник: Официальный сайт ассоциации *Eurovod*. URL: <https://www.eurovod.org>  
(дата обращения: 12.01.19).

Продукты пан-европейских сервисов *Amazon Prime* и *Netflix*, учреждённых соответственно в Великобритании и Нидерландах, пользуются большим спросом и ориентированы не только на национальные рынки. В свою очередь, сегодня и Чехия также становится «стриминговым центром», ориентированным на рынки стран Центральной и Восточной Европы, поскольку в 2017 году телекомпания *HBO* учредила в этой стране автономную платформу *HBO GO*. Таким образом, крупные американские игроки *Netflix*, *Amazon* и *HBO* составляют значительную конкуренцию национальным европейским платформам. При этом национальные и региональные сервисы обгоняют пан-европейских гигантов по количеству предоставляемых на платформе независимых фильмов. Локальные *VOD*-компании активно сотрудничают с независимыми студиями местного производства, ежегодно предоставляющими им кинопродукцию.

Следует отметить тот факт, что распространение *VOD*-сервисов на территории Европы постепенно приводит к сокращению рынка платного телевидения. В некоторых странах, где в последние годы число подписчиков на услуги *VOD* быстро росло, уже наблюдалось падение числа абонентов платного телевидения в период с 2016 по 2017 год: например, в Дании (-3%), Швеции (-1,5%), Нидерландах (-0,8%) или Норвегии (-1%). Эти данные служат доказательством явления «перерезания кабеля». Темпы роста платного

телевидения снизились в период между 2011 и 2016 годами, и увеличение количества *VOD*-платформ, возможно, было одним из факторов в странах Европы.

Итак, в данной главе мы проанализировали организацию цифровой невещественной дистрибуции независимого кино в странах Западной Европы и США. Американская система распространения фильмов независимого производства характеризуется доминирующим на рынке положением *VOD*-сервисов. Так, например, стриминговый гигант *Netflix*, число подписчиков которого достигло в 2018 году 137 миллионов, является крупнейшим дистрибутором независимого киноконента. Увеличивая долю оригинального независимого кинопродукта в своих каталогах, многие стриминговые платформы следуют общемировому тренду формирования эксклюзивного предложения и финансируют производство оригинального контента.

В то же время законодательные инициативы в странах Западной Европы, связанные с цифровыми технологиями и, в частности, с цифровым распространением контента, способствуют развитию *VOD*-сервисов на территории этих государств. При этом западно-европейские онлайн-видеосервисы активно продвигают национальное независимого кино на своих платформах, способствуя увеличению транснационального распространения европейских фильмов и конкурентоспособности этого сектора. Однако несмотря на растущий спрос на услуги *VOD*, как на национальном, так и на общеевропейском уровнях, кинотеатральный прокат по-прежнему остается рынком первичных прав аудиовизуальной продукции и, вероятно, продолжит играть ключевую роль в распространении фильмов.

Изучение мирового опыта дистрибуции фильмов независимого производства в условиях цифровой среде позволит нам рассмотреть практики

дистрибуции независимого кино России, анализу которых посвящена третья глава.

**Глава III. Дистрибуция независимого кино России  
в условиях цифровизации**

*§3.1. Государственное регулирование кинодистрибуции в России*

Сфера традиционного кинопроката и кинопоказа на территории Российской Федерации регулируется на уровнях законодательной и исполнительной власти. Основными правовыми документами, регулирующими область кинодистрибуции на территории РФ, являются: IV часть Гражданского кодекса Российской Федерации<sup>58</sup>, которая закладывает основы авторского права и регулирует взаимоотношения между правообладателями аудиовизуальных произведений и их пользователями; Федеральный закон «О государственной поддержке кинематографии» от 22.08.1996 г. №126-ФЗ<sup>59</sup>, который определяет дефиниции основных понятий в сфере кинематографии и устанавливает юридические взаимоотношения между субъектами отрасли (в частности между государством и кинокомпаниями – в вопросах государственного финансирования создания, дистрибуции и демонстрации национальных фильмов).

Регулирующими отрасль федеральными органами исполнительной власти являются Министерство культуры РФ и его подразделения. Так, с 2010 года Минкультуры и его непосредственный регулятор Департамент кинематографии делят обязанности по финансовой поддержке кинопроизводства, кинодистрибуции и кинопоказа с Фондом социальной и экономической поддержки отечественной кинематографии (Фондом кино), который выступает в качестве экономического агента. В то время как Минкультуры контролирует соблюдение законодательства в сфере кинематографии и поддерживает некоммерческие кинопроекты, Фонд кино финансирует на возвратной основе потенциальные коммерчески успешные

---

<sup>58</sup> Гражданский кодекс Российской Федерации часть 4 (ГК РФ ч.4). URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_64629/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64629/) (дата обращения: 12.01.19).

<sup>59</sup> Федеральный закон "О государственной поддержке кинематографии Российской Федерации" от 22.08.1996 N 126-ФЗ (последняя редакция). URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_11454/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_11454/) (дата обращения: 12.01.19).



проекты. Кроме того, Фонд кино обеспечивает развитие материально-технической базы кинематографии, в том числе массовый перевод кинозалов на цифровые технологии; отвечает за контроль целевого и эффективного использования финансовых средств, проведение исследований и независимой общественной экспертизы проектов и других мероприятий в области кинематографии.

Среди других органов государственной власти, регулирующих кинодистрибуцию в России — государственный регистр фильмов (отвечает за выдачу прокатных удостоверений на фильмы, дающих право публичного использования аудиовизуальных произведений на территории Российской Федерации и определяющих рекомендации по возрастной аудитории кино-видеофильмов); государственный информационно-вычислительный центр (ГИВЦ), в зоне ответственности которого находится разработка и ведение Единой федеральной автоматизированной информационной системы сведений о показах фильмов в кинозалах ЕАИС («Электронный кинобилет»); государственный фильмофонд, хранящий обязательные экземпляры аудиовизуальных произведений, получающих прокатные удостоверения; и региональные киновидеообъединения (КВО), занимающиеся прокатом фильмов и координацией управления кинотеатрами на подотчетной территории.

Действующее правовое поле РФ вводит определенные разрешения и ограничения в деятельности дистрибуторов. Согласно Постановлению Правительства РФ «О регистрации кино-видеофильмов и регулировании их публичной демонстрации» № 396 от 28.04.1994 г.<sup>60</sup> для изготовления тиража

---

<sup>60</sup> Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 28 апреля 1994 г. N 2 "О судебной практике по делам об изготовлении или сбыте поддельных денег или ценных бумаг" (с

экземпляров аудиовизуальных произведений необходимо получить прокатное удостоверение, которое выдает государственный регистр фильмов департамента кинематографии Министерства культуры РФ. Дистрибуторам для оформления прокатного удостоверения для тиражирования в целях продажи, сдачи в прокат и аренду, распространения через видеотеки и прокатные пункты необходимо собрать пакет документов, который включает в себя заявление на имя Министра культуры РФ; договор с правообладателем; соответствующую техническим требованиям копию фильма или кассету с записью рекламного ролика; сведения о произведениях, используемых в фильмах (для картин отечественного или совместного производства); три экземпляра заверенных монтажных листов и краткой аннотации фильма. Кроме того, российское законодательство выдвигает в отношении зарубежных фильмов требование предоставить копию грузовой таможенной декларации, подтверждающей законность ввоза на территории зарубежного аудиовизуального произведения. Случаи передачи цифрового контента по спутниковому каналу законодательно пока не регламентированы, но на практике заявители вместо таможенной декларации включают в пакет документов на выдачу прокатного удостоверения копию изображения с монитора компьютера, через который осуществляется передача данных, подтверждающую факт загрузки контента российским правообладателем. Наконец, в России дистрибуция кинофильмов ограничивается

---

изменениями и дополнениями). URL: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/10001172/> (дата обращения: 12.01.19).

законодательными актами, запрещающими распространение порнографии, экстремистских материалов (статья 242 Уголовного Кодекса РФ<sup>61</sup>).

В соответствии с ФЗ №139 от 28 июля 2012 г. «О внесении изменений в Федеральный закон "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию"»<sup>62</sup> введена возрастная маркировка аудиовизуального контента. Теперь возрастные ограничения устанавливаются правообладателем для каждого фильма самостоятельно, исходя из норм закона, и информация о них должна содержаться во всех рекламных материалах к фильму.

Немаловажным изменением в российской законодательстве стало введение поправок в Федеральный закон "О внесении изменений в Федеральный закон "О государственной поддержке кинематографии Российской Федерации" от 03.08.2018 N 335-ФЗ, которые дают дефиницию понятию «кинофестиваль»: «культурно просветительское мероприятие, которое проводится в соответствии с регламентов (правилами), утверждаемым организаторами данного мероприятия, представляет собой показ специально отобранных фильмов и может иметь конкурсную программу, состоящую из оцениваемых жюри фильмов»<sup>63</sup>. Закон предполагает определенный регламент распространения кино на российских кинофестивалях. Так, кинофильмы, представленные в рамках конкурсных и внеконкурсных программ фестиваля,

---

<sup>61</sup> УК РФ Статья 242. Незаконные изготовление и оборот порнографических материалов или предметов. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_10699/ad5d9196ef8584bf342b4c10c1eb39fed4ae8745/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10699/ad5d9196ef8584bf342b4c10c1eb39fed4ae8745/) (дата обращения: 24.03.19).

<sup>62</sup> Федеральный закон "О внесении изменений в Федеральный закон "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию" и отдельные законодательные акты Российской Федерации" от 28.07.2012 N 139-ФЗ (последняя редакция). URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_133282/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_133282/) (дата обращения: 24.03.19).

<sup>63</sup> Федеральный закон "О внесении изменений в Федеральный закон "О государственной поддержке кинематографии Российской Федерации" от 03.08.2018 N 335-ФЗ (последняя редакция). URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_304064/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_304064/) (дата обращения: 12.02.19).

освобождаются от необходимости получения прокатного удостоверения, что в значительной степени упрощает их демонстрацию. В связи с этим, многие “бывшие” кинофестивали, сегодня не попадающие под определение и регламент, введённые новым издательством Федерального Закона, теряют возможность распространять фильмы независимого производства: «Отметим, эти изменения вызывают серьезные опасения у кинематографистов, поскольку должны ударить по сегменту так называемого альтернативного контента»<sup>64</sup>.

По данным *Nevafilm.Research* в 2017 году почти половина картин, представленных на российских экранах в рамках кинофестивалей, были фильмы независимого производства (см. диаграмму 11). Таким образом, усиление требований к фестивальным программам в России может стать причиной снижения доли независимого кино в кинофестивальном формате, поскольку вызовет сложности в получении прокатного удостоверения для этих фильмов.

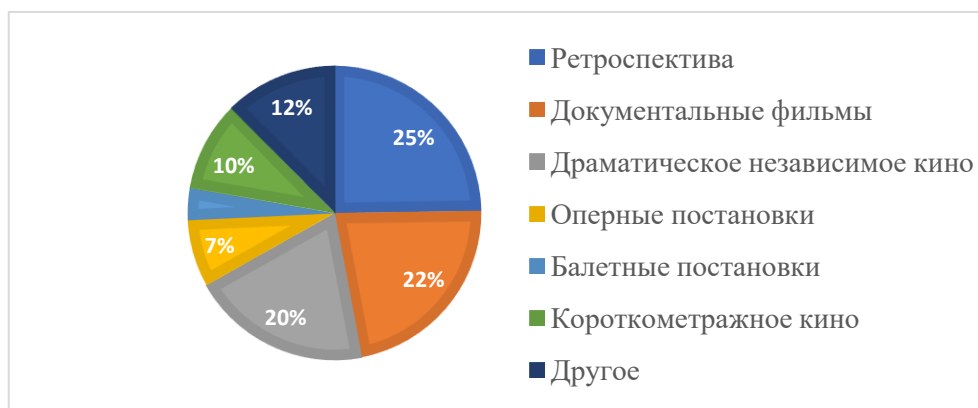


Диаграмма 11. Кинофильмы российских программ кинофестивалей по жанрам.

Источник: Ключевые тренды российского кино. Европейская аудиовизуальная обсерватория (Совет Европы), Страсбург, 2018. URL: [https://search.coe.int/observatory/Pages/result\\_details.aspx?ObjectId=09000016808d7212](https://search.coe.int/observatory/Pages/result_details.aspx?ObjectId=09000016808d7212) (дата обращения: 12.02.19).

<sup>64</sup> Ключевые тренды российского кино. Европейская аудиовизуальная обсерватория (Совет Европы), Страсбург, 2018. URL: [https://search.coe.int/observatory/Pages/result\\_details.aspx?ObjectId=09000016808d7212](https://search.coe.int/observatory/Pages/result_details.aspx?ObjectId=09000016808d7212) (дата обращения: 12.02.19).

Постоянной темой, обсуждаемой в отечественной киноиндустрии остается защита национального кино с возможным введением на уровне федерального закона отдельной квоты на показ зарубежных фильмов в кинотеатрах. Большая часть кинопродюсеров выступает против этого закона, считая, что подобные административные меры отпугнут из кинозалов молодежь — наиболее активную часть кинозрителей, которая в итоге начнет искать интересное для себя кино не в кинотеатрах, а в Интернете, в том числе на пиратских сайтах.

Ответом государства на быстрый темп развития цифровых моделей дистрибуции кинофильмов стало принятие ряда Федеральных законов, регулирующих данную область. В 2017-2018 годах произошли изменения в российском законодательстве, которые отразились на практике цифровой дистрибуции кинофильмов в России. Так, с 1 июля 2017 вступил в силу закон о регулировании аудиовизуальных сервисов (Федеральный закон от 1 мая 2017 года № 87-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» и отдельные законодательные акты Российской Федерации»<sup>65</sup>). Под нормы закона подпадают онлайн-площадки, предоставляющие за плату или с условием просмотра рекламы аудиовизуальный контент с ежедневной аудиторией 100 тысяч и 20 тысяч в течение месяца для территории России и отдельно взятого субъекта Федерации соответственно.

Для владельцев аудиовизуальных сервисов «видео по запросу» вводится ряд ограничений. В частности, они обязаны вести учет пользователей

---

<sup>65</sup> Федеральный закон "О внесении изменений в Федеральный закон "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" и отдельные законодательные акты Российской Федерации" от 01.05.2017 N 87-ФЗ (последняя редакция). URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_216069/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_216069/) (дата обращения: 24.03.19).

способами, установленными Роскомнадзором; следить за контентом, не допуская распространения информации, содержащей государственную тайну, призывы к экстремистской деятельности, порнографию, телеканалов или телепрограмм, не зарегистрированных в соответствии с Законом о СМИ, а также классифицировать контент в соответствии с возрастными категориями детей; размещать на странице сервиса контактные данные.

Кроме того, в рамках антипиратского процесса был принят Федеральный закон №156-ФЗ от 01.07.2017 «О внесении изменений в Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и защите информации», который расширяет способы защиты авторских прав в Интернете, позволяя правообладателям блокировать копии пиратских серверов («зеркало сайта») во внесудебном порядке при наличии ранее выданного судебного решения о блокировке основного сайта. При этом, решение о том, является ли сайт «зеркалом», принимает Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций.

Государственная политика в области кинематографии выражается не только в активной финансовой поддержке отечественных проектов, но и в протекционистских мерах, способствующих конкурентоспособности национального кино на российском и зарубежных кинорынках. «В настоящий момент государственная поддержка в области кинематографии в РФ осуществляется в соответствии с такими задачами, как увеличение интегральных показателей отрасли и наращивание экспорта отечественной кинопродукции»<sup>66</sup>.

---

<sup>66</sup> Седых И. А. Киноиндустрия России в 2017 году. URL: <https://dcenter.hse.ru/data/2017/09/15/1173122290/Киноиндустрия%20России%202017.pdf> (дата обращения: 12.02.19).

В этой связи, Фонд Кино выделяет средства на модернизацию и оснащение цифровым оборудованием кинотеатров. Программа поддержки кинотеатров нацелена на расширение географии кинопоказа в стране. Основной задачей программы является оказание поддержки в создании новых кинозалов в населенных пунктах, жители которых не имеют возможности смотреть фильмы в кинотеатрах. Обязательным условием для переоборудованного кинозала остается демонстрация фильмов отечественного производства в объеме не менее 50% киносеансов в квартал.

Итак, изменения, произошедшие в российском законодательстве свидетельствуют, что государственное регулирование отечественного кинематографа идет в ногу со временем и своевременно вносит необходимые поправки в нормативные акты, определяющие отношения субъектов киноиндустрии, тем самым способствуя развитию цифровых видеосервисов.

Таким образом, можно говорить о том, что государственная политика нацелена на популяризацию фильмов отечественного производства. Способствуя развитию системы кинопоказа в стране, государственная поддержка ориентируется на существенное количественное увеличение сетей кинотеатров. При этом, в условиях развития цифровых технологий и возрастания роли легальных видеосервисов, регулирует на уровне Федеральных законов дистрибуцию кино, в том числе независимого производства, на рынке онлайн-видео в России.

### *§3.2. Российские независимые фильмы а в кинотеатральном прокате*

Кинотеатральный прокат является традиционной площадкой для дистрибуции кинофильмов и остается первичным рынком реализации кинопродукции в России. В 2018 году по данным *Nevafilm.Research* в России

функционируют 1893 кинотеатра и 5209 кинозалов, показывающих фильмы в форматах 2D, 3D и IMAX. Среди лидирующих кинопрокатных компаний в России — объединенная сеть «Синема Парк+Формула кино+Кронверк» (74 кинотеатра, 614 кинозалов), «Синема стар» (22 кинотеатра, 110 кинозалов); в Москве – «Москино» (13 кинотеатров, 22 кинозала).

Ответственные за репертуарное планирование кинотеатральные букеры и представители дистрибуторских компаний ведут роспись кинофильмов согласно заключенному меморандуму, т. е. «документу, в котором изложены требования кинопрокатной компании относительно показа того или иного фильма, в том числе к стоимости минимальной цены билета на фильм.»<sup>67</sup>. Этот документ также регулирует размеры минимальной гарантии, которые кинотеатры выплачивают кинодистрибуторам как часть прокатной платы. Значение множителя зависит не только от жанра и масштаба релиза, но и от сезона.

Помимо этого, в условиях цифровизации важную роль в кинотеатральном бизнесе стали играть билетные агрегаторы (*Rambler, Yandex, «Киноход»*), которые за определённую плату реализуют электронную продажу билетов. Кроме того, отечественные кинотеатры обязаны отчислять российскому авторскому обществу (РАО) от 0,5% до 1,2% выручки от продажи билетов каждого фильма в репертуаре. РАО направляет часть этих средств авторам музыкальных произведений как вознаграждение за использование их музыки в кинокартинах, демонстрируемых публично. Этот формат взаимодействия с дистрибуторами, общественной организацией авторов и иных правообладателей, билетных агрегаторов в значительной

---

<sup>67</sup> Бюллетень кинопрокатчика. Словарь кинотерминов. URL: <http://www.kinometro.ru/abc> (дата обращения: 21.04.19).



степени влияет на репертуарную и ценовую политику кинотеатров, стимулируя их прилагать больше усилий для успешного проката фильма.

Основной из задач данной работы стал анализ представленности российских фильмов независимых производителей в данной системе кинопоказа. Напомним, под независимым кино России мы понимаем «негосударственное» кино, снятое без бюджетных средств.

С целью выяснения, какова доля российского независимого кино в репертуаре отечественных кинотеатров, мы провели исследование репертуара кинотеатров в 2018 году. В качестве источников мы использовали каталоги порталов о кино «Бюллетень кинопрокатчика» и «Кинопоиск», которые архивируют данные о финансовых показателях кинопроката: бокс-офис, наработка на копию (т.е. «величина кассовых сборов фильма в расчете на одну кинотеатральную копию, образуемая путем деления кассовых сборов картины за определенный промежуток времени на число ее копий»<sup>68</sup>). Кроме того, мы обратились к количественным параметрам, выражаемых в числе зрителей и кинокопий, (или росписей) на фильм (количество залов и сеансов по дням недели для проката конкретного фильма).

Для анализа кинотеатрального репертуара России мы классифицировали киноконтент по двум основаниям: страна производства и тип финансирования картины (государственный или независимый). В контент-анализе мы выделили 4 категории фильмов: «зарубежное кино», «российское государственное кино», «российское независимое кино» и «альтернативный киноконтент» (кинотеатральные релизы, не являющиеся игровыми или документальными фильмами. К альтернативному контенту относятся концерты, опера, балет, интерактивные игры, спортивные события,

---

<sup>68</sup> Бюллетень кинопрокатчика. Словарь кинотерминов. URL: <http://www.kinometro.ru/abc> (дата обращения: 21.04.19).

прямые трансляции событий и др.). Единицей анализа стали фильмы, которые мы кодифицировали по 4 категориям; в свою очередь, за единицу счета нашего исследования мы ввели его количественные (число зрителей и кинокопий) и финансовые показатели (бокс-офис, наработка на сеанс) фильма (единицы анализа).

Временными рамками исследования стали 12 месяцев 2018 года. Особое внимание мы уделили изучению программирования 49 кинотеатральных уикендов, которые в России начинаются в четверг («временной промежуток, начинающийся с премьеры фильма в прокате и завершающийся с наступлением первого рабочего дня недели»<sup>69</sup>), поскольку именно эти четыре дня (с четверга по воскресенье) характеризуется повышением посещаемости. В редких случаях независимые фильмы, как правило фестивальные, выходили ограниченным количеством сеансов за несколько дней до официального старта проката в четверг (формат превью), с целью «разогрева» аудитории и запуска «сарафанного радио».

Итак, объем выборки за указанный временной период составил 523 единицы (кинофильмов). Лидером отечественного кинотеатрального проката оказались фильмы иностранного производства: на их долю приходится, в среднем, 73% (см. диаграмму 12). Анализ представленности кинокартин в репертуаре кинотеатров страны показал, что отечественное кино испытывает сильную конкуренцию со стороны зарубежной кинопродукции. В то же время доля государственных и независимых фильмов российского производства в кинотеатральном репертуаре очень близка и составляет 10% и 8% соответственно.

---

<sup>69</sup> Бюллетень кинопрокатчика. Словарь кинотерминов. URL: <http://www.kinometro.ru/abc> (дата обращения: 21.04.19).

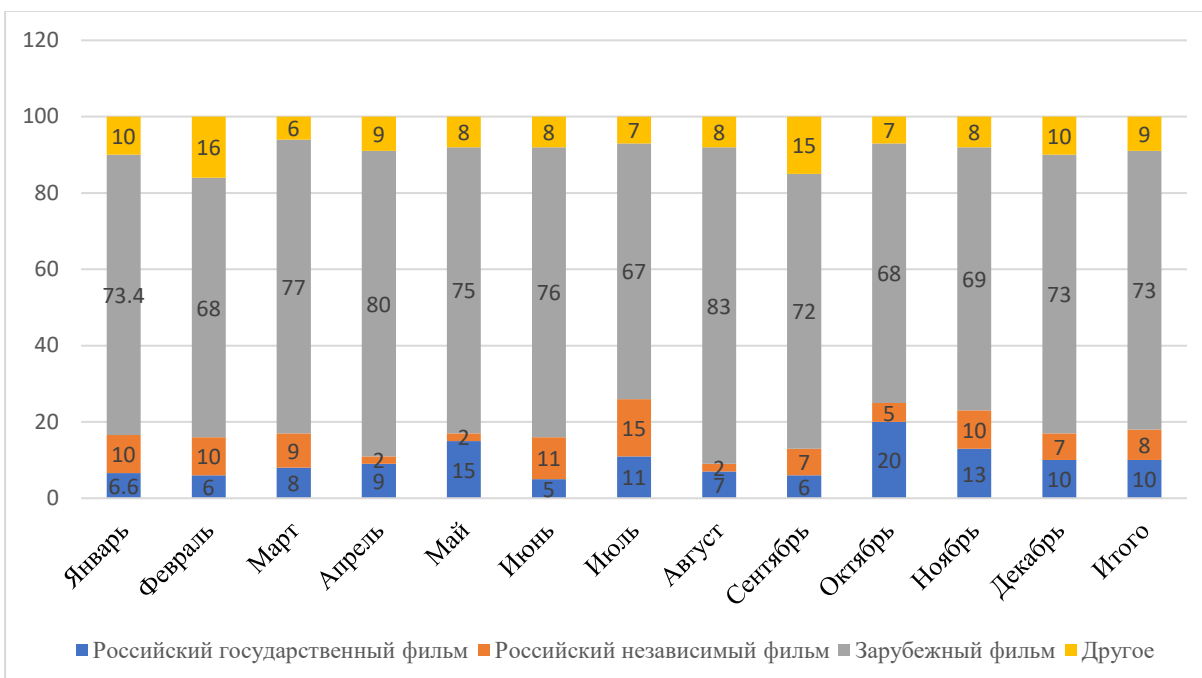


Диаграмма 12. Доля зарубежных, российских государственных и независимых, других фильмов в отечественном кинопрокате в 2018 году.

Источник: Диаграмма составлена автором.

URL: <https://www.kinopoisk.ru>; <http://www.kinometro.ru/> (дата обращения: 21.04.19)

Эти показатели подтверждает и анализ доли кинокартин в репертуаре кинотеатральной сети государственного бюджетного учреждения культуры города Москвы «Московское кино» («Москино»), которая располагает 13 кинотеатрами и 22 кинозалами. Программная политика столичной сети кинотеатров характеризуется поддержкой дистрибуции современного российского кино, а также актуализацией культурного наследия в области отечественного кино (показ ретроспектив, проведение кино клубов, спецпоказов к памятным датам). Так, в рамках нашего исследования мы выяснили, что в апреле 2019 года доля независимых фильмов в репертуаре «Москино» составила 10 %, ровно как и показ государственных картин (см. диаграмму 13). Показ независимого кино, в среднем, прошел в 6 кинотеатрах столичной сети, у государственного кино этот показатель составил 4 кинотеатра на фильм. Можно предположить, что независимое кино не имеет

барьеров для проката в сети кинотеатров. Тем не менее, несмотря на практически равные доли кинокартин государственного и независимого производства в репертуаре кинотеатров страны в 2018 году, показатели их представленности различны по многим другим параметрам.

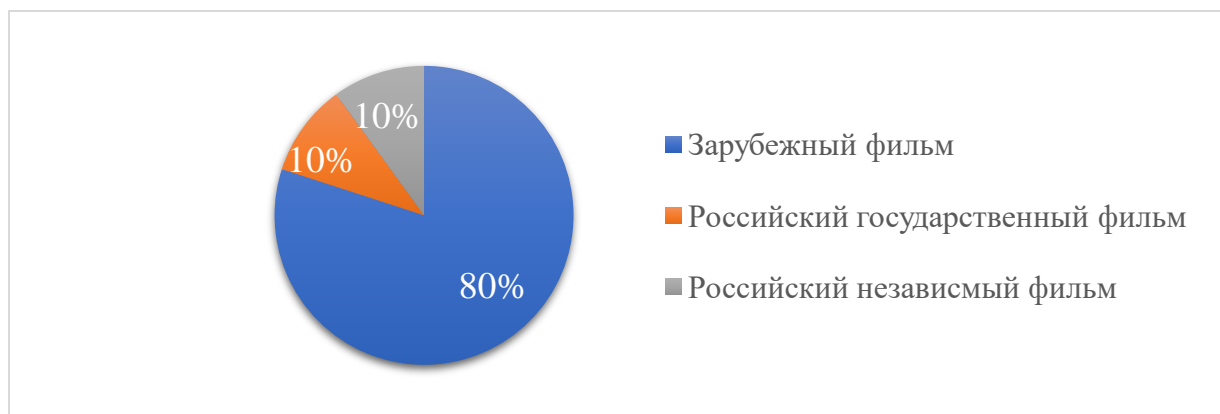


Диаграмма 13. Доля зарубежных, российских государственных и независимых фильмов в репертуаре кинотеатральной сети «Москино» в апреле в 2019 года.

Источник: данные предоставлены сетью ГБУК города Москвы «Московское кино».

Аналитика количественных и финансовых показателей показала (см. таблицу 9), что фильмы российского производства, в основном, выходили в широкий прокат («прокат фильма в 51-м кинотеатре и более»<sup>70</sup>): по стране, в среднем, в 600 кинокопий, в то время как альтернативный кино контент распространялся в ограниченном прокате («прокат фильма в 50-ти или менее»<sup>71</sup>). Тем не менее, мы обратили внимание на то, что на российские фильмы с государственной поддержкой приходится большее количество

<sup>70</sup> Бюллетень кинопрокатчика. Словарь кинотерминов. URL: <http://www.kinometro.ru/abc> (дата обращения: 21.04.19).

<sup>71</sup> Там же.

сеансов — 914 росписей по кинотеатрам; они расписаны, как правило, полным экраном («показ фильма в одном зале 5-7 раз за день»<sup>72</sup>).

Таблица 9.

Данные о средних совокупных показателях фильмов российского кинотеатрального репертуара за 2018 год.

	Количество кинокопий	Бокс-офис (в рублях)	Наработка на копию (в рублях)	Количество зрителей	Количество релизов
<i>Зарубежное кино</i>	4860	37 300 409 443	6 098 409	145 561 009	384
<i>Российское государственное кино</i>	914	186 822 297	134 541	792 584	53
<i>Российское независимое кино</i>	600	127 359 454	91 188	456 130	38
<i>Альтернативный контент</i>	26	796 027	22 145	33 135,75	48

Источник: Таблица составлена автором.

URL: <https://www.kinopoisk.ru>; <http://www.kinometro.ru/> (дата обращения: 21.04.19).

Более того, доля кинозрителей, выбирающих независимое кино, остается ниже на 43 %, чем доля аудитории государственного кино. В связи с этим, разница в формате росписи и количестве зрителей данных категорий картин отражается на их финансовых показателях. Так, согласно нашей статистке, один государственный фильм зарабатывает на 59,4 млн рублей больше, чем независимый. Кроме того, в рамках нашего исследования мы установили, что наиболее часто независимое кино прокатывал дистрибутор-мэйджор «Каропрокат», чем другие независимые дистрибуторы (см. приложение 1).

В качестве дополнительного инструмента диагностики традиционного канала кинопоказа мы обратились к аналитическим недельным отчетам Фонда

<sup>72</sup> Бюллетень кинопрокатчика. Словарь кинотерминов. URL: <http://www.kinometro.ru/abc> (дата обращения: 21.04.19).

Кино и ЕАИС. Мы проанализировали 52 недели 2018 года, подсчитав частоту появления фильмов независимого производства в Топе-11 фильмов по наработке на сеанс по зрителям. Так мы выяснили, что лишь 8% независимых картин становились лидерами по величине кассовых сборов фильма в расчете на один кинотеатр.

Следствием этого становится невысокая выручка от продажи кинотеатральных билетов, которая не позволяет окупить расходы на его производство. Так, по нашим подсчетам, средний бюджет отечественного независимого фильма в 2018 году составил 143,8 млн рублей. Средняя кинотеатральная выручка в 127, 3 млн рублей, 50% из которых остается кинотеатрам. Таким образом, кинотеатральный прокат независимого кино не позволяет возместить производственные и маркетинговые затраты. В свою очередь, фильмы с государственной поддержкой становятся более востребованными для кинотеатральной аудитории: «государственные [деньги на производство], создают такой замкнутый круг, когда продюсер получает возможность делать что-то дорогое в плане производства, какие-то более масштабные фильмы, более качественные съемки себе позволить. И этой дорогой масштабный продукт выглядит более привлекательным для прокатчиков. Соответственно, прокатчик более охотно вкладывает какие-то деньги в продвижение и за счет этого конечный продукт доходит до широкой аудитории»<sup>73</sup>.

Интересно отметить, что в прошлом году яркими исключениями из общей картины стали 4 независимые картины «Я хуждею», «Полицейский с Рублевки. Новогодний беспредел», «Гоголь. Вий» и «Гоголь. Страшная месть», которые не только смогли окупить себя в кинотеатральном прокате, но

---

<sup>73</sup> Интервью автора с кинопродюсером Артуром Циленко от 13.04.2019 (см. Приложение 1).

и войти в Топ-10 крупнейших российских фильмов по объему зрительской аудитории в 2018 году (см. таблицу 10).

Таблица 10.

Топ-10 крупнейших российских фильмов по объему зрительской аудитории в 2018 году.

№	Фильм и тип его финансирования	Дата выхода в прокат	Зрители, млн чел	Сборы, млн рублей
1	Движение вверх (государственный фильм)	28.12.2017	11,472	2 833,4
2	Лед (государственный фильм)	15.02.2018	6,049	1 445,8
3	Тренер (государственный фильм)	19.04.2018	3,275	820,5
4	Три богатыря и принцесса Египта (государственный фильм)	28.12.2017	2,877	644,6
5	Полицейский с Рублевки. Новогодний беспредел (независимый фильм)	20.12.2018	2,626	680,4
6	Я худею (независимый фильм)	08.03.2018	2,518	633,1
7	Елки новые (государственный фильм)	21.12.2017	1,890	493,2
8	Гоголь. Страшная месть (независимый фильм)	30.08.2018	1,886	453,5
9	Гоголь. Вий (независимый фильм)	05.04.2018	1,881	449,7
10	Непрощенный (государственный фильм)	27.09.2018	1,631	393,2

Источник: Кинопрокат России. Итоги 2018 года.

URL: <http://www.fond-kino.ru/news/kinoprokat-rossii-itogi-2018-goda/>

(дата обращения: 21.04.19).

Однако кассовый успех фильмов «Я худею» и «Полицейский с Рублевки. Новогодний беспредел» был объясним выигрышными датами релизов – 20.12.2018 и 08.03.2018. Известно, что в новогодние и государственные праздники в кинотеатрах заметно увеличивается приток посетителей. Так, например, в начале января на первые 8-10 дней месяца приходится до 8-9% от общей кассы за год. В свою очередь, успеху фильмов

«Гоголь. Вий» и «Гоголь. Страшная месть» способствовали масштабные *PR*-кампании, информационное партнерство с телеканалом «ТВ-3».

Таким образом, аналитика кинотеатрального проката позволила нам выяснить не только, какую долю в репертуаре занимает показ государственного и независимого кино, но определить востребованность последнего на «большом экране». Анализ росписи новинок проката отражает ожидания рынка относительно потенциала того или иного релиза. Именно поэтому мы можем сделать вывод о том, что меньшее количество сеансов независимого кино свидетельствует о его невысокой востребованности среди кинотеатральной аудитории.

Анализ современной аудитории кинотеатров будет неполным без рассмотрения демографических факторов. Целевое ядро российской аудитории – тинэйджеры. Поколение *Z* — подростки, появившиеся на свет после 2000 года, уже с «компьютером в руках», — обладают абсолютно отличными от своих родителей практиками киноотребления. Именно эта возрастная группа наиболее расположена к миграции на *VOD*-сервисы. Таким образом, прокатывая фильмы, ориентированные на представителей этого поколения, кинотеатры способны выстроить долгосрочные отношения и обеспечить лояльность аудитории на несколько лет вперед. В основном, интерес подавляющего числа тинэйджеров направлен на просмотр блокбастеров, поэтому крупные кинотеатральные сети отдают приоритет в репертуарной политике потенциально кассовым хитам. Лишь небольшое количество независимых нишевых кинотеатров, таких как «Пионер», «Фитиль» в Москве, ориентированы на показ фестивальных независимых фильмов.



Сегодня российская Ассоциация владельцев кинотеатров отмечает<sup>74</sup>, что отечественный кинотеатральный показ испытывает множество проблем, связанных с «потребительским экстремизмом» (поведение зрителей, проносящих в зал свою еду или усердно болтающих по телефону), пиратством и «диктатом мэйджоров».

### *§3.3. Телевидение как канал дистрибуции российских фильмов независимого производства*

Наряду с кинотеатральным прокатом телевидение относится к традиционному каналу дистрибуции кино в России. Несмотря на массовое распространение Интернета и растущую популярность новых медиа, средние показатели телепотребления среди населения России остаются довольно высокими: среднее время телепросмотра на жителя составляет почти 4 часа в сутки (2018 год)<sup>75</sup>. Высокий показатель телепотребления поддерживается представителями старших поколений, которые смотрят телевизор с каждым годом все больше, компенсируя снижение телепотребления среди молодежи.

Художественные фильмы занимают в эфире общедоступных федеральных телеканалов заметное место – на них приходится, в среднем, 15% времени вещания 17 телеканалов: Первый канал, Россия 1, НТВ, СТС, ТНТ, Рен ТВ, Че, ТВ-3, Домашний, Ю-ТВ, Пятница, Пятый канал, ТВ Центр, Звезда, Карусель, канал *Disney*, *СТС Love* (см. диаграмму 14). На отдельных каналах доля кинопоказа составляет треть эфира - например, на СТС – 37%, на канале ТВ Центр – 32%, на канале «Звезда» - 31%<sup>76</sup>.

---

<sup>74</sup> Ассоциация владельцев кинотеатров: индустрия заслуживает собственный профсоюз. URL: <http://cinemaplex.ru/2019/03/12/avk.html> (дата обращения: 21.04.19).

<sup>75</sup> По данным индустриальных телеизмерений АО «Медиаскоп» (проект «ТВ Индекс»).

<sup>76</sup> Там же.



Диаграмма 14. Структура вещания российских телеканалов по типам телепрограмм, 2015-2018 гг. Источник: отчет Аналитического центра НСК «Телевидение России в 2018 году»; в % от всего времени вещания каждого телеканала; данные по каналам: Первый канал, Россия 1, НТВ, СТС, ТНТ, Рен ТВ, Че, ТВ-3, Домашний, Ю-ТВ, Пятница, Пятый канал, ТВ Центр, Звезда, Карусель, Disney, СТС Love.

Мы проанализировали соотношение фильмов государственного и независимого производства в эфире общедоступных телеканалов (на основе данных мониторинга телевизионного эфира компании АО «Медиаскоп»). Рамками нашего анализа стали фильмы, вышедшие в отечественный прокат с января 2018 по май 2019 годов. Исследование показало, что представленность независимого и государственного кино на эфирных телеканалах достаточно сбалансирована (см. таблицу 11). После кинотеатрального проката с января 2018 по май 2019 года в эфире федеральных телеканалов демонстрировались 10 государственных и 9 независимых фильмов.

Таблица 11.

Вышедшие в кинотеатральный прокат в 2018-2019 гг.  
русские государственные и независимые фильмы на эфирных телеканалах

Телеканал	Фильм	Дата эфира	Дата релиза в кинотеатре
<b>Независимое кино</b>			
	Гоголь. Вий	25.08.18	05.04.18
	Гоголь. Страшная месть	23.11.18	30.08.18
	Ночная смена	29.12.18	21.06.18
	Полицейский с Рублевки. Новогодний беспредел	04.05.19	20.12.18
	Однажды в Америке, или чисто русская сказка	01.01.19	30.05.2019
	Спасти Ленинград	08.05.19	27.01.19
	Каникулы президента	07.01.19	29.03.18
	Все или ничего	10.05.19	29.11.18
	Заново родиться	14.02.19	10.06.18
<b>Государственное кино</b>			
	Бабушка легкого поведения 2	06.04.19	24.01.19
	Женщины против мужчин: Крымские каникулы	14.04.18	08.02.18
	За гранью реальности	25.08.19	01.03.18
	О чем говорят мужчины. Продолжение	23.03.19	22.02.18
	Несокрушимый	18.01.19	25.10.18
	Собибор	14.08.19	03.05.18
	Танки	23.02.19	26.04.18
	СуперБобровы. Народные мстители	01.01.19	20.10.18
	Т-34	09.05.19	01.01.19
	Тренер	15.07.18	19.04.18

Источник: база данных исследования «ТВ Индекс» исследовательской компании АО «Медиаскоп».

Эфирное телевидение является не только каналом дистрибуции на рынке вторичных прав, но и активно финансирует производство независимых кинофильмов. Так, телеканал ТВ-3 стал сопродюсером серии фильмов по мотивам произведений Н. В. Гоголя («Гоголь. Начало», «Гоголь. Страшная месть», «Гоголь. Вий»). В свою очередь, ТНТ произвел фильм «Полицейский

с Рублевки. Новогодний беспредел» на основе одноименного сериала, вышедшего в эфире телеканала. Инвестируя в производство фильмов, телеканал тем самым покупает эксклюзивные телевизионные права на его премьеру в своем эфире. Стоит отметить, что информационная поддержка «канальных» фильмов является важным инструментом в продвижении проекта как в преддверии кинотеатрального релиза, так и телевизионного показа, создавая эффект «шумихи» вокруг картины. В редких случаях телевизионная дистрибуция фильма проходит раньше кинотеатральной («Однажды в Америке, или чисто русская сказка»).

Традиционно дистанция между началом кинопроката и телевизионном эфиром составляет один год. Тем не менее на отечественном кинорынке наблюдается сокращение этого периода. Среди представленных в таблице 11 кинофильмов среднее время между кинотеатральным и телепоказом составило 4 месяца. Важно отметить, что зачастую телевизионную премьеру фильма планируют в даты государственных («Однажды в Америке, или чисто русская сказка»), тематических праздников («Заново родиться») и выходных дней («Все или ничего»).

Важным каналом дистрибуции независимого кино России стали тематические неэфирные телеканалы, доступные подписчикам платного (кабельного, спутникового, *IPTV*) телевидения. По данным докладов «ФАПМК «Телевидение в России. Состояние, тенденции и перспективы развития»<sup>77</sup>, на рынке неэфирного телевидения России ежегодно увеличивается количество телеканалов, направленных на показ кино и сериалов. Согласно portalу «Кабельщик» в 2019 году в сегменте цифрового

---

<sup>77</sup> Телевидение в России в 2017 году. Состояние, тенденции и перспективы развития. Отраслевой доклад. URL: <http://www.fapmc.ru/rospechat/activities/reports/2018/teleradio.html> (дата обращения: 08.04.19).

неэфирного телевидения функционирует 79 телеканалов<sup>78</sup>, предлагающих своим зрителям для просмотра классику мирового кинематографа и современные фильмы зарубежного и отечественного производства.

С целью определения доли фильмов независимого производства в эфире российских неэфирных телеканалов, мы провели контент-анализ. Обратившись к каталогу телеканалов онлайн-издания «Кабельщик» (см. приложение 2), мы установили, что в сегменте цифрового неэфирного телевидения функционируют 13 каналов, специализирующихся на кинопоказе отечественных фильмов. Для анализа сетки вещания мы выбрали 5 из этих телеканалов: «TV1000 Русское кино» (производства *Viasat*), «Наше любимое кино» (производства «Медиаарт»), «Дом кино» (цифровое телесемейство «Первого Канала»), «Наше новое кино» и «Родное кино» (производства «Ред Медиа»). Наш выбор обоснован тем, что в эфире именно этих телеканалов преобладает показ отечественных кинофильмов (не сериалов). Мы также отметили, что на российском рынке цифрового неэфирного вещания отсутствуют премиальные киноканалы с наличием оригинального контента (собственных сериалов и фильмов, например, по модели *HBO*).

Мы проанализировали репертуар этих телеканалов за 4 недели. При формировании выборки мы ориентировались на принципах типичности и максимальной вариативности, для чего включили в нашу выборку по одной неделе из разных «сезонов» (осень, зима, весна, лето), исключив недели содержащие государственные праздники и официальные выходные (когда программирование может быть специальным и, следовательно, нетипичным). Таким образом, временными рамками анализа стали 4 недели разных сезонов в 2018-2019 годах: с 9 по 15 июля 2018 года; с 12 по 18 ноября 2018 года; с 11

---

<sup>78</sup> Каталог телеканалов интернет-издания «Кабельщик». URL: <https://www.cableman.ru/channels/table> (дата обращения: 08.04.19).

по 17 февраля и с 11 марта по 17 марта 2019 года. Для анализа репертуара отобранных телеканалов мы обратились к архиву расписаний передач телеканалов и радио, доступному на портале <http://tvp.netcollect.ru>; для определения источника финансирования кинофильма мы использовали материалы портала «Кинопоиск».

Поскольку современная система кинопроизводства в России сложилась в начале 2000-х годов, мы классифицировали киноконтент, показанный на анализируемых телеканалах, на 2 категории – советское и российское кино. Фильмы российского государственного производства мы разделили на 3 подкатегории: фильмы с государственным финансированием, фильмы независимого производства и минисериалы. Таким образом, в нашей процедуре контент-анализа единицей анализа стали фильмы, которые мы кодифицировали как «советский фильм», «российский государственный фильм», «российский независимый фильм» и «минисериал». Единицей счета в нашем исследовании стал показ кинофильма и/или серии минисериала, включая все повторы (эфирный выход). Итоговая общая выборка показов за указанные временные периоды в эфире анализируемых телеканалов составила 1679 единиц.

Контент-анализ показал, что независимый кинопоказ преобладает на телеканалах «TV1000 Русское кино» и «Наше новое кино» - почти 45% и 58% эфира соответственно (см. диаграмму 15). В вещании именно этих телеканалов с наибольшей частотой встречается показ российских фильмов последнего десятилетия, а также премьеры текущего года, как независимого, так и государственного производства. В свою очередь, высокий процент демонстрации советских фильмов от «Золотой коллекции» киностудии «Мосфильм» остается на телеканалах «Дом кино», «Наше любимое кино», «Родное кино».

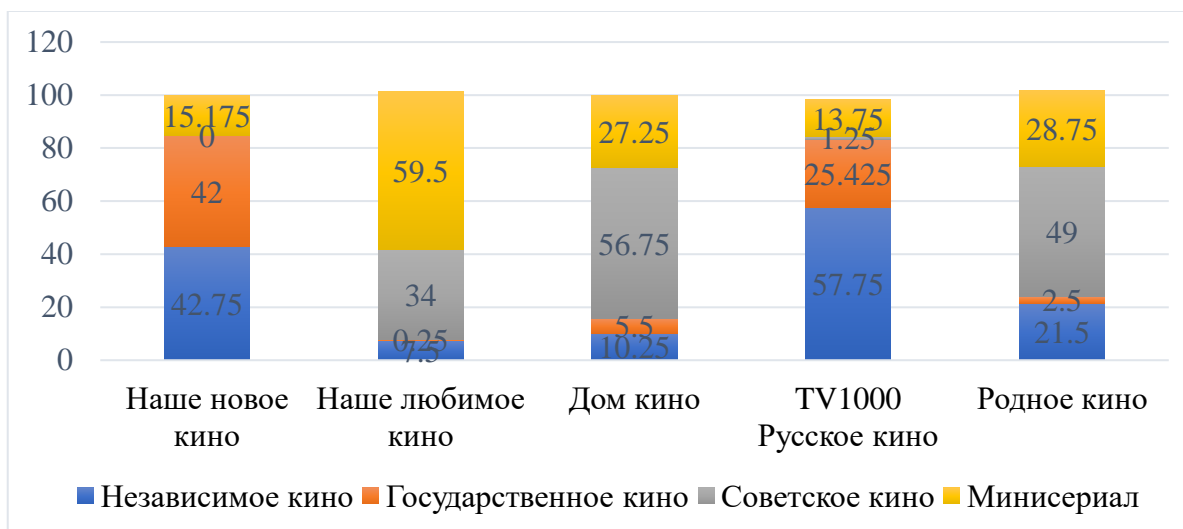


Диаграмма 15. Анализ программной сетки вещания телеканалов «Дом кино», Наше новое кино», «Родное кино», «Наше любимое кино», «TV1000 Русское кино» за периоды 09.07.18-15.07.18; 12.11-18-18.11.18; 11.02.19-18.02.19 и 11.03.19-17.03.19.

URL: <http://tvp.netcollect.ru>; <https://www.kinopoisk.ru>.

Как показал наш анализ, средняя доля российского независимого кино в вещании телеканалов «TV1000 Русское кино», «Наше любимое кино», «Наше новое кино», «Родное кино» и «Дом кино» составила 28 % (см. диаграмму 16), столько же занимают фильмы, произведенные в СССР («советское кино»). Процент фильмов, произведенных с государственной поддержкой остается ниже и составляет 15%. С небольшим опережением лидирующую позицию на данных телеканалах занимают минисериалы.

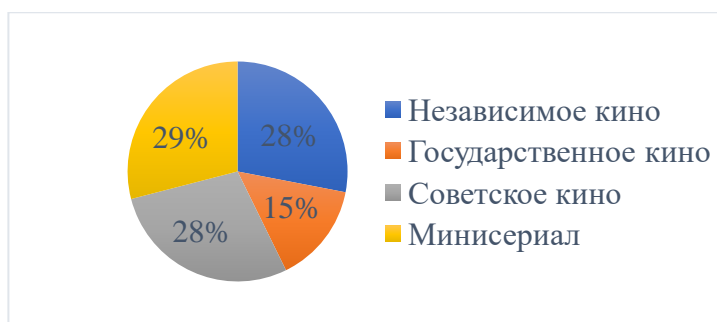


Диаграмма 16. Анализ программной сетки вещания телеканалов «Дом кино», Наше новое кино», «Родное кино», «Наше любимое кино», «TV1000 Русское кино» за периоды 09.07.18-15.07.18; 12.11-18-18.11.18; 11.02.19-18.02.19 и 11.03.19-17.03.19.

URL: <http://tvp.netcollect.ru>; <https://www.kinopoisk.ru>.

Анализ представленности независимого кино в программных сетках вещания российских эфирных и неэфирных телеканалов показал, что телевидение как канал дистрибуции остается важным игроком на рынке вторичных прав. В то время как на общедоступных эфирных каналах представленность российских независимых и государственных фильмов примерно одинакова, в репертуаре специализированных киноканалов платного телевидения преобладает показ фильмов независимого производства.

#### § 3.4 OTT-дистрибуция независимого кино в России (кейс онлайн-кинотеатра Ivi)

Сегодня цифровые технологические платформы определяют бизнес-модели распространения и потребления кинокартин, в том числе и независимого производства. Растущая популярность новых технологий, включая появление широкополосного интернета и персональных мобильных устройств, воспроизводящих фильмы (планшеты, телевизоры, подключенные к сети, мобильные телефоны), стала причиной изменения привычек киносмотрения. «Интернет стал не только «феноменом российского общества», но и наряду с предоставлением широкого выбора онлайн-услуг превратился в главный канал доставки видеоконтента медиапотребителям»<sup>79</sup>.

---

<sup>79</sup> Ткачева Н. Тенденции развития отечественной кинодистрибуции. Часть II. Меди@льманах, 2016, № 6. URL: <http://mediaalmanah.ru/upload/iblock/2ea/64-74-6.16.pdf> (дата обращения: 10.09.18).



В России в 2018 году насчитывалось 44 сервиса «видео по запросу» (см. приложение 3). По данным *J'son & Partners Consulting*<sup>80</sup> в первом полугодии 2018 года объем российского рынка легальных видеосервисов составил 24,86 млрд. рублей. В эту сумму входят как доходы онлайн-кинотеатров, так и доходы операторов, телеканалов, социальных сетей, видеохостингов и иных площадок от размещения легального цифрового контента (см. диаграмму 17). В сумме по доходам на рынке лидируют онлайн-кинотеатры, на долю которых приходится 54,9%. Социальные сети заняли 2 место по размеру выручки (338 млрд рублей).

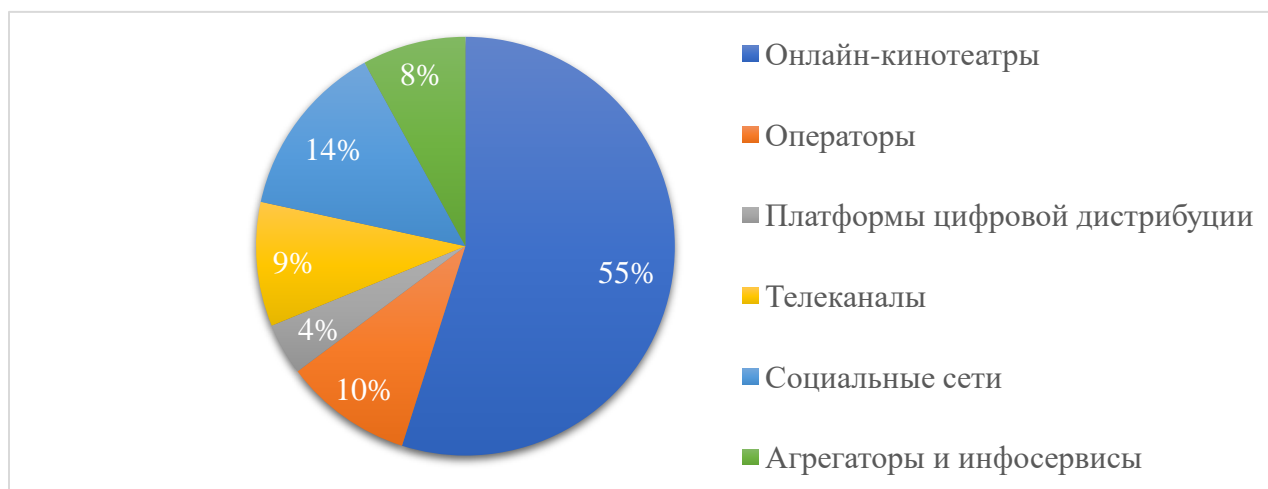


Диаграмма 17. Исследование *J'son & Partners* российского рынка легальных видеосервисов по итогам 2018 года.

URL: [http://json.tv/ict\\_telecom\\_analytics\\_view/kratkie-rezultaty-issledovaniya-rossiyskogo-rynka-legalnyh-videoservisov-po-itogam-2018-goda-20190325014526](http://json.tv/ict_telecom_analytics_view/kratkie-rezultaty-issledovaniya-rossiyskogo-rynka-legalnyh-videoservisov-po-itogam-2018-goda-20190325014526)

(дата обращения: 21.03.19).

Самыми успешными игроками с точки зрения выручки в этом сегменте являются онлайн-кинотеатры *Ivi*, *Okko*, Амедиатека, *Megogo* и *TVzavr* (см.

<sup>80</sup> Исследование *J'son & Partners* российского рынка легальных видеосервисов по итогам 1 полугодия 2018 года. URL: [http://json.tv/ict\\_telecom\\_analytics\\_view/kratkie-rezultaty-issledovaniya-rossiyskogo-rynka-legalnyh-videoservisov-po-itogam-2018-goda-20190325014526](http://json.tv/ict_telecom_analytics_view/kratkie-rezultaty-issledovaniya-rossiyskogo-rynka-legalnyh-videoservisov-po-itogam-2018-goda-20190325014526) (дата обращения: 21.03.19).

таблицу 12). Эти онлайн-кинотеатры предоставляют возможность просмотра видео как через сайты, так и через приложения сервисов для мобильных платформ и *Smart TV*.

Таблица 12.

Основные игроки рынка онлайн-кинотеатров в России

№	Онлайн-кинотеатры	Платформы	Реклама (AVOD)	Подписка (SVOD)	Аренда (TVOD)
1		ПК, смартфоны, <i>Smart TV</i> , ТВ-тюнеры	Нет	399-799 руб.	599 руб.
2		ПК, смартфоны, <i>Smart TV</i> , игровые консоли, ТВ-тюнеры	Есть	399 руб.	99-199 руб.
3		ПК, смартфоны, <i>Smart TV</i> , ТВ-тюнеры	Есть	197-597 руб.	99-199 руб.
4		ПК, смартфоны, <i>Smart TV</i> , игровые консоли	Нет	499-799 руб.	199-399 руб.
5		ПК, смартфоны, <i>Smart TV</i> , ТВ-тюнеры	Нет	199-249 руб.	99-199 руб.

Источник: Российская киноиндустрия в 2017. Аналитическое исследование Фонда Кино.  
 URL: <http://ekinobilet.fond-kino.ru/issledovanie-kinoauditorii/>  
 (дата обращения: 21.04.19).

Несмотря на то, что число потребителей легального видео и тех пользователей, которые готовы платить за контент в сети, в России постепенно растет, уровень интернет-пиратства по-прежнему остается одним из самых высоких в мире. Согласно исследованию РАЕК, проведенному совместно с онлайн-кинотеатром *Okko*<sup>81</sup>, 80% онлайн-видео, потребляемого в Рунете, является нелегальным. Четверо из пяти пользователей в России смотрят незаконный длинный и средний онлайн-контент (фильмы, сериалы). Принятие

<sup>81</sup> Исследование «Экосистема онлайн-кинотеатров в России». URL: <https://raec.ru/upload/files/171127-eok.pdf> (дата обращения: 10.02.19).

“антипиратского” закона стало поводом для объединения сторонников борьбы с нелегальным контентом. В августе 2013 года крупнейшие онлайн-кинотеатры Рунета объединились в Ассоциацию «Интернет-видео», основной целью которой стала защита от нелегального распространения видеопродукции в сети Интернет. Сегодня в Ассоциацию входят крупнейшие онлайн-кинотеатры в России: *Ivi*, *Tvzavr*, Амедиатека, *Megogo*.

Важную роль в развитии онлайн-видеосервисов как каналов цифровой невещественной кинодистрибуции сыграло происходящее в последние годы сокращение цифрового окна (см. диаграмму 18). Средний временной интервал доступа к цифровой копии фильма после его проката в кинотеатрах сократился с 2015 года на почти полторы недели (особенно это заметно в 2017–2018 годах). Тем не менее, в российском прокате есть примеры холдоверов, т. е. фильмов, «демонстрируемых в кинотеатрах дольше одной недели»<sup>82</sup>. Такие фильмы, не являющиеся новинками текущего уикенда, продолжают собирать большую кинотеатральному кассу, тем самым удлиняя цифровое окно. Сокращение «цифрового окна» является необходимостью борьбы с пиратством. Уменьшение холдбэка позволяет снизить количество пиратского контента в Сети. Так, по мнению заместителя министра цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Александра Волина, «максимальная «пиратка» как раз происходит в промежутке между [показом в] кино и официальной продажей в Сети. Поэтому затягивание паузы — это питательная почва для пиратов»<sup>83</sup>.

---

<sup>82</sup> Бюллетень кинопрокатчика. Словарь кинотерминов. URL: <http://www.kinometro.ru/abc> (дата обращения: 21.04.19).

<sup>83</sup> Зыков В. Правообладатели стали меньше дискриминировать Рунет. URL: <https://iz.ru/news/603874> (дата обращения: 15.02.19).

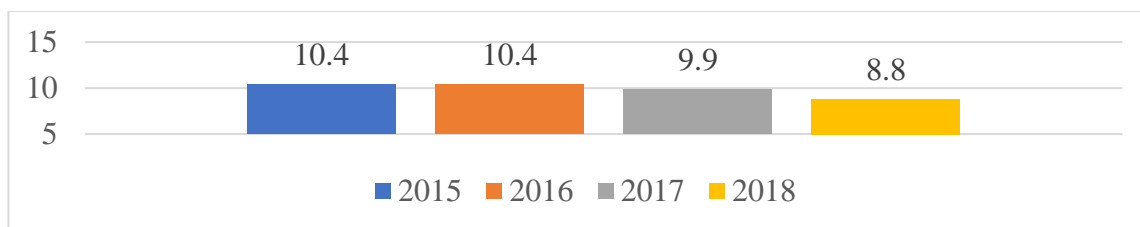


Диаграмма 18. Динамика размера цифрового окна в России (в неделях).

Источник: *Nevafilm.Research*. URL: <https://research.nevafilm.ru/research/biblioteka/articles/main-trends-eao-2018/> (дата обращения: 18.03.19).

В этой связи, интересно обратить внимание на кейс онлайн-кинотеатра *Okko*. В конце октября 2018 года *Rambler Group* объявил о ребрендинге сети «Формула Кино» и «Синема Парк», а также о ее объединении с онлайн-кинотеатром *Okko*. В середине марта 2019-го в Москве открылся первый кинотеатр под новым брендом – «Кино *Okko* Афимолл Сити». Этот пример синергии разных систем кинопоказа позволяет рассматривать отношения кинотеатрального и онлайн-проката не как конкурентов, а как союзников. «Аудитория, которая смотрит кино онлайн, и аудитория, которая ходит в кино, зачастую не пересекается. Если она пересекается, четко разграничивает то, что хочет смотреть на большом экране, а что – на маленьком. Но ключевой проблемой остается пиратство, которое вредит как одному, так и другому сегменту киносмотрения»<sup>84</sup>.

Среди задач данной магистерской работы проведение анализа представленности российских фильмов независимых производителей в новых системах кинодистрибуции (онлайн-кинотеатры), оценка перспектив цифровых платформ как каналов дистрибуции и монетизации независимого кино России. С целью выяснения доли фильмов независимого производства, доступных в онлайн-кинотеатре *Ivi*, мы провели контент-анализ,

<sup>84</sup> Интервью автора с главным редактором портала «Бюллетень кинопрокатчика» Марией Мухиной от 17.04.2019 (См. Приложение 4).

проанализировав библиотеку российских кинофильмов, вышедших в кинопрокат в 2016-2018 годах. Наш выбор платформы был обоснован тем, что видеосервис *Ivi* является лидером на рынке онлайн-кинотеатров России: его рыночная доля в 2018 году составила 36%.

В нашем исследовании единицей анализа стали фильмы, которые мы кодифицировали как «фильм государственного производства» и «независимый фильм». В общую выборку исследования за указанный временной период вошло 322 единицы (см. диаграмму 19).



Диаграмма 19. Количество государственных и независимых фильмов 2016-2018 годов, доступных в онлайн-кинотеатре *Ivi*. URL: <https://www.ivi.ru> (дата обращения: 21.03.19).

Контент-анализ показал, что фильмов независимых производителей в каталоге онлайн-кинотеатра больше, чем картин, снятых на государственные деньги: в соотношении 61% к 49% от общего количества российских картин, представленных на сервисе за анализируемые годы. Кроме того, мы отметили, что при поддержке *Ivi* были созданы независимые фильмы «Невеста», «Любовь в городе ангелов» и «Одноклассницы: Новый поворот». В 2019 году стало известно, что *Ivi* вложит в производство оригинального контента 1 млрд рублей. Координацией продюсирования проектов займется подразделение онлайн-кинотеатра *Ivi Originals*. В планах компании на текущий год произвести 9 мини-сериалов для молодежной аудитории, 5 высокобюджетных классических сериалов и 9 полнометражных кинофильмов. Помимо *Ivi* в производство независимых фильмов инвестировали также онлайн-кинотеатры

*Megogo* (фильм «Рассвет»), *Okko* (фильм «Как я стал русским»). Таким образом, следуя опыту зарубежных стриминговых платформ, российские онлайн-кинотеатры становятся не только дистрибуторами, но и производителями контента и новым инвестором на рынке независимого кино.

Итак, дистрибуция независимого кино в онлайн-кинотеатрах России характеризуется несколькими тенденциями. Во-первых, наблюдается рост числа подписчиков видеосервисов подписной модели (тип *SVOD*). В структуре рынка легальных видеосервисов сегмент онлайн-кинотеатров занимает лидирующее положение. Во-вторых, общемировой тренд уменьшения цифрового окна становится актуальным и для российского кинорынка. В-третьих, в онлайн-дистрибуции по-прежнему острой остается проблема пиратства: аудитория пиратских ресурсов значительно превышает аудиторию крупнейших онлайн-кинотеатров. Тем не менее потребление легального киноконтента и доходы онлайн-кинотеатров ежегодно растут, что свидетельствует о перспективах этого канала дистрибуции и монетизации киноконтента. Наконец, следуя примеру зарубежных коллег (*Netflix, Amazon Prime, Hulu*), российские онлайн-кинотеатры начинают производить собственный контент, инвестируя в производство все большие бюджеты. «Онлайн-кинотеатр на зарубежном рынке становится активным сопроизводителем. Это та перспектива развития для нашей отрасли. В России в условиях низкого уровня финансирования онлайн-кинотеатры могут вкладываться в производство и добавлять свою копеечку»<sup>85</sup>.

Таким образом, наше исследование показало, что российские кинопродюсеры следуют тенденции использования мультиплатформенных подходов к дистрибуции независимых кинофильмов. Сегодня независимое

---

<sup>85</sup> Интервью автора с главным редактором портала «Бюллетень кинопрокатчика» Марией Мухиной от 17.04.2019 (См. Приложение 4.).

кино России представлено во всех системах кинопроката – в кинотеатрах, на эфирном и неэфирном телевидении и онлайн-видеосервисах. Кинотеатральный прокат остается ведущим рынком первичных прав. В свою очередь, телевидение и онлайн-видеосервисы как вторичные платформы дистрибуции киноконента приобретают новый статус производителей независимого кино. Кроме того, мы выяснили, что ключевой проблемой для кинодистрибуции остается пиратство, которое наносит ущерб всем игрокам киноиндустрии. Как отметил Илья Радаев, все «платформы точно должны быть союзниками, во-первых, потому что люди, которые смотрят фильмы онлайн и люди, которые идут в кинотеатр, – это разные аудитории. Во-вторых, только вместе они могут победить главного врага – пиратство»<sup>86</sup>. Сокращение «цифрового окна» становится главным инструментом в руках продюсеров для защиты своего продукта.

## **Заключение**

Сегодня мировая киноиндустрия стоит на пороге новой, четвертой промышленной революции, которая характеризуется цифровизацией всех звеньев кинопроцесса: съемки, обработки, дистрибуции, хранения,

---

<sup>86</sup> Интервью автора с выпускающим редактором объединенной редакции «Индустрия кино/Фильм про» Ильей Радаевым от 25.04.2019 (см. Приложение 5).

распространения и демонстрации кинофильмов (и аудиовизуального контента в целом). Предметом настоящего исследования стала трансформация модели дистрибуции независимого кино России в условиях развития цифровых платформ распространения и потребления аудиовизуального контента.

**В первой главе** данной работы, рассмотрев историю становления сегмента независимого кино, мы установили, что подходы к определению этого понятия различны в США, европейских государствах и России. Страноведческий подход играет важную роль в изучении независимого кинематографа каждой отдельной страны, позволяя оценивать сложную систему взаимосвязей исторической специфики развития кино, своеобразия политических, экономических условий и культурных традиций.

Развитие Интернета как мультимедийной среды распространения контента, появление мобильных устройств/экранов, подключаемых к Сети в любой точке пространства, способствовали появлению новых платформ и развитию новых услуг, связанных с цифровой невещественной дистрибуцией кино по «неуправляемой» сети (*OTT – Over The Top*) любому пользователю интернета и на любое пользовательское устройство. Новые технологические возможности изменили привычные модели дистрибуции, в том числе и независимого кинематографа.

**Вторая глава** магистерской диссертации—посвящена анализу зарубежных практик дистрибуции независимого кино в условиях цифровизации. На американском рынке проката фильмов независимого производства доминируют *VOD*-сервисы. Увеличивая долю оригинального независимого кинопродукта в своих каталогах, многие стриминговые платформы формируют эксклюзивные предложения и финансируют данный сегмент киноиндустрии.



В странах Западной Европы на законодательном уровне поддерживается дистрибуция фильмов независимого национального производства на цифровых платформах европейских стран. В связи с ростом количества подписчиков *VOD*-сервисы стали заметными игроками на европейском аудиовизуальном рынке.

**В третьей главе** мы представили результаты нашего исследования российского рынка цифрового распространения независимого кино и рассмотрели основные правовые аспекты регулирования дистрибуции фильмов независимого производства. В ходе исследования мы выявили, что продюсеры в российской киноиндустрии перенимают опыт зарубежных кинематографий. Следуя общемировому тренду сокращения «цифрового окна», независимые продюсеры увеличивают свои доходы. Кроме того, телеканалы и онлайн-видеосервисы как дистрибуционные платформы активно инвестируют в производство независимых картин.

Мы установили, что неэфирные нишевые телеканалы играют ведущую роль на рынке телевизионной кинодистрибуции: показ российских независимых фильмов доминирует над демонстрацией государственного кино на платных киноканалах. При этом на рынке вторичных прав онлайн-кинотеатры занимают всю большую роль в распространении отечественного независимого кино, ежегодно увеличивая число подписчиков.

Несмотря на то, что кинотеатральный прокат в России сегодня продолжает оставаться первичным рынком дистрибуции независимого кино, можно предположить, что в будущем именно цифровые онлайн-платформы станут ведущими каналами распространения кинофильмов. Мы полагаем, что перспективы независимого кино во многом связаны с развитием онлайн-видеосервисов – не только как каналов дистрибуции, но и как независимых инвесторов и производителей.

## Библиографический список

1. 2018 Worldwide grosses. URL: <https://www.boxofficemojo.com/yearly/chart/?view2=worldwide&yr=2018&p=.htm>
2. Average ticket price at North American movie theaters from 2001 to 2017 (in USA dollars). URL: <https://www.statista.com/statistics/187091/average-ticket-price-at-north-american-movie-theaters-since-2001/>
3. Berliner T. Legally Independent: The Exhibition of Independent Art Films. – Historical Journal of Film, Radio and Television, № 38, 2018. URL: <https://doi.org/10.1080/01439685.2017.1285148>
4. Burroughs B. House of Netflix: Streaming media and digital lore. The International Journal of Media and Culture, №17, 2019. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/15405702.2017.1343948>
5. Chang B., Lee S., Lee Y. Devising Video Distribution Strategies via the Internet: Focusing on Economic Properties of Video Products. International Journal on Media Management, 2004, №6. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14241277.2004.9669380>
6. Das S. Timing Movie Release on the Internet in the Context of Piracy. – Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce, № 18, 2008. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10919390802421283>
7. Directive 2010/13/EU of the European parliament and of the Council of 10 March 2010. URL: <https://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2010:095:0001:0024:EN:PDF>
8. Dramatic feature. URL: <http://www.ecufilmfestival.com/en/european-categories/>

9. Fiction film financing in Europe: A sample analysis of films released in 2018. European Audiovisual Observatory (Council of Europe), Strasbourg, 2018. URL: <https://rm.coe.int/fiction-film-financing-in-europe-2018/1680902fd9>
10. Gimpel G. The Future of Video Platforms: Key Questions Shaping the TV and Video Industry. International Journal on Media Management, №17, 2015. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/14241277.2015.1014039>
11. Holl P. The History of Independent Cinema. – Boalsburg: BearManor Media, 2009.
12. Homo Cinema. Esquire: Какое будущее ждет Голливуд и почему победа останется за Netflix. URL: <http://cinemaplex.ru/2018/05/06/homo-cinema-esquire-o-tom-kak-izmenilsya-golivud.html?fbclid=IwAR2a203luc4jHTobJlliv-kKovYcGAwfe2SZS18ABh2rEgQqNQalsypdJwNQ>
13. How Much Are Movie Tickets Around The World?. URL: <https://www.worldatlas.com/articles/the-most-expensive-movie-ticket-prices-around-the-world.html>
14. Jones H. J. Indie-film distribution: state of play. URL: [http://www.academia.edu/33727939/Indie\\_film\\_distribution\\_in\\_Europe\\_state\\_of\\_play](http://www.academia.edu/33727939/Indie_film_distribution_in_Europe_state_of_play)
15. Kanzler M. Fiction film financing in Europe: A sample analysis of films released in 2016. European Audiovisual Observatory, Strasbourg, 2018. URL: <https://rm.coe.int/fiction-film-financing-in-europe-2018/1680902fd9>
16. Kehoe K., Mateer J. The Impact of Digital Technology on the Distribution Value Chain Model of Independent Feature Films in the UK. – Journal International Journal on Media Management, № 17, 2015. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14241277.2015.1055533>
17. Lang B. Netflix Isn't Killing Movie Theaters, Study Shows. URL: <https://variety.com/2018/film/news/streaming-netflix-movie-theaters-1203090899/>

18. Lewis J. *The New American Cinema*. – Durham: Duke University Press Books, 1998. – 416 c.
19. Liesman S. Nearly 60% of Americans are streaming and most with Netflix: CNBC survey. URL: <https://www.cnbc.com/2018/03/29/nearly-60-percent-of-americans-are-streaming-and-most-with-netflix-cnbc-survey.html>
20. Netflix International: What movies and TV shows can I watch, and where can I watch them?. URL: <https://www.finder.com/global-netflix-library-totals>
21. *Netflix, Hulu u Amazon* утроят расходы на контент к 2022 году. URL: <http://www.cableman.ru/node/34789>
22. Papiés D., Clement M. Adoption of New Movie Distribution Services on the Internet. *Journal of Media Economics*, № 21, 2008. URL: <https://doi.org/10.1080/08997760802300530>
23. Patricia F. Phalen, Richard V. Ducey Audience Behavior in the Multi-Screen “Video-Verse”. *International Journal on Media Management*, №14, 2012. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/14241277.2012.657811>
24. Sattelberger F. Optimising media marketing strategies in a multi-platform world: an inter-relational approach to pre-release social media communication and online searching. *Journal of Media Business Studies*, №12, 2015. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/16522354.2015.1027117>
25. Stone N. Small Screen to Big Screen Made-for-TV Movies in American and International Cinemas. *Historical Journal of Film, Radio and Television*, № 37, 2017. URL: <https://doi.org/10.1080/01439685.2016.1239968>
26. The Future of Television: The Impact of OTT on Video Production Around the World. URL: <https://www.bcg.com/publications/2016/media-entertainment-technology-digital-future-television-impact-ott-video-production.aspx>
27. Video on demand in Europe. URL: <https://www.statista.com/study/28245/video-on-demand-in-europe-statista-dossier/>

28. What Makes an Independent Film "Independent"?. URL: <https://www.lightsfilmschool.com/blog/what-is-an-independent-film>
29. Worldwide Consumer Spending on Movies Sees Accelerated Growth in 2012. URL: <https://technology.ihs.com/419311/>
30. Андерсон К. Длинный хвост. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012. – 304 с.
31. Ассоциация владельцев кинотеатров: индустрия заслуживает собственный профсоюз. URL: <http://cinemaplex.ru/2019/03/12/avk.html>
32. Афанасьева А. Очень премьерная цифра. Коммерсантъ №138 от 02.08.2016. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3053372>
33. Березин О. Большие циклы и конъюнктура рынка кинотеатрального показа : монография – СПб. : «Реноме», 2014. – 240 с.
34. Березин О. Прокат как контекст фильма. Искусство кино, №3, 2015 г.. URL: <http://old.kinoart.ru/archive/2015/03/prokat-kak-kontekst-filma>
35. Березин О. Российская киноиндустрия 4.0 - цифровые кинофабрики или прогнозирование за гранью понимания. «Мир техники кино», № 2017 - 3(11). URL: <https://research.nevafilm.ru/research/biblioteka/oleg-berezin/russian-cinema-industry-4-0/>
36. Березин О. Российский рынок кинопоказа: единство или борьба противоположностей? – СПб.: «Реноме», 2014. –240 с.
37. Глазкова Е. Новое кино в контексте влияния Интернета на киноискусство (к постановке вопроса). Меди@льманах, 2015, № 1. URL: [http://mediaalmanah.ru/upload/iblock/ea0/2015\\_1\\_glazkova.pdf](http://mediaalmanah.ru/upload/iblock/ea0/2015_1_glazkova.pdf)
38. Гражданский кодекс Российской Федерации часть 4 (ГК РФ ч.4). URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_64629/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64629/)
39. Грайндхаус. URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/877913>

40. Дугин Е.Я., Куприянов О.А. Модели взаимодействия телевидения с аудиторией: между новыми и традиционными медиа. Вестник Московского университета, 2017, №5. URL: <http://vestnik.journ.msu.ru/books/2017/5/modeli-vzaimodeystviya-televideniya-s-auditoriey-mezhdu-novymi-i-traditsionnymi-media/>
41. Затраты стриминговых компаний на производство собственного контента (в млрд долларов) в 2016-2018 годах. URL: <https://www.statista.com/statistics/707302/netflix-video-content-budget/>
42. Зыков В. Правообладатели стали меньше дискриминировать Рунет. URL: <https://iz.ru/news/603874>
43. Исследование «Экосистема онлайн-кинотеатров в России». URL: <https://raec.ru/upload/files/171127-eok.pdf>
44. Исследование *J'son & Partners* российского рынка легальных видеосервисов по итогам 2018 года. URL: [http://json.tv/ict\\_telecom\\_analytics\\_view/kratkie-rezultaty-issledovaniya-rossiyskogo-rynka-legalnyh-videoservisov-po-itogam-2018-goda-20190325014526](http://json.tv/ict_telecom_analytics_view/kratkie-rezultaty-issledovaniya-rossiyskogo-rynka-legalnyh-videoservisov-po-itogam-2018-goda-20190325014526)
45. Каталог телеканалов интернет-издания «Кабельщик». URL: <https://www.cableman.ru/channels/table>
46. Кемарская И. Н. Аттракцион как элемент экранной драматургии. Вестник Московского университета, 2018, №3. URL: <http://vestnik.journ.msu.ru/books/2018/3/attraktsion-kak-element-ekrannoy-dramaturgii/>
47. Кинг Г. Американский независимый кинотеатр. – Блумингтон: Indiana University Press, 2005. – 272 с.
48. Кинопрокат России. Итоги 2018 года. URL: <http://www.fondkino.ru/news/kinoprokat-rossii-itogi-2018-goda/>

49. Ключевые тренды российского кино. Европейская аудиовизуальная обсерватория (Совет Европы), Страсбург, 2018. URL: [https://search.coe.int/observatory/Pages/result\\_details.aspx?ObjectId=09000016808d7212](https://search.coe.int/observatory/Pages/result_details.aspx?ObjectId=09000016808d7212)
50. Кокарев И. Кино как бизнес и политика: Современная киноиндустрия США и России. Структура, функции, рынок и договорные отношения. Второе, исправленное и дополненное издание. – М.: Аспект Пресс, 2009. URL: [http://igorkokarev.com/wp-content/uploads/2017/03/KINO-KAK-BIZNES-08.03.2008\\_02.pdf](http://igorkokarev.com/wp-content/uploads/2017/03/KINO-KAK-BIZNES-08.03.2008_02.pdf)
51. Кокарев И. Кино как бизнес. Современная американская киноиндустрия и российское кино. – Минск: Ордена Трудового Красного Знамени типография издательства ЦК КП Белоруссии, 1991.
52. Колодкина А.Е. Трансформация корпоративного кино в России. Медиаскоп, 2018, вып. 2. URL: <http://www.mediascope.ru/2440/>
53. Косинова М. И. Дистрибуция и кинопоказ в России: история и современность: учебное издание / М.И. Косинова; Ред. В.И. Фомин. – Рязань: Ряз.обл.типогр., 2008. – 682 с.
54. Леви Э. Кино для аутсайдеров: рассвет американского независимого кино. – Нью-Йорк, 1999. С. 648.
55. Малькова Л.Ю. О противоречиях в осмыслении аудиовизуальных СМИ. Вестник Московского университета, 2016, №1. URL: <http://vestnik.journ.msu.ru/books/2016/1/o-protivorechiyakh-v-osmyslenii-audiovizualnykh-smi/>
56. Манахова А.В. Особенности потребления новостей о кино в Интернете. Вестник Московского университета, 2016, №3. URL: <http://vestnik.journ.msu.ru/books/2016/3/osobennosti-potrebleniya-novostey-o-kino-v-internete/>

57. Мерритт Г. Кинопроизводство: полное руководство по независимому кинопроизводству без цензуры от Грега Мерритта. – Нью-Йорк: Lone Eagle, 1999. – 238 с.
58. Мураталиев Д. Как Netflix набрал 120 миллионов подписчиков и изменил наш мир. URL: <https://informburo.kz/stati/kak-netflix-nabral-120-millionov-podpischikov-i-izmenil-nash-mir.html>
59. Огурчиков, П. К. Мастерство продюсера кино и телевидения. – М.: Юнити-Дана, 2012. – 863 с.
60. Оксфордский словарь английского языка. [Электронный ресурс]. URL: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/indie/>
61. Официальные документы Фонда кино. URL: <http://www.fondkino.ru/documents/official/>
62. Официальный сайт *Box Office Mojo*. URL: <http://boxofficemojo.com/>
63. Официальный сайт *Deadline*. URL: <http://deadline.com>
64. Официальный сайт *Eurovod*. URL: <https://www.eurovod.org>
65. Официальный сайт *Internet movies database (IMDb)*. URL: <https://www.imdb.com>
66. Официальный сайт *Ivi*. URL: <https://www.ivi.ru>
67. Официальный сайт *Lumiere*. URL: <http://lumiere.obs.coe.int/web/search/>
68. Официальный сайт *Mavise*. URL: <http://mavise.obs.coe.int>
69. Официальный сайт *Netflix*. URL <https://www.netflix.com>
70. Официальный сайт *Rotten Tomatoes*. URL: <http://rottentomatoes.com>
71. Официальный сайт *Screen Daily*. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.screendaily.com>
72. Официальный сайт *Slated*. URL: <http://slated.com>
73. Официальный сайт *SSN Insider*. URL: <http://ssninsider.com>



74. Официальный сайт *The Hollywood Reporter*. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.hollywoodreporter.com>
75. Официальный сайт *Variety*. URL: <https://variety.com>
76. Официальный сайт архива расписаний передач телеканалов и радио. URL: <http://tvp.netcollect.ru>
77. Официальный сайт Ассоциации продюсеров кино и телевидения. URL: <http://www.rusproducers.com/Page/13861>
78. Официальный сайт Единой федеральной автоматизированной информационной системы сведений о показах фильмов в кинозалах (ЕАИС). URL: <http://ekinobilet.fond-kino.ru>
79. Официальный сайт журнала «Бюллетень кинопрокатчика». URL: <http://www.kinometro.ru>
80. Официальный сайт издания «Синемаплекс». URL: <http://cinemaplex.ru>
81. Официальный сайт портала «Кинопоиск». URL: <https://www.kinopoisk.ru>
82. Официальный сайт портала «Профисинема». URL: <http://www.proficinema.ru>
83. Официальный сайт портала «Фильм Про». URL: <https://www.filmpro.ru>
84. Официальный сайт Фонда кино. URL: <http://www.fond-kino.ru/fund/>
85. Пигалев Е. А. Независимый кинематограф США в условиях студийной системы и ее кризиса. – Молодой ученый, 2015, №18. URL: <https://moluch.ru/archive/98/22080/>
86. Плахов А. Западный экран. Разрушение личности. Персоналии и концепции заданого экрана. – М.: Союз кинематографистов СССР, Всесоюзное бюро пропаганды киноискусства, 1985. – 64 с.
87. Плахов А. Кино на грани нервного срыва. – СПб.: Книжные мастерские, 2014. – 424 с.

88. Плахов А. Под знаком Ф. Кинофестивали. – М.: Столица-Принт, 2006. – 312 с.
89. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 28 апреля 1994 г. N 2 "О судебной практике по делам об изготовлении или сбыте поддельных денег или ценных бумаг" (с изменениями и дополнениями). URL: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/10001172/>
90. Проекты кинокомпаний-лидеров, утвержденные к финансированию в производстве Советом Фонда кино в 2019 году. URL: <http://www.fondkino.ru/news/proekty-kinokompanij-liderov-utverzdennye-k-finansirovaniu-v-proizvodstve-sovetom-fonda-kino-v-2019-godu/>
91. Разлогов К. Мировое кино: история искусства экрана. – М.: Эксмо, 2011. – 688 с.
92. Разлогов К. Планета кино. – Москва : Эксмо, 2015. – 408 с.
93. Разлогов К. Э. Новые аудиовизуальные технологии. –М.: Едиториал УРСС, 2005. – 488 с.
94. Роднянский А. Выходит Продюсер. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. – 450 с.
95. Родригес Р. Кино без бюджета. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015. – 348 с.
96. Российская киноиндустрия в 2017. Аналитическое исследование Фонда Кино. URL: <http://ekinobilet.fond-kino.ru/issledovanie-kinoauditorii/>
97. Рутман В. Американский независимый кинематограф: историко-тематический анализ. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата искусствоведения, 2012. (Специальность 17.00.09 - Теория и история искусства) URL: <http://cheloveknauka.com/amerikanskiy-nezavisimyy-kinematograf-istoriko-tematicheskiiy-analiz/>

98. Рынок сбыта кинопродукции в России. *Nevafilm.Research*, 2010. URL: <https://research.nevafilm.ru/research/biblioteka/rynok-sbyta-kinoprodukcii-v-ros-sii/>
99. Садуль Ж. Всеобщая история кино. URL: <https://coollib.com/b/262457/>
100. Самылкина Е. Кино как источник эстетических удовольствий становится доступным для зрителя только тогда, когда прокатчики видят в нем источник дохода. *Искусство кино* (№10, 2007). URL: <https://www.webcitation.org/6JfRCIpUQ?url=http://kinoart.ru/en/archive/2007/10/n10-article20>
101. Седых И. А. Киноиндустрия России в 2017 году. URL: <https://dcenter.hse.ru/data/2017/09/15/1173122290/Киноиндустрия%20России%202017.pdf>
102. Словарь портала «Бюллетень кинопрокатчика». URL: <http://www.kinometro.ru/abc>
103. Телевидение в России в 2015 году. Состояние, тенденции и перспективы развития. Отраслевой доклад. URL: <http://www.fapmc.ru/rospechat/activities/reports/2015.html>
104. Телевидение в России в 2016 году. Состояние, тенденции и перспективы развития. Отраслевой доклад. URL: <http://www.fapmc.ru/rospechat/activities/reports/2017/teleradio.html>
105. Телевидение в России в 2017 году. Состояние, тенденции и перспективы развития. Отраслевой доклад. URL: <http://www.fapmc.ru/rospechat/activities/reports/2018/teleradio.html>
106. Ткачева Н. Модель государственной поддержки отечественной кинематографии: этапы развития и современное состояние. *Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика*, 2015, № 6. URL: <http://vestnik.journ.msu.ru/books/2015/6/model-gosudarstvennoy-podderzhki-otechestvennoy-kinematografii-etapy-razvitiya-i-sovremennoe-sostoya/>

107. Ткачева Н. Тенденции развития отечественной кинодистрибуции: первичный рынок. Часть I. Меди@льманах, 2016, № 5. URL: <http://mediaalmanah.ru/upload/iblock/969/tkacheva-05-16.pdf>
108. Ткачева Н. Тенденции развития отечественной кинодистрибуции. Часть II. Меди@льманах, 2016, № 6. URL: <http://mediaalmanah.ru/upload/iblock/2ea/64-74-6.16.pdf>
109. Трищенко А. Влияют ли стриминговые сервисы на отношение к традиционным кинотеатрам. URL: <https://www.qled.com.ua/story/стриминговые-сервисы-и-кинотеатры/>
110. УК РФ Статья 242. Незаконное изготовление и оборот порнографических материалов или предметов. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_10699/ad5d9196ef8584bf342b4c10c1eb39fed4ae8745/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10699/ad5d9196ef8584bf342b4c10c1eb39fed4ae8745/)
111. Федеральный закон "О внесении изменений в Федеральный закон "О государственной поддержке кинематографии Российской Федерации" от 03.08.2018 N 335-ФЗ (последняя редакция). URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_304064/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_304064/)
112. Федеральный закон "О внесении изменений в Федеральный закон "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" и отдельные законодательные акты Российской Федерации" от 01.05.2017 N 87-ФЗ (последняя редакция). URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_216069/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_216069/)
113. Федеральный закон "О государственной поддержке кинематографии Российской Федерации" от 22.08.1996 N 126-ФЗ (последняя редакция). URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_11454/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_11454/)
114. Шапрон Ж. Принципы и механизмы финансирования французского кино. – М.: КоЛибри, 2013. – 127 с.

115. Шапрон Ж., Жессати П. Французский кинотеатр - аншлаги длиной в век. – М.: КоЛибри, 2006. – 223 с.
116. Шорохова Т. Главное за неделю: Кому нужен «Щелкунчик» и зачем *Netflix* идет в кинотеатры. URL: <https://www.kinopoisk.ru/news/3287198/>
117. Элберс А. Стратегия блокбастера. Уроки маркетинга от лидеров индустрии развлечений. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015. – 245 с.

## Приложение 1. Интервью автора с кинопродюсером Артуром Циленко

от 13.04.2019

***Айгуль Кушаева (АК): Как Вы полагаете, нужно ли искать особые подходы к прокату фильмов независимого или государственного производства? Разделяете ли Вы эти сегменты индустрии?***

***Артур Чачелов (АЦ):*** Основной момент, который разделяет государственное кино и кино, сделанное на какие-то другие деньги, — это необходимость эти деньги возвращать. Так, например, фильм «Юморист» был профинансирован из европейских фондов и у них не было необходимости возвращать весь бюджет. То есть была необходимость вернуть какую-то часть бюджета, и они ее вернули из того небольшого проката, который у них был. Но это не такой частный случай, потому что в большинстве своем частные деньги нужно возвращать. Насколько именно «Юморист» подходит не совсем понятно, потому что их бизнесовая задача была отличной от того, что обычно выходит в отечественный прокат. Есть такие серые зоны. Например, Звягинцева не поддерживал Минкульт и скорее были «палки в колеса». А так обычно бесплатные деньги, государственные, создают такой замкнутый круг, когда продюсер получает возможность делать что-то дорогое в плане производства, какие-то более масштабные фильмы, более качественные съемки себе позволить. И этой дорогой масштабный продукт выглядит более привлекательным для прокатчиков. Соответственно, прокатчик более охотно вкладывает какие-то деньги в продвижение и за счет этого конечный продукт доходит до широкой аудитории. Частные деньги не могут позволить себе такого, они гораздо больше за эффективность. И выглядит это все чаще дешевле, чем то, что снято на государственные деньги и, соответственно, это какие-то темы, которые дешевы производстве, то есть это драмы, где люди не

взрываются на войне, а разговаривают за столом и, соответственно, это выглядит гораздо сомнительней. Если материал для зрителя, прокатчик гораздо чаще вкладывается в это дело. И поэтому даже выделяют отдельный сегмент прокатчиков, которые специализируются на таком кино, потому что оно и стоит дешевле, и зрители уже относительно готовы к тому, что кино у этого прокатчика будет не массовое, удовлетворяющее еще каким-то его интеллектуальным требованиям. Поэтому разница закладывается уже на этапе производства.

Бывает такое, что государственная поддержка оказывается фильмам, для которых сама съемка является уже конечной целью, то есть до проката все уже довольны. Какой-нибудь заслуженный мастер лепит какой-то фильм, который должен удовлетворить психологическую потребность этого творца, то есть что-то, что будет потом показано ветеранам, депутатам или Путину. И вопрос эффективности проката не рассматривается. Я даже общался с людьми на аналогичных проектах, где снимается что-то с размахом. А когда заходит речь о прокате: «Мы поговорим с Путиным и нагоним туда школьников, и все посмотрят таким образом». То есть в голове даже концептуально нет такого, что фильм должен быть привлекательным. Поэтому сегменты действительно разделяются, но в плане проката есть возможность вложиться, завалить деньгами, вводиться в широкую кампанию с прямой рекламой, и все об этом узнают. В независимом кино это все-таки подсчет бюджета, денег обычно очень немного на кампанию, поэтому нужно понимать в какую точку ты бьешь, какая у тебя аудитория, что ты хочешь до нее донести. Такая подготовительная работа гораздо важнее. Хотя на мой взгляд, она важна для каждого фильма. Просто в одном случае, они могут позволить себе плевать на это, они все равно все свое вернут, а в другом случае от этого зависит судьба проката.

**(АК): На Ваш взгляд, способны ли фильмы независимого производства окупить себя только при кинотеатральной дистрибуции?**

**(АЦ):** Зачастую, особенно в последнее время, кино, которое скорее всего не соберет ничего в театральном прокате, поддерживается с имиджевой точки зрения, т.е. это либо имидж для площадки, как *Netflix* поддержал Куарона и Скорсезе, который сейчас за 250 млн снял фильм. *Netflix* просто выделил ему эти деньги, потому что больше никто не хотел ему их давать, т.к. понимали, что они вряд ли вернутся. Для *Netflix* это имиджевая история, которая позволяет им сказать, что у нас есть некая гарантия качества, которую вы не получите в никаком другом месте, потому что там все более массовые истории, а мы можем себе позволить не идти на поводу такому.

Либо это какая-то продюсерская имиджевая история, как есть зарубежная продюсерская компания *Annapurna Pictures*, которая как раз специализируется на выпуске фильмов режиссера Пол Томаса Андерсона, которые гарантировано каждый раз у тебя будут на «Оскаре» и также гарантировано ничего себе не вернут. Ну если вернут, то в очень долгосрочной перспективе, потому что зарубежном все-таки работает эта история с «длинным хвостом», когда у тебя через 20 лет все деньги возвращаются и продолжают приносить какую-то прибыль. У нас, к сожалению, более локальный рынок. Из того что мне знакомо, у меня один продюсер знакомый поддержал Кристофа Занусси, если не ошибаюсь, просто чтобы у него в портфолио это было. Очевидно, что это никогда ничего не вернет, поэтому, боюсь, что полагаться можно только на какой-то «длинный хвост», на историю, когда за счет «наградного сезона» будет подъем спроса на конкретный фильм, как было сейчас с «Зеленой книгой».

**(АК): Какова оптимальная длина цифрового окна, на Ваш взгляд?**






*(АЦ):* Это все-таки более продюсерская история, потому что я в большей степени отвечаю за маркетинговую сторону, которая происходит до проката, формулирование какого-то сообщения, которое привлечет аудиторию к фильму. Понятно, что цифровое окно сейчас сокращается. Но как мы видим на примере той же «Зеленой книги», которое держалось у нас в прокате чуть ли не 10 недель в топе по сборам. Когда уже вышла и пиратская версия, и во всех онлайн-платформах она появилась, она продолжала висеть в топе проката недель 5 или 6, собирала лучше всего. И тоже самое — «Черная пантера». Фильм запускали в ограниченный повторный прокат, просто потому что на волне “хайпа” есть запрос, который может по-разному формулироваться. Кому-то хватает посмотреть дома, а кто-то хочет, чтобы событие было оформлено соответствующим образом, как событие, вот поэтому повторный прокат зачастую практикуется ближе как раз к наградному сезону и это никак не влияет на длину цифрового окна. Тут сложно сказать конкретно, поскольку в каждом случае есть специфические моменты, которые заставляют аудиторию обратиться к картине, как ей будет удобно в данный конкретный момент. И скорее всего, если онлайн-аудитория, что-то слышит про фильм, набирает его в поисковике и идет по самым первым ссылкам, которые наименее требовательны, т.е. где не надо ничего вводить, где только нужно нажать 2 раза на кнопку. И если эти ссылки будут пиратские, то это никак не ограничит аудиторию. Именно поэтому сейчас сокращается окно просто для того, чтобы аудитория, которая не задумывается откуда она черпает контент, получала его из легальных источников, поскольку она по-любому его получит, т.к. она привыкла его получать, потому что в интернете процесс от запроса к получению результата крайне быстр.

*(АК): Какие площадки предпочитает аудитория независимого фестивального кино больше?*

**(АЦ):** Можно отталкиваться от ситуации репертуара кинотеатров и запросов аудитории. Как мы видим, запросы аудитории очень легко удовлетворить, если выделить какое-то ограниченное количество сеансов, т.е. грубо говоря один сеанс в день уже достаточен, чтобы аудитория, которая интересуется каким-то фильмом “не для всех”, скажем так, получила к нему доступ, потому что это очень ограниченная аудитория. Если отталкиваться от репертуара кинотеатров, то он ориентирован больше на тех, кто принимает решение на месте и это около 60 % посетителей кинотеатров и они будут ориентироваться на то, что им знакомо. А знакомо обычно то, что отовсюду доносится, то есть от знакомых, рекламной компании, где-то они читают в соцсетях и это обычно, как правило самые громкие релизы. Они видят слово "Мстители" и примерно понимают, что есть какая-то информация, что там такие-то актеры и предположительно будет такое-то действие внутри и понимается решение в пользу этих “Мстителей. Поэтому на эту аудиторию даже рассчитывать не надо. И получается, что по большому счету все более-менее довольны, но опыт показывает, что есть шанс свалится совсем в монополию таких картин и кинотеатрам самим не выгодно показывать что-то другое, неприхотливая аудитория охотнее платит за такой доступный контент. Нет смысла поддерживать независимое кино, потому что это не окупается с точки зрения бизнеса.

## Приложение 2. Независимые дистрибуторы на российском кинорынке<sup>87</sup>

№	Компания	Год основания	Релизы
1.		2011	«Папа-мама гусь» и др.
2.		2011	«В объятых лжи» и др.
3.		2008	«По воле божьей», «Середина 90х», «Дом, который построил Джек», «Догмэн» и др.
4.		1994	«Хардкор» и др.
5.		2016	«1+1: Голливудская история», «Большая игра» и др.
6.		2017	«Познакомься с новыми обстоятельствами» и др.
7.		2016	«Велотачки», «2+1» и др.
8.		2010	«Капернаум», «Частная война» и др.
9.		2008	«Плейбой», «Танцуй сердцем» и др.
10.		1997	«Князь Владимир» и др.
11.		2017	«Небесный верблюд» и др.
12.		2017	«Волшебная страна 3D»

<sup>87</sup> Независимые дистрибуторы в российском прокате. URL: [http://www.kinometro.ru/materials/show/name/nezavisimie\\_prokatchiki\\_060916](http://www.kinometro.ru/materials/show/name/nezavisimie_prokatchiki_060916) (дата обращения: 23.02.19).

13.	 КИНО СТУДИЯ ГОРЬКОГО	2015	«Спасение», «Буквальная геометрия», «Переверни пластинку» и др.
14.	 ЛЕНФИЛЬМ КИНОСТУДИЯ	2015	«Самый рыжий лис», «Контрибуция» и др.
15.	 ЛЮКОР	2000	«Последствия», «Квест» и др.
16.	 М Ж В М	2015	«Мальчишник в Паттайе», «Букашки», «Бахубали» и др.
17.	 НАШЕ КИНО	2011	«Валериан и город тысячи планет», «Вий 3D» и др.
18.	Cinema  Emotion	2008	«Гоген», «Клод Моне» и др.
19.	 ПАРАДИЗ	2004	"Отель Мумбаи: Противостояние", «Фагот» и др.
20.	 ПИЛОТ КИНО	2013	«Сделано в Италии», «Стажер» и др.
21.	 кинокомпания ПРОВЗГЛЯД	2013	«Синонимы», «Человек, который удивил всех» и др.
22.	 РАКЕТА РЕАЛИТИ	2013	«Дар», «Сирано. Успеть до премьеры» и др.
23.	 ТЕЛЕВИЗИОННОЕ АГЕНТСТВО РУССКИЙ РЕПОРТАЖ	2003	«Золотая перчатка», «Высшее общество» и др.
24.	 CINEMA PRESTIGE	2005	«Проклятые», «Мы всегда жили в замке» и др.
25.	 ЭКСПОНЕНТА	2012	«Ван Гоги», «Гений и безумец» и др.

### Приложение 3. Каталог телеканалов интернет-издания «Кабельщик»<sup>88</sup>

№	Название	платн./ бесплатн.	Тематика	Категория	Формат	Транспорт
1	<a href="#">Detektiv.TV</a>	платн	Кино и сериалы	Отечественное кино, Кино и сериалы, Сериалы	SD	
2	<a href="#">TV1000 Русское кино</a>	платн	Кино и сериалы	Отечественное кино	SD	Спутник Кабель
3	<a href="#">Браво ТВ</a>	бесплатн	Кино и сериалы	Отечественное кино	SD	ПРЕКРАТИЛ ВЕЩАНИЕ (2018)
4	<a href="#">Дом кино</a>	платн	Кино и сериалы	Отечественное кино	SD	Спутник Кабель
5	<a href="#">Киномикс</a>	платн	Кино и сериалы	Мировое кино, Отечественное кино	SD+HD	Спутник Кабель
6	<a href="#">Любимое кино</a>	платн	Кино и сериалы	Отечественное кино	SD	Спутник Кабель
7	<a href="#">Наше HD</a>	платн	Кино и сериалы	Отечественное кино	HD	ПРЕКРАТИЛ ВЕЩАНИЕ (2018)
8	<a href="#">Наше любимое</a>	платн	Кино и сериалы	Отечественное кино	SD+HD	Спутник
9	<a href="#">Наше новое кино</a>	платн	Кино и сериалы	Отечественное кино	SD	Спутник Кабель
10	<a href="#">НТВ Плюс Киносоюз</a>	платн	Кино и сериалы	Мировое кино, Отечественное кино	SD	ПРЕКРАТИЛ ВЕЩАНИЕ (2016)
11	<a href="#">Родное кино</a>	платн	Кино и сериалы	Отечественное кино	SD	Спутник Кабель
12	<a href="#">Русский бестселлер</a>	платн	Кино и сериалы	Отечественное кино, Сериалы	SD	Спутник
13	<a href="#">Русский детектив</a>	платн	Кино и сериалы	Отечественное кино, Сериалы	SD	Спутник
14	<a href="#">Русский иллюзион</a>	платн	Кино и сериалы	Отечественное кино, Сериалы	SD	Спутник Кабель
15	<a href="#">Русский иллюзион. Международная версия</a>	платн	Кино и сериалы	Отечественное кино, Кино и сериалы, Автомобили	SD	Спутник
16	<a href="#">Русский роман</a>	платн	Кино и сериалы	Отечественное кино, Сериалы	SD+HD	Спутник

<sup>88</sup> Каталог телеканалов интернет-издания «Кабельщик». URL: <https://www.cableman.ru/channels/table> (дата обращения: 08.04.19).

**Приложение 4. VOD-сервисы России<sup>89</sup>.**

№	Сервис	Провайдер	Доступ	Тип	Жанр
1.	Afisha–Serialy	COMPANY AFISHA LIMITED LIABILITY COMPANY	Частный	AVoD	Другое
2.	Amazon Prime (Russia)	AMAZON INSTANT VIDEO LIMITED	Частный	SVoD	Универсальный
3.	Amediateka	A SERIAL	Частный	SVoD	Кино
4.	Anime myvi	PULTER	Частный	AVoD	Детский
5.	Аууо	АУУО - АПО	Частный	TVoD	Кино
6.	cccp.tv	URAVO	Публичный	AVoD	Кино
7.	Centralny portal KVN	URAVO	Частный	AVoD	Развлекательный
8.	Domashny kinozal Akado	AKADO	Частный	TVoD	Кино
9.	Getmovies	X-MEDIA DIGITAL	Частный	SVoD	Развлекательный
10.	Google Play RU	GOOGLE LIMITED LIABILITY COMPANY	Частный	TVoD	Кино
11.	Interactive TV Rostelecom - Zabava	ROSTELECOM	Смешанный	SVoD	Универсальный
12.	iTunes Store (RU)	ITUNES SARL	Частный	TVoD	Кино
13.	IVI	IVI.RU	Частный	SVoD	Кино
14.	Kino1TV	CHANNEL ONE - PERVIY KANAL	Смешанный	SVoD	Кино
15.	Kino ne dlya vsekh	RAIN TV-CHANNEL - TELEKANAL DOZHD	Частный	SVoD	Кино
16.	KinoPoisk +	YANDEX LLC	Частный	SVoD	Другое
17.	Kinoteatr Mosfilma	KINOKONTSERN MOSFILM	Частный	AVoD	Кино
18.	Kinoteka	NTV-PLYUS	Частный	TVoD	Кино
19.	Kino Tricolor TV	NATSIONALNAYA SPUTNIKOVAYA KOMPANIYA "TRICOLOR TV	Частный	SVoD	Универсальный
20.	Kinozal YouTube	GOOGLE LIMITED LIABILITY COMPANY	Частный	TVoD	Кино
21.	Megafon TV	MEGAFON	Частный	SVoD	Универсальный

<sup>89</sup> VOD-сервисы России. URL: [http://mavise.obs.coe.int/odas?event=list-ing&query\\_clauses={%22target\\_country\\_id%22:%2240%22,%22other\\_target\\_countries%22:true}](http://mavise.obs.coe.int/odas?event=list-ing&query_clauses={%22target_country_id%22:%2240%22,%22other_target_countries%22:true}) (дата обращения: 26.09.18).

22.	Megogo.net (Version in Russian)	MEGOGO LIMITED LIABILITY COMPANY	Частный	AVoD	Кино
23.	Molodejj.TV	YELLOW BLACK AND WHITE GROUP	Частный	AVoD	Универсальный
24.	MTS TV	MOBILE TELESYSTEMS OPEN JOINT STOCK COMPANY "MTS	Частный	SVoD	Кино
25.	My French Film Festival (Version in Russian)	Unifrance Film International	Частный	TVoD	Film
26.	Netflix (RU)	Netflix International B.V.	Частный	SVoD	Универсальный
27.	now.ru	GPM RTV (NOW)	Частный	SVoD	Универсальный
28.	Okko	OKKO	Частный	TVoD	Кино
29.	Pladform	PLADFORM - RUFORM	Частный	AVoD	Универсальный
30.	RU MSN	Microsoft Inc.	Частный	AVoD	Универсальный
31.	Rutube	PLADFORM - RUFORM	Частный	AVoD	Кино
32.	Sakha movie		Частный	TVoD	Кино
33.	TV1000Play	VIASAT GLOBAL	Частный	SVoD	Кино
34.	Tvogle	TVIGLE	Частный	SVoD	Универсальный
35.	Tvzavr	TIVIZAVR	Частный	SVoD	Кино
36.	Uravo Cinema	URAVO	Частный	AVoD	Кино
37.	Videomore	CTC MEDIA SERVICE - STS MEDIA SERVIS	Частный	AVoD	Универсальный
38.	MTS	MOBILE TELESYSTEMS OPEN JOINT STOCK COMPANY "MTS	Частный	TVoD	Кино
39.	Videoprokat Rostelekom	ROSTELECOM	Смешанный	SVoD	Кино
40.	Videoteka Dom.ru	ER-TELECOM HOLDING	Частный	SVoD	Кино
41.	Videoprokat Beeline TV	VIMPELCOM	Частный	TVoD	Кино
42.	X-Media Digital	X-MEDIA DIGITAL	Частный	AVoD	Универсальный
43.	Zoomby	WEBTV	Частный	AVoD	Универсальный
44.	Zoomin.tv (Russian)	ZOOM.IN B.V.	Частный	AVoD	Универсальный

## Приложение 5. Интервью автора с главным редактором

портала «Бюллетень кинопрокатчика» Марией Мухиной от 17.04.2019

**Айгуль Кушаева (АК): Какова оптимальная длина цифрового окна, на Ваш взгляд?**

**Мария Мухина (ММ):** Для голливудского кино это одна история, для российского государственного и независимого - это другая история. Для российского кино величина цифрового окна зависит от финансовой модели, которую выбрал продюсер в сотрудничестве с онлайн-кинотеатром. Если онлайн-кинотеатр является соинвестором компании, которая дала деньги на производство, чаще всего она забирает эксклюзивные права и распоряжается открытием цифровых окон на свое усмотрение. Но чаще всего это происходит через 2-3 недели. Среднее окно получается таким, поэтому что в другом случае компании тогда не интересно инвестировать в производство. В целом такое окно, наверное, не сильно мешает прокату, то есть по большому счету среднее кино не задерживается дольше чем на 4 недели проката. Но все зависит от величины проекта. На больших проектах окна все-таки стараются удержать и выпускать в онлайн несколько позже. В таких проектах как “Экипаж”, “Движение вверх” срок был очень долгим, потому что прокатчик выстраивает очередность окон. Если права покупает федеральный канал и он является сопродюсером, то он может положить вето на открытие быстрых прав и сделать премьеру на федеральном канале до того, как отдать права онлайн. Все упирается в конфигурацию тех взаимоотношений продюсера с потенциальными соинвесторами – каналами и онлайн-площадками как активными игроками; чаще всего это упирается в индивидуальную договоренность.



**(АК): Как Вы рассматриваете противостояние кинотеатрального и онлайн-проката? Видите ли в них союзников?**

**(ММ):** Кинотеатр до сих пор воспринимает онлайн как конкурентов, претендующих на активное киносмотрение. Но мне кажется, что это естественный процесс и все платформы могут уживаться на равных, если соблюдать какие-то правила игры. Прежде всего как раз продюсер заинтересован в том, чтобы выжать максимум из проката, а потом уже максимум из других прав. История кинотеатра ОККО - это пример синергии, потому что у них есть объединенная киносеть. Они будут маневрировать, чтобы выиграла оба направления. Аудитория, которая смотрит кино онлайн, и аудитория, которая ходит в кино, зачастую не пересекается. Если она пересекается, четко разграничивает то, что хочет смотреть на большом экране, а что – на маленьком. Но ключевой проблемой остается пиратство, которое вредит как одному, так и другому сегменту киносмотрения.

**(АК): В каком направлении движется киноиндустрия и какие тенденции и векторы развития Вы можете выделить?**

**(ММ):** Онлайн-кинотеатр на зарубежном рынке становится активным сопроизводителем. Это та перспектива развития для нашей отрасли. В России в условиях низкого уровня финансирования онлайн-кинотеатры могут вкладываться в производство и добавлять свою копеечку.

**Приложение 6.** Интервью автора с выпускающим редактором объединенной редакции «Индустрия кино/Фильм про» Ильей Радаевым от 25.04.2019

***Айгуль Кушаева (АК): Какова оптимальная длина цифрового окна, на Ваш взгляд?***

***Илья Радаев (ИР):*** Оптимальное цифровое окно – это, наверное, появление фильмов в онлайн-кинотеатрах сразу после окончания проката, чтобы не было пробела между появления фильма в кино или легальном интернете, потому что если пробел есть, то больше для пиратства проявляется активность. Но есть исключительные случаи, которые уже практикуются: когда независимые фильмы, например «Зеленая книга», чтобы предотвратить пиратский просмотр, вышли в кино с большим успехом и в то же время на легальных онлайн-кинотеатрах.

***(АК): Сегодня в зарубежных странах практикуется модель релиза day-and-date. Как Вы считаете, будет ли она успешна и на российском рынке дистрибуции?***

***(ИР):*** В ней абсолютно точно есть смысл, судя по показателям в последние годы зрители не перестали ходить в кино. Люди, которые смотрят фильмы в онлайн-кинотеатре и в кино – это в большинстве случаев разные люди.

***(АК): Какие площадки предпочитает аудитория независимого фестивального кино больше?***

***(ИР):*** Такое кино больше востребовано в онлайн и многие продюсеры сами об этом говорили, как в случае с последним фильмом «Юморист», что их неудача в прокате не означает из неудачу в целом. Модель релиза *direct to festival* может стать идеальной для проката российского независимого фестивального кино. Сейчас все нашумевшие фильмы, например с

«Кинотавра», выходят в прокат через 3 или 6 месяцев, а некоторые через год. Но это связано с тем, что осенью чаще ходят в кино, то есть выгодней прокат именно в этом время года. Кроме того, внутри индустрии этот фильм может быть и нашумевшим и все его будут обсуждать, а для постороннего зрителя, который сидит за границей или на даче, он никакой не нашумевший, откуда он вообще должен о нем узнать, он должен читать рецензии с «Кинотавра»? Нет, он узнает о фильме, когда его начинают рекламировать.

**(АК): Как Вы рассматриваете противостояние кинотеатрального и онлайн-проката? Видите ли в них союзников?**

**(ИР):** Эти платформы точно должны быть союзниками, во-первых, потому что люди, которые смотрят фильмы онлайн и люди, которые идут в кинотеатр, – это разные аудитории. Во-вторых, только вместе они могут победить главного врага – пиратство. Но проблема остается в том, что одна киноиндустрия [кинотеатральная] открыта, а вторая [онлайн] – закрыта, и математически сопоставить их невозможно.

**(АК): В каком направлении движется киноиндустрия и какие тенденции и векторы развития Вы можете выделить?**

**(ИР):** В этом плане я солидарен с продюсером Александром Роднянским, что все идет к тому, что в кино будут смотреть, с одной стороны, дорогие блокбастеры, которые стоит смотреть на большом экране, с другой стороны, авторские фильмы-события. Недаром сейчас стал так популярен формат показа фильма с участием Антонов Долиных. С одной стороны, это зрелище, с другой стороны, для умных, интеллигентных и богатых людей показы и обсуждения с несчастными кинокритиками. А все, что между этим – сериалы, незрелищные фильмы, драмы артхаус – будут смотреть дома, то есть все что по середине уйдет в онлайн.