

Мир науки. Социология, филология, культурология <https://sfk-mn.ru>

World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies

Выпуск 4 – 2017 <https://sfk-mn.ru/issue-4-2017.html>

URL статьи: <https://sfk-mn.ru/PDF/14SFK417.pdf>

Ссылка для цитирования этой статьи:

Бондаренко Е.А. Положение российской киноиндустрии в глобальном мире // Мир науки. Социология, филология, культурология, 2017 №4, <https://sfk-mn.ru/PDF/14SFK417.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

Бондаренко Елизавета Андреевна

ФГБОУ ВО «Российский государственный социальный университет», Россия, Москва

Студентка 4 курса факультета «Социологии»

E-mail: Lizaliza093@mail.ru

Положение российской киноиндустрии в глобальном мире

Аннотация. В статье рассматривается один из популярных феноменов современного потребителя – «кино». Кино рассматривается как неотделимый элемент культуры. Кинематограф реализует все функции СМИ, но не привычным для нас способом, а с помощью эмоций человека, его сопереживании и восприятия человека заявленной темы и образов. Цель данной работы, используя метод социологического анализа, рассмотреть место российского кинематографа на западе и влияние западной киноиндустрии на российского потребителя. Таким образом, при помощи статистических данных, будет подтверждена мысль о том, что россияне предпочитают смотреть в кинотеатрах исключительно фильмы зарубежного кинематографа, а за рубежом к творчеству наших кинематографов проявляют значительный интерес жюри международных кинофестивалей. И ответим на вопрос, почему значительная доля Россиян негативно была настроена к отечественным фильмам, а к 2017 году отношение отечественной аудитории стало меняться?

Ключевые слова: кино; российская киноиндустрия; западная киноиндустрия; кинематограф; отечественная аудитория

Кино – массовый вид искусства, важнейший элемент глобальной информационной среды. За небольшой период времени существования, кинематограф развивался, совершенствовался, трансформировался в новые экранные варианты. Кино – один из любимых видов искусства человека и поэтому тема кино и взаимосвязь кино и общества рассматривают разные науки: искусствоведение, эстетика, философия, психология, культурология, социология. Социология занимает активное место в системе изучения кинематографа. Маршалл Маклюэн один из первых указал на тесную связь кино и зрителя, интерпретировал феномен кино как «горячее» средство коммуникации и тем самым встал у истоков социологического анализа кино. [11, с. 14]

Во-первых, хочется отметить, что кино, как один из самых увлекательных и популярных феноменов вызывает интерес у различных социальных групп. Сегодня, кино является не только видом искусства, кино формирует социальные установки и интересы человека, вкусы, мнения, язык, конструируются жизненные планы и даже поведение потребителей. Кино, являясь инструментом познания общественной реальности, способно обогащать сознание социума. [8, с. 20]

Во-вторых, кинематограф реализует все важнейшие функции человека: воспитательную, информационную, поведенческую, коммуникационную и конечно развлекательную. Кинематограф взаимодействует с аудиторией, зритель активно включен в экранный мир, отражение состояния самого общества влияет на формирование предпочтений аудитории.

2016 год объявлен в России годом кино, поэтому тема является актуальной, но следует признать, что положение российской киноиндустрии особо не поменялось на тот период времени и все сводилось к тому, что отечественный кинематограф находился в катастрофическом состоянии и глубочайшем кризисе. В 2017 году российский кинематограф наконец-то выбрался из кризиса, в котором пребывал почти три десятка лет. Он старается преодолеть состояние не востребованности у отечественного зрителя. [10]

Цель данной работы, используя метод социологического анализа, рассмотреть место национального кинематографа в России и влияние западной киноиндустрии на российского потребителя.

При подготовке анализа, описанного в статье, была изучена статистика, где подробно рассматривалось отношение российской аудитории к западной и отечественной киноиндустрии, а также подробно анализируется аспект повышения рейтинга отечественных фильмов на российском рынке.

Первую работу, которую необходимо рассмотреть – это аналитический обзор, проведенный информационным агентством InterMedia «Киноиндустрия Российской Федерации в 2000-2015 гг.». Исследование проведено экспертами с целью всестороннего изучения Российского рынка. В своей работе, мы будем рассматривать только отношение нашей аудитории к зарубежным и отечественным фильмам. [14]

Российская киноиндустрия постоянно развивается. Эксперты говорят, что количество выходящих фильмов увеличивается, в том числе картин российского кинематографа, открываются новые кинотеатры, расширяется аудитория. Рынок кинопроката до последнего года продолжал расти в рублях. Взаимодействие государства и представителей киноиндустрии в первую очередь регулирует Федеральный закон от 22.08.1996 № 126-ФЗ «О государственной поддержке кинематографии Российской Федерации». Сейчас он действует в редакции от 1 января 2016 года. Данным законом определено, что «кинематография Российской Федерации является неотъемлемой частью культуры и искусства, должна сохраняться и развиваться при поддержке государства». [14, с. 5]

За 2015 год в кинопрокате России появилось 500 новых релизов, включая полнометражные фильмы, сборники короткометражных лент, киноальманахи, а также документальные и музыкальные картины, киноспектакли. В федеральный прокат в 2015 году вышло 146 фильмов отечественного производства и снятых в копродукции с другими странами.

Интересно, но только 17 картин оказались успешными, кассовые сборы которых превысили производственный бюджет. Так, по данным «Не-вафильм Research», в 2010 году таких было только 11 фильмов. За последние 14 лет Россия заметно сдала позиции: ни одна картина 2015 года не попала в рейтинг 25 крупнейших фильмов, вышедших с 2002 года. Первые места занимают фильмы зарубежного кинематографа. [14, с. 96]

Все-таки, хочется отметить награды российских фильмов на международных кинофестивалях. Внушительное количество фильмов русского производства мы считаем нетленной классикой, за 2000-2014 г. достаточное количество фильмов были отмечены печатью международного признания. Так почему отечественные фильмы так невостребованные у своей же аудитории? [14, с. 100]

Кинопроизводство до сих пор остается слабой стороной российской киноиндустрии, а большинство кинолент не окупается в прокате. Введение новой системы государственной поддержки через питчинги должно привести к увеличению количества и качества российских картин, однако процесс идет очень медленно. Кроме того, несмотря на возросшее число отечественных фильмов в прокате, расширения аудитории не произошло. Говорит это о том, что на рынок стало выходить все больше работ, не отличающихся актуальностью поднимаемых проблем и не способных заинтересовать зрителя. [4, с. 117]

На 2011 год значительная доля россиян, по результатам опроса исследовательского холдинга «Ромир», – негативно настроена к отечественным кинофильмам, редко или может даже никогда не смотрит их в кинотеатрах. Возраст имеет большое значение, молодой зритель, который составляет 30 %, старается не смотреть отечественные фильмы. Согласно данным исследования, к российскому кино наиболее лояльно настроены люди старше 45 лет. Среди них как раз редко встречается доля не смотрящих российское кино, чем среди молодых респондентов. Старшее поколение даже отдает предпочтение российским фильмам. Российское кино не может вырастить своего зрителя ни среди молодежи, ни среди людей среднего возраста. Российские фильмы смотрит старшее поколение, которое выросло на советских фильмах. [1]

Меньше половины всех опрошенных респондентов считают, что российские фильмы с каждым годом становятся лучше. Только маленькая часть россиян демонстрирует оптимизм относительно развития отечественного кино.

Следующий аналитический обзор, который нельзя оставить без внимания – это обзор Единой Федеральной автоматизированной информационной системы о показах фильмов в кинозалах. Обзор взят с сайта ЕАИС. Результаты ЕАИС несколько ниже результатов, которые приводят нам СМИ, связано это с тем, что средства массовой информации приводят нам результаты общих сборов в России, а ЕАИС фиксируют исключительно российские результаты. [6]

В 2017 году произошел переломный момент в российском кино. Отечественный зритель обратил внимание не только на фильмы зарубежного кинематографа, но и стал интересоваться фильмами отечественного производителя. Это выразилось в резком росте кассовых сборов российских картин. Дело касается не инфляции и не в росте цен на билеты в кинотеатрах, а в том, что растет количество зрителей. За год российское кино почти удвоило свои успехи по отношению к общим киноборам в стране. Целых три картины отечественного кинематографа 2017 года попали в общий топ картин.

Общим упреком в адрес российского кинематографа в последнее время стало то, что они зарабатывают на производстве, а не на прокате. Все это очень сказывается на качестве результата, на идеях, которые кинематограф пытается воплотить в своих работах и которые, к сожалению, отталкивают массовую российскую аудиторию. Но все же, сравнение бюджетов и сборов из доступных источников показывает, что многие российские фильмы этого года вошли в топ-10 и успешно окупались в прокате. [10]

Нашумевший фильм «Матильда», по итогам опроса ВЦИОМ, стал популярным только благодаря скандалу, который был вокруг этого фильма. Социологи узнали у респондентов, планируют ли они смотреть фильм и одобряют ли позицию депутата Госдумы Натальи Поклонской, которая требует его запретить. Как ни странно, 37 % респондентов пошли на этот фильм только из-за любопытства. А слышали об этом фильме 58 % процентов опрошенных. Позиция россиян по поводу права художника на самовыражение изменилась за последние два года. Фильм «Матильда» правда так и не окупил свои затраты на производство. [4]

Следующая работа – статья, написанная И. И. Подойнициной «Кино как фактор глобализации и как глэм-продукт: к постановке проблемы». В своей статье автор использует

метод социологического анализа. Автор, использует эмпирическое исследование, выявляет среднестатистический портрет жителя Якутии и анализирует отдельные аспекты его потребительского поведения. В своей работе автор рассматривает также цитаты других исследователей. Так, например, в статье Болецкой «Зрители устали» рассматривается интересный и актуальный вопрос: «От чего же устали российские зрители? Болецкая цитирует гендиректора аналитической компании Movie Research Олега Иванова, который пишет, что «у зрителей накопилась усталость от не очень удачных российских картин, в итоге даже хорошие ленты не распознаются и не добирают кассу» [3, 9, с. 252].

Популярный ныне писатель Е. Гришковец в своем дневнике «Продолжение жизни» осуждает стремление кинорежиссеров, продюсеров, актеров «копировать» Голливуд в погоне за успехом и в угоду глобализации.

Он пишет, что многие наши фильмы – «русский ответ» Голливуду, общая суть которых сводилась к такой мысли: а зачем собственно «отвечать» Голливуду, у нас иной менталитет и несколько другие подходы к жизни, то есть ментальные ценности. [5]

В исследовании И. И. Подойницыной был задан открытый вопрос: «Какие виды глобализации уже нашли свою нишу в Якутске и стали частью образа жизни якутян?». Также, предлагалось оценить их в положительную или отрицательную сторону знаками «Плюс или минус». На первую часть вопроса, респонденты чаще всего вписывали «Макдональд», англоязычную музыку, магазины одежды и, конечно же, кино. Респонденты отдают предпочтения голливудским фильмам. Хочется отметить, что 80 % респондентов отметили голливудского кинематографа явлением со знаком «плюс». Жители Якутии также оценили положение российского кинематографа. Ссылаясь на данные опроса, можно сделать вывод, что национальное кино переживает трудный период «взросления», что это связано с и, неоднозначной зрительской реакцией. [9, с. 258]

Кино – самое молодое из искусств, но оно давно уже признано одним из важных в искусстве, т. к. действительно ориентирует многих людей в их жизни. Кино – необходимый атрибут глобализации, оно воплощает в себе и проводит в жизнь ценности глобализации.

В настоящее время, одной из проблем отечественного кинематографа является американизация российского кинопроката. В основном, американизация оценивается как явление отрицательное, интересное мнение по этой проблеме высказывает социолог Д. Дондурей. Он оценил это явление как положительное. «Начавшись лет двадцать назад, она (американизация) обеспечила россиянам свободный доступ к лучшему мировому кино, а также свободный доступ к другим представлениям о мире, которые советская цивилизация не могла дать людям. Голливуд превосходно с этой миссией справился, и далее, по мнению автора, продукцию «фабрики грез» необходимо не просто допускать в отечественный кинопрокат, а использовать прибыль с проката зарубежных фильмов, для развития отечественного кинематографа. [16]

Отечественные кинематографисты не в единичном, а массовом порядке начали снимать фильмы, которые российскому обществу нравится и интересно смотреть, за которые российские зрители готовы платить деньги, идя в кино. Более того, 2017 год доказал, что кинопрокат в России может приносить прибыль создателям отечественного кино.

ЛИТЕРАТУРА

1. Research Rethink React / Исследовательский холдинг Ромир РБК Daily. Социологи: российское кино готовы смотреть лишь 11 % россиян / 25.08.2011 / [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: http://romir.ru/press/3_25.08.2011/.

2. Березкин А. Роль кинотеатров в продвижении новых фильмов / А. Березкин, М. Цапко. – (<http://www.proficinema.ru/questions-problems/articles/detail.php?ID=57404>).
3. Круковская А. Рейтинг наиболее понравившихся кинозрителям отечественных фильмов и жанровые предпочтения / А. Круковская. – (<http://www.proficinema.ru/questions-problems/articles/detail.php?ID=62535>).
4. Болецкая К. Зрители устали // Ведомости. 11 января 2010.
5. ВЦИОМ – Всероссийский центр изучения общественного мнения / «Страсти по «Матильде» / Пресс-выпуск № 3500 / 25.10.2017. [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116477>.
6. Гришковец Е. Продолжение жизни. М.: Астрель / Прочая документальная литература, год издания 2010, город М., издатель Астрель, isbn: 978-5-17-063416-3., 2010. 448 с.
7. Единая федеральная автоматизированная информационная система сведений о показах фильмов в кинозалах «Динамика количества зрителей» / 2017. [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://ekinobilet.fond-kino.ru/>.
8. Есть такая миссия – показывать кино // Наше время. № 34, 27 августа – 2 сентября 2010. <https://kirov-portal.ru/news/poslednie-novosti/vciom-vuyasnil-otnoshenie-rossiyan-k-filmu-matilda-23163/>.
9. Жабский, М. И. Социология и кинематограф / М. И. Жабский, К. А. Тарасов, Ю. У. Фохт-Бабушкин, и др.; Под общ. ред. М. И. Жабского. – М.: Канон+, 2012. – 599 с. – ISBN 978-5-88373-278-1.
10. И. И. Подойницина «Кино как фактор глобализации и как глэм-продукт: к постановке проблемы» – Вестник СПбГУ. Сер. 12. 2011. Вып. 3 / 250-262 с.
11. Ирина Алкснис / обозреватель РИА «Новости» 07.12.2017 ВЗГЛЯД / Переломный год для российского кино. – Электронный ресурс: <https://vz.ru/opinions/2017/12/7/898520.html>.
12. Маклюэн Г. М. М15 Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Пер. с англ. В. Николаева; Закл. ст. М. Вавилова. – М.; Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003. – 464 с. (Приложение к серии «Публикации Центра Фундаментальной Социологии»). ISBN 5-86090-102-X.
13. Молодежный научный форум: Общественные и экономические науки: электр. сб. ст. по материалам XVIII студ. междунар. заочной науч.-практ. конф. – М.: «МЦНО». – 2014 – № 11(18) / [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: [https://nauchforum.ru/archive/MNF_social/11\(18\).pdf](https://nauchforum.ru/archive/MNF_social/11(18).pdf).
14. Независимый исследовательский проект Movie Research. М., Российский зритель хочет больше разного кино, но с комфортом: – [Электронный ресурс] // 2006-2014.
15. Павел Соломатин / Информационное агентство InterMedia / «Киноиндустрия Российской Федерации в 2000-2015 гг.» Аналитический обзор Москва, 2016. 130 с.
16. Тинников Д. В. Кинопредпочтения молодежи г. Абакана (опыт социологического исследования) // Научное сообщество студентов: Междисциплинарные исследования: сб. ст. по мат. II междунар. студ. науч.-практ. конф. № 3. URL: sibac.info/sites/default/files/conf/file/stud_3_2.pdf.
17. Экспансия Голливуда в России: за и против: – [Электронный ресурс] // «Голос Америки» – информационный интернет-ресурс. М., 1994-2014. URL: <http://www.golos-ameriki.ru/content/russia-hollywood-2011-08-08-12728204>.

Bondarenko Elizaveta Andreevna

Russian state social university, Russia, Moscow

E-mail: LIZALIZA093@mail.ru

The position of the Russian film industry in a global world

Abstract. The article considers one of the most popular phenomena of the modern consumer – "cinema". Cinema is seen as an inseparable element of culture. Cinematography realizes all the functions of the media, but not by the usual way, but with the help of a person's emotions, his empathy and the perception of the person of the declared theme and images. The purpose of this work, using the method of sociological analysis, to consider the place of Russian cinema in the west and the influence of the Western film industry on the Russian consumer. Thus, with the help of statistical data, the idea will be confirmed that Russians prefer to watch only films of foreign cinema in cinemas, and abroad the creativity of our cinematographers is of considerable interest to the jury of international film festivals. And we will answer the question why a significant proportion of Russians were negatively inclined towards domestic films, and by 2017 the attitude of the domestic audience began to change?

Keywords: cinema; Russian film industry; western film industry; cinematography; domestic audience

REFERENCES

1. Research Rethink React / Research holding Romir RBC Daily. Sociologists: only 11 % of Russians are ready to watch Russian cinema / 25.08.2011 / [Electronic resource] – Access mode. – URL: http://romir.ru/press/3_25.08.2011/.
2. Berezkin A. The role of cinemas in the promotion of new films / A. Berezkin, M. Tsapko. – (<http://www.proficinema.ru/questions-problems/articles/detail.php?ID=57404>).
3. Krukovskaya A. Rating of films that are most liked by movie-lovers and genre preferences / A. Krukovskaya. – (<http://www.proficinema.ru/questions-problems/articles/detail.php?ID=62535>).
4. Boletskaya K. Viewers are tired // Vedomosti. January 11, 2010.
5. VTsIOM-All-Russian Center for the Study of Public Opinion / "Passions for Matilda" / Press Release No. 3500 / 25.10.2017. [Electronic resource] – Access mode. – URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116477>.
6. Grishkovets E. Continuation of Zhizni. M.: Astrel / Other documentary literature, the year of publication 2010, the city of M., publisher Astrel, isbn: 978-5-17-063416-3., 2010. 448 pp.
7. Unified federal automated information system of information on the shows of films in the cinematics "Dynamics of the number of spectators" / 2017. [Electronic resource] – Access mode. – URL: <http://ekinobilet.fond-kino.ru/>.
8. There is such a mission – to show the movie // Our time. № 34, August 27 – September 2, 2010. <https://kirov-portal.ru/news/poslednie-novosti/vciom-vvyasnil-otnoshenie-rossiyan-k-filmu-matilda-23163/>.

9. Zhabsky, M. I. Sociology and Cinematography / M. I. Zhabsky, K. A. Tarasov, Yu. U. Fokht-Babushkin, and others; Under the Society. Ed. M. I. Zhabsky. – Moscow: Canon +, 2012. – 599 p. – ISBN 978-5-88373-278-1.
10. I. I. Podoinitskaya "Cinema as a factor of globalization and as a glam product: to the formulation of the problem" – Bulletin of St. Petersburg State University. Ser. 12. 2011. Issue. 3 / 250-262 sec.
11. Irina Alksnis / RIA Novosti commentator 07.12.2017 LOOK / The turning-point for Russian cinema. – The electronic resource: <https://vz.ru/opinions/2017/12/7/898520.html>.
12. McLuhan, G. M. M. 15 Understanding Media: External Expansions of the Person / Per. with English. V. Nikolaeva; Closed. Art. M. Vavilov. – M.; Zhukovsky: "KANON-press-C", "Kuchkovo field", 2003. – 464 p. (Appendix to the series "Publications of the Center of Fundamental Sociology"). ISBN 5-86090-102-X.
13. Youth Scientific Forum: Social and Economic Sciences: electr. Sat. Art. on materials XVIII stud. Intern. extramural scientific-practical work. Conf. – M.: "МИФО". – 2014- No.11 (18) / [Electronic resource] – Access mode. – URL: [https://nauchforum.ru/archive/MNF_social/11\(18\).pdf](https://nauchforum.ru/archive/MNF_social/11(18).pdf).
14. Independent research project Movie Research. M., The Russian viewer wants more different films, but with comfort: – [Electronic resource] // 2006-2014.
15. Pavel Solomatin – Information agency InterMedia / "Film industry of the Russian Federation in 2000-2015? Analytical review Moscow, 2016. 130 s.
16. Tinnikov D. V. Kino-prediction of youth g. Abakan (experience of sociological research) // Scientific community of students: Interdisciplinary research: Sat. Art. by mat. II Intern. stud. scientific-practical. Conf. No. 3. URL: sibac.info/sites/default/files/conf/file/stud_3_2.pdf.
17. Expansion of Hollywood in Russia: for and against: – [Electronic resource] // "Voice of America" – information Internet resource. M., 1994-2014. URL: <http://www.golos-ameriki.ru/content/russia-hollywood-2011-08-08-12728204>.