

## КРЕАТИВНАЯ ЭКОНОМИКА

Том 13 ● Номер 7 ● июль 2019 ISSN 1994-6929

Journal of Creative Economy



## Киноиндустрия как сектор «креативных индустрий»: задачи диверсифицированного подхода

Малышев A.B.<sup>1</sup>

1 Всероссийский государственный институт кинематографии им. С. А. Герасимова, Москва, Россия

#### аннотация:

Актуальность исследования обусловлена особой ценностью киноиндустрии в структуре «креативных индустрий», так как киноиндустрия совмещает и элементы художественной культуры, и индустриального производства. Исследование киноиндустрии проведено в рамках анализа творческих факторов, присущих киноиндустрии на всех этапах процесса создания и реализации основного продукта (фильма). Проведенное исследование сфокусировано на зависимости жизнеспособности творчества с задачами бизнеса, одновременно формирующими широкий потенциал для инноваций, которые считаются ключевым вкладом в развитие современной экономики, и сама является драйвером экономического роста. В процессе исследования выявлено, что государственная культурная политика России продолжает основываться на исторически сложившихся подходах без учета мультифакторного влияния киноиндустрии на иные отрасли экономики. В работе предлагается расширить спектр экономических показателей оценки киноиндустрии с позиции сектора «креативных индустрий» в целях последующего определения эффективности мер государственного протекционизма, тенденций отраслевого развития.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** креативная экономика, креативная индустрия, киноиндустрия, творчество, индустриальное производство.

The film industry as a sector of "creative industries": the objectives of a diversified approach

Malyshev A.V.1

<sup>1</sup> Gerasimov Institute of Cinematography (VGIK), Russia

## Введение

В широко известной работе Джона Хокинса «Креативная экономика: как превратить идеи в деньги» (2001 г.) особенность современной креативной экономики выявляется в социально-экономических отношениях между экономикой и творческим подходом к ее развитию и совершенствованию [6] (Khokins, 2011).

Официально концепция «креативных индустрий» была оформлена в 1994 году правительством Австралии («Креативная нация» (Creative Nation)) [12].

Окончательно же этот термин был закреплен в отчете DCMS в 1998 году (Creative industries mapping study) как «деятельность, в основе которой лежит индивидуальное творческое начало, навык или талант и которое несет в себе потенциал создания добавленной стоимости и рабочих мест путем производства и эксплуатации интеллектуальной собственности» [13].

Исследование DCMS стало шаблоном для отчетов на национальном, региональном и городском уровнях, таких, как, например, «Экономический вклад» (Новая Зеландия, 2002 (Economic Contribution)), «Креативные индустрии Брисбена» (Австралия, 2002 (Brisbane's Creative Industries)), «Развитие культуры и креативных индустрий на Тайване и их значение для МСП» (Тайвань, 2004 (The Development of Cultural and Creative Industries in Taiwan and Its Significance for SMEs)) и других.

В настоящее время термин «креативные индустрии» достаточно широко распространен, но концептуальное значение является предметом значительных разногласий в академических и предпринимательских кругах.

Из множества существующих определений наиболее часто используются определения, представленные Конференцией ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД (UNCTAD), 2008г.) и Европейским парламентом (Европарламент (European Parliament), 2016 г.):

• «группы по созданию, производству и распределению товаров и услуг, использующие творческий потенциал и интеллектуальный капитал в качестве первич-

#### **ABSTRACT:**

The relevance of the study is due to the special value of the film industry in the structure of "creative industries", as the film industry combines elements of artistic culture and industrial production. The study of the film industry was conducted in the framework of the analysis of creative factors inherent in the film industry at all stages of the process of creating and implementing the main product (film). The study focuses on the dependence of the viability of creativity with business objectives, while forming a broad potential for innovation, which is considered a key contribution to the development of the modern economy, and itself is a driver of economic growth. The study revealed that the state cultural policy of Russia continues to be based on historically established approaches without taking into account the multifactorial influence of the film industry on other sectors of the economy. The paper proposes to expand the range of economic indicators to assess the film industry from the position of the sector of "creative industries" in order to further determine the effectiveness of measures of state protectionism, industry development trends.

KEYWORDS: creative economy, creative industry, film industry, creativity, industrial production

JEL Classification: F63, H59, Z18 Received: 12.04.2019 / Published: 31.07.2019

© Author(s) / Publication: CREATIVE ECONOMY Publishers For correspondence: Malyshev A.V. (a.malyshev\_vgik@mail.ru)

#### CITATION:

Malyshev A.V. [2019] Kinoindustriya kak sektor «kreativnyh industriy»: zadachi diversifitsirovannogo podkhoda [The film industry as a sector of "creative industries": the objectives of a diversified approach]. Kreativnaya ekonomika. 13. [7]. – 1401–1410. doi: 10.18334/ce.13.7.40840

ных ресурсов; представляющие собой комплекс основанных на знаниях и, не ограничиваясь искусством, потенциально генерирующие доходы от торговли и интеллектуальных прав; включающие материальные продукты и нематериальные интеллектуальные или художественные услуги с творческим содержанием, экономической ценностью и рыночными целями» (ЮНКТАД) [9];

• «отрасли, основанные на культурных ценностях, культурном разнообразии, индивидуальных и/или коллективных творческих способностях, навыках и талантах с потенциалом создания инноваций, дохода и рабочих мест через создание социально-экономической ценности, в частности интеллектуальной собственности» (Европарламент) [7] (Boix-Domènech, Rausell-Köster, 2018).

Сегодня «креативные индустрии» относятся к числу наиболее динамичных секторов мировой экономики, открывающих перед государствами новые возможности.

Творчество и инновации являются ключевыми факторами, и становятся настоящим богатством национальных экономик в XXI веке [10].

В докладе, подготовленном ЮНКТАД в 2018 году, отмечается, что экспорт товаров креативных индустрий России за период с 2005-го по 2014-ый год вырос почти вдвое (с 1,2 до 2,29 млрд долларов). Импорт товаров креативных индустрий России в 2014 году составил 8,9 млрд долларов с преобладанием товаров аудиовизуального и дизайнерского секторов. Торговый дефицит составил 6,6 млрд долларов.

При этом Российская Федерация имеет богатую культурную историю, оказавшую значительное влияние на мировую культуру, и является одним из крупнейших мировых культурных рынков в мире, что формирует предпосылки активного развития креативных индустрий в России.

По аналитическим данным ЮНКТАД, вклад креативных индустрий России в настоящее время оценивается в размере около 0,5% ВВП, но есть все основания предполагать, что к 2025 году их доля может увеличиться в несколько раз [11].

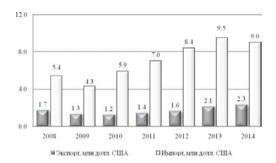
На этом фоне государственная культурная политика России продолжает формироваться на исторически сложившихся подходах, игнорируя основные тенденции креативного сектора постиндустриальной экономики.

В настоящее время государственное планирование и финансирование культуры России осуществляется в рамках государственной программы РФ «Развитие культуры и туризма» на 2013–2020 годы».

#### ОБ АВТОРЕ:

**Малышев Антон Владимирович,** кандидат экономических наук, доцент кафедры продюсерского мастерства (a.malyshev\_vqik@mail.ru)

#### ЦИТИРОВАТЬ СТАТЬЮ:



**Рисунок 1.** Экспорт и импорт креативных индустрий РФ за период 2008–2014 гг. *Источник*: составлено автором по данным ЮНКТАД [11]

Таблица 1 Расходы на культуру и кинематографию из федерального бюджета за период 2010–2018 гг.

Год	Расходы, млрд. руб.	Доля от ВВП,%	Расходы на душу населения, руб.
2010	70,6	0,15	494
2011	83,8	0,15	586
2012	89,7	0,14	627
2013	94,8	0,13	662
2014	97,8	0,12	681
2015	89,9	0,11	614
2016	87,3	0,10	596
2017	99,9	0,11	696
2018	92,8	0,09	632

Источник: составлено автором по данным [14, 15]

Основной акцент делается на государственную поддержку культуры и кинематографии, которая ежегодно составляет порядка 0,1% доли от ВВП (*табл: 1*).

В области кинематографии в качестве основной задачи в программе определено создание условий для сохранения и развития российской кинематографии, улучшение качества российской кинопродукции, ее идейного содержания, а также развития конкурентоспособности на внутреннем и внешнем рынках.

## Творчество как фактор производства

Изучение креативных индустрий начиналось с помощью такого инструмента, как картирование, представляющее собой перепись всех креативных индустрий по секторам. В настоящее время существует разнородная трактовка и формирование различных списков секторов, относящихся к «креативным индустриям» [1] (Bokova, 2016).

Кинематография (кинопроизводство, пост-продакшн и продвижение) всегда выделяется как один из секторов «креативных индустрий».

В развитии и функционировании «креативных индустрий» существует парадоксальная связь между понятиями «культура» и «производство». На этом фоне необходимо отметить, что киноиндустрия занимает особое место среди «креативных индустрий», так как совмещает в себе элементы художественной культуры и индустриального производства, и, как правило, сопряжена с большими материальными и временными затратами, привлечением большого количества людей, положительным влиянием на смежные отрасли.

Творчество является основным фактором производства основного продукта киноиндустрии (фильма), без новых творческих идей на всех этапах (кинопроизводство, пост-продакшн и продвижение) создание фильма невозможно. При этом творчество в киноиндустрии включает такие основные характеристики «креативных индустрий», как

- творческое применение продукт (фильм) создается, в первую очередь, с целью продажи;
- творческое выражение создание продукта (фильма), который не может быть однозначно ориентирован только на коммерческий результат («искусство для искусства») и может быть не рассчитан на широкую аудиторию (например, в случае авторского кино);
- креативные технологии современная киноиндустрия сама активно использует современные технологии и индуцирует их распространение в деятельность иных «креативных индустрий» и иных отраслей.

Однако творческое применение зависит от состояния рынка кинопоказа, на который, в свою очередь, влияют следующие факторы:

- количество кинозалов, их оснащенность и географическое распределение;
- конкурентная среда в дистрибьюции и, соответственно, политика дистрибьюторов в выборе продукта (фильма) для реализации;
- количества зрителей и их предпочтения (кинопотребление).

Изменение возрастной категории российского зрителя отражается на показателях кинопотребления и, соответственно, спроса на кинематографический продукт, влечет изменение маркетинговых подходов к продвижению фильма, ставит задачи поиска нестандартных решений для привлечения зрителя [4] (Leonteva, Kuzmichev, 2018).

Вопросы творческого выражения тесно связаны с понятиями «общественная ценность» и «культурный тест», мультипликативным культурным эффектом.

Применяемые в современном кинопроизводстве технологии, оборудование, программное обеспечение и процессы позволяют создавать новые эстетические и стилистические режимы, изменяя природу мизансцены и языка кино. Взаимодействие с компьютерными технологиями, а также сочетание текста, информации и аудиовизуального погружения формируют более сложный кинематографический стиль, что одновременно влияет и на творческое выражение, и на творческое применение.

Характеризуя киноиндустрию с позиции индустриального производства, необходимо отметить такие особенности, как

- высокая гибкость и неопределенность производственных систем, которые состоят в основном из киностудий (непосредственных производителей), основных поставщиков (малых предприятий, оказывающих услуги в процессе подготовительного этапа, съемок и пост-продашена) и фрилансеров (лиц, осуществляющих профессиональную деятельность в области кинопроизводства), функционирующих на основе проектного подхода. Для создания производственной киногруппы решающую роль играют неформальные сети, индивидуальные контакты;
- неоднородность по масштабу производства;
- наличие временных разрывов (простои между кинопроектами, сезонность и т. д.);
- высокий риск невозврата инвестиций и, соответственно, их ограниченность для кинопроизводства.

Таким образом, исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод о том, что жизнеспособность творчества в киноиндустрии тесно связана с задачами бизнеса и эта взаимосвязь гораздо сложнее, чем во многих других «креативных отраслях».

## Мультифакторное значение киноиндустрии

Производство продукта (фильма) и участие в производстве компаний и людей являются примером прямого экономического воздействия. В то же время киноиндустрия создает эффекты более высокого порядка, которые вносят свой вклад в развитие экономики.

Прямые затраты организации во время киноэкспедиции стимулируют развитие местного предпринимательства, локальной экономики, напрямую способствуют увеличению доходной части бюджета региона. Помимо этого фильмы привлекают внимание к территориям и стимулируют развитие туристических направлений.

Киноиндустрия использует продукты таких «креативных индустрий» как «музыка» и «издательское дело» (как начало сюжета, так и информация о фильме, кинопроизводстве и т. д.), а также является источником для мерчендайзинга продуктов других отраслей путем создания «узнаваемости» через кинематографических героев или сюжетов, развития парка развлечений, создания компьютерных игр. В свою очередь, мультиплексы генерируют продажи продуктов питания и напитков на своих площадках, а также привлекают зрителей на территории торговых центров.

Таким образом, киноиндустрия формирует широкий потенциал для инноваций, которые считаются ключевым вкладом в развитие современной экономики, и сама является центральным драйвером экономического роста.

На этом фоне текущее состояние самой киноиндустрии, потенциал ее развития, ее влияние на экономику в целом и, соответственно, эффективность государственных субсидий важно оценивать с позиции «креативной индустрии».

# Результаты кинопоказа 2018 года

Таблица 2

Параметры	Показатели
Совокупный бокс офис отечественных фильмов, млрд руб.	13,8
Совокупная посещаемость отечественных фильмов, млн зрителей	57,9
Доля российского кино в кинотеатрах страны по количеству посещений,%	28,9
Доля российского кино в кинотеатрах страны по кассовым сборам,%	27,5
Общее количество проданных на киносеансы билетов, млн шт.	200,3
Совокупный объем кассовых сборов, млрд руб.	50,3

Источник: составлено автором по данным [8, 13, 16]

Объемы непосредственно государственного финансирования кинематографии ежегодно растут: от 5,47 млрд рублей в 2016 году до 8,99 млрд в 2018 году [14].

Государством реализуется значительное количество программ поддержки российской киноиндустрии (от непосредственного софинансирования кинопроизводства до выделения средств на проведение кинофестивалей).

Но основные тенденции в развитии российской кинематографии, эффективность государственных субсидий оцениваются в настоящее время фрагментарно.

Рубрикация в системе статистики не позволяет выделить отдельные секторы креативных (творческих) индустрий, тем самым затрудняя работу исследователей [5] (Solovev, Latkin).

Минкультуры России совместно с Фондом социальной и экономической поддержки отечественной кинематографии (Фонд кино) осуществляет сбор отраслевых данных чаще всего по росту киносети и отдельным показателям кинопоказа (табл. 2).

Функционирующие независимые отраслевые журналы («Бюллетень кинопрокатчика», «Кинобизнес», «Синемаскоп») также сосредоточены в большей степени на представлении данных кинопоказа.

Сфера культуры часто рассматривается как нечто далекое от общепринятых экономических механизмов и не изучаемое с помощью математического и статистического инструментария [3] (Levchenko, 2015).

Исследования влияния киноиндустрии на экономику в целом, развитие отрасли как источника занятости, общая добавленная стоимость киноиндустрии в настоящее время не осуществляются.

Уровень развития креативной экономики, возможно, оценить по таким показателям, как инвестиции в креативность, рост креативной производительности и рост креативной рабочей силы [2] (*Kamenskikh*, 2013).

В рамках настоящего исследования для оценки результативности киноиндустрии представляется необходимым рассматривать такие экономические показатели, как

- валовой доход, отражающий совокупный доход всех участников киноиндустрии (производный от суммы доходов участников всей цепочки создания стоимости, включая доходы от промежуточных услуг);
- валовой операционный профицит, отражающий общую прибыль на капитал;
- фонд заработной платы работников киноиндустрии, включая выплаты работникам, привлекаемым по гражданско-правовым договорам;
- валовая добавленная стоимость (например, по факторной стоимости: оплата труда + прибыль);
- чистые косвенные налоги, включая, помимо непосредственно налогов, как, например, налог на имущество, так и сборы РАО, взимаемые за исполнение музыки в фильме при кинопоказе;
- общая добавленная стоимость (сумма валовой добавленной стоимости и чистых косвенных налогов), что позволит установить прямое влияние киноиндустрии на экономику;
- количество рабочих мест, созданных в результате деятельности киноиндустрии. Основой для выборки данных показателей выступает комплексность и масштаб охвата исследования, системный подход к оценке каждого индикатора.

Российская киноиндустрия активно развивается: увеличиваются не только количественные, но и качественные показатели российских фильмов, появляются новые технологии, повышается инвестиционная привлекательность отрасли. Существует спрос на российское кино и за рубежом. Способность этого сектора «креативных индустрий» создавать добавленную стоимость не имеет границ.

Современные технологические инновации трансформируют существующую практику «креативных индустрий» и все больше смещают акценты в оценке их деятельности на коммерческие показатели. Введение экономических показателей в систему оценки эффективности киноиндустрии позволит определить эффективность мер государственной политики и своевременно их скорректировать в случае необходимости, а также внедрить новые подходы и инструменты государственной поддержки. В свою очередь, множественность экономических оценок будет являться основой для взаимодействия государства и коммерческого сектора не только киноиндустрии, но и иных «креативных индустрий».

#### Заключение

«Креативные индустрии» в большинстве своем имеют как коммерческую, так и культурную ценность. Однако часто попытки измерить ценность «креативных индустрий» в экономических терминах ограничиваются тем, что культурная ценность намного шире, чем просто стоимость услуг за труд. В то же время признание этой двойной ценности побуждает правительства во всем мире расширять и развивать свою творческую экономику. Киноиндустрия, являясь составным сектором «креативных индустрий», не представляется маргинальной с точки зрения экономического вклада и нуждается в более полной оценке мультифакторности своего влияния на эко-

номику в целом, представляя результат не только собственной эффективности, но и эффективности государственной политики в парадигме креативной экономики.

## источники:

- 1. Бокова А.А. Креативные индустрии как совокупность сложных сетевых структур // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение, 2016. № 1.
- 2. Каменских М.А. Теоретико-методические подходы к понятию «креативная экономика» и оценка уровня креативной экономики США и России // Экономический анализ: теория и практика. 2013. № 20. с. 16-20.
- 3. Левченко И.И. Креативная индустрия как основа «креативной экономики»: зарубежный инновационный опыт // Научно-методический электронный журнал Концепт, 2015.
- 4. Леонтьева К., Кузьмичев П. Как меняется кинозритель в России: демография, паттерны кинопотребления, сегментация // Синемаскоп. Информационное издание компании «НеваФильм», 2018. № 1.
- 5. Соловьев М.С., Латкин В.В. Креативные индустрии как сектор культуры // Международный журнал гуманитарных и естественных наук, № 5.
- 6. Хокинс Дж. Креативная экономика: как превратить идеи в деньги. М.: Финансовая корпорация Открытие. Классика-XXI, 2011.
- 7. Boix-Domènech R., Rausell-Köster P. The Economic Impact of the Creative Industry in the European // Drones and the Creative Industry, 2018.
- 8. Кинопрокат России. Итоги 2018 года. // Фонд кино. 02.02.2019. [Электронный ресурс]. URL: http://www.fond-kino.ru/news/kinoprokat-rossii-itogi-2018-goda/ (дата обращения: 06. 04. 2019).
- 9. Creative economy. Report 2008. // UNCTAD Geneva, 2008 [Электронный ресурс]. URL: https://unctad.org/en/docs/ditc20082cer\_en.pdf (дата обращения: 30. 03. 2019).
- 10. Creative Economy. Report 2013. // UNESCO, 2013. [Электронный ресурс]. URL: http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013.pdf (дата обращения: 02. 04. 2019).
- 11. Creative Economy Outlook. Trends in international trade in creative industries 2002–2015. Country profiles 2005–2014 // United Nations publication issued by the United Nations Conference on Trade and Development, 2018.
- 12. Valuing Australia's Creative Industries. Final Report Creative Industries. Innovation Centre, 2013. December. [Электронный ресурс]. URL: URL: https://www.sgsep.com. au/assets/Valuing-Australias-Creative-Industries-Final-Report.pdf (дата обращения: 29. 03. 2019).
- 13. Официальный сайт Министерства культуры, СМИ и спорта Великобритании (Department for Culture Media and Sport UK). [Электронный ресурс]. URL: www. gov.uk/government.

- 14. Официальный сайт Министерства культуры Российской Федерации. [Электронный ресурс]. URL: https://www.mkrf.ru.
- 15. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики (Росстат). [Электронный ресурс]. URL: http://www.gks.ru.
- 16. Официальный сайт Федерального фонда социальной и экономической поддержки отечественной кинематографии (Фонд кино). [Электронный ресурс]. URL: http://www.fond-kino.ru/.

#### REFERENCES:

- Creative Economy Outlook. Trends in international trade in creative industries 2002–2015. Country profiles 2005–2014 (2018). United Nations publication issued by the United Nations Conference on Trade and Development. 445.
- Boix-Domènech R., Rausell-Köster P. (2018). The Economic Impact of the Creative Industry in the EuropeanDrones and the Creative Industry.
- Bokova A.A. (2016). Kreativnye industrii kak sovokupnost slozhnyh setevyh struktur [Creative industries as a complex networking]. Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Kulturologiya i iskusstvovedenie. (1). (in Russian).
- Creative Economy. Report 2013. // UNESCO, 2013. Retrieved April 02, 2019, from http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013.pdf
- Creative economy. Report 2008. // UNCTAD-Geneva, 2008. Retrieved March 30, 2019, from https://unctad.org/en/docs/ditc20082cer\_en.pdf
- Kamenskikh M.A. (2013). *Teoretiko-metodicheskie podkhody k ponyatiyu «kreativnaya ekonomika» i otsenka urovnya kreativnoy ekonomiki SShA i Rossii* [Theoretical and methodological approaches to the concept of "creative economy" and assessment of the creative economy of the USA and Russia]. *Economic analysis: theory and practice.* (20). (in Russian).
- Khokins Dzh. (2011). *Kreativnaya ekonomika: kak prevratit idei v dengi* [The creative economy: how to turn ideas into money] (in Russian).
- Leonteva K., Kuzmichev P. (2018). *Kak menyaetsya kinozritel v Rossii: demografiya, patterny kinopotrebleniya, segmentatsiya* [How the moviegoer in Russia: demography, patterns of chenopodietea, segmentation]. *Sinemaskop. Informatsionnoe izdanie kompanii «NevaFilm»*. (1). (in Russian).
- Levchenko I.I. (2015). Kreativnaya industriya kak osnova «kreativnoy ekonomiki»: zarubezhnyy innovatsionnyy opyt [Creative industry as the basis of the "creative economy": foreign innovative experience]. Scientific and methodical electronic journal Concept. (in Russian).
- Solovev M.S., Latkin V.V. *Kreativnye industrii kak sektor kultury* [Creative industries as a sector of culture]. *International Journal of Humanities and Natural Sciences*. (5). (in Russian).
- Valuing Australia's Creative Industries. Final Report Creative Industries. Innovation Centre. 2013. December. 96 p. Retrieved March 29, 2019, from URL: https://www.sgsep.com.au/assets/Valuing-Australias-Creative-Industries-Final-Report.pdf