

## Прокатывать нельзя регулировать

Ксения Леонтьева, Элеонора Кольенен-Иванова, Мария Безенкова, компания «Невафильм»

В последнее время в кинематографических кругах все чаще говорят о том, что репертуар российских кинотеатров однообразен, в широком прокате доминируют блокбастеры и независимым фильмам сложно пробиться на экраны, поэтому следует задуматься о принятии срочных мер – вроде французской модели ограничения количества показов одного фильма в мультиплексах (не более двух копий на кинотеатр и не более 30% еженедельных сеансов).

Впрочем, ограниченность российской киноафиши – не новость. Еще весной 2008 года специалисты Невафильм Research проводили исследование репертуара кинотеатров (см.: Разные площадки – разные фильмы? // Синемаскоп, № 2 (22), 2008), показавшее, что многие фильмы в России испытывали трудности на пути к зрителю. Основная проблема тогда заключалась в краткости жизненного цикла фильма на киноэкране (не дольше 2–3 недели). При этом в стране наблюдался дифференцированный подход к репертуарному планированию со стороны отдельно стоящих кинотеатров и кинозалов в торгово-развлекательных центрах, причем именно последние, несмотря на наличие большего числа экранов, способствовали быстрой ротации картин и не использовали в полной мере имеющиеся у них возможности расширения общероссийской киноафиши.

Мы решили вновь обратиться к вопросу репертуарной политики российских кинотеатров, но уже с точки зрения дня нынешнего. После перехода к цифровым технологиям большинства показчиков (65% кинотеатров уже имеют цифровые залы), но при продолжающемся давлении на кинотеатры со стороны дистрибьюторов в вопросах росписи как пленочных, так и цифровых залов, вызванном жестким противостоянием на рынке крупных релизов и дистрибьюторов, сегодня мы наблюдаем открытые конфликты и широкое обсуждение данных проблем.

Нами двигало желание понять, произошли ли принципиальные изменения в российском прокате с 2008 года, а также то, насколько сложившаяся сегодня ситуация требует (и позволяет) введения ограничительных мер для многозальников, подобных тем, что действуют во Франции. Иными словами, свободно ли сегодня все российские дистрибьюторы могут прокатывать свои фильмы в кинотеатрах, прежде всего в многозальниках, или же рынку не хватает регулирующего воздействия, чтобы открыть равный доступ к экрану для всех фильмов.

### Условия проведения исследования

Для исследования была сделана выборка, отражающая географическое распределение кинотеатров с различным числом залов на территории России. Были выделены 4 типа кинотеатров:

- однозальники,
- двухзальники,
- кинотеатры с 3–4 залами,
- многозальники с 5-ю и более залами.

При этом группы по числу кинотеатров каждого типа в России примерно одинаковы, за исключением доминирующей первой: в стране 44% однозальников; 20% двухзальников; 17% трех-четырёхзальников и 19% кинотеатров большего размера.

Для исследования были выбраны 45 кинотеатров из 37 городов, охвативших все федеральные округа. Число исследованных кинотеатров в каждом городе определялось исходя из того, как распределены кинотеатры с разным числом залов в городах с различной численностью населения по России в целом.

Общий объем выборки исследования составил 5,1% от генеральной совокупности (на 01.04.2011 в России насчитывалось 882 современных кинотеатра, 2480 залов в 346 городах): 19 однозальников (42%), 9 двухзальных кинотеатров (20%), 8 площадок с тремя-четырьмя экранами (18%) и 9 многозальников с пятью и более экранами на комплекс (20%). Таким образом, выборка является репрезентативной, поскольку соответствует общероссийскому распределению кинотеатров по группам.

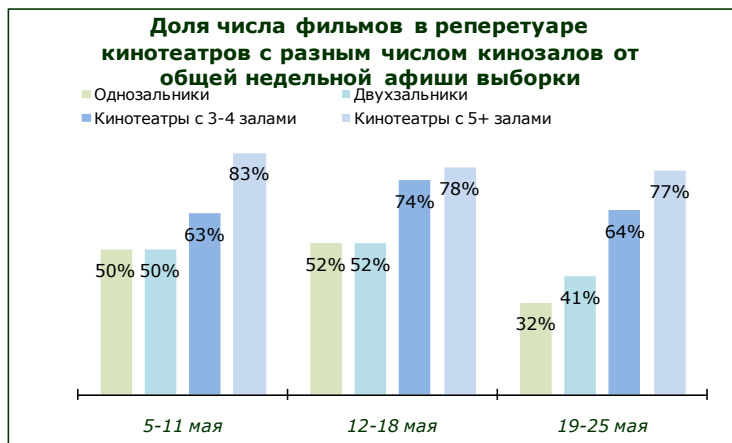
Исследование проводилось в период с 5 по 24 мая 2011 года. В течение этого времени происходил мониторинг афиши кинотеатров выборки: фиксировались названия фильмов в репертуаре и количество сеансов в день по каждому наименованию.

### Количество фильмов

На протяжении трех рассматриваемых майских кинонедель количество фильмов на афише кинотеатров выборки варьировалось от 24-х до 21-го. Необходимо отметить, что за три года количество картин, демонстрируемых в течение недели, существенно сократилось (весной 2008-го оно составляло 37–45 фильмов). Таким образом, значимость репертуарных методов конкурентной борьбы между кинотеатрами несколько снизилась. Сейчас более важную роль играет наличие цифровых экранов, поскольку некоторые фильмы выходят исключительно в данном формате, и тенденция эта постепенно набирает популярность (на афише нашей выборки за первые три недели

мониторинга присутствовали такие *исключительно цифровые* релизы, как «Пастырь 3D», «Смелый большой панда», «Затаившееся 3D», а также программы альтернативного контента).

Наиболее разнообразен репертуар многозальных кинотеатров: во время проведения мониторинга в их репертуаре наблюдалось от 77 до 83% фильмов общей недельной афиши выборки. Любопытна ситуация среди одно- и двухзальных кинотеатров: если в течение первых двух недель оба типа киноплощадок демонстрировали половину фильмов текущей афиши, то после выхода блокбастера «Пираты Карибского моря: На странных берегах» число фильмов, представленных на их экранах, существенно уменьшилось, особенно в однозальных кинотеатрах (почти вдвое). При этом количество фильмов в кинотеатрах с числом залов от трех и выше изменилось несущественно. Иначе говоря, наличие нескольких залов спасает кинотеатры от жестких ультиматумов дистрибьюторов при росписи блокбастеров и предоставляет зрителю широкий выбор фильмов.



«Пираты Карибского моря: На странных берегах» число фильмов, представленных на их экранах, существенно уменьшилось, особенно в однозальных кинотеатрах (почти вдвое). При этом количество фильмов в кинотеатрах с числом залов от трех и выше изменилось несущественно. Иначе говоря, наличие нескольких залов спасает кинотеатры от жестких ультиматумов дистрибьюторов при росписи блокбастеров и предоставляет зрителю широкий выбор фильмов.

### Сроки проката

Анализ репертуара кинотеатров по срокам проката картин также выявил интересную тенденцию: при общем сокращении (по сравнению с 2008 годом) числа фильмов, демонстрируемых в течение недели, увеличился «срок жизни» картин на экранах кинотеатров. «Фильмы-старожилы» (пятая неделя проката и дольше) демонстрируются сейчас на экранах всех групп кинотеатров. Так, киноленты шестой и седьмой недель проката составляют 4% от общего числа фильмов в двухзальниках и по 3% – в кинотеатрах с большим количеством экранов, где также 5–6% афиши занимают фильмы на пятой неделе проката. Доля последних в одно- и двухзальниках еще выше – 8% от общего числа картин на афише. Также в репертуаре однозальников присутствуют фильмы-аттракционы (например, «Океаны», премьера которого состоялась более двух месяцев назад, а в многозальниках с залами IMAX – «Телескоп Хаббл 3D», вышедший на российские экраны в сентябре 2010-го).

Чаще всего кинотеатры всех групп показывают фильмы первой и второй недель проката. Однако если весной 2008-го их совокупная доля составляла более 80% от общего числа демонстрируемых картин, то сейчас новые фильмы занимают около 50% афиши. Набирающие популярность предпремьерные показы фильмов также проходят в кинотеатрах всех типов, хотя больше всего премьер в многозальниках (в среднем 16% от общего репертуара кинокомплекса).

Результаты анализа репертуара по количеству сеансов фильмов разных сроков проката свидетельствуют о том, что, несмотря на видимое разнообразие фильмов на афише, наибольшее количество экранного времени по-прежнему отдается премьерам и картинам второй-третьей недель проката. Предпремьеры, вопреки численному преимуществу в многозальниках, по количеству сеансов распределяются практически одинаково во всех группах кинотеатров и в среднем занимают 3–5% экранного времени выборки. Доля экранного времени, отведенного картинам сроком проката более четырех недель в совокупности по-прежнему, как и в 2008 году, мала. Любопытно, что больше всего сеансов на данные картины отводится в двухзальниках (3% сеансов) и в кинокомплексах категории «5+ залов» (4% экранного времени). Таким образом, наиболее гибкая репертуарная политика в отношении экранного времени наблюдается опять-таки в многозальниках: благодаря количеству экранов, они предлагают зрителю большее разнообразие картин различных сроков проката.

### Типы фильмов

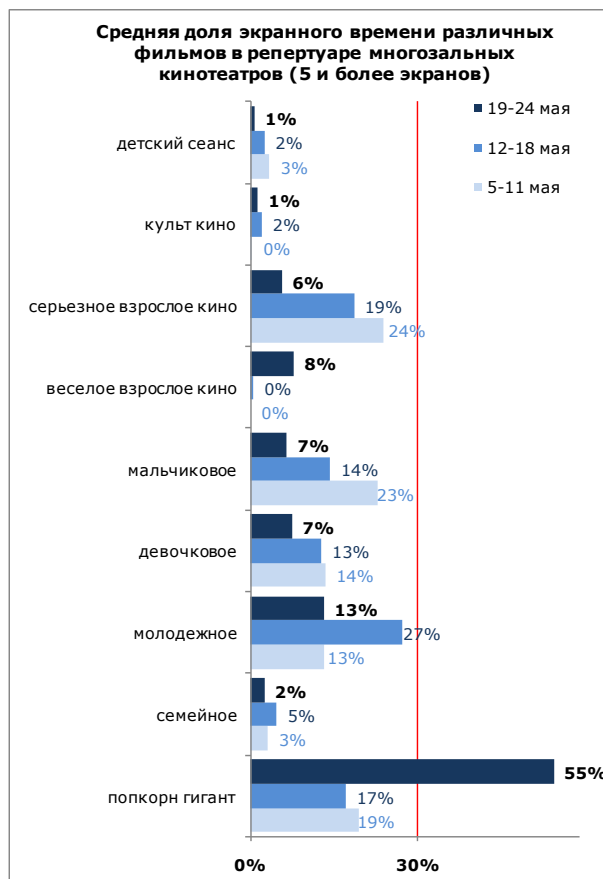
Интерес также представляет распределение различных типов кинокартин на экранах страны. Классификация фильмов была произведена специалистами «Невафильм» на основе представлений о целевой аудитории фильма; при этом была использована терминология, предложенная изданием «Бюллетень кинопрокатчика». Отметим, что отнесение картины к той или иной категории носит более или менее субъективный характер (характеристику типов фильмов см. в: Синемаскоп, № 2 (22), 2008; или на сайте [www.невафильм.рф](http://www.невафильм.рф)).

По количеству наименований в многозальных кинотеатрах по-прежнему доминирует молодежное кино (более 30% от всех демонстрируемых фильмов), однако в одно- и двухзальниках на афише больше серьезных взрослых картин (по 25%). Фильмы, которые мы отнесли к категории «культ кино», наиболее широко представлены в однозальных кинотеатрах и кинокомплексах с пятью и более экранами (13 и 8% от фильмов афиши соответственно) – в частности, в связи с наличием специальных артхаусных залов у последних.

Как и в 2008 году, при рассмотрении репертуара с учетом числа сеансов, выяснилось, что на экранах всех типов кинотеатров практически идентичны доли показов попкорн-гигантов (18–25% сеансов) и молодежных фильмов (20–26% сеансов). Значительно возросла доля мальчикового кино (это связано с прокатом фильма «Форсаж 5»): фильмы данной категории занимают от 32% сеансов в однозальниках до 19% в многозальных кинокомплексах. Доля семейных картин достаточно мала (максимальная (16% сеансов) – в кинотеатрах с 3–4 залами; минимальная (2%) – в однозальниках), однако ситуация в ближайшее время должна была измениться – в связи с выходом на экраны мультфильма «Кунг-фу Панда 2». Больше всего детского кино демонстрируется в двухзальниках (4% сеансов). Распределение артхаусных фильмов пропорционально их количеству на афише различных типов кинотеатров: большинство сеансов наблюдается в однозальных кинотеатрах и многозальных кинокомплексах (2 и 1% соответственно).

### Необходимость вмешательства?

Наконец, отвечая на вопрос, целесообразно ли применение на российском рынке кинопоказа французской модели регулирования с ограничением показа одного фильма в мультиплексах на уровне не более 30% от еженедельных сеансов, мы остановились на репертуаре кинотеатров выборки с количеством залов более пяти. Выяснилось, что из всех картин афиши выборки за период 5–24 мая рубеж в 30% от всех сеансов кинокомплекса за неделю был превышен только одним фильмом – «Пираты Карибского моря: На странных берегах» (его доля составила 52% сеансов многозальных комплексов на первой неделе проката). В результате обобщенного анализа по типам фильмов эта тенденция подтвердилась: доля попкорн-гигантов составила 55% сеансов лишь на неделе выхода указанной картины. Таким образом, в условиях отсутствия в прокате крупных блокбастеров российский рынок самостоятельно не допускает превышения предполагаемого искусственного ограничения в 30% (доля сеансов большинства фильмов, в том числе и попкорн-гигантов, в многозальниках не превышает и 20% экранного времени). Однако появление крупного релиза, подобного «Пиратам...», требует подобного вмешательства, поскольку жесткая позиция дистрибьютора и давление на кинопоказчиков серьезно влияют на широту афиши не только одно-, двухзальников, но и мини- и мультиплексов, являющихся оплотом сохранения разнообразия фильмов для российских зрителей.



### Выводы

Итак, в 2011 году в условиях развитого рынка кинопоказа и цифрового кинопроката произошло сокращение общероссийской киноафиши широкого проката: средненедельное число картин на афишах кинотеатров страны сократилось почти вдвое по сравнению с уровнем 2008 года. В то же время сроки проката фильмов увеличились, то есть основная проблема репертуара кинотеатров образца 2008 года – краткость экранной жизни фильма – постепенно преодолевается, преимущественно благодаря расширению сети многозальных кинотеатров, которые сегодня предлагают зрителям более широкий выбор картин. При этом однозальные кинотеатры все чаще выступают в роли второго экрана – доли фильмов (46%) и сеансов (31%) на третьей неделе проката и позже здесь самые высокие среди всех групп кинотеатров. В то же время однозальные и многозальные кинотеатры (с числом залов от пяти) становятся основными поставщиками артхаусного кино: мини- и мультиплексы даже открывают специальные кинозалы для показа картин категории «культ кино», тогда как для однозальников показ таких фильмов становится все более распространенным методом конкурентной борьбы. Неожиданным оказалось и то, что роспись фильмов недельной афиши (за исключением ожидаемых блокбастеров, подобных «Пиратам...») в основном не приводит к доминированию одной картины в репертуаре кинотеатра (не занимает более трети экранного времени).