

УДК 791.6 + 654.1 + 658
ББК 85.374(3) + 76.032 + 65.290

DOI: 10.30628/1994-9529-2021-17.2-275-294
received 22.03.2021, accepted 29.06.2021

ГАЛИЯ МАРСЕЛЬЕВНА ЮСУПОВА

Государственный институт искусствознания,

Школа-студия МХАТ,

Москва, Россия

ResearcherID: AAT-5009-2021

ORCID ID: 0000-0002-1767-8876

e-mail: usupova33@mail.ru

КИНО И ТЕЛЕВИДЕНИЕ: МЕХАНИЗМЫ ПОДДЕРЖКИ В СОВРЕМЕННОЙ ЕВРОПЕ

Аннотация. В основе современного мирового кинопроизводства лежат более чем 120 механизмов общественной поддержки. Национальные модели киноиндустрии формируются в зависимости от степени вовлеченности государства в регулирование рынка в данной сфере.

В создании европейских игровых фильмов их продюсеры опираются на пять главных источников: прямое государственное финансирование, инвестиции вещателей, вложения производителей, предварительные продажи и налоговое стимулирование. Наиболее важными становятся здесь первые два, которые фокусируют соответственно 26% и 21% поддержки.

Большинство европейских стран сегодня обеспечивают функционирование собственных киноиндустрий, инвестируя в производственный процесс напрямую — через предварительное приобретение и/или совместное производство фильмов и телевизионных программ, а также косвенно, т.е. внося вклад в национальные фонды кино. Подобные формы вложений постоянно развиваются, поскольку уже зарекомендовали себя как весьма эффективные.

Другие участники рынка — экспоненты, дистрибьюторы аудиовизуального контента и создатели киноконтента на физических носителях — поддерживают национальное и европейское кинопроизводство в виде обязательных

взносов в кинофонды. Увеличению финансовых обязательств вещательных компаний способствовало появление и популярность платформ видео по запросу (video-on-demand).

В данном обзоре также представлена информация о технических деталях этого многоэтапного процесса: приводится классификация действующих обязательств со стороны вещателей, а также анализируются механизмы финансовой поддержки кинопроизводства телевизионными каналами.

Ключевые слова: государственная поддержка кино, фискальные стимулы, обязательные сборы, аудиовизуальный сектор, обязательства вещателей, «мягкие деньги», налоги и сборы, национальный фильм, телевизионная индустрия

UDC 791.6 + 654.1 + 658

LBC 85.374(3) + 76.032 + 65.290

GALIYA M. YUSUPOVA

State Institute for Art Studies,
Moscow Art Theatre School,
Moscow, Russia

ResearcherID: AAT-5009-2021

ORCID ID: 0000-0002-1767-8876

e-mail: usupova33@mail.ru

FILM AND TELEVISION: FINANCIAL SUPPORT FACILITIES IN MODERN EUROPE

Abstract. Modern global filmmaking is fed by more than 120 public support mechanisms. Depending on the degree of government involvement in film industry market regulation, the national models in this area may vary.

When it comes to European feature films, the producers ride on five main sources: direct government funding, broadcasting investment, producer investment, pre-sales, and tax incentives. The most important here are the first two, which focus 26% and 21% of support, respectively.

Most European countries today provide their film industries by investing in the production process directly—through the pre-acquisition and/or co-production of films and television programs, and indirectly, by contributing to their national

film funds. Such forms of investment are constantly evolving, since they have already proven themselves to be very effective.

Other market players—exhibitors, distributors of audiovisual content and creators of film content on physical media—support national and European film production through compulsory contributions to cinema funds. The emergence and popularity of video-on-demand platforms has boosted broadcasters' financial commitments.

The article also provides information on the technical details of this multi-step process: the author classifies the existing types of broadcasters' obligations, and analyzes the mechanisms of financial support for film production by television channels.

Keywords: government support for cinema, fiscal incentives, mandatory compulsory contributions, audiovisual sector, obligations for broadcasters, "soft money", taxes and levies, national film, television industry

О том, что перемены в существующей отечественной системе поддержки кино необходимы, сегодня говорят практически все профессионалы киноотрасли. Эффективность расходования бюджетных средств, помощь «компаниям-лидерам» безвозвратными кредитами вызывает множество вопросов не только у кинообщества, но и у самих чиновников. Между тем, единственным критерием эффективности государственной поддержки кино считается доля отечественных фильмов в прокате. Соответственно, главная цель комплекса административных мер в последние годы — увеличение этой доли. Ни творческие результаты, ни кассовые сборы, ни завоевание собственного зрителя не являются приоритетными задачами.

В таком случае обратимся и мы к объективным цифрам проката отечественного кино¹.

Рентабельность российского кино по итогам 2020 года составила всего 7,36 %: из 95-ти отечественных релизов прибыльными стали только 7. То есть финансовые вложения в остальные 92,6% российского кино оказались неэффективными. В 2019 году из 161 отечественного релиза в кинопрокате прибыльными стали 12, это 7,45% (Напомним, что релиз считается окупившим свое производство, если сборы как минимум в 2 раза превысят затраты на производство.)

Доля отечественного кино в 2019 году составила 20,9%. Десять лет назад, в 2009 году последний раз в десятке лидеров проката было 5 рос-

¹ Данные приведены по статье С. Лаврова [1].

сийских релизов. В 2019 году, по данным Фонда кино, это один фильм, «Т-34» [2]. За 10 последних лет убытки российской киноиндустрии от провальных кинопрокатных релизов составили \$3,5 млрд. За 2019 год ответственная киноотрасль потеряла еще 10 млрд. рублей.

Киноотрасль развивается при настойчивом участии государства, которое на сегодняшний день не предлагает эффективной модели поддержки — ни по каким-либо зарубежным образцам, ни по собственному рецепту. При этом государство продолжает инвестировать в кино значительные суммы, одновременно усиливая идеологическое давление. Именно государство в лице Министерства культуры и Фонда кино, по сути, стало генеральным продюсером национального кинематографа.

Если считать, по логике Министерства культуры и Фонда кино, успехом отрасли долю национального кино в прокате, будет полезно обратиться к данным по европейским странам. Цифры, опубликованные European Audiovisual Observatory (OBS) по 2018 году, говорят о том, что даже по этому показателю Россия сильно уступает не только старейшим кинодержавам Европы, но и кинематографу Турции, который стремительно развивается последние годы (Табл. 1).

Таблица 1 [Table 1]

Доля национального кино в прокате (2018)
Share of national cinema distribution (2018)

| Страны | Доля национального кино в прокате страны (2018 г.) |
|----------------|--|
| Турция | 63,4% |
| Великобритания | 44,8% |
| Франция | 39,0% |
| Польша | 33,8% |
| Россия | 28,5% (2019 г. — 20,9%) |
| Германия | 23,5% |

Данные Европейской аудиовизуальной обсерватории [3]

Source: European Audiovisual Observatory (OBS) [3]

Очевидно, что существует настоятельная необходимость в переосмыслении взаимоотношений государства и кинематографа. В этих обстоя-

тельствах представляется логичным и полезным обратиться к опыту европейских стран, создавших стройную и эффективно работающую систему поддержки национального кинопроизводства.

Несмотря на существующие различия в способах поддержки культуры и, в частности, кинематографа, необходимость участия государства в этом процессе не вызывает сомнений. И в целом сегодня насчитывается свыше 120-ти механизмов общественной поддержки.

Сегодня в 35-ти европейских странах, доступных для анализа², действуют примерно 250 фондов, нацеленных на развитие кинематографа [4, р. 29]. Цифры могут незначительно меняться год от года, так как одни фонды закрываются, на смену открываются другие происходит слияние и деление фондов, но в целом количество финансирующих организаций неизменно.

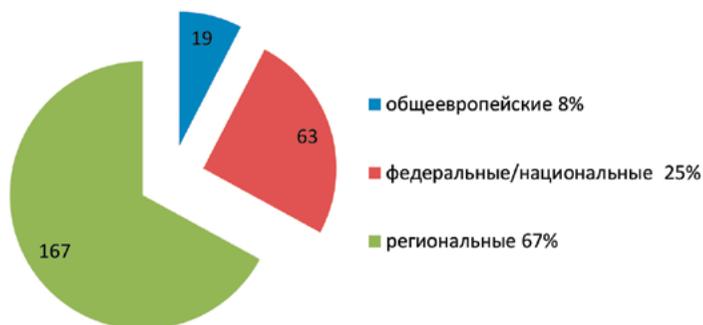


Рис. 1. Распределение фондов по географическому принципу. Данные Европейской аудиовизуальной обсерватории [4, р. 29]

Fig. 1. Geography-based distribution of funds.

Source: European Audiovisual Observatory (OBS) [4, р. 29]

Как видим, наибольшее число финансирующих киноотрасль институций находится на внутреннем, региональном уровне (рис. 1). Так, например, в Германии вся структура поддержки кино и культуры в целом обсуждается не на федеральном уровне, а в регионах/ федеральных землях. Половина из €350 млн., ежегодно выделяемых на поддержку немец-

² Здесь и далее мы используем данные, приведенные в исследованиях Европейской аудиовизуальной комиссии в 2014–2020 гг. [3, 4], где рассматривались показатели на различных уровнях — общеевропейском («наднациональном», supranational), национальном/федеральном и «субнациональном» уровне, то есть на региональном.

кого кинематографа, уходит в 7 региональных фондов. Польский институт кино (PISF) распределяет деньги через 11 соответствующих региональных фондов [5, с. 47].

Интересно, что удельный вес государственного финансирования уменьшается в соответствии с увеличением размера рынка, и наоборот. На 5-ти самых крупных рынках доля государственного участия составляет всего 21% общего объема финансирования, на средних эта цифра увеличивается до 43%, и более половины бюджета киноотрасли (54%) берет на себя государство на малых рынках (рис. 2).

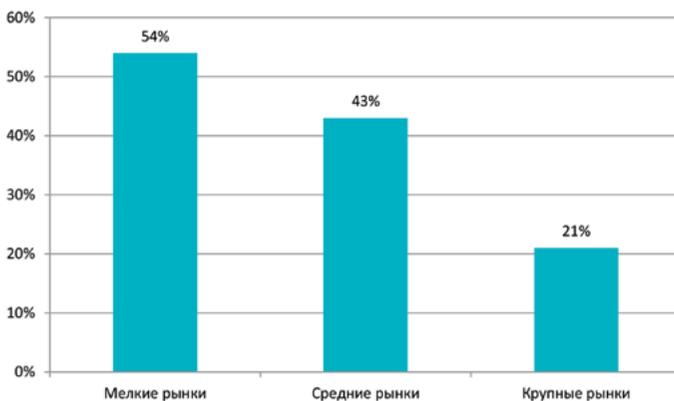


Рис. 2. Процентная доля государственного финансирования кино в зависимости от размеров рынка.

Данные Европейской аудиовизуальной обсерватории [6, p. 9]

Fig. 2. Share of state funding for cinema, depending on the volume of the market.

Source: European Audiovisual Observatory (OBS) [6, p. 9]

Европейский кино- и аудиовизуальный сектор полагаются, с одной стороны, на частные инвестиции, с другой — на государственную поддержку. Соотношение этих главных источников меняется в разных странах и зависит от разных факторов: финансирование кино или аудиовизуального контента, тип проекта и т.д. В создании европейских игровых фильмов их продюсеры опираются на пять главных источников: прямое государственное финансирование, инвестиции вещателей, вложения производителей, предварительные продажи и налоговое стимулирование. Государственная поддержка опирается, в свою очередь, на четыре основных стратегии:

- прямое финансирование (через государственные фонды, из государственного бюджета, национальных лотерей и т.д.);

- фискальное стимулирование («tax shelters», «tax credits», «rebates», которые можно определить как «налоговые льготы», «налоговые вычеты» и «прямые денежные возвраты»);

- обязательства по участию в финансировании кинопроизводства для кинотеатров, дистрибьюторов, телеканалов (эфирных и платных, частных и государственных), видеоиздателей фильмов на физических носителях, сервисов видео по запросу (так называемых «онлайн-кинотеатров»), а также операторов видео по запросу (VoD) в сетях платного телевидения и даже провайдеров доступа в Интернет и т.д;

- государственные гарантии для обеспечения доступа к частному финансированию. Этот механизм призван преодолеть разрыв между кинопроизводителями и кредитными учреждениями и облегчить доступ к финансированию кинематографа.

Европейская практика свидетельствует о том, что возможна любая конфигурация и соотношение этих форм поддержки. Однако надо иметь в виду, что государственная помощь требует от продюсера и съемочной группы более строгого соответствия критериям поддержки, чаще всего автоматической. В то же время налоговые стимулы больше ориентированы на экономику — инвестиции и соответствующие расходы (Табл. 2).

Таблица 2 [Table 2]

Распределение совокупного объема финансирования кино в Европе по источникам (2016)

Distribution of the total volume of film financing in Europe by source (2016)

| | Источник финансирования | доля % (Европа) | искл. Францию |
|----|---------------------------------------|------------------------|----------------------|
| 1. | Прямое государственное финансирование | 29% | 41% |
| 2. | Инвестиции вещателей | 25% | 15% |
| 3 | Предпродажи (искл. ТВ) | 16% | 11% |
| 4. | Инвестиции продюсеров (искл. ТВ) | 15% | 16% |
| 5. | Налоговые стимулы | 10% | 8% |
| 6. | Заемные средства | 2% | 3% |
| 7. | Другие финансовые источники | 1% | 3% |
| 8. | Частные инвестиции | 1% | 1% |

| | | | |
|----|-----------------------------------|-------------------------|-----------------------|
| 9. | Натуральные инвестиции | 0% | 2% |
| | Общий объем финансирования | 1 411.7 млн.Euro | 679.0 млн Euro |

Данные Европейской аудиовизуальной обсерватории [3, p. 8]

Source: European Audiovisual Observatory (OBS) [3, p. 8]

Двумя наиболее значительными источниками финансирования были прямое государственное финансирование и инвестиции вещательных организаций, на которые приходилось 29% и 25% от общего объема финансирования, соответственно (см. Табл. 2). В совокупности на эти два источника, как видим, приходилось более половины объема финансирования игровых фильмов. Инвестиции продюсеров (без участия вещателей) и предварительные продажи (без прав на вещание) составили 15% и 16% от общего объема финансирования, соответственно. Инвестиции продюсера в производство (собственные инвестиции) определяются как средства, вложенные продюсерами в производство фильма, что дает им долю в капитале фильма, то есть (частичное) владение негативными и авторскими правами, связанными с фильмом. Сюда входят вложения производителей в натуральной форме, но исключаются вложения в натуральной форме (средства для создания собственного капитала) третьих сторон, таких как компании по аренде оборудования, студии или постпродакшн. Сюда также не включаются отсрочка или ссуда со стороны производителей, поскольку они квалифицируются как долговое финансирование. Собственный капитал производителей обычно занимает последнее место в совокупном бюджете проекта.

Помимо этих четырех основных источников, налоговые стимулы — все активнее работающая сфера — обеспечили 10% общего бюджета европейского кинематографа.

Другие источники финансирования, включая частный акционерный капитал, долговое финансирование или натуральные инвестиции, были незначительными с совокупной точки зрения.

Общественное вещание уже несколько последних лет теряет среднюю долю на рынках Европы: с 2013 по 2018 годы она сократилась на 4%. Сервисам общественного вещания, как и коммерческим каналам, приходится учитывать новые тенденции рынка. Увеличение числа каналов цифрового вещания, интерес аудитории к использованию стриминговых платформ для просмотра — все это с одной стороны, приводит к большей фрагментации аудитории, а с другой — к потере части зрителей.

Все возрастающей проблемой для европейских фондов становится постоянное сокращение вклада телевещателей. Эта тенденция прослеживается практически во всех европейских странах. При доле рынка в 31% в 2018 г. подписки на спутниковое телевидение тем не менее снижаются все последнее десятилетие. Доля рынка платного цифрового телевидения также падает. Исключения составляют только три страны, демонстрирующие в этом сегменте не только стабильность, но и некоторый рост: это Германия, Италия и Россия.

За исключением Франции, где инвестиции вещательных компаний традиционно высоки, вещательные компании в остальных европейских странах вносят от 10% до 15% в общий объем финансирования. Эти вклады происходят на всех рынках — малых, средних и крупных. Анализ по отдельным странам Европы показывает, что нет никакой зависимости между объемом помощи вещательных компаний и размером рынка в стране.

Интересно, что картина довольно значительно меняется, если исключить из общей схемы Францию, исторически оказывающую кинопроизводству мощную поддержку по всем направлениям. Обзор выборки показывает, что большая часть европейских игровых фильмов создается за счет инвестиций вещателей: 71% фильмов были частично профинансированы за счет инвестиций вещателей: либо через предварительные продажи, либо как прямые (совместные) инвестиции вещателей в производство (Рис. 3 и 4). Без учета французских фильмов эта доля снижается до 64%.

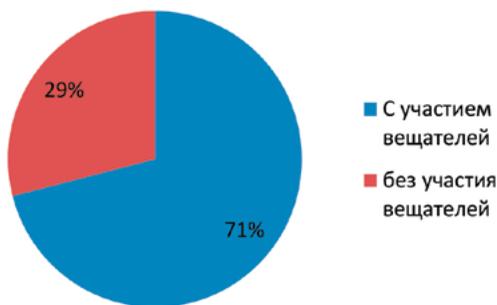


Рис. 3. Фильмы, снятые в Европе (2017) по долям от общего количества фильмов. Данные Европейской аудиовизуальной обсерватории [7, р. 56]

Fig. 3. Films shot in Europe (2017) by shares of the total number of films. Source: European Audiovisual Observatory (OBS) [7, р. 56]

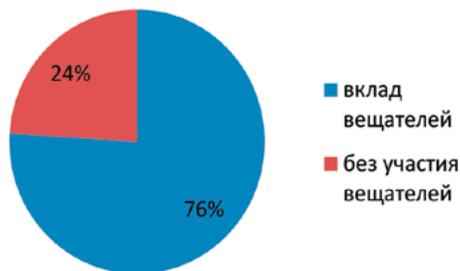


Рис. 4. Доля вещателей в общем объеме финансирования европейских фильмов. Данные Европейской аудиовизуальной обсерватории [7, р. 56]

Fig. 4. Share of broadcasters in total funding for European films
Source: European Audiovisual Observatory (OBS) [7, p. 56]

Во Франции вещательные компании играют исключительно важную роль в финансировании фильмов, о чем ясно свидетельствует тот факт, что — при рассмотрении всех снятых фильмов — инвестиции вещательных компаний составили 24% от общего объема финансирования на крупных выборочных рынках по сравнению только с 11%, если французские фильмы исключены из анализа.

Известно, что система финансирования кино во Франции функционирует исключительно эффективно. Именно поэтому использование французского опыта поддержки национального кинематографа может быть чрезвычайно полезно при реформировании киноотрасли в России. Прежде всего, нужно отметить, что телеканалы во Франции стали основными партнерами кинопроизводства еще с тех пор, как телевидение стало конкурентом кинопоказа. Участие телеканалов стало своеобразной формой компенсации этой конкуренции. Обязательства вещателей различаются, но вместе с этим преследуют одну цель — поддержка и продвижение французского и европейского кинематографа. Если бесплатные каналы (телеканалы «свободного доступа») показывают не менее 52 фильмов в год, они должны направлять ежегодно 3,2% чистого товарооборота за предыдущий год на развитие европейского кинопроизводства [8, с. 77]. Эти инвестиции могут иметь форму предварительной покупки (до завершения съемочного периода), или инвестициями в совместное производство. Так, например, франко-немецкий канал ARTE France, формально не подчиняющийся французским законам, финансирует в среднем до 10% бюджета артхаусных фильмов совместного производства. Еще более

значительной является поддержка со стороны тематических каналов. Пакет Ciné+, объединяющий 7 каналов с преобладанием кинофильмов, обязан не менее 27% своего бюджета направлять на покупку прав на трансляцию европейских фильмов и фильмов на французском языке (22%).

Частые ссылки на французский опыт квотирования национального кино на сегодняшний день вряд ли правомерны. Во Франции, как известно, не применяются квоты на показ в кинотеатрах. Между тем, все типы телевизионных служб должны предоставлять не менее 60% времени от общего количества кинопоказов европейским фильмам, и 40% — кинофильмам на французском языке. Такое своеобразное квотирование соблюдается и для каналов нетематического контента.

Важно, что регламентирование действует и в обратном направлении. Например, кинофильмы первого, эксклюзивного показа не могут демонстрироваться в определенные часы и дни недели: например, в субботу с 18.00 до 23.00. Это нужно, чтобы ограничить конкуренцию телевидения в то время, когда зрители посещают кинотеатры. Для нетематических каналов запрет еще строже: действует ограничение на показ вечером в среду и пятницу: среда во Франции — традиционный день выхода новинок в прокат.

Поскольку в данном обзоре, посвященном источникам финансирования европейского кино, нас прежде всего интересует участие вещателей — кинотеатров, дистрибьюторов, телеканалов (эфирные и платные, частные и государственные), видеоиздателей фильмов на физических носителях, сервисов видео по запросу, провайдеров доступа в Интернет — мы более подробно рассмотрим механизмы этого участия.

Как мы уже отмечали, вклад вещателей — один из двух наиболее значимых источников пополнения бюджета киноотрасли. В свою очередь инвестиции вещательных компаний могут происходить в двух основных формах: предварительные продажи и совместное производство. Предварительные продажи являются, как правило, доминирующей формой инвестиций вещателей на малых и крупных рынках, в то время как инвестиции в совместное производство, как правило, более распространены на средних рынках³.

На общеевропейском уровне вещательные компании финансировали производство игровых фильмов в основном за счет предпродажных ин-

³ Предпродажа определяется как продажа прав на распространение (лицензия на распространение), которая происходит в любое время до завершения производства фильма.

вестиций, а не инвестиций в совместное производство: 81% выборочных инвестиций вещательных компаний приняли форму предварительных продаж, в то время как инвестиции в совместное производство составили только 19% совокупных инвестиций вещателей в размере 445 миллионов евро (данные 2017 г). Картина меняется, если исключить французские фильмы из анализа. В этом случае распределение инвестиций вещательных компаний более равномерно между инвестициями в предпродажу и копродукцию: первые составляли 54%, а вторые — 46% совокупных выборочных инвестиций.

Сама структура доходов различных аудиовизуальных рынков также отличается. Так, на крупнейших европейских рынках — Великобритании, Франции, Германии = доля телевизионной рекламы примерно одинакова и составляет четверть всех доходов. Платное телевидение и сервисы видео по запросу, более развиты в Великобритании (41%), чем во Франции (38%) или Германии (32%). Объем государственных инвестиций в Германии (35%) гораздо выше, чем во Франции (24%) или Великобритании (31%). Кассовые в кинотеатрах составляли 8% выручки во Франции. В Великобритании эта цифра составляет 7%, а в Германии — 4%.

Доля сервисов, предоставляющих видео по запросу, также существенно варьируется между странами, независимо от размера рынка. В 2018 году, в среднем, такие сервисы составляли 6,1% аудиовизуального рынка в Европе. Эта доля была значительно выше в странах Северной Европы (15% в Дании и Норвегии, 12% в Швеции и 9% в Финляндии) и в Нидерландах (10%). Среди четырех основных рынков Европы этот показатель составил 9% в Великобритании, 7% в Германии, 5% в Италии и 4% во Франции. Самый низкий процент выявлен в Португалии, Северной Македонии и Словакии (1%), а также в Черногории и Болгарии (2%).

ПРЯМЫЕ ИНВЕСТИЦИИ ВЕЩАТЕЛЕЙ В КИНО

Прямые инвестиции в производство со стороны вещателей обычно принимают следующие формы:

- рамочные соглашения, определяющие принципы, в соответствии с которыми вещатели будут инвестировать, включая тип программ, условия инвестирования, суммы инвестиций и т.д. Эти рамочные соглашения в определенной степени можно назвать «добровольными», поскольку они подразумевают некоторый уровень догово-

ренности между вещательными компаниями и государством или аудиовизуальными организациями.

- обязательства, установленные либо в аудиовизуальном законе, либо в концессиях вещателей;
- обязательства, охватывающие только инвестиции в фильмы или также вложения в телепрограммы.

Рамочные соглашения в большинстве стран нашей выборки регулирующие инвестиции, относятся, в основном, только к общественным вещателям. Иногда такие соглашения могут подписывать все категории вещателей.

Рамочные соглашения могут быть подписаны между вещательными компаниями и различными институтами: это может быть государство, национальный кинофонд, торговые организации.

Европейские вещатели обычно выбирают для себя схему косвенной или прямой обязательной поддержки. Но четыре страны объединили обе схемы: это Франция, Германия, Польша и Бельгия. Какой бы ни была схема (прямая или косвенная), обязательства могут быть одинаковыми для государственных и частных вещательных компаний, а могут весьма значительно отличаться.

Схемы могут предусматривать, что:

- обязательства распространяются только на общественных вещателей;
- обязательства распространяются только на частных вещателей;
- разные обязательства применяются к частным и общественным вещателям;
- одинаковые обязательства применяются как к государственным, так и к частным вещателям;
- обязательства основаны на размере доходов вещателя (т.е. с порогом дохода, выше которого взнос является обязательным);
- обязательства основаны на программе вещателя (т.е. когда европейские фильмы представляют собой репрезентативную часть сетки вещания).

Эти многочисленные схемы обязательной поддержки, сосуществующие в Европе, можно представить в виде пяти основных моделей (Табл. 3):

Таблица 3 [Table 3]

**Доминирующие модели поддержки
кинопроизводства по странам**
Dominant film support models by country

| Модель | Страны |
|---|---|
| 1. Только общественные вещательные компании, вносящие вклад напрямую в производство или косвенно через кинофонд | Дания, Нидерланды, Австрия, Болгария |
| 2. Только частные игроки, оказывающие косвенную поддержку | Чехия, Словакия |
| 3. Все участники вносят только косвенные вклады через кинофонды | Хорватия, Польша, Румыния, Словения, Швеция, Португалия |
| 4. Все игроки инвестируют напрямую в кинопроизводство | Испания, Италия Швейцария |
| 5. Все игроки должны напрямую инвестировать в производство и косвенно поддерживать кинофонд | Франция |
| Комбинация моделей | Комбинация моделей Бельгия, Германия, Польша |

Данные Европейской аудиовизуальной обсерватории [4, p. 85]

Source: European Audiovisual Observatory (OBS) [4, p. 85]

Если говорить об успешном сочетании, комбинации форм поддержки, нельзя не упомянуть пример Польши. Польский институт киноискусства (PISF) распределяет ежегодно, по данным 2018 г., \$29,5 млн, действуя через 12 региональных фондов [3, с. 34]. Новый Закон о кино, принятый в начале 2000-х, отражает новую концепцию общественной поддержки кинематографа. Этот новый взгляд предусматривает финансирование кино теми институциями, которые составляют как бы окружение кинематографа в плане экономики. С одной стороны, они пользуются кинопродукцией, но их деятельность гораздо прибыльнее производства фильмов. Таким образом, расходы по финансированию кинематографа не ложатся на государственный бюджет или налогоплательщиков. Отчисляют средства в пользу PISF пять видов организаций [6, с. 18]:

- операторы кинотеатров (1,5% доходов от показа фильмов и рекламы),
- дистрибьюторы кинопродукции (1,5% доходов от продажи и аренды кинофильмов)

- телевещатели (владельцы телеканалов) в размере 1,5% доходов от рекламы или доходов от продажи подписки
- операторы цифровых платформ (1,5% доходов от предоставления доступа к телепрограммам)
- операторы кабельных сетей (1,5% доходов от предоставляемых услуг).

Государственное телевидение (TVP) при этом получает дополнительные преимущества: государственные каналы имеют право передавать средства не в фонд PISF, а в собственное производство кинофильмов или копродукцию. Одинаковый уровень отчислений между тем не означает равного объема финансирования для всех игроков рынка. Так, например поступления в бюджет фонда по долям распределились следующим образом:

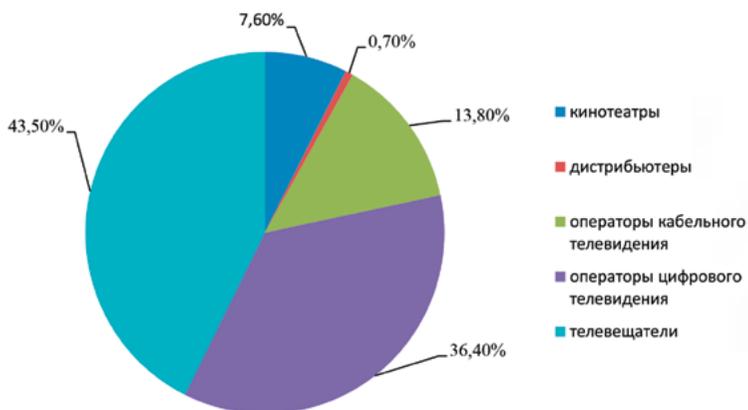


Рис. 5. Поступление в бюджет фонда кино по источникам (Польша).
Данные Польского института киноискусства [5, p. 19]

Fig. 5. Receipt to the cinema fund budget by source (Poland).
Source: PISF [5, p. 19]

Таким образом, более 90% средств в польский фонд кино поступает от телевизионного рынка. Несмотря на то, что объем этих поступлений снижается (и это является общеевропейской тенденцией), именно телеканалы в Польше продолжают оставаться крупнейшим финансовым донатором кинопроизводства.

СХЕМЫ КОСВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ СО СТОРОНЫ ВЕЩАТЕЛЕЙ

Даже когда обязательство финансировать национальный кинофонд распространяется на всех вещателей, как частных, так и общественных, на платных и бесплатных каналах — между участниками может возникнуть множество различий, как с точки зрения налоговой базы, так и применимых ставок сборов.

Очень наглядно это распределение можно отследить на примере старейшей кинематографической державы — Германии. Все телеканалы страны обязаны поддерживать кинопроизводство. Размер обязательного взноса зависит от того, какое место в сетке вещания и бюджете канала занимают финансируемые кинофильмы. Итак, в Германии действуют следующие варианты обязательств:

- обязательства общественных вещателей⁴ составляют 2,5% от суммы, которую выплачивается продюсерам за права на показ фильма;
- обязательства вещателей частных каналов также зависят от доли фильмов в их расписании и могут варьироваться от 0,15% до 0,95% от чистых доходов от рекламы;
- обязательства вещателей платного телевидения составляют 0,25% от абонентской платы.

В других европейских странах налоги основываются либо на общем обороте вещателя, либо на обороте от рекламы.

Анализ данных, собранных Европейской аудиовизуальной обсерваторией, ясно показывает, что только инвестиции национальных вещателей, то есть вещательных компаний, базирующихся в основной стране производства фильма, действительно имеют значение в качестве источника финансирования: инвестиции национальных вещателей составили 99% от общих инвестиций и только 1% поступает от вещательных компаний из стран, участвующих в копродукции. Такая же тенденция прослеживается в количестве фильмов, поддержанных вещательными компаниями: 70% фильмов поддерживается национальными компаниями, и только 8% кинофильмов были софинансированы иностранными вещателями

Из общих тенденций, пожалуй, нужно отметить еще избирательность вложений телекомпаний: так, например, преобладающая часть инвестиций пришлась на высокобюджетные фильмы (49%) и сверхвысокобюджетные (31%) фильмы, а еще 16% — на среднебюджетные. Таким

⁴ В Германии термин «общественные каналы» (öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten) соответствует «public service broadcasters» (PSB). На этих каналах нет рекламы.

образом, более 8-ми из 10-ти евро, привлеченных европейскими вещательными компаниями в кинопроизводство, были вложены в игровые фильмы с бюджетом, превышающим €3 млн..



Рис.6. Примеры ставок, применяемых к доходам вещателей при финансировании кинофондов (в %).

Данные Европейской аудиовизуальной обсерватории [4, р. 86]

Fig. 6. Examples of rates applied to broadcasters' income for financing cinema funds (in%)
Source: European Audiovisual Observatory (OBS) [4, p. 86]

* * *

Нужно признать, что действительно чрезвычайно сложно разработать принципы культурной политики в сфере кинематографа. Это отрасль, которая должна одновременно сочетать столь разнообразные задачи — рентабельность и экономическую успешность, а с другой — творчество и культурную ценность.

Европейские страны — кинодержавы и страны с развивающимися кинорынками постоянно ищут новые ресурсы и схемы, которые могли бы привлечь дополнительные средства в кинофонды. На этом пути чрезвычайно актуальным становятся такие меры, как внедрение налоговых льгот и/или диверсификация «портфеля» деятельности.

Новые ресурсы кроются в активном применении налоговых льгот, наблюдается устойчивая тенденция к концентрации большей части новых ресурсов вокруг простых и понятных автоматических налоговых стимулов.

Этот источник поступлений тем более важен, поскольку обязательные взносы вещателей в финансирование общественных кинофондов могут оказаться под угрозой в ближайшем будущем. Статистика уже по-

казывает снижение поступлений из этого важнейшего источника. Общественное европейское вещание теряет среднюю долю на рынках. С 2013 по 2018 годы она сократилась на 4 процента. Сервисам общественного вещания, как и их коммерческим соперникам, приходится приспособляться под новые реалии рынка, в первую очередь — под нарастающую фрагментацию публики, связанную с увеличением числа каналов цифрового ТВ. Изменения вкусов и предпочтений зрителей обусловлены растущим уровнем потребления видеоконтента через стриминговые платформы. Этот фактор затрудняет сохранение аудитории.

Вопросы, встающие перед кинематографической сферой Европы, актуальны и для России, причем, видимо, даже в большей степени, так как основным источников финансирования в стране по-прежнему остаются возвратные или безвозвратные государственные гранты.

Проблемы киноотрасли сегодня нельзя решить простым вливанием безвозвратных субсидий, даже если увеличить в разы объемы этих вложений. Нужно создавать индустрию, где разнообразные источники финансирования будут дополнять друг друга, а заработанные деньги будут возвращаться в отрасль. Необходим комплекс мер, среди которых приоритетными, на наш взгляд, являются:

- создание системы, при которой деньги будут возвращаться в кинопроизводство (через отчисления с ТВ, онлайн сервисы по запросу, налоги с билетов и т.д.);
- разработка механизмов распределения бюджетных денег и процедуры функционирования жюри и экспертных советов;
- применение успешно действующих в мире схем поддержки кинематографа и страхования рисков в кинобизнесе;
- применение программ налоговых льгот;
- использование различных источников финансирования, в том числе внебюджетных;
- привлечение зарубежных копродукторов для получения дополнительных инвестиций и выхода на международный кинорынок.

ЛИТЕРАТУРА

1. Лавров С. Русская доля: отечественный кинорынок в условиях конкуренции. Рекордсмены, сборы, беды // Искусство кино. 13.02.2020. URL: <https://kinoart.ru/texts/russkaya-dolya-otechestvennyy-kinorynok-v-usloviyah-konkurentsii-rekordsmeny-sbory-bedy> (дата обращения: 15.03.2021).

2. Итоги кинопроката в 2019 году // Федеральный фонд социальной и экономической поддержки отечественной кинематографии. 10.01.2020. URL: <http://www.fond-kino.ru/news/itogi-kinoprokata-v-2019-godu/> (дата обращения: 15.03.2021).

3. Focus 2019: World film markets trends / ed. by M. Kanzler, P. Simone. Strasbourg: European Audiovisual Observatory (Council of Europe), 2020. 68 p.

4. Talavera M.J. Public financing for film and television content. The state of soft money in Europe / M.J. Talavera, G. Fontaine, M. Kanzler. Strasbourg: European Audiovisual Observatory (Council of Europe), 2016. 108 p.

5. Адамчак М. Система финансирования и поддержки кинематографа в Польше после 2005 года. М.: КоЛибри: Азбука-Аттикус, 2012. 62 с.

6. European Audiovisual Observatory (Strasbourg). YEARBOOK 2020/2021. Key Trends. Television, cinema, video-on-demand, audiovisual services. THE PAN-EUROPEAN PICTURE / F.J.C. Blázquez, M. Cappello, L. Ene, G. Fontaine. Strasbourg: European Audiovisual Observatory (Council of Europe), 2020. 64 p.

7. Fiction film financing in Europe: A sample analysis of films released in 2017 / M. Kanzler. Strasbourg: European Audiovisual Observatory (Council of Europe), 2019. 158 p.

8. Шапрон Ж., Жессати П. Принципы и механизмы финансирования французского кино. М.: КоЛибри, 2013. 127 с.

REFERENCES

1. Lavrov S. Russkaya dolya: Otechestvennyj kinorynok v usloviyah konkurentsii. Rekordsmeny, sbory, bedy [Russian fate: The film market in a rivalry. Record holders, revenue, troubles]. Iskustvo kino [Kinoart]. 13.02.2020. URL: <https://kinoart.ru/texts/russkaya-dolya-otechestvennyy-kinorynok-v-usloviyah-konkurentsii-rekordsmeny-sbory-bedy> (accessed 15.03.2021)

2. Cinema Foundation of Russia. Itogi kinoprokata v 2019 godu [Results of film distribution in 2019]. *Federal Fund for Economic and Social Support of the Russian Cinematography*. 10.01.2020. URL: <http://www.fond-kino.ru/news/itogi-kinoprokata-v-2019-godu/> (accessed 15.03.2021).

3. Kanzler M., & Simone P. (Eds.). Focus 2019: *World film markets trends*. Strasbourg: European Audiovisual Observatory, Council of Europe, 2020. 68 p.

4. Talavera M.J., Fontaine G., & Kanzler M. *Public financing for film and television content: The state of soft money in Europe*. Strasbourg: European Audiovisual Observatory, Council of Europe, 2016. 108 p.

5. Adamchak M. *Sistema finansirovaniya i podderzhki kinematografa v Pol'she posle 2005 goda* [System of financing and support of cinema in Poland after 2005]. Moscow: KoLibri: Azbuka-Attikus, 2012. 62 p.

6. Blázquez F.J.C., Cappello M., Ene L., Fontaine G., Grece C., Pumares M.J., Kanzler M., Schneeberger A., Simone P., Talavera J., & Valais S. *YEARBOOK 2020/2021: Key Trends*. Strasbourg: European Audiovisual Observatory, Council of Europe, 2020. 64 p.

7. Fiction film financing in Europe: A sample analysis of films released in 2017 / M. Kanzler. Strasbourg: European Audiovisual Observatory (Council of Europe), 2019. 158 p.

8. Chapron J., & Jessati P. *Printsipy i mekhanizmy finansirovaniya frantsuzskogo kino* [Principles and mechanisms of financing French cinema] (A. Belyak, Trans.). Moscow: Kolibri, 2013. 127 p.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ

ГАЛИЯ МАРСЕЛЬВНА ЮСУПОВА

кандидат искусствоведения,
старший научный сотрудник,
Государственный институт искусствознания,
125009, Москва, Козицкий переулок, 5
доцент кафедры менеджмента
и продюсирования исполнительских искусств,
Школа-студия МХАТ,
125009, Москва, ул. Тверская, дом 6, стр. 7

ResearcherID: AAT-5009-2021

ORCID ID: 0000-0002-1767-8876

e-mail: usupova33@mail.ru

ABOUT THE AUTHOR

GALIYA M. YUSUPOVA

PhD in Art History, Senior Researcher,
the State Institute for Art Studies,
Kozitsky, 5, 125009, Moscow
Associate Professor,
Department of Performing Arts Management and Production,
Moscow Art Theatre School,
ul. Tverskaya, 6, str. 7, 125009, Moscow

ResearcherID: AAT-5009-2021

ORCID ID: 0000-0002-1767-8876

e-mail: usupova33@mail.ru