



МИНИСТЕРСТВО СПОРТА  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ  
И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ



ПГУ  
ФК  
СИТ Поволжский государственный  
университет физической культуры,  
спорта и туризма



РАНХиГС  
РОССИЙСКИЙ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ЦЕНТР ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ  
И СПОРТА

# ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ И ЦЕННОСТЕЙ ЦИФРОВОГО ТРАНСГУМАНИЗМА НА ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ

Материалы Всероссийской научно-практической конференции  
с международным участием | Казань, 3 марта 2022 года



КАЗАНЬ 2022

[https://www.sportacadem.ru/files/NAUKA/files\\_nauka/2022/vliyanie\\_pandemii\\_sbornik\\_konf\\_mart\\_2022.pdf](https://www.sportacadem.ru/files/NAUKA/files_nauka/2022/vliyanie_pandemii_sbornik_konf_mart_2022.pdf)

## **ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ КИНОТЕАТРОВ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ**

**Павицкая З.И., Музафаров К.А., Хакимов Р.Р.**

*Поволжский государственный университет  
физической культуры, спорта и туризма  
г. Казань, Россия*

### **Введение**

Актуальность выбранной темы определяется тесной связью жизни человека с кинематографом. Раньше трудно было представить досуг людей, не включающий в себя просмотр фильмов в кинотеатре. И до относительно недавнего времени, скорее всего, мало кто задумывался о том, что обычный просмотр какого-нибудь «произведения искусства» в кинотеатре может оказаться под угрозой. Однако на данный момент угроза этому все же присутствует. Название ее – COVID-19.

Основной целью данного исследования является демонстрация и раскрытие перспектив дальнейшего развития сферы кинотеатров в условиях пандемии.

### **Методы исследования**

Для решения поставленной задачи применялись: анализ цифровых и теоретико-методологических источников; изучение и обобщение передового отечественного и зарубежного опыта.

### **Результаты исследования и их обсуждение**

Киноиндустрия наравне с другими видами искусства претерпела значительные изменения. Во всем мире были отменены показы в кинотеатрах и на кинофестивалях. Премьеры фильмов были перенесены на неопределенный срок. В результате доходы кинотеатров упали на крупные суммы. Количество выпускаемых фильмов значительно сократилось.

Популярность потокового вещания по сравнению с кинопоказом офлайн в период пандемии стала еще выше. Если для кого пандемия и стала положительным явлением, так это для стриминговых сервисов. Например, в 2020 году прибыль онлайн-кинотеатра IVI составила 8,8 млрд рублей, по сравнению с 2019 годом она выросла на 44%. К тому же необходимо отметить, что 80% прибыли составляют платные модели, большая часть из которых являются подпиской [3].

В связи с этим для того, чтобы поддерживать фильмы, лицам, которые определяют политику, а также отраслевым игрокам, стоит обратить свое внимание на онлайн-кинотеатры, использующие современные бизнес-модели [1, с. 165].

Из-за коронавируса кинотеатры закрываются, спортивные лиги уходят в бессрочный отпуск. Люди ищут другие источники нового видеоконтента. Сервисы потокового видео могут работать со студиями и их собственными производственными подразделениями для того, чтобы выпускать контент раньше срока, что, несомненно, принесет пользу потребителям, которые ищут новые развлечения [2, с. 108].

Приведем пару примеров данных сервисов:

1. Netflix. Это американская развлекательная компания, стриминговый сервис фильмов и сериалов. К главным отличиям данного стримингового сервиса отно-

сится то, что Netflix выпускает не по одной серии одного сезона определенного сериала, а сразу весь сезон. Как правило, у каналов уходит много денежных средств на производство пилотного эпизода сериала (пробной серии телевизионного сериала). И часто получается так, что сериалы так и не выходят в свет. Однако Netflix осуществляет производство всего сериала. В результате зрители могут не дожидаться следующей серии на протяжении недели, а сразу посмотреть весь сезон за один день.

2. «Кинопоиск». Он представляет собой свободно редактируемый и крупнейший русскоязычный интернет-сервис о кино. С 2018 года в нем также доступен онлайн-кинотеатр с фильмами, сериалами, мультфильмами, как премьерными, так и эксклюзивными. Это видеосервис от российской транснациональной компании «Яндекс». Пользователь с помощью баллов «Яндекс.Плюс» может совершать покупки, связанные с подпиской или покупкой отдельных видеоматериалов на площадке. За просмотр первого фильма на телевизоре с технологией Smart TV пользователю начисляют дополнительные 200 баллов. 1 балл равен 1 рублю.

Что касается дальнейших перспектив, то, скорее всего, как «Netflix», так и «Кинопоиск» будут продвигаться с помощью своих амбассадоров. Пока что возможно самым известным амбассадором американского стримингового сервиса является N-ko Mei Kurogo – девушка-овечка, официальный витубер и амбассадор Netflix Anime. На данный момент российский онлайн-кинотеатр не может похвастаться таким известным амбассадором. Тем не менее, высока вероятность того, что «Кинопоиск» в скором времени обзаведется известным российским представителем. Так, например, российский актер театра и кино, кинорежиссер Константин Хабенский является представителем онлайн-кинотеатра «Start» [3].

#### **Выводы**

В итоге, на основе частного анализа можно с полной уверенностью сделать определенные выводы:

- COVID-19 оказал отрицательное влияние на рынок офлайн-кинотеатров, но положительное на рынок онлайн-кинотеатров, а именно, на платные подписки;
- У компаний, предоставляющих возможность просмотра кинофильмов и сериалов в интернете, по всей вероятности, увеличится выручка сравнению с прошлыми годами;
- Кроме того, в будущем, возможно, онлайн-кинотеатры станут полноценной заменой офлайн-кинотеатров.

Представленные в статье факты и изменения, а также примеры развития сферы кинотеатров, демонстрируют нам современные тенденции этой сферы услуг, а также ее потенциальные перспективы.

#### **Список литературы**

1. Канцлер М., Талавер Д. Государственное финансирование кино- и аудиовизуальных работ в Европе: основные статистические данные / М. Канцлер, Д. Талавер. Берлин: Springer, 2020. – 286 с. – ISBN 443-3-95-67-2. – Текст: непосредственный.
2. Кристенсен К.М., Рейнор М., Макдональд Р. Что такое подрывные инновации? / К.М. Кристенсен, М. Рейнор, Р. Макдональд: Harvard Business Review 93, 2020. – 380 с. – ISBN 978-5-9614-1343-4. – Текст: непосредственный.
3. Snob.ru новостной журнал: сайт. – Москва, 2008. – URL: <https://snob.ru/entry/207518/> (дата обращения 03.03.2022). – Текст: электронный.