

ПРОБЛЕМЫ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ КИНОПРОКАТА

Получено: 10.02.2021 Поступило после рецензирования: 02.03.2021 Принято: 15.03.2021

УДК 004.9:791.44.075 JEL O14 DOI 10.26425/2658-3445-2021-4-1-4-12

Акопян Анна Рубеновна

Канд. экон. наук, доц., ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г. Москва, Российская Федерация

ORCID: 0000-0002-8887-4671

e-mail: akopyan-ar@mail.ru

Аракелян Артур Мовсесович

Д-р экон. наук, проф., ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г. Москва, Российская Федерация

ORCID: 0000-0001-8328-7219

e-mail: artur.arakelyan@mail.ru

Воронцова Юлия Владимировна

Канд. экон. наук, доц., ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г. Москва, Российская Федерация

ORCID: 0000-0001-7995-6395

e-mail: jvms2008@yandex.ru

Крысов Виктор Владимирович

Канд. геогр. наук, доц., ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г. Москва, Российская Федерация

ORCID: 0000-0003-3794-9271

e-mail: viktor.krysov@gmail.com

АННОТАЦИЯ

В статье представлен краткий обзор зарождения легального рынка онлайн-кинотеатров в России. Выявлено, что правительства многих стран проводят национальную политику, направленную на поддержание внутреннего программирования на традиционных видеоплатформах. Такая политика включает в себя различные формы: от лицензирования, которое требует служить «общественным интересам» и определяет правила распространения определенных типов контента, произведенного внутри страны, до требования к дистрибьюторам контента внести свой вклад в финансирование производства отечественного контента. Исследовано, что во время реализации этих правил Правительство России принимало решение о распределении ограниченных ресурсов. Также осуществлялось регулирование вопроса о том, могут ли платформы исключительно самостоятельно решать, какой контент предлагать своим пользователям, или в этом также должны участвовать непосредственно зрители. Сделан вывод о том, что переход от традиционных платформ к онлайн-распространению может снизить эффективность существующих режимов регулирования и лишить традиционные платформы аудитории и доходов.

Мировой и российский опыт пользования сетью «Интернет» доказывают, что сегодня современные информационно-телекоммуникационные технологии могут содержать реальные угрозы нарушения фундаментальных прав и свобод гражданина, а также ставить под вопрос безопасность общества и государства в целом. Исключения составляют только прогрессивные или инновационные направления, связанные с предоставлением новых услуг и расширением возможностей для социально-экономического развития.

В результате исследования было выявлено четыре проблемы российского кинопроката на цифровых платформах. Первой проблемой онлайн-кинотеатров авторами было рассмотрено пиратство. Пиратские сайты не только нелегально копируют контент с онлайн-кинотеатров, они также создают копии своих собственных сервисов, чтобы в случае блокировки перенести свои сервера на другую платформу. Второй проблемой было выделено требование об иностранных владельцах. Третья проблема – высокая стоимость подписки на онлайн-кинотеатры. Четвертой проблемой авторы считают отсутствие финансовой поддержки со стороны государства.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

Аудиовизуальная продукция, видеохостинг, государственное регулирование, информационно-телекоммуникационные технологии, кинопрокат, контент, онлайн-кинотеатры, пиратство, финансовая поддержка, цифровые платформы

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ

Акопян А.Р., Аракелян А.М., Воронцова Ю.В., Крысов В.В. Проблемы цифровой трансформации кинопроката//E-Management. 2021. Т. 4, № 1. С. 4–12.

© Акопян А.Р., Аракелян А.М., Воронцова Ю.В., Крысов В.В., 2021.
Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная.



ELECTRONIC MANAGEMENT IN VARIOUS FIELDS

PROBLEMS OF DIGITAL TRANSFORMATION OF FILM DISTRIBUTION

Received: 10.02.2021 Revised: 02.03.2021 Accepted: 15.03.2021

JEL O14

Anna R. Akopyan

Cand. Sci. (Econ.), associate professor, State University of Management, Moscow, Russia

ORCID: 0000-0002-8887-4671

e-mail: akopyan-ar@mail.ru

Artur M. Arakelyan

Dr. Sci. (Econ.), professor, State University of Management, Moscow, Russia

ORCID: 0000-0001-8328-7219

e-mail: artur.arakelyan@mail.ru

Yulia V. Vorontsova

Cand. (PhD) Sci. (Econ.), associate professor, State University of Management, Moscow, Russia

ORCID: 0000-0001-7995-6395

e-mail: jvms2008@yandex.ru

Viktor V. Krysov

Cand. Sci. (Geogr.), associate professor, State University of Management, Moscow, Russia

ORCID: 0000-0003-3794-9271

e-mail: viktor.krysov@gmail.com

ABSTRACT

The article provides a brief overview of the emergence of the legal market of online cinemas in Russia. The paper reveals that the Governments of many countries have a national policy that is aimed at maintaining internal programming on traditional video platforms. Such policies range from licensing, which requires serving the “public interest” and defines rules for the distribution of certain types of content produced domestically, to requiring content distributors to contribute to the financing of the production of domestic content. The authors investigate that during the implementation of these rules, the Russian government decided on the allocation of limited resources. There was also regulation on whether platforms can solely decide what content to offer their users, or whether viewers should also participate directly. The study concludes that the transition from traditional platforms to online distribution can reduce the effectiveness of existing regulatory regimes and deprive traditional platforms of audience and revenue.

The world and Russian experiences of using the Internet prove that today modern information and telecommunications technologies can contain real threats to the violation of fundamental rights and freedoms of citizens, as well as to question the security of society and the state. The only exceptions are progressive or innovative areas related to the provision of new services and the expansion of opportunities for socio-economic development.

As a result of the study, the paper identified four problems of Russian film distribution on digital platforms. The authors chose piracy as the first problem of online cinemas. Pirate sites not only illegally copy content from online movie theaters, but they also create copies of their own services to transfer their servers to another platform in case of blocking. The second problem was highlighted by the requirement for foreign owners. The third problem was highlighted by the high cost of online movie theater subscriptions. The authors consider the fourth problem the lack of financial support from the state.

KEYWORDS

Audiovisual products, video hosting, government regulation, information and telecommunications technologies, film distribution, content, online cinemas, piracy, financial support, digital platforms

FOR CITATION

Akopyan A.R., Arakelyan A.M., Vorontsova, Yu.V., Krysov V.V. (2021) Problems of digital transformation of film distribution. *E-Management*, vol. 4, no. 1, pp. 4–12. DOI 10.26425/2658-3445-2021-4-1-4-12

© Akopyan A.R., Arakelyan A.M., Vorontsova, Yu.V., Krysov V.V., 2021.

This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



ВВЕДЕНИЕ

Цифровизация сферы кино и телевидения уже внесла существенные изменения в киноиндустрию. С каждым днем все больше растет спрос на онлайн-кинотеатры, которые составляют серьезную конкуренцию кинотеатрам не только потому, что зритель имеет возможность смотреть любимые фильмы, не выходя из дома, но и потому, что все большее количество цифровых платформ начинают работать над собственным эксклюзивным контентом.

Еще пару десятков лет назад зрители домашнего видео не имели возможности выбирать свои любимые фильмы и телепередачи на своих телевизионных приставках или путем цифровой загрузки. Вместо этого им приходилось совершать поход в местный видеомагазин. Но уже тогда людей привлекала возможность смотреть свои любимые фильмы дома, не полагаясь на расписание вещания или кабельного телевидения. Так, с появлением высокоскоростного доступа в сеть «Интернет» (далее – Интернет) люди поняли, что можно получить доступ к фильмам с помощью загрузки непосредственно на компьютер без необходимости громоздких лент или коробок DVD.

Так, в России примерно в конце 2010 г. упал спрос на вещественную продукцию, и появилась технология невещественной, цифровой дистрибуции аудиовизуальных произведений, так называемые OTT-сервисы (от англ. over the top), платформы для предоставления видео-услуг через Интернет – онлайн-кинотеатры [Шепилова, Лагойская, 2019]. Благодаря этому сегодня зрители имеют доступ к любимым фильмам из любой точки мира, с любого устройства.

ТЕОРИЯ И МЕТОДЫ

Одной из главных экспертиз становится получение лицензии на фильм. При этом очень важно наличие сильной лицензионной команды. Онлайн-кинотеатр (назовем его «X») начал переговоры с голливудскими студиями еще в 2009 г. Проблема заключалась в том, что эти студии активно работали с российским кинопрокатом и не хотели передавать права на свой контент для платного онлайн-просмотра. Причиной этому был страх за распространение пиратских копий в Интернете и, как следствие, потеря выручки. Для того чтобы их убедить, команда онлайн-кинотеатра подробно рассказала, какие технологии шифрования и защиты контента в видео по запросу они будут использовать. Со студией 20th Century Fox велись переговоры около двух лет, результатом чего стал подписанный контракт.

Голливудские студии с продажи каждого аудиовизуального произведения требовали не менее 50 % от его стоимости, а также выплаты минимальных гарантий [Колобова, 2019]. Нужно сказать, что речь идет о сотнях тысяч долларов. Онлайн-кинотеатр внес гарантийную сумму на год вперед. Данное требование и было основной трудностью, которая вела к долгим переговорам, так как в то время рынок был небольшим, и такие огромные суммы окупались с трудом. Конечно, со временем условия сотрудничества с голливудскими студиями улучшились.

Голливудские студии предоставляют онлайн-кинотеатру «X» права и исходные файлы, которые кодируются специально для их онлайн-кинотеатра. Права бывают двух видов: транзакционные и подписные. Транзакционные права – это продажа и аренда аудиовизуального произведения, а подписные – это покупка пользователем подписки на целый месяц, в рамках которой у него есть доступ ко всему контенту кинотеатра. Крупные голливудские студии, как правило, согласовывают их с помощью разных контрактов. Устройство транзакционного соглашения обычно включает в себя определенное количество доступных фильмов, а также новинки.

На сегодняшний день онлайн-кинотеатр «X» сотрудничает примерно со 150 российскими и иностранными студиями, в последние из которых входят шесть крупнейших голливудских. Таким образом, онлайн-кинотеатр рассматривается как площадка, на которой зрители могут посмотреть фильмы после выхода в кинотеатрах, а также сериалы, на которые производители аудиовизуального произведения продали права. Но это лишь одна из разновидностей площадок, на которых зритель может смотреть аудиовизуальные произведения на цифровых видео-платформах. Серьезными конкурентами онлайн-кинотеатрам выступают видеохостинги.

Видеохостинг – это веб-сервис, который позволяет пользователям самостоятельно загружать и просматривать видео на цифровой платформе.

Первым и самым популярным видеохостингом является продукт компании Google – YouTube. Как правило именно на этой платформе размещаются трейлеры и тизеры к будущим фильмам и сериалам. Также некоторые телеканалы размещают на своих YouTube-каналах свой телевизионный контент, на просмотрах которого

они также зарабатывают, так как в данном видеохостинге введена монетизация контента [Шацкая, 2019]. Кроме того, этому содействует реклама. К сожалению, данный сервис не только приносит пользу киноиндустрии, но и может наносить вред, так как пользователи очень часто загружают туда контент для бесплатного пользования, что ведет к распространению пиратства. Как правило, данные аудиовизуальные произведения сразу блокируются, но, как известно, пользователи часто находят обходные пути.

Все вышеперечисленные видеосервисы, благодаря ориентации на цифровизацию, уже стали важным рынком сбыта видеоконтента [Сахарова, Тютрюмов, 2017], так как они не только предоставляют возможность зрителю смотреть любимые аудиовизуальные произведения из дома, но и помогают окупить затраты производителям контента путем продажи прав.

Видеоконтент в Интернете носит название «видео по запросу» (от англ. video on demand, далее – VOD), что означает индивидуальную доставку аудиовизуального произведения до зрителя через цифровую, спутниковую, кабельную или же эфирную телевизионную сеть, используя различные модели распространения контента.

В наше время на рынке аудиовизуальной продукции используются четыре способа доставки контента до зрителя [Сахарова, Тютрюмов, 2019]:

1) TVOD (от англ. transactional video on demand) – транзакционное видео по запросу. В данном способе распространения контента зрителю предоставляется возможность просматривать контент некоторое ограниченное количество дней, арендуя таким образом аудиовизуальное произведение на некоторое время;

2) SVOD (от англ. subscription video on demand) – подписка на видео по запросу. Зритель покупает подписку на видеосервис на конкретный срок, получая неограниченный доступ к контенту, используя тарифы от месяца до года;

3) AVOD (от англ. advertising video on demand) – рекламное видео по запросу. В данном способе распространения контента просмотр аудиовизуального произведения сопровождается рекламными роликами;

4) EST (от англ. electronic sell-through) – электронная распродажа. В данном способе распространения контента пользователь покупает конкретное аудиовизуальное произведение, за что ему предоставляется неограниченный по времени и количеству просмотров доступ к нему.

Таким образом, самыми распространенными и развитыми способами распространения контента на мировом рынке являются SVOD (подписка на видео по запросу) и AVOD (рекламное видео по запросу). Каждый из них в процентном соотношении занимает около 40 %. Примерами данных моделей являются сервисы YouTube и Okko, первый из которых использует способ AVOD, а второй – SVOD.

Считается, что годом зарождения легального рынка онлайн-кинотеатров в России был 2007 г. Именно тогда появилась компания Tvigle, которая и стала первопроходцем в отечественной цифровой видео-индустрии. Это онлайн-кинотеатр, который предоставляет зрителям возможность бесплатно смотреть фильмы и сериалы, а также некоторые телеканалы. Tvigle использует способ AVOD (рекламное видео по запросу), то есть потребитель ни за что не платит, а просто смотрит рекламу. Позже стали появляться другие видеосервисы. В феврале 2010 г. на рынок вышел онлайн-кинотеатр ivi. Множество аудиовизуальных произведений зрителю доступно бесплатно, но с просмотром рекламы, что означает, что используется AVOD-модель доставки контента до потребителя. Также интернет-пользователь может приобрести подписку на видеосервис, тем самым расширив доступ к видео-библиотеке онлайн-кинотеатра, а также получить возможность просмотра без рекламы. Это SVOD-модель доставки контента до потребителя. Также на сайте представлен ряд аудиовизуальных произведений, который пользователь может приобрести однократно, в этом случае онлайн-кинотеатр использует EST-модель доставки видео до зрителя. В 2020 г. ivi запустил производство собственного контента, создав подразделение ivi Originals, которое, возможно, уже к концу нынешнего года порадует зрителей своими новинками.

В 2011 г. появился еще один крупный игрок на рынке онлайн-кинотеатров – сервис Megogo. Данная платформа использует различные способы распространения аудиовизуальной продукции с целью доведения ее до зрителя. Большая часть видео доступна по подписке и единичной покупке, то есть по SVOD и EST моделям доставки контента до потребителя. Также существует возможность арендовать фильм на несколько дней. В этом случае используется TVOD-способ распространения аудиовизуальной продукции. Небольшая часть контента платформы Megogo доступна зрителям бесплатно. В этом случае применяется AVOD-модель доставки видео до потребителя.

Известно, что на зарубежном рынке онлайн-видеоплатформы появились раньше, поэтому отечественные сервисы копировали американскую видеоплатформу Hulu, которая предоставляла доступ к контенту через просмотр рекламы. Первый этап развития отечественного рынка онлайн-кинотеатров охарактеризовался конкуренцией с пиратскими сервисами, что происходило где-то в промежутке между 2007 г. и 2011 г., вследствие чего на рынке цифровой аудиовизуальной продукции действовала модель AVOD. Это была единственная возможная модель, для того чтобы показать зрителю, что такое качественный легальный контент в сравнении с пиратскими копиями. Совершенно точно российский зритель не стал бы платить за неизвестный ему способ просмотра любимых фильмов, когда он прекрасно обходился пиратскими копиями. Данный этап развития отечественного легального контента выделяет директор по развитию бизнеса и стратегии видеосервиса Start Дмитрий Гудумак¹.

С другой стороны, генеральный директор онлайн-кинотеатра Okko Иван Городецкий, выделяет другой этап развития рынка легального онлайн аудиовизуального контента². Данный этап относят к 2009–2010 гг. По его словам, качественный Интернет уже достаточно внедрился в российские семьи, и рынок цифровых видеосервисов мог начать массовое распространение контента. Также в это время на зарубежных рынках уже появились крупные игроки, которые стали активно переходить с физических носителей в интернет-сферу.

В 2015 г. на российский рынок вошла SVOD-модель доставки контента до зрителя. А в 2017 г. начали развиваться эксклюзивы в подписной модели. Все это обрело популярность, благодаря появлению Smart TV – технологии, с помощью которой Интернет интегрируется в телевизоры потребителей. Именно эта модель стала самой популярной, приносящей основной доход в эти годы.

В 2018 г. российские видео-сервисы, снова ориентировались на зарубежные видеоплатформы, которые выпускали оригинальный контент собственного производства. Выпуск оригинального контента происходит на платформе START, которая была создана продюсерской компанией Yellow, Black & White. Сервис предоставляет зрителю эксклюзивный контент собственного производства, а также выпускает сериалы перед запуском на телеканале «Супер». Так же как и Premier они используют SVOD-модель.

Приличная доля рынка онлайн-кинотеатров принадлежит компании «Яндекс»: ей принадлежит всем известная платформа с огромной базой фильмов и сериалов – «Кинопоиск». В 2018 г. он начал свою работу как онлайн-кинотеатр, зрители получили возможность смотреть любимые фильмы по подпискам «Кинопоиск HD» или «Яндекс Плюс», которые также как и предыдущие сервисы, основаны на SVOD-модели распространения контента, но по подписке зрителю доступна не вся видео-библиотека платформы: доступ к некоторым фильмам и сериалам можно получить, однократно купив их. Тем самым, сервис использует еще и EST-модель распространения аудиовизуальных произведений. В 2020 г. на платформе появился эксклюзивный контент собственного производства. Кроме того, у «Яндекса» есть собственный сервис «Яндекс.Эфир» – мультифункциональная платформа, которая совмещает в себе все известные виды интернет-платформ для просмотра аудиовизуальных произведений, она является одновременно и онлайн-кинотеатром, и видеохостингом.

В 2020 г. к платформам, выпускающим оригинальный контент присоединился онлайн-кинотеатр Okko. Он выпустил несколько сериалов собственного производства. Также выпуск оригинального контента планирует сервис «Амегиадека», который также работает по модели SVOD. Помимо всех вышеперечисленных сервисов желание заняться производством оригинального контента объявил онлайн-кинотеатр Tvzavr, который также работает по уже известной SVOD-модели. Владельцами онлайн-кинотеатров являются не только продюсерские компании и медиахолдинги, а также многие интернет-провайдеры и телекоммуникационные компании, предоставляющие услуги связи.

Также сейчас стали популярны онлайн-кинотеатры от телекоммуникационных компаний, предоставляющих услуги связи. Такие цифровые платформы дают возможность доступа ко множеству телеканалов и широкой библиотеке отечественных и зарубежных фильмов и сериалов. Помимо этого, некоторые из них сотрудничают с другими видеосервисами. Телекоммуникационные компании, предоставляющие услуги связи, такие

¹ Позина М. (2018). Дмитрий Гудумак: «Войны за эксклюзивы были и до нашего запуска – не мы открыли ящик Пандоры» // Бюллетень кинопрокатчика. Режим доступа: http://www.kinometro.ru/interview/show/name/Gudumak_interview_7994 (дата обращения: 09.02.2021).

² Башинская Р. (2018). Иван Городецкий: «Онлайн-платформы фиксируют бум интереса к российскому кино» // Бюллетень кинопрокатчика. Режим доступа: www.kinometro.ru/interview/show/name/Grodetsky_okko_7671 (дата обращения: 09.02.2021).

как Билайн и МТС, также организовали собственные цифровые платформы для просмотра качественных аудиовизуальных произведений. Все они работают согласно SVOD-модели.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ВЫВОДЫ

Онлайн-кинотеатры – это очень перспективная сфера для будущего развития и получения прибыли. С каждым днем их становится все больше, а их возможности расширяются. В России просмотр фильмов и сериалов онлайн появился и стал развиваться позже по сравнению с зарубежными странами. Правительства многих стран проводят национальную политику, направленную на поддержание внутреннего программирования на традиционных видеоплатформах. Такая политика включает в себя различные формы: от лицензирования, которое требует служить «общественным интересам» и определяет правила распространения определенных типов контента, произведенного внутри страны, до требования к дистрибьюторам контента внести свой вклад в финансирование производства отечественного контента [Акопян, Аракелян и др., 2021]. Во время реализации этих правил Правительство России принимало решение о распределении ограниченных ресурсов. Также осуществлялось регулирование вопроса о том, могут ли платформы исключительно самостоятельно решать, какой контент предлагать своим пользователям, или в этом также должны участвовать непосредственно зрители [Грибанов, 2017].

Возрастающая популярность просмотра видео по запросу в Интернете заставила политиков поставить под сомнение необходимость регулирования всех без исключения цифровых платформ. Популярность видео по запросу в Интернете и рост пользовательского спроса на онлайн-кинотеатры заставили власти всего мира задуматься над обеспечением обязательств в отношении местного контента к кинопрокату на цифровых платформах. Дискуссии об этом ведутся до сих пор, а вопрос о принятии или отказе от принятия таких обязательств является весьма сложным. Предложения о введении такого регулирования для онлайн-кинотеатров основаны на опасениях, что отсутствие таких обязательств дает им конкурентное преимущество по сравнению с традиционными платформами [Веденина, 2017]. Также переход от традиционных платформ к онлайн-распространению может снизить эффективность существующих режимов регулирования и лишить традиционные платформы аудитории и доходов. Поэтому в десятках стран по всему миру до сих пор не принято окончательное решение по этому вопросу. Некоторые страны, включая Бразилию, Францию и Испанию, уже осуществили переход к расширению регулирования их локальных режимов контента для онлайн-платформ. Также в ряде других стран, включая страны Европейского союза и Канаду, в настоящее время ведутся активные обсуждения о принятии таких расширенных мер [Алексеев, 2011].

Директива о регулировании цифровых площадок специально разрешает государствам – членам Европейского союза налагать определенные обязательства на провайдеров онлайн-видео, аналогичные (хотя и меньше по количеству) обязательствам вещательных компаний, в целях содействия производству и доступу к европейским работам.

Пользователи Интернета имеют неограниченные возможности в своем самовыражении, потому что это пространство работает по определенным правилам и понятиям. Поэтому часто действия некоторых пользователей могут переходить за грань общепринятых норм морали и этики, а также наносить вред другим людям. Поэтому вопрос о правилах пользования Интернетом сейчас очень актуален.

В 2016 г. Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (далее – Роскомнадзор) помогла в подписании многим крупнейшим организациям специального «Кодекса добросовестных практик». Этот документ представляет собой свод правил и норм поведения в пространстве сети «Интернет». Данный кодекс создали для того, чтобы участники глобальных информационных процессов не нарушали морально-этические нормы человеческого общества.

Мировой и российский опыт пользования Интернетом доказывает, что сегодня современные информационно-телекоммуникационные технологии могут содержать реальные угрозы нарушения фундаментальных прав и свобод гражданина, а также ставить под вопрос безопасность общества и государства в целом. Исключения составляют только прогрессивные или инновационные направления, которые связаны с предоставлением новых услуг и расширением возможностей для социально-экономического развития.

Все организации, подписавшие Кодекс добросовестных практик (далее – Кодекс), заинтересованы в максимально эффективном и безопасном использовании возможностей Интернета. Именно этот кодекс позволяет чувствовать себя уверенными в том, что такие условия могут действовать исключительно при условии

совместных действий органов государственной власти, а также профессиональных, общественных и образовательных объединений и организаций, бизнес-сообщества.

Кодекс основывается на положениях законодательства Российской Федерации и разделяет принципы международных актов, одной из сторон которых она является. Несмотря на то, что со стороны государства приняты меры по регулированию кинопроката на цифровых платформах, данная сфера в России все равно имеет множество проблем, так как находится на стадии своего формирования.

В результате исследования было выявлено четыре проблемы российского кинопроката на цифровых платформах. Первой и самой главной проблемой онлайн-кинотеатров было и остается пиратство. Пиратские сайты не только нелегально копируют контент онлайн-кинотеатров, но также создают копии своих собственных сервисов – так называемое зеркало сайта – для того, чтобы в случае блокировки перенести свои сервера на другую платформу. Также они стараются как можно скорее запустить фильм в Интернет во время его проката в кинотеатрах, они используют незаконные записи фильма на видеокамеру, постепенно улучшая качество записи видео и звука, тем самым нарушая окно между показом в кинотеатрах и официальным попаданием в онлайн-сервисы. Помимо этого, большой популярностью пользуются интернет-сайты, где пользователи имеют возможность скачать фильм себе на девайс и хранить его неограниченное количество времени. Как правило, это происходит через интернет-протокол μ Torrent.

Существует мнение, что борьба с пиратскими сайтами обречена на поражение пока Интернет является легкодоступным для любого пользователя. А средство существует лишь одно – абсолютное перекрытие всех источников пиратства. В России этим занимается Роскомнадзор. Владельцы платформ имеют возможность подать заявку на удаление нелегального сервиса, так как те используют их зарегистрированный контент. Также можно написать обращение к владельцам интернет-сайта, где разместили авторский аудиовизуальный контент, например, на YouTube, и тот, соответственно, заблокирует видео.

Исходя из этого, участники рынка кинопроката на цифровых платформах считают такой исход закономерным, так как бесплатный доступ к легальным онлайн-кинотеатрам был предложен только новым пользователям на определенное время, а зрителям, которые уже пользовались платформами, никаких льгот и акций предоставлено не было. Также бесплатный доступ был не на весь контент, а в основном на старые аудиовизуальные произведения, соответственно, за новинки пользователям все равно пришлось бы платить. Именно поэтому массовый зритель ищет доступный, бесплатный контент на пиратских сервисах [Харитонов, 2014].

Второй проблемой было выделено требование об иностранных владельцах. Проблема основана на поправках к Федеральному закону от 1 июля 2017 г. № 156-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и защите информации»³. Данное правило относится к платформам, 50 % пользователей которых не являются гражданами России, но могут получить доступ к рынку с помощью согласования с особым правительственным советом, что мешает в распространении отечественного контента за рубежом.

Третьей проблемой была выделена высокая стоимость подписки на онлайн-кинотеатры. Достаточно большая часть населения России не имеет возможности платить ежемесячно около 600 рублей за легальный контент. Это также связано с тем, что хоть все российские онлайн-кинотеатры и имеют большую библиотеку контента, на каждом сервисе он подобран индивидуально, и зачастую зрителю интересен контент с нескольких платформ, что увеличивает совокупную стоимость на подписки для просмотра легальных аудиовизуальных произведений.

Четвертой проблемой было выделено отсутствие финансовой поддержки со стороны государства. На данный момент в Российской Федерации есть два органа, оказывающих финансовую поддержку кинопроизводителям: Министерство Культуры и Федеральный фонд социальной и экономической поддержки отечественной кинематографии (Фонд кино). Но они предоставляют материальную помощь только для кинофильмов, выходящих в кинотеатральный прокат, что никак не затрагивает онлайн-кинотеатры, выпускающие свой собственный оригинальный контент. Данный вид развития и продвижения платформ требует больших затрат, особенно для сервисов, не имеющих связей с киностудиями. Владельцы онлайн-кинотеатров осуществляют

³ Федеральный закон от 01.07.2017 № 156-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» // СПС «КонсультантПлюс». Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_219007/ (дата обращения: 09.02.2021).

финансирование производства и распространения за собственные средства и сторонние инвестиции. На просьбы помощи онлайн-кинотеатров государство предоставило им ряд требований, которые в перспективе будут приняты на законодательном уровне.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Итак, можно перечислить основные проблемы регулирования кинопроката на цифровых платформах в России:

- 1) пиратство;
- 2) требование об иностранных владельцах;
- 3) высокая стоимость подписки;
- 4) отсутствие финансовой поддержки со стороны государства.

Несмотря на то, что сфера уже далеко от начала своего пути и с каждым днем охватывает все большую аудиторию, в ней существует множество неразрешенных проблем. Именно поэтому важно проводить исследования возможностей государственного регулирования кинопроката на цифровых платформах.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Акопян А.Р., Аракелян А.М., Воронцова Ю.В., Крысов В.В. (2021). Исследование влияния факторов на контент российских федеральных каналов в условиях цифровизации // Вестник университета. № 1. С. 134–141. <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2021-1-134-141>

Алексеев Г.В. (2011). Модернизация системы правового регулирования международного кинопроката // Время и право. № 2. С. 31–35.

Веденина Д. (2017). Закон об онлайн-кинотеатрах: обзор нововведений для аудиовизуальных сервисов // Интеллектуальная собственность. Авторское право и смежные права. № 10. С. 53–58.

Грибанов А. (2017). Закон об онлайн-кинотеатрах: обзор основных положений // Хозяйство и право. № 8 (487). С. 77–91.

Колобова Е.Ю. (2019). Интеграция российской киноотрасли в мировой кинобизнес в условиях глобализации // Петербургский экономический журнал. № 4. С. 76–87. <https://doi.org/10.25631/PEJ.2019.4.76.87>

Сахарова И.Н., Тютрюмов А.А. (2017). Разработка прогнозических сценариев влияния цифровизации на развитие киноотрасли // European Social Science Journal. № 12-2. С. 39–47.

Сахарова И.Н., Тютрюмов А.А. (2019). Анализ рынка видеосервисов по запросу в России и за рубежом // Петербургский экономический журнал. № 1. С. 118–124.

Харитонов В.В. (2014). Авторское право: проблема экономической эффективности // Вестник Гуманитарного университета. № 1 (4). С. 52–62.

Шацкая А.Д. (2019). Контент российских телеканалов в Интернете: технологии размещения и монетизации // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. № 6. С. 129–154. <https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.6.2019.129154>

Шетилова Г.Г., Лагойская Э.О. (2019). OTT-сервисы в Instagram (на примере онлайн-версии телеканала СТС и онлайн-кинотеатра AMEDIATEKA) // МедиаАльманах. № 6 (95). С. 48–56. <https://doi.org/10.30547/mediaalmanah.6.2019.4856>

REFERENCES

Akopyan A.R, Arakelyan A.M, Vorontsova Yu.V. and Krysov V.V. (2021), “Study of the influence of factors on the content of Russian federal channels in the context of digitalization”, *Vestnik universiteta*, no. 1, pp. 134–141. (In Russian). <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2021-1-134-141>

Alekseev G.V. (2011), “Modernization of the system of legal regulation of international film distribution”, *Vremya i pravo*, no. 2, pp. 31–35. (In Russian).

Gribanov A. (2017), “The Law on Online Cinemas: an overview of the main provisions”, *Business and Law Journal*, no. 8 (487), pp. 77–91. (In Russian).

Kharitonov V.V. (2014), “Copyright: the problem of economic efficiency”, *Vestnik Gumanitarnogo universiteta*, no. 1 (4), pp. 52–62. (In Russian).

- Kolobova E.Yu. (2019), “Integration of the Russian film industry into the global film business in the context of globalization”, *Saint Petersburg Economic Journal*, no. 4, pp. 76–87. (In Russian). <https://doi.org/10.25631/PEJ.2019.4.76.87>
- Sakharova I.N. and Tyutryumov A.A. (2017), “Development of predictive scenarios of the impact of digitalization on the development of the film industry”, *European Social Science Journal*, no. 12-2, pp. 39–47. (In Russian).
- Sakharova I.N. and Tyutryumov A.A. (2019), “Market analysis of on-demand video services in Russia and abroad”, *Saint Petersburg Economic Journal*, no. 1, pp. 118–124. (In Russian).
- Shatskaya A.D. (2019), “Content of Russian TV channels on the Internet: placement and monetization technologies”, *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika*, no. 6, pp. 129–154. (In Russian). <https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.6.2019.129154>
- Shepilova G.G. and Lagoiskaya E.O. (2019), “OTT services in Instagram (for example, the online version of the STS TV channel and the online cinema AMEDIATEKA)”, *MediaAl'manah*, no. 6 (95), pp. 48–56. (In Russian). <https://doi.org/10.30547/mediaalmanah.6.2019.4856>
- Vedenina D. (2017), “The Law on Online Cinemas: review of innovations for audiovisual services”, *Intellectual Property. Copyright and related rights*, no. 10, pp. 53–58. (In Russian).

TRANSLATION OF FRONT REFERENCES

- ¹ Pozina M. (2018), Dmitrii Gudumak: “There were wars for exclusives before our launch – we didn’t open Pandora’s box”, *Byulleten` kinoprokatchika*. Available at: http://www.kinometro.ru/interview/show/name/Gudumak_interview_7994 (accessed 09.02.2021).
- ² Bashinskaya R. (2018), Ivan Grodetskii: “Online platforms record a boom in interest in Russian cinema”, *Byulleten` kinoprokatchika*. Available at: www.kinometro.ru/interview/show/name/Grodetsky_okko_7671 (accessed 09.02.2021).
- ³ Federal Law No. 156-FZ, dated on July 1, 2017 “On Amendments to the Federal Law “On Information, Information Technologies and Information Protection”, *Legal reference system “ConsultantPlus”*. Available at: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_219007/ (accessed 09.02.2021).