

# КИНОПРОКАТ УЗБЕКИСТАНА В УСЛОВИЯХ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

**Кучкаров Манноб Матлабович,**  
преподаватель филиала ВГИК г. Ташкент

## **Аннотация.**

В статье рассматривается эволюция системы кинопроката и механизмов продвижения кинофильмов в Узбекистане в контексте институциональных и социально-экономических трансформаций. Анализируется функционирование централизованной модели кинопроката в советский период, особенности репертуарной политики и нормативного регулирования, а также изменения, произошедшие в условиях перехода к рыночной экономике в 1990-е годы. Особое внимание уделяется влиянию процессов разгосударствления, приватизации и коммерциализации отрасли на доступность кино и формирование зрительской аудитории. На основе нормативных документов и научных исследований выявляются ключевые факторы, определившие трансформацию кинопрокатной системы и её роль в обеспечении зрительской востребованности отечественного кино.

**Ключевые слова:** кинопрокат, продвижение кинофильмов, отечественный кинематограф, зрительская аудитория, рыночная экономика, Узбекистан.

## **Abstract.**

The article examines the evolution of the film distribution system and mechanisms for promoting motion pictures in Uzbekistan in the context of institutional and socio-economic transformations. It analyzes the functioning of the centralized film distribution model during the Soviet period, the features of repertoire policy and regulatory frameworks, as well as the changes that occurred during the transition to a market economy in the 1990s. Particular attention is paid to the impact of de-statization, privatization, and commercialization processes on the accessibility of cinema and the formation of the audience. Based on regulatory documents and scholarly research, the study identifies key factors that shaped the transformation of the film distribution system and its role in ensuring audience demand for domestic cinema.

**Keywords:** film distribution, film promotion, national cinema, audience, market economy, Uzbekistan.

В научной традиции становление кинематографа как вида искусства соотносится с возникновением платного кинопоказа, начиная с декабря 1895 года, когда братья Люмьер организовали первые публичные киносеансы в Париже. С этого периода кино стало рассматриваться не только как форма досуга, но и как средство информационного и социокультурного воздействия.

Вслед за становлением кинематографа как самостоятельного вида искусства произошло последовательное развитие визуальных технологий, включающее появление телевидения и последующее широкое

распространение цифровых средств производства и дистрибуции аудиовизуального контента. В условиях интенсификации информационных потоков особую актуальность приобретают вопросы продвижения кино- и видеопродукции, что обуславливает необходимость научного анализа эффективных механизмов повышения зрительской востребованности отечественного кино.

Исторически связь между кинопроизводством и зрительской аудиторией обеспечивалась посредством системы кинопроката, функционировавшей через специализированные организации, осуществлявшие распределение фильмов между кинотеатрами.

В рамках настоящего исследования художественно-эстетические аспекты фильмов не являются предметом анализа; основное внимание уделяется эволюции организационно-экономических и институциональных механизмов продвижения кинофильмов к социуму зрительской аудитории.

В советский период система продвижения кинофильмов характеризовалась высокой степенью централизации и ограниченным набором инструментов, включавших преимущественно наружную рекламу и тематические передачи на радио и телевидении. Прокатный потенциал фильма во многом определялся профессиональным уровнем творческого коллектива. При этом на киностудии «Узбекфильм» производственные условия для съёмочных групп были унифицированы, а различия между проектами в создании фильмов носили преимущественно экономический характер и выражались в объёмах сметного финансирования. Более высокие бюджеты позволяли расширять производственные возможности (строительство больших декораций, длительные кино экспедиции, привлечение большого количества участников массовых сцен и пр.), однако в целом сохранялся единый технологический стандарт кинопроизводства.

Процедура допуска фильма к прокату в Узбекистане, как и во всей стране предусматривала представление установленного комплекта исходных материалов на комиссию в Москве, включавшего: негатив и позитив копий фильма, фотоматериалы и рекламный ролик установленной продолжительности.

Репертуар фильмов данного периода отличался неоднородностью с точки зрения зрительского потенциала. Наряду с коммерчески успешными картинами («Али баба и 40 разбойников», «Пираты XX века»), выпускались фильмы, ориентированные преимущественно на идеологические задачи («Член правительства», «Чрезвычайный комиссар») и не пользовавшиеся устойчивым спросом. Распределение фильмов между кинотеатрами осуществлялось в соответствии с пропорциями между советской и

зарубежной продукцией, включая фильмы социалистических, развивающихся и капиталистических стран. Для кинотеатров действовали чёткие нормативы получения фильмов советской и зарубежной продукции через кинопрокатные конторы. Как правило, около 70 % репертуара для киноустановок составляли советские фильмы и до 30 % — зарубежные. Из них порядка 15 % приходилось на продукцию стран социалистического содружества (ГДР, Болгария, Румыния), около 10 % — развивающихся стран (Африка, Латинская Америка, Юго-Восточная Азия) и примерно лишь 5 % — капиталистических государств (США, Франция, Великобритания, Япония).

Анализ репертуарной политики показывает, что в условиях ограниченного культурного предложения наибольший зрительский интерес вызывали отечественные фильмы, отличавшиеся доступностью повествования и жанровой универсальностью - «Об этом говорит вся махалля» - (реж. Аббасов), «Бунт невесток (реж. М. Абзалов), а также картины зарубежного производства.

Это обстоятельство приводило к формальному выполнению кинотеатрами репертуарных нормативов при фактическом смещении акцента на ограниченное число коммерчески успешных фильмов. Наибольший зрительский интерес вызывали фильмы дальнего зарубежья. В связи с этим руководители кинотеатров, формируя недельный репертуар, стремились любыми доступными способами включить в него индийские или французские картины. Идеологически выверенные фильмы, полученные по утверждённой «разнарядке», зачастую оставались на складах кинотеатров, порой так и не доходя до экрана. При этом в отчётной документации указывались формальные данные о количестве сеансов, тогда как реальная кассовая выручка обеспечивалась в основном зарубежными, коммерчески успешными фильмами.

Существенные трансформации в системе кинематографии произошли в период перестройки, в результате чего была демонтирована государственная модель кинопроката, а отрасль начала функционировать в условиях рыночной экономики. Данный процесс сопровождался резким снижением посещаемости кинотеатров, а также значительным сокращением объёмов кинопроизводства. В условиях отсутствия систематизированных статистических данных можно предположить, что к середине 1990-х годов совокупное количество выпускаемых на экраны страны зарубежных художественных фильмов сократилось до 40–50 единиц в год, тогда как объёмы национального кинопроизводства в Узбекистане снизились до 10–15 художественных фильмов ежегодно.

Для сопоставления следует отметить, что: «В 1970–1980-е годы на экраны страны ежегодно поступало в среднем 130–150 художественных фильмов, около 35 полнометражных документальных, свыше 400 короткометражных научно-популярных и порядка 60 анимационных фильмов. Кроме того, зрительской аудитории предоставлялась возможность просмотра около 100 наименований фильмов иностранного производства» [1, С.32].

Несмотря на попытки сохранения традиционных функций кино — познавательной, развлекательной, воспитательной, коммуникативной, исследовательской и информативной, — в указанный период особую актуальность приобрела концепция «кино как товара». Это потребовало пересмотра принципов функционирования отрасли с позиций экономической эффективности и рыночного спроса.

В рамках экономической либерализации в Узбекистане был осуществлён процесс приватизации организаций кинематографии, в том числе их преобразование в акционерные общества. При этом государство сохранило финансирование производства фильмов социально значимой направленности. Постановлением Кабинета Министров Республики Узбекистан № 247 от 12 июня 1996 года были определены параметры государственной поддержки кинопроизводства. Министерству финансов было поручено сохранить до 2000 года ежегодное выделение дотаций на производство шести художественных, сорока документальных, научно-популярных и мультипликационных фильмов, а также восьми выпусков киножурналов «Зумраша» и «Каракалпакстан».

Возобновление бюджетного финансирования в последующие, 2000-е годы, позволило реализовать ряд значимых кинопроектов исторической и современной тематики - «Земля отцов» (реж. Ш. Аббасов), «Минувшие дни» (реж. М. Абзалов, Х. Файзиев), «Алпомиш» (реж. П. Файзиев), «Мальчики в небе» (реж. З. Мусаков), «Оратор» (реж. Ю. Разыков) и ряд других.

Также были приняты меры по реорганизации системы кинофикации и кинопроката. Это меры по их преобразованию в акционерные общества открытого типа, при этом государственная доля в организациях кино- и видео обслуживания (кинотеатры, кинопрокатные конторы, подразделения «Видео-центра») должна была составлять от 25 до 40 % от уставного фонда.

Вместе с тем либерализация экономики, общий спад, отмена цензуры и сокращение государственного регулирования привели к росту импортной продукции низкого качества, закрытию части кинотеатров и усилению коммерциализации кинопоказа, что негативно отразилось на посещаемости кино для массового зрителя.

Практика реализации данных мер показала их ограниченную эффективность, что было обусловлено недостаточной инвестиционной активностью и отсутствием у субъектов рынка необходимых финансовых ресурсов.

Тем не менее к началу 2000-х годов в сфере кинопоказа в кинотеатрах страны обозначились некоторые тенденции к стабилизации и постепенному улучшению ситуации. Данные изменения были обусловлены совокупностью взаимосвязанных факторов, отражающих процессы адаптации национальной кинематографии к рыночным условиям. Прежде всего, активизация производства фильмов, ориентированных на национальную тематику и культурные ценности, способствовала восстановлению интереса зрительской аудитории к отечественному кинематографу. Это, в свою очередь, выразилось в росте кассовых сборов и частичном восстановлении посещаемости кинотеатров.

При этом наблюдается повышение требований зрителей к качеству демонстрации кинопроизведений, что формирует новые стандарты работы кинотеатров и стимулирует модернизацию кинопрокатной инфраструктуры. «Множество художественных фильмов с равным успехом смотрится по телевизору и на киноэкране. Однако это не препятствует созданию таких фильмов, для которых внутренне значимы размер экрана, развёрстка изображения, количество звуковых дорожек и т.п.» [2, С.112].

Существенное значение имело и расширение участия частного сектора в кинопроизводстве. Появление фильмов, созданных на частных студиях с привлечением внебюджетных источников финансирования, способствовало диверсификации репертуара и обновлению жанрово-тематической структуры кинопоказа, что также положительно сказалось на зрительском спросе. Одновременно с этим в крупных городах Узбекистана начался процесс формирования сети частных кинотеатров нового, цифрового поколения, что привело к модернизации инфраструктуры кинопоказа и повышению качества предоставляемых услуг.

Как отмечает киновед Н. Каримова: «Переход к рыночным отношениям способствовал формированию коммерческого частного игрового кинематографа, ориентированного прежде всего на зрителя как ключевой фактор коммерческого успеха. Именно это позволило Узбекистану, в отличие от ряда других государств Центральной Азии, сохранить определенный сегмент зрительской аудитории игрового кино» [3, С.77].

**Динамика роста производства художественных фильмов, созданных в Узбекистане с 2004 г. по 2012 г.**

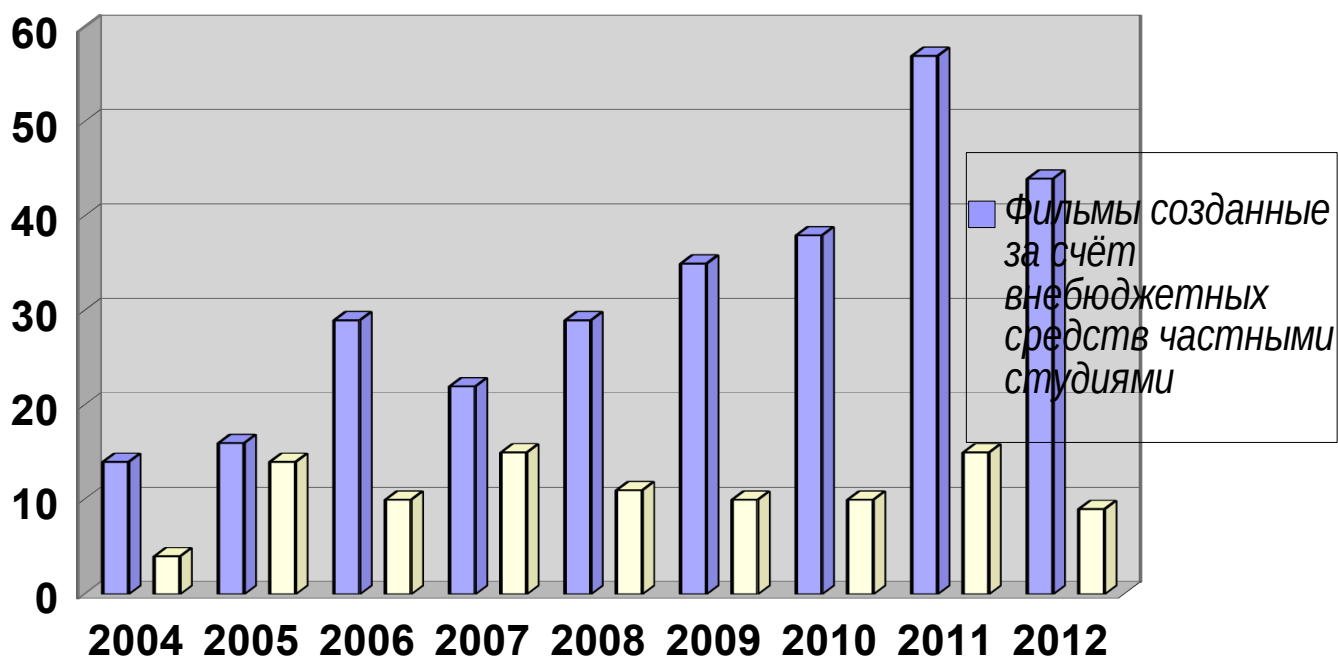


Таблица № 1

|  | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
|--|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Фильмы, созданные за счёт внебюджетных средств частными студиями | 14   | 16   | 29   | 22   | 29   | 35   | 38   | 57   | 53   |
| Фильмы, созданные за счёт государственных бюджетных средств      | 4    | 14   | 10   | 15   | 11   | 10   | 10   | 15   | 12   |
| Всего за год   | 18   | 30   | 39   | 37   | 40   | 45   | 48   | 72   | 65   |

*\*По отчетным данным лицензионного отдела НА «Узбеккино»*

В то же время нельзя однозначно утверждать, что все фильмы, создаваемые на частных студиях, преимущественно в жанрах комедии и мелодрамы, отличались высоким художественным и профессиональным уровнем. Однако принципиально важным обстоятельством являлось сохранение устойчивого интереса зрительской аудитории к отечественной кинопродукции, что свидетельствовало о наличии стабильного потребительского спроса. При этом ряд кинолент продемонстрировал выраженный коммерческий успех, подтверждая возможность возврата инвестиций, вложенных в кинопроизводство, и тем самым формируя у предпринимателей уверенность в экономической целесообразности участия в данной сфере.



Показ отдельных фильмов сопровождался повышенным, в ряде случаев ажиотажным, зрительским спросом, к числу которых относятся «Испытание любви» (реж. Р. Сагдиев), «Шариф и Мариф» (реж. И. Эргашев), «Взгляд на дорогу» (реж. Ф. Мусаджанов), «Суперневестка» (реж. Б. Якубов), «Севинч» (реж. Ё. Туйчиев, А. Шахабудинов) и др. Данные примеры позволяют рассматривать коммерчески успешные проекты частных студий как важный фактор формирования рыночных механизмов в национальной кинематографии начала 2000-х годов.

Важную роль в активизации указанных процессов сыграло совершенствование нормативно-правовой базы. Принятие Закона Республики Узбекистан от 25 мая 2000 года «О гарантиях свободы предпринимательской деятельности» создало институциональные условия для привлечения частных инвестиций в кинематографическую сферу, обеспечив правовые механизмы участия субъектов предпринимательства в производстве и распространении кинофильмов. В совокупности данные факторы заложили основу для структурных изменений в национальной системе кинопоказа и обозначили переход к новой модели функционирования отрасли.

Кинобизнес относится к числу наиболее высокорискованных видов предпринимательской деятельности по сравнению с большинством отраслей материального производства. В отличие от таких сфер, как производство мебели или продукции химической промышленности, где уровень спроса и параметры рентабельности в большей степени поддаются прогнозированию, экономические результаты кинопроизводства и проката созданных фильмов характеризуются высокой степенью неопределённости. Это обусловлено тем, что коммерческий успех фильма во многом зависит от субъективных факторов, прежде всего от восприятия и оценок зрительской аудитории, неоднородной по социальным, возрастным и культурным характеристикам.

Учитывая высокую степень неопределённости и ограниченную предсказуемость результатов кинопроката, «... в ряде европейских стран реализуются специальные программы государственной поддержки распространения национальных фильмов. На наднациональном уровне Европейского союза функционирует программа «Евримаж» (Eurimages), деятельность которой осуществляется по нескольким взаимосвязанным направлениям» [4, С.14].

В частности, программа предусматривает финансовое стимулирование проката национальных фильмов, а также оказание частичной финансовой поддержки кинотеатрам, расположенным в малых и средних городах, в целях приобретения и обновления цифрового кинопроекторного оборудования. Кроме того, «Евримаж» осуществляет поддержку международного

совместного кинопроизводства и содействует прокату аудиовизуальных произведений, способствуя тем самым расширению культурного обмена и укреплению устойчивости национальных кинорынков.

Представляется, что адаптация и внедрение элементов зарубежного опыта в сфере государственной поддержки кинопроката могли бы способствовать улучшению ситуации с продвижением национальных фильмов на внутреннем рынке Узбекистана. Использование апробированных механизмов финансового стимулирования проката и модернизации кинотеатральной инфраструктуры способно повысить доступность кинопродукции для зрительской аудитории и укрепить позиции национального кинематографа в условиях рыночной конкуренции.

Эффективному формированию механизма доведения информации о фильмах, выходящих на экраны, способствуют специализированные кино издания. В России и за рубежом такие издания представляют собой профессиональные и аналитические медиа, освещающие новости киноиндустрии, публикующие рецензии и материалы по теории и практике кино. К ведущим российским изданиям относятся «Искусство кино» и Filmz.ru, а к зарубежным — такие авторитетные бренды, как Variety и Sight & Sound, анализирующие мировой кинопроцесс, фестивальное движение и индустриальные тренды.

Отечественная отрасль кинематографии испытывает дефицит изданий, способных сформировать устойчивую коммуникационную среду для представителей кинотеатрального, дистрибуторского и кино производственного бизнеса, а также обеспечить постоянный доступ к информации, необходимой для принятия управленческих решений, репертуарного планирования и формирования маркетинговых кампаний.

Попытки создать информационно-развлекательные иллюстрированные киножурналы, ориентированные как на профессионалов, так и на широкую аудиторию, такие как «Филм-S» и Cinema Magazine, предпринимались у нас и ранее. Однако с распространением интернета печатные СМИ во всём мире утрачивают позиции и теряют читателей, которые всё чаще предпочитают онлайн-форматы.

В настоящее время внедрена система информирования зрителей о кинопоказах через интернет-ресурсы, что оказывает положительное влияние на посещаемость киносеансов и способствует повышению эффективности их функционирования

Зрительская посещаемость кинотеатров является важным показателем уровня их организационно-технической и социально-культурной подготовки. Современные кинотеатры, должны соответствовать актуальным



требованиям, включающим высокое качество визуального и звукового сопровождения, эргономичное и комфортное размещение зрителей, продуманный интерьер, а также широкий спектр дополнительных сервисов, способствующих повышению привлекательности объектов для посетителей.

В соответствии с Постановлением Президента Республики Узбекистан № 3176 от 07.08.2017 г. «О мерах по дальнейшему развитию национальной кинематографии» поставлена задача разработки типового проекта кинотеатров на основе анализа передового международного опыта. В проекте предусмотрено размещение современных кинозалов на втором этаже и объектов торгово-развлекательной инфраструктуры на первом этаже, что позволяет сочетать культурно-досуговую и коммерческую функции.

На сегодняшний день кинотеатры нового типа функционируют во всех крупных городах Республики Узбекистан. Среди них можно выделить: «Magic Cinema», «Cinematica», «Riviera Cinema» в Ташкенте; «Family Cinema» в Самарканде; «Вухоро Cinema» в Бухаре, «O'zbekim Cinema» в Андижане и многие другие. Создание и эксплуатация таких современных объектов способствует не только развитию национальной кинематографии, но и повышению социальной доступности культурных услуг.

Таким образом, внедрение типовых проектов кинотеатров нового поколения является стратегически значимой мерой, направленной на повышение уровня обслуживания населения, а создание развитой сети кинотеатров, включая региональные, и использование онлайн-платформ позволяет охватить максимально широкую зрительскую аудиторию.

Развитие кинопроката в условиях социально-экономической трансформации Узбекистана выступает важным инструментом повышения культурной и социальной активности населения, а также укреплению позиций национального кинематографа на современном этапе.

### ***Литература:***

1. *Фомин В.* «Кино и время». М.: Искусство, Вып. 6. 1986 г.
2. *Мирзоян К.* «Пути развития национальных кинематографий на современном этапе» <https://cyberleninka.ru/article/n/> 2015 г.
3. *Каримова Н.* «Киноиндустрия Узбекистана и её вклад в социально-экономическое развитие страны» Ташкент, 2019 г.

4. *Колобова Е.* «Международная интеграция, как фактор повышения конкурентоспособности организаций кинематографии» <https://cyberleninka.ru/article/n/> Журнал «Евразийская интеграция: экономика, право, политика» 2017 г.