**Экономика киноиндустрии Турции в XXI веке**

**Имендаева Полина Константиновна**

*Московский Государственный Университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия*

*E-mail: ipolina2011@yandex.ru*

Мировая индустрия кинопроизводства и дистрибуции непрерывно расширяется – в 2022 году её годовой доход составил $76,7 млрд. Несмотря на высокую рискованность инвестиций в данную отрасль, высокая доходность киноиндустрии не перестаёт привлекать как частных, так и государственных инвесторов, которые воспринимают киноотрасль как элемент мягкой силы. Кино обладает способностью создавать весомую добавленную стоимость и, таким образом, вносить значительный вклад в валовой внутренний продукт стран.

Кроме того, кино является экспортным продуктом. Кино играет важную роль в оказании влияния на граждан других стран, формировании у них положительного восприятия страны производства киноленты, а также в продвижении её культуры среди граждан других государств.

В настоящем исследовании понятие «киноиндустрия» объединяет как художественные кинофильмы, так и сериалы.

Во втором десятилетии XXI века началось бурное развитие феномена турецкого кино. В течение большей части 2010-х годов как количество зрителей, так и кассовые сборы турецких фильмов превышали кассовые сборы зарубежных фильмов. Турция стала страной с наибольшим количеством просмотров отечественных фильмов в Европе. [1] В связи с ростом популярности турецкого кино в 2004 году был принят Закон № 5224 “Об оценке, классификации и поддержке кинофильмов”, согласно которому государство оплачивает 30% расходов на съемки художественных и документальных фильмов, мультфильмов, а также сериалов. С принятием этого Закона в 2010-х годах киноиндустрии была оказана значительная государственная поддержка. Однако вслед за кратковременным всплеском, связанным с международным успехом «Великолепного века» и ряда других сериалов, а также успехом на внутреннем рынке турецких кинокомедий, эффект, произведённый данным законом, постепенно сошёл на нет.

Одним из факторов успеха турецких сериалов стало то, что крупнейшие турецкие продакшн-компании (Tims Productions, MF Production) не имея достаточного объёма оперативных средств для инвестирования в высокобюджетные кинопроекты стали заниматься непосредственно производством сериалов. Таким образом, большая часть турецких продакшн-компаний, занимающихся непосредственным производством фильмов, срощены с телевизионным сектором и занимаются параллельным производством сериалов. Даже такие крупнейшие и старейшие компании по производству фильмов, как Kemal Film и İpek Film, в большой мере задействованы именно в сериальном производстве. Оказавшись потерей для концептуального турецкого кино, это обстоятельство стало выигрышным для сериалов.

Кроме конкуренции сериалов неблагоприятным для турецкого классического кино обстоятельством стала и конкуренция иностранных фильмов. Если говорить о кинопрокате, то здесь следует отметить значительное изменение подборки фильмов. Ежегодно в Турции выпускается 350 кинолент. На 2019 год в Турции функционирует 20 компаний-дистрибьютеров. При этом основной объём операций приходится на 4 иностранные компании – CJ Entertainment (35,10%), UIP (23,55%), CGV Mars Distribution (17,31%), Distribution Warner Bros (12,60 %). [3] Большая часть всех дистрибьюторских компаний занимается импортом фильмов. Самая крупная турецкая отечественная компания-дистрибьютор TME (доля на рынке 5,56%) практически не работает с отечественными продакшн-компаниями, а с 2022 года напрямую сотрудничает с Warner Bros. Это объясняется постепенным изменением зрительской аудитории в кинотеатрах.

Ещё одно обстоятельство – цены на билеты в кино (200 TL) довольно высоки для многих семей, особенно проживающих за пределами крупных городов. Поэтому на сегодняшний день прокатное кино обращается не ко всем сегментам общества, а лишь к определенному – к городской интеллигенции; в кинотеатрах в основном идут западные фильмы или турецкое фестивальное кино. В то время как большие массы, которые раньше проявляли интерес к кино, сегодня стали зрителями сериалов (традиционной турецкой мелодрамы) на телевидении. Переход части аудитории в сериальный сегмент привёл к весомому снижению числа зрителей в кинотеатрах.

Общее количество кинотеатров в Турции по данным за 2019 год – 2826 – сократилось на 1,1% по сравнению с предыдущим годом. В 2019 году количество зрителей в кинотеатрах составило 56,5 млн человек, что на 12,8% меньше, чем в 2018 году. Аудитория отечественных фильмов снизилась на 17,5% до 32,3 млн, а аудитория зарубежных фильмов снизилась на 5,6% до 24,1 млн. В 2019 году общее количество показов составило 68 386, что на 4,4% больше, чем в 2018 году. Количество показов отечественных фильмов за тот же период сократилось на 3,6% до 29 тысяч, а количество показов иностранных фильмов увеличилось на 11,2% до 39 тысяч. [2]

Можно предположить, что ещё одним конкурентом прокатного кино стало появление на международном рынке нового мощного инструмента воздействия на аудиторию – онлайн-кинотеатров; ситуация в киноиндустрии существенно изменилась. Стоит подчеркнуть, однако, что турецкие кинопредприниматели не спешат занимать эту нишу – из 80 крупнейших онлайн-кинотеатров лишь один кинотеатр MUBİ с 9 миллионной аудиторией, занимающий 24-ю строчку, является детищем турецкого предпринимателя Эфе Чакареля. При этом кинотеатр зарегистрирован на территории Великобритании и не приносит непосредственной прибыли Турции. В то же время, несмотря на свою специализацию на классическом европейском кино и предпочтение финансирования европейских проектов, платформа уделяет внимание и турецким фильмам. Сериальный сектор в Турции в основном остаётся ориентирован на телевизионный показ. А для продюсеров полнометражного кино самым важным источником дохода в Турции по-прежнему являются кассовые сборы кинотеатров. Производители не могут получать доход от интернет-платформ с такой скоростью.

Последний вопрос, который следует рассмотреть, говоря о турецком кино, – это показ турецких фильмов за рубежом. Турецкие киноленты заграницей не вызывают серьёзного интереса у зрителей, за исключением турок, проживающих в этих странах. Эти фильмы в основном демонстрируются в таких странах, как Австрия и Бельгия, где проживает большое количество турецкого населения. В Азербайджане турецкие фильмы также находят определенную аудиторию. Самые высокие кассовые сборы турецкие фильмы приносят в Германии, стране с наиболее высокой долей турецкого населения в Европе. Важной причиной этого является то, что турецкие фильмы не нравятся иностранной аудитории по содержанию: они чужеродны для неё с эстетической точки зрения и не могут предложить альтернативу западному кино. К тому же, сегодня турецкие постановки имеют эстетику сериальных фильмов, т.к. их режиссеры зачастую являются продюсерами телесериалов. [1]

**Список использованных источников**

1. Prof. Dr. Mehmet Mete Doğanay. Türkiye’de sinema sektörünün geçmişi; bugünü ve yarını: Karşılaştırmalı bir çalışma. // Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi. № 14 (37). 2023
2. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) <https://www.tuik.gov.tr>
3. Aylin Genç. The film distribution sector in Turkey: an assesment in the context of cinema policies. A thesis for the degree of Master of Science in Media and Cultural Studies // Ankara. Middle East Technical University. 2020