

ИНДУСТРИЯ КУЛЬТУРЫ

До недавнего времени индустрия культуры существовала лишь в виде кинематографа и печати. К концу 1990-х гг., однако, стала ясна чрезвычайно важная роль средств массовой информации, что нашло свое отражение в создании соответствующего учреждения. Делами, связанными с печатью, ведает Министерство Российской Федерации по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций, которое создано в июле 1999 года на базе Государственного комитета по печати Российской Федерации (Госкомпечати РФ) и Федеральной службы телевидения и радиовещания (ФСТР), но не является их правопреемником.

Аудиовизуальная культура

Эта сфера развивается чрезвычайно активно. Именно в этой сфере наиболее заметны различия между массовым и поисковыми формами творчества. При огромном количестве просматриваемых по телевидению и на видеокассетах советских и российских фильмов отечественное кинопроизводство в кризисе, кинотеатры впадают в жалкое существование и подчас выживают исключительно благодаря дотациям и доходам, не связанным с основной деятельностью. Профессионалами недооцениваются происходящие в сфере экранной культуры структурные сдвиги: расширение и трансформации телевизионного вещания, развитие видеоиндустрии.

Кинематография. В 1997-1998 гг. удалось приостановить тенденцию к «свертыванию» национального кинопроизводства (Табл. 7.1).

Табл. 7.1. Финансирование Госкино РФ из федерального бюджета в 1996-1998 гг., тыс. руб.

Наименования разделов	1996	1997	1998
Раздел «Культура, искусство и кинематография»	75586,2	169715,7	85273,4
В том числе:			
кинопроизводство	47260,0	76726,4	49691,7
кинопрокат	7474,0	24413,9	13821,6
межд. культурные связи	1565,0	2240,0	1215,0
Прочие расходы	19284,2	66335,4	20545,1

Данные ГИВЦ Минкультуры.

Правда, количество произведенных в 1998 г. художественных фильмов (76) оказалось столь большим из-за телевизионного сериала «Улица разбитых фонарей». Низким остается и объем производства мультипликационных картин, что объясняется кризисом основного производителя — студии «Союзмультфильм» (Табл. 7.2).

Табл. 7. 2. Объем кинопроизводства в 1996-1998 гг.

Виды кинематографии	1996			1997			1998		
	средн. стоим.	кол-во названий	объем бюдж. финансиров.	средн. стоим.	кол-во названий	объем бюдж. финансиров.	средн. стоим.	кол-во названий	объем бюдж. финансиров.
Всего			48,62			76,7 152,07*			49,7
Игровые фильмы	3,4	15	34,37	3,96	33	55,8	4,55	22	39,8
Неигровые фильмы		54	9,07		64	11,5		37	6,0
Мультипликац. фильмы		6	1,63		12	4,7		7	2,6
Кинопериодика		76	3,55		117	4,7		97	1,3

* Средства по денежному зачету, произведенному в 1997 г.

На смену эйфории «коммерциализации», так и не принесшей существенных доходов, вновь пришла сугубо дотационная ориентация профессионалов всех звеньев кинопроцесса (производства фильмов, их проката и демонстрации в сети кинотеатров). При этом объемы бюджетного финансирования кинематографии характеризовались нестабильностью и были явно недостаточными для устойчивого подъема (Табл. 7.3).

Табл. 7. 3. Выпуск кинопродукции и источники финансирования, абс. и %

Вид кинопродукции	1995	1996	1997	1998
Художественные фильмы, всего	46	20	56	46н./76 ед
В том числе: при господдержке	35 (76%)	15 (75%)	33 (59%)	22 (48%)
за счет внебюджетных средств	11 (24%)	5 (25%)	23 (41%)	24/54 (52%)
Мультипликационные филь-мы, всего	13	9	24	8
В том числе: при господдержке	12 (92%)	6 (67%)	12 (50%)	7 (88%)
за счет внебюджетных средств	1(8%)	3 (33%)	12 (50%)	1 (12%)
Неигровые фильмы, всего	167	88	113	316
В том числе: при господдержке	159 (95%)	54 (61%)	64 (57%)	37 (12%)
за счет внебюджетных средств	8 (5%)	34 (39%)	49 (43%)	279 (88%)
Кинопериодика, всего:	182	76	117	97
В том числе при господ-держке	182(100%)	76(100%)	117(100%)	97 (100%)

Данные Госкино РФ.

Масштабы кризиса отечественной кинематографии по сей день неадекватно оцениваются специалистами. Большинство участников процесса не понимают, что он является совокупным результатом двух независимых друг от друга, хотя и одновременных тенденций: общих социально-экономических факторов так называемого переходного периода, с одной стороны, и интеграции постсоветского кинематографа, первоначально ошибочно ориентированного на уникальную американскую модель функционирования, в систему глобальной массовой культуры — с другой.

Доля рынка национального кинематографа непрерывно уменьшалась. По данным Агентства «Дубль-Д», за 1995 г. по московским кинотеатрам (более полной и поздней достоверной статистики нет вовсе), американские фильмы доминируют, захватывая 73% сеансов; 8% остается российским кинолентам, 6 — французским и 9% — другим европейским.

Зрителей безусловно отталкивает *состояние кинозалов*. Они частично разрушены, некомфортабельны, их технологическое оборудование устарело. Самых залов не так много. Их число в РФ упало с 3 тысяч в 1992 г. до 2 тысяч в 1995-м и далее: 1852 (1996 г.), 1745 (1997 г.) и 1557 (1998 г.). Тенденция к сокращению характеризует и число посадочных мест: 1100 тыс. в 1991 г., 843 тыс. в 1996 г., 779 тыс. в 1997 г. и 685 тыс. в 1998 г. К этим залам, размещенным в основном в городах, надо добавить киноустановки, число которых сократилось за последние годы с 70 до 20 тысяч.

Кинотеатры нередко сдают свои помещения для коммерческих мероприятий или превращаются в авто-салоны, рестораны, мебельные магазины, склады (Табл. 7.4).

Табл.7.4. Наличие киноустановок, видеозалов и видеосалонов

	1997	1998	% к 1997	1997	1998	% к 1997
Всего	27317	22620	83	5375235	4507598	84
В том числе стационарные	26772	22466	84	5321093	4493657	84
Кроме того, видеозалы и видеосалоны	549	502	91	37634	37282	99
Всего в городе	3414	2977	87	1222087	1055109	88
Постоянные кинотеатры	1745	1557	89	778587	685195	88
В том числе ЦРК	56	74	132	33023	47975	88
Специализированные дет-ские	107	98	92	31021	27297	88
Прочие киноустановки	1562	13322	85	412497	342617	83
Стационарные	3298	2921	89	1178246	1047572	89
Видеозалы и видеосалоны	202	174	86	12983	11287	87
Кинотеатры и киноустанов-ки на селе	23903	19643	82	4153148	3452489	83
В том числе стационарные	23474	19556	83	4142847	3446085	83
Всего на селе	27317	22620	83	5375235	4507598	84
Видеозалы и видеосалоны	347	328	95	24651	25995	105

Данные Госкино РФ.

Лишь половина кинотеатров действительно функционирует, и только около сотни из них рентабельна. Сформировался очень узкий «авангард» из десятка кинотеатров, расположенных в Москве, Санкт-Петербурге и нескольких крупнейших городах, технически хорошо оснащенных с чрезвычайно высокими ценами на билеты, в 25-30 раз превосходящими средние показатели по стране.

Одобренная правительством в 1997 г. Концепция развития кинематографии в Российской Федерации до 2005 г. предусматривает постепенный рост объема кинопроизводства и экономическое оздоровление отрасли. Однако достижение позитивных результатов невозможно без изменения психологического климата в профессиональной среде, преодоления разобщенности кинематографий на евразийском пространстве, снятия ведомственных барьеров между кинематографией и интенсивно развивающимися телевидением и рекламной индустрией, где в большинстве своем находят прибежище (или удачу) молодые кинематографисты. Смена поколений — это и смена эстетических ориентиров, профессиональных навыков, систем взаимоотношений, от внутриотраслевых до межгосударственных.

Названные процессы трудно понять, не принимая во внимание интернационализации кинобизнеса. В программе международного симпозиума «Роль экранной культуры в развитии национального сознания», состоявшегося в конце 1996 г., возможные варианты развития обозначены следующим образом¹:

1. Экспорт творческих работников в Голливуд.
2. Формирование относительно независимых собственных кинематографических производственных центров, рассчитанных на определенный культурный ареал (вариант юго-восточной Азии: Гонконг, Индия, Китай).
3. Замена импорта голливудской продукции созданием собственных боевиков, коммерциализация национальных кинематографий, возможная только при высоких доходах на внутреннем рынке.
4. Создание постоянного партнерства между внутренними фирмами и транснациональными монополиями.
5. Поддержка кинематографии со стороны государства вплоть до стопроцентного бюджетного финансирования небольшого по объему и престижного по замыслу национального кинопроизводства (социалистическая модель в ослабленном варианте, существующая в ряде скандинавских стран).
6. Развитие национальной кинематографии преимущественно на базе телевидения: от участия телевидения в финансировании фильмов для кинотеатров до сужения зоны распространения фильмов до телевидения и/или видео.
7. Многоканальные модели финансирования национальных кинематографий: международные (в частности, европейские) фонды, бюджет (национальный, федеральный, региональный и местный), специальные налоги, отчисления от доходов телевизионных компаний или прямое финансирование ТВ, различного рода спонсорская поддержка.

Стержневой же общей проблемой было повышение культурного статуса кинематографии и ее далеко не бесконфликтный выход на международный рынок кино, ТВ и видео².

Победа зрелищности в жизни и на телевизионном экране оборачивается парадоксальным поражением кинематографистов, не способных конкурировать между собой или с теми, кто идет им на смену. Ведь главное условие успеха в экранном творчестве, в отличие от большинства традиционных, непромышленных искусств, состоит в том, насколько фильмы смотрят, в какой мере кинематографисты ощущают «давление» зрителя, чувствуют его желание увидеть их произведение. Центральная точка кризиса, переживаемого кинематографией, — ослабление гибкой связи со зрителем, существовавшей еще 10–30 лет назад. Эта связь все больше и больше утрачивается и передается телевидению.

Чтобы выйти из кризиса, вырабатывается «режим благоприятствования» для отечественного кино (и зрителя) в бюджетной и внебюджетной сферах. Механизмы реализации этого режима должны учесть потребности в значительных объемах финансовых средств (в частности, на строительство кинотеатров нового поколения), совершенствования нормативно-правовой базы, а также использования новейших технологических достижений в СМИ. При этом центр тяжести переносится с традиционных бюджетных и налоговых механизмов (они важны, но недостаточны) на саморазвитие отрасли при обеспечении реального контроля над потоками финансовых средств — необходимом условии оздоровления любой экономики (в том числе и кино).

Решению этих задач может способствовать многоканальная *система финансирования кинематографии*, предложенная в концепции развития отечественного кино до 2005 года. Она включает в себя средства от реализации фильмов; бюджетов всех уровней; негосударственных организаций, коммерческих структур, общественных фондов, частных лиц; центральных и местных каналов телевидения; прокатных кино- и видеофирм;

¹ Здесь и далее цитируется по стенограмме, также хранящейся в Конфедерации союзов кинематографистов.

² По словам драматурга Рустама Ибрагимбекова, «...государства, их руководители должны думать о духовном формировании новых поколений своих граждан, о сохранении культурных ценностей, которые были созданы народом в прошлом, о духовном самосохранении народа, своего государства, и, рассматривая свой народ как часть человечества, они должны понять, — несчастные 0,2% из бюджета, которые мы просим, выгодно вложить в национальный кинематограф для того, чтобы наши государства жили, процветали, для того, чтобы мы через несколько лет или чуть больший срок не исчезли как вид, чтобы не остановилась жизнь на Земле. То есть государства СНГ и стран Балтии должны стать главными покупателями на рынке кино».

зарубежных кино-, теле- и видеокомпаний; международных фондов и организаций; банков, инвестиционных фондов и других кредитных учреждений; от приватизации объектов кинематографии.

Особая группа вопросов связана с развитием и модернизацией кинотеатров. Как известно, в мире существуют на принципах взаимодополнительности прибыльные частные сети (в крайне редких случаях — отдельные кинотеатры) и дотационные муниципальные залы. Нет никаких оснований считать, что в нашей стране будет по-иному. Поэтому в общей перспективе следует ориентироваться на приватизацию прибыльных (по основной деятельности) кинотеатров или их частное строительство (возможно, на базе льготных кредитов) и на дотирование остальных из бюджетов всех уровней.

В сфере видео основные проблемы заключаются в несоблюдении норм авторского права и “копирайта”. Если удастся существенно сократить долю пиратства, выигрыш отечественных кинопроизводителей и художников будет ощутим. Возможны и дополнительные сборы с импорта и продаж чистых кассет.

Ключевой для будущего проблемой остается интеграция кино и телевидения, без которой кинематография, как показывает мировой опыт, существовать не может. Отсюда необходимость квотирования показа отечественной продукции (в том числе кинофильмов); фиксирования процента с оборота телевизионных каналов, который либо направляется компанией на собственное кинопроизводство, либо перечисляется в бюджет на нужды отечественной кинематографии в целом.

Особый круг проблем составляет интеграция российского кинематографа в мировую, в первую очередь европейскую, систему кинопроизводства и проката.

В области новых технологий имеет смысл предусмотреть, помимо авторских, отчисления на общие нужды кинематографии части средств, получаемых от использования кинофильмов, их фрагментов, персонажей, сценарных ситуаций и т. п. на новых носителях (CD-ROM, мультимедиа, видеоигры, pay-per-view...).

На базе новых технологий можно позволить себе развивать культуру и местную, и региональную, и национальную, и наднациональную, и общемировую. И здесь можно разрабатывать если не идеологию, то специфическое мироощущение и мировоззрение, присущее разным общностям людей.

Будущее нашего кино в высшей степени зависит от того, к какому «локомотиву» смогут «привязаться» кинематографисты, к каким реальным тенденциям в культуре, общественной и политической жизни они окажутся причастными.

Телевидение и радиовещание. Ведущая тенденция в области телевидения и радиовещания в последние годы — нарастающая децентрализация и диверсификация включенных в этот процесс компаний, и по формам собственности, и по используемым технологиям³ (Табл. 7.5).

Табл. 7.5. Динамика лицензирования

Год	Выдано лицензий	Всего лицензий:		Количество организаций-вещателей
		аннулированных	действующих	
1992	124	124	—	105
1993	343	321	22	267
1994	37	36	1	23
1995	565	143	422	416
1996	566	85	481	479
1997	604	17	587	548
1998	263	1	262	236

Телевидение и радио России⁹⁸. Справочник. М.: Аист, 1998.

Именно в последние годы дала о себе знать тенденция к централизации и монополизации ведущих телевизионных каналов как федерального значения, так и субъектов Федерации. Первым звеном этой тенденции стало создание «ОРТ» в 1995 г., а завершающим — организация в 1999 г. Министерства печати, телерадиовещания и средств массовой информации.

В 1996 г. на шести основных каналах функционировало 8 компаний⁴. Полностью частными были НТВ и ТВ-6, частично — ОРТ. 5-й канал имел статус федерального, но формировался на уровне субъекта Федера-

³ По формам собственности: коммерческие предприятия — 1103 лицензии, муниципальные — 309, государственные — 292; частные — 58; общественные организации — 9; муниципальные организации и НКО — по 2. По форме распространения: ТВ в целом — 1038, в том числе: эфирное ТВ — 846; кабельное ТВ — 156; телетекст — 13, эфирное и кабельное — 6; спутниковое и эфирное, а также непосредственно спутниковое ТВ телевидение — по 4; спутниковое — 3, цифровое и многопрограммное непосредственные — по 2; видеотекст и сотовое — по 1; радиовещание в целом — 737, в том числе эфирное — 481; проводное — 188; эфирное и проводное — 62, спутниковое — 4, многопрограммные цифровое непосредственное и спутниковое и эфирное — по 1.

⁴ «ОРТ», «РТР» («Россия»), «2x2» и МТК, «Российские университеты» и НТВ, «Петербург-5 канал» и «Телеэкспо» (только в Москве и Московской области), «ТВ-6 Москва».

ции, как и московский МТК. Остальные каналы были государственными, хотя функции их различались (от первой ласточки коммерческого вещания «2Х2» до образовательных «Российских университетов») через официальную трибуну государства — РТР.

Дальнейшее перераспределение собственности и функций обрело перманентный характер. В течение рассматриваемых трех лет НТВ получило полностью 4-й канал, а затем и федеральный статус, на 5-м канале Петербург сменила государственная «Культура», в какой-то мере компенсировавшая исчезновение «Университетов», московское вещание на 3-м канале стало всесоюзным (ТВЦ) и вытеснило «2х2». Наконец, в 1998 г. был создан гигантский государственный холдинг, включивший в свой состав центральные и региональные государственные вещательные компании и технический центр «Останкино».

При этом вещание в целом характеризовалось все большей коммерциализацией (кроме канала «Культура») и опорой на доходы от рекламы при хроническом дефиците бюджетного финансирования. Ведущими игроками здесь были рекламные компании «Премьер СВ» и «Видео Интернейшнл», конкурентная борьба между которыми закончилась победой последней уже в 1999 году («Премьер» пал жертвой кризиса августа 1998 г.).

В 1997 г. появился пакет платного спутникового вещания НТВ+, выросший с 4-х до почти 20 тематических каналов. На базе московских дециметровых каналов стали формироваться телесети по американскому образцу, рассылающие свои программы по регионам. Это движение было начато ТВ-6 и продолжено РЕН-ТВ, СТС, ТНТ, 31-м каналом. Некоторые телесети до сих пор не имеют московского вещания (АСТ).

На начало 1998 г. ведущим по охвату аудитории оставался первый канал (ОРТ), за ним следовали НТВ, РТР, молодежный ТВ-6 и замыкал процессию канал «Культура», доля которого (менее 5%) была все же выше, чем у аналогичных зарубежных каналов⁵.

Данные о трансляции по разным телеканалам художественной продукции различаются (Табл. 7.6).

Табл. 7.6. Игровые сериалы на центральных телеканалах в 1998 г. по странам-производителям

Страны	ОРТ		РТР		ТВЦ		НТВ		Клт		ТВ6		СУММА	
	На	Мин	Назв	Мин	Назв	Мин	Назв	Мин	Назв	Мин	Назв	Мин	Назв	Мин
Россия	9	6215	7	1272	1	9210	2	530	0	0	3	1640	22	2195
СССР	14	4445	8	3580	12	3650	38	1519	9	3665	13	5615	94	24586
СНГ+Балтия	3	3815	3	995	1	250	0	0	0	0	0	0	7	7
Франция	1	1210	5	5500	4	1985	5	1315	7	8810	2	860	24	11018
Германия	0	0	0	0	2	1015	0	0	0	0	2	2400	4	2406
Италия	2	650	5	2360	2	775	0	0	0	0	5	5050	14	5069
Испания	0	0	0	0	0	0	1	385	0	0	2	3445	3	3835
Англия	9	6100	7	3565	18	7280	3	645	0	0	6	3210	43	3904
Европа (пр)	2	2280	5	2630	3	1870	1	165	0	0	0	0	11	176
США+Канада	12	8710	15	3695	8	5470	31	5018	0	0	28	3726	94	87567
Лат.Америка	2	1641	1	2650	9	4998	0	0	0	0	1	1050	13	1064
Прочие	1	800	1	650	10	4865	1	1050	1	360	0	0	14	1425
SUMM	55	50635	57	71600	70	86350	82	69460	17	12835	62	60535	343	143252

Различна транслируемая художественная продукция и по жанрам (Табл. 7.7).

Табл. 7. 7. Средние рейтинги жанров фильмов по странам, 1998

	Показы	Рейтинг		Доля	
Страны		Сумма	Средн.	Сумма	Средн.
Боевики					
Канада	7	195,8	28	45	6,4
Гонконг	9	272,8	30	98	10,9
Россия - Украина	10	306,7	30,7	127,1	12,7
США	102	2970		1269,3	12,4
СССР	8	231,8	29	97,4	10,9
Приключения					
Австралия	5	67,3	19,5	37	7,4
Канада	10	240,2	24	65,5	6,6
Франция	18	488,4	27,1	195,1	10,8
Англия	29	813,1	28	283,1	9,8
Италия	9	146,7	16,3	39,2	4,4
Польша	5	99,7	13,3	12,6	2,5

⁵ ОРТ — 34,0; НТВ — 20,8; РТР — 15,8; ТВ-6 — 13,9; ТВЦ — 11,4; «Культура» — 3,7%.

	Показы	Рейтинг		Доля	
Страны		Сумма	Средн.	Сумма	Средн.
Россия - Украина	37	872,9	23,6	351,4	9,5
США	154	3836,6	24,9	1227,6	8
СССР	296	8922	30,1	2131,6	7,2
<i>Историко-биографические</i>					
Франция	8	160,7	20,1	38,1	4,8
Англия	9	242,8	27	77,2	8,6
Германия	5	93,2	18,6	11,2	2,2
Венгрия	4	18,9	4,7	8,8	2,2
Италия	11	169,4	15,4	45,1	4,1
Россия	5	91,6	18,3	38,5	7,7
США	25	622,5	24,9	211,9	8,5
СССР	144	3037	21,1	790,2	5,5
<i>Комедии</i>					
Австралия	5	130	26	20,7	4,2
Чехия	6	90,1	15	17,8	2,8
Франция	84	2046,3	24,3	688,2	8,2
Англия	36	673	18,7	196,1	5,5
Венгрия	4	26,5	6,6	3,9	1
Испания	9	177,7	19,8	23,2	2,6
Италия	34	747,2	22	257	7,6
Польша	5	122,8	24,6	36	7,2
Россия - Украина	75	1919,5	25,6	741,3	9,9
США	198	4506,9	22,8	1697,6	8,6
СССР	421	11999,5	28,5	4118	9,8
Узбекистан	4	54,9	13,7	12,4	3,1
<i>Криминальные истории</i>					
Франция	13	307,1	23,6	101	7,8
Италия	4	109	27,2	33,5	8,4
Россия	9	222,6	24,7	53,6	6
США	32	879,8	27,5	213	6,7
СССР	13	387,1	29,8	140,5	10,8
<i>Детективы</i>					
Канада	8	280,8	35,1	30,8	3,8
Франция	18	454,6	25,2	146,1	8,1
Англия	41	843,5	20,6	268,2	6,5
Италия	11	208,8	19	47,7	4,3
Россия - Украина	33	931,9	28,2	296,2	9
США	110	2833,3	25,8	827,5	7,5
СССР	97	3107,1	32	1015,8	10,5
<i>Драмы</i>					
Австралия	9	169,7	18,8	24,6	2,7
Канада	14	337,5	24,1	43,2	3,1
Франция	59	1389	23,5	204,9	3,5
Англия	47	663,4	14,1	175,1	3,7
Германия	14	268,2	19,2	32,6	2,3
Венгрия	12	90	7,5	36,1	3
Испания	10	109,3	10,9	28,4	2,8
Италия	38	567,6	14,9	123,7	3,3
Польша	16	146,1	9,1	33,4	2,1
Россия - Украина	64	1370,7	21,1	451,9	7,1
Швеция	7	105,1	15,1	20,7	3
США	134	2716,1	20,3	631,9	4,7

	Показы	Рейтинг		Доля	
Страны		Сумма	Средн.	Сумма	Средн.
СССР	315	6389,2	20,3	1629,3	5,2
<i>Фэнтези</i>					
США	39	989,9	25,4	441,2	11,3
СССР	8	194,4	24,3	31	3,9
<i>Мелодрамы</i>					
Франция	16	316,3	19,8	78,9	4,9
Англия	17	295,5	17,4	92,2	5,4
Индия	10	334,8	33,5	108,7	10,9
Италия	12	247,6	20,6	62,6	5,2
Россия - Украина	34	725,3	21	283,5	8,3
США	29	615,5	21,2	258	8,9
СССР	182	4698,1	25,8	1463,7	8
<i>Киноповести</i>					
Италия	5	70,5	14,1	23,6	4,7
Россия	4	90,6	22,6	13,7	3,4
США	5	90,8	18,2	17,5	3,5
СССР	120	2860,4	23,8	713,9	5,9
<i>Сказки</i>					
Чехословакия	8	77,8	9,7	8,4	1,2
Англия	8	205,8	25,7	47	6
Германия	6	75,7	12,6	8,4	1,4
Польша	4	55,8	13,9	3,3	0,8
Румыния	5	37,1	7,4	6,3	1,3
Россия - Украина	5	74,3	14,9	14,5	3
США	19	325,9	17,2	69,4	3,7
СССР	167	3534,4	21,2	573,8	3,4
<i>Ситком</i>					
Франция	5	78,8	15,6	19,2	3,8
Россия	10	213,6	21,4	66,3	6,6
США	6	137,4	22,9	23,2	5,8
СССР	43	933,2	21,7	345,9	8
<i>Триллеры</i>					
Канада	6	199,7	33,3	21,2	3,5
Франция	5	115,5	23,1	48,8	9,8
Англия	4	128,4	32,1	31,1	7,8
Россия	4	101	25,2	41,7	10,4
США	100	2785,9	27,9	616,5	6,2
СССР	7	185,7	26,5	72,6	10,4

Укрупняя, подведем итоги: в 1998 г. всего показано 3241 фильм, в том числе производства: Россия — 1386; СНГ — 47; Европа — 736; Балтия — 4; США — 945; Лат. Америка — 8; прочие — 115.

Отечественное кино, очевидно, превосходит по степени телевизионной популярности любые зарубежные произведения. Таким образом, по сути, культурная проблематика охватывает все каналы вещания, а не только специализированный канал «Культура».

Более того, говоря о роли экранного искусства в развитии самосознания (индивидуального, коллективного, этнического, национального...), мы имеем в виду не только (и даже не столько) кино и телевидение, но и мультимедиа, виртуальную реальность, Интернет... Новые информационные технологии в совокупности — та территория, на которой сегодня развернулась яростная борьба за место под солнцем и, как ни странно, в этих новых процессах открывается значительно больше возможностей для проявления собственно национальных особенностей мышления, традиций, образа жизни и т. д.

Книгоиздание

Книгоиздание было одной из наиболее успешно работающих отраслей экономики, но кризис 1998 г. привел к закрытию или свертыванию деятельности едва ли не половины издательств. Выпуск книг и брошюр вновь стал снижаться. Книгораспространение остается крайне бессистемным, и электронные средства информации его недостатков пока не восполняют.

Выпуск книг и брошюр. По сравнению с предыдущими годами, характеризовавшимися неуклонным снижением тиражей и числа названий, 1997 г., казалось, стал переломным: число названий, тиражи и совокупный объем выпускаемых книг впервые превысили уровень предыдущего года (соответственно на 24,3; 3,5 и 9,7 проц. пункта). Специалисты это явление связывают в первую очередь с действием федерального закона «О государственной поддержке средств массовой информации и книгоиздания Российской Федерации», который был с некоторыми изменениями пролонгирован в 1998 г. Этот закон освободил издательства, СМИ и предприятия, распространяющие печатную продукцию (за исключением эротической), от уплаты НДС, налога на прибыль, таможенных пошлин и сборов, а также предоставил им некоторые льготы по аренде, оплате транспортных и иных услуг. Все это создало реальные экономические предпосылки для наращивания объема выпуска книг, повышения их качества. Книгоиздание стало одной из немногих отраслей, в которых отметились увеличение производства.

Однако кризис 1998 г. привел к тому, что возобладала прежняя тенденция, заметная еще в 1980-е гг.: разнообразие названий продолжает расти, хотя и медленнее, а тиражи — снижаться, вновь вызвав и снижение таких показателей, как число изданных книг на 100 чел. населения (с 323 в 1995 до 277 в 1998 г.; Табл. 7.8).

Табл. 7.8. Динамика выпуска книг и брошюр⁶

Год	Число названий		Тираж, тыс. экз.		Объем печ. л.-отт., тыс.		Число на 100 чел.	
	Абс.	% к пред. году	Абс.	% к пред. году	Абс.	% к пред. году	Абс.	% к пред. году
1995	33623	—	475039,5	—	71635867	—	321	—
1996	36237	107,8	421387,4	88,7	6220614,2	86,8	285	88,8
1997	45026	124,3	435972,7	103,5	6822483,2	109,7	298	104,6
1998	46156	102,3	407576,1	93,5	6276187,0	92,0	277	92,9

Издательскую деятельность ведут не только собственно издательства. Примерно треть выпуска названий книжной продукции, малотиражной в основном, приходится на продукцию министерств, комитетов и ведомств. Доля государственных издательств составляет 22 %, прочих — вдвое больше (46%) . По тиражам безусловно лидируют негосударственные издательства, еще выше (82 %) их доля по объему изданий (Табл. 7.9).

Табл. 7.9. Доли разных издающих организаций в общем выпуске книг (% от общего выпуска книг и брошюр, 1998 г.)

	Число названий	Тираж, тыс. экз.	Число п.л.-отт., тыс.
Все издательства	68	95,7	96,6
Гос. издательства	22	15,2	14,9
Прочие издательства	46	80,5	81,7
Министерства, комитеты, ведомства, организации, выпускающие печатную продукцию минуя издательства	32	4,3	3,4

В общем выпуске книг и брошюр, если брать число названий, возрастает удельный вес *новых* изданий. В то же время издатели в условиях непрекращающейся инфляции крайне озабочены быстрым возвратом вложенных средств и потому не любят рисковать, публикуя неизвестных авторов. Эти последние чаще издаются за собственный счет или благодаря случайной поддержке немногочисленных спонсоров. Как следствие, рост числа новых изданий (по названиям) не покрывает резкого снижения выпуска *переизданий*. Переиздаются в основном гораздо более объемные издания (Табл. 7.10).

Табл. 7.10. Выпуск новых изданий и переизданий

Годы	Новые				Переиздания	
	Число названий	Тираж, тыс. экз.	Число п.л.-отт., тыс.	Число названий	Тираж, тыс. экз.	Число п.л.-отт., тыс.

⁶ Здесь и далее статистические данные приводятся по изданиям: Печать Российской Федерации в 1996 году. М.: «Эпидавр»; 1997; Печать Российской Федерации в 1997 году. М.: Стройиздат, 1998; Печать Российской Федерации в 1998 году. М., 1999.

1997	43037	376403,4	5713862,0	1989	59569,1	110862,2
1998	43658	346719,8	5059231,1	2498	60856,2	1216955,9

Изменения в читательских предпочтениях, как и изменения возможностей издательств закупать авторские права за рубежом, отражаются в росте, а затем — в спаде выпуска *переводной литературы*, разнообразие которой в 1997 г. резко увеличилось, а затем стало снижаться, как и тиражи и объемы (Табл. 7.11).

Табл. 7.11. Выпуск переводных изданий

Год	Число	Тираж	Объем
1996	4672	101942,3	1775546,4
1997	5802	97907,3	1741353,3
1998	5748	77808,8	1407822,2

Определенные изменения наметились в соотношении видов выпускаемой продукции. Среди *художественной литературы* число издаваемых произведений продолжает расти, хотя годовой прирост по названиям замедлился (на 12,8 проц. пунктов в 1997 г., на 3,5 — в 1998), наблюдается замедление темпов снижения тиражей, равномерно снижается общий объем выпускаемых произведений (Табл. 7.12).

Табл. 7.12. Выпуск художественной литературы, включая детскую

Год	Число названий		Тираж, тыс. экз.		Печ. листов-отт., тыс.	
	Абс.	% к пр.г.	Абс.	% к пр.г.	Абс.	% к пр.г.
1996	8051	110,7	174684,6	98,9	2781194,9	93,9
1997	9085	112,8	154472,5	88,4	2583396,3	92,9
1998	9407	103,5	141872,3	91,8	2373068,3	91,9

Детская литература заслуживает особого упоминания. Она явно переживает кризис: отечественных современных авторов, особенно молодых, издают все реже и все меньшими тиражами⁷.

Растет разнообразие издаваемых художественных произведений, хотя и неравномерно для разных жанров: при постоянном росте названий выпускаемой прозы и поэзии уменьшается число публикаций драматических произведений (Табл. 7.13). Снижаются объемы и тиражи прозы и особенно драматургии, немного возросли тиражи поэтических произведений.

Табл. 7.13. Выпуск художественной литературы по жанрам

	Число названий		Тираж, тыс. экз.		Печ. листов-отт., тыс.	
	1997	1998	1997	1998	1997	1998
Проза	6272	6593	128244,0	116644,5	2319166,0	2144469,9
Драматургия	79	43	639,7	263,3	17126,1	6534,2
Поэзия	1774	1807	12364,0	13324,4	102500,0	103331,6

Наиболее прибыльными оказываются роскошные издания безгонорарных классиков. Книгоиздание все активнее перенимает методы шоу-бизнеса, используя для привлечения внимания покупателей все, что имеется в их распоряжении: обложка, заголовок, иллюстрации, имя авторов⁸.

Стремясь полнее удовлетворить покупательский спрос, многие издатели начинают выпускать различные справочники и энциклопедии, не учитывая сложность этого вида изданий, которая, если речь идет об оформлении и в документации издания, требует профессионального участия составителей энциклопедий и др. Для выставления выходных данных каждой книги необходимы профессиональные знания⁹, а квалифицированных специалистов-библиографов не хватает. Издательства этими деталями пренебрегают (выпускается несколько книг под одним ISBN, путают местами название книги и название серии). В этой связи Министерство предлагает книгоиздателям строже придерживаться государственных стандартов.

⁷ Исследования, проведенные специалистами Российской государственной детской библиотеки, показали: для детей с 1994 по 1999 гг. были изданы произведения 910 авторов, у 722 вышло за это время только одна книга; у 151 книги изданы в Москве или Санкт-Петербурге, где расположены более мощные издательства, выпускающие большие тиражи, имеющие налаженную систему книгораспространения. Только у 188 авторов вышло за 5 лет более одной книги, у 56 — 3 книги; ежегодно выходят книги только у 44 авторов. Среди этих последних 16 имен классиков русской дореволюционной и советской литературы; 12 авторов можно отнести к классикам советской детской литературы; 16 имен авторов, работающих в наши дни.

⁸ Например, наряду с книгами довольно известного хилера Н.Лазарева, которые он выпускает ограниченными тиражами, предполагая их распространение среди своих адептов, выпускается большой тираж книг некоего Н. Лазарева.

⁹ Существует ГОСТ 7.60-90 «Издания. Основные виды. Термины и определения», ОСТ 29.132-99. «Энциклопедии. Основные виды. Требования к основному тексту, аппарату издания и издательско-полиграфическому оформлению», ГОСТ 7.1084. «Библиографическое описание документа. Общие требования и правила составления», ГОСТ 7.4-95. «Издания. Выходные данные», ОСТ 29.131-98. «Издательская и книготорговая библиографическая информация. Общие технические требования».

Многие издательства вследствие невысокой их окупаемости прекратили свою деятельность по выпуску учебно-методической литературы, специальных, учебных пособий, для организаций и учреждений культуры и искусства в связи с отсутствием платежеспособного спроса с их стороны. С учетом этих и других трудностей планируется осуществление государственной поддержки социально значимых проектов. Министерство по делам печати, телевидения и средств массовой информации продолжит поддерживать издательства «Просвещение», «Русский язык», «Большую советскую энциклопедию». Предполагается создать госзаказ и размещать его на тендерной основе в издательствах любой формы собственности.

Книгораспространение. С начала 1990-х гг. идет интенсивный процесс создания альтернативных по отношению к государственным оптовых и розничных структур; к 1999 г. государственных предприятий в этой сфере практически не осталось. Особенно заметно оживление этого сектора в ярмарочной деятельности, распространении рекламы, выпуске отраслевых периодических изданий, создании оперативных книжных цепей для выпуска и распространения бестселлеров, организации мелкооптовой сети, снабжающей книгами не только магазины, но и киоски, внемагазинную сеть книготорговых точек.

Не остались в стороне и издательства. Уже на протяжении ряда лет они сами занимаются распространением своей продукции, имеют свои склады и магазины.

Новые структуры оказались не способными заменить или восстановить прежнюю систему распространения. Государство намерено всячески стимулировать развитие книжной торговли, пока являющейся самым слабым местом в обсуждаемой цепи. Признано, что необходима общенациональная сеть реализации книжной продукции, основанная на книжных магазинах.

Электронные издания. Одним из способов преодоления недостатков книгораспространения является электронная торговля *книгами*, а также торговля электронными *книгами-файлами*. Многие фирмы («ИнфоМ», «КноРус») наряду с обычной торговлей уже осваивают торговлю через Интернет. У Новосибирского магазина «Топ-Книга» имеется ассортимент в 35 тыс. названий, распространяемых, помимо Интернета ([www: top-kniga.ru](http://www.top-kniga.ru)), также на гибких дисках. Интересно, что через Интернет издательства торгуют отнюдь не только своими книгами. Например, «Финансы и статистика», издавая ежегодно около сотни названий, торгуют тремя сотнями изданиями.

В 1999 г. впервые на Московской международной книжной ярмарке появились представители книжного Интернет-магазина (www.biblion.ru). По оценкам специалистов, таких магазинов зарегистрировано более десяти, но реально работают меньше: помимо упомянутых, это «Озон», «Книги России», «Мистраль» (www.oz.ru, www.books.ru, www.mistral.ru).

Имеются в Интернете и представительства многих издательств и торговых фирм. Если на издательских сайтах рассказывается только о продукции издательств, то в Интернет-магазинах — множество фирм, названий и имен.

Заметно желание создателей сайта оформить вокруг книг определенное пространство: культурное, информационное, просветительское. Так, специалисты могут по запросу разыскать издание, которого нет в базе данных (в сентябре 1999 г. база данных «Библиона» насчитывала около 20 тыс. названий; есть и более полные БД).

Торговля электронными книгами (файлами) сегодня наталкивается на отсутствие средств их защиты: любой файл, попавший в Интернет, оказывается доступен всем. К тому же у «Библиона», например, пока всего 2-3 посетителя сайта в день. Следовательно, о нем как о коммерческом проекте говорить рано, но в недалеком будущем Интернет-магазины будут способны восполнить тот информационный голод, который испытывает провинция, особенно на научную и деловую литературу.

Пресса

Растет разнообразие, соблюдается периодичность выпуска журналов, особенно развлекательных. В то же время очевиден упадок литературно-публицистических изданий. Выпуск газет нестабилен, но в целом тиражи снижаются. Наблюдается рост регионализации прессы, переход многих периодических изданий к удовлетворению специализированных потребностей читателей, отход от выполнения сугубо информационных функций.

Журналы. В отличие от книг, число названий, выпущенных номеров, тиражи, объемы журналов в 1996-1998 гг. растут быстрыми темпами (Табл.7.14).

Табл. 7.14. Выпуск журналов

Год	Число изданий	Число номеров	Разовый тираж, тыс. экз.	Годовой тираж, тыс. экз.	Печ. лист.-отт., тыс.
1996	1804	11537	19322	197197	1158326
1997	2199	14512	29307	327754	1721064
1998	2409	17065	33870	477827	2274711

Вторая половина 1990-х гг. характеризуется бумом *развлекательных журналов* в глянцево-обложках. Исследования показывают¹⁰, что журналы эти ориентированы не только и не столько на молодежь (хотя покупают их скорее молодые, чем пожилые люди), сколько на носителей различных гендерных ролей — мужчин и женщин. Стиль жизни, описываемый в развлекательных журналах, по преимуществу молодежный. Отсутствуют специальные издания для пожилых людей (возможно, в первую очередь вследствие отсутствия платежеспособного спроса с их стороны). Мало выходит журналов для детей.¹¹

Журналы по *интересам, толстые литературно-художественные* журналы, некогда имевшие огромные аудитории, выходят теперь мизерными тиражами. О тенденции к предпочтению покупателями развлекательного чтения свидетельствует и тот факт, что все большим спросом пользуются те еженедельники, которые практически исключили серьезные аналитические материалы и носят развлекательно-информационный характер, а то и характер скандальный («Спид-инфо», «Мегаполис-экспресс» и т.п.).

Газеты. Число этих изданий нестабильно. Пик и количества изданий, и тиражей приходится также на 1997 г., когда в РФ на 100 человек населения приходилось 87 экземпляров газет. Кризис 1998 г. привел к тому, что некоторые газеты стали выходить нерегулярно, а часть просто прекратили свое существование (Табл. 7.15).

Табл. 7.15. Выпуск газет

Год	Число изданий	Число номеров	Разовый тираж, тыс. экз.	Годовой тираж, тыс. экз.
1996	4881	395357	114075	7843313
1997	5500	397718	125137	8302242
1998	5436	395764	112483	7507715

Количественные показатели, касающиеся газет, заслуживают специального обсуждения. Государственной регистрации и, следовательно, статистическому учету не подлежат периодические печатные издания с тиражом до 1 тыс. экз. Кроме того, существенная часть изданий распространяется только в розницу и сведения о тиражах проконтролировать нелегко¹². Наконец, действие Закона об обязательном экземпляре (принят в 1994 г.) не обеспечено необходимыми механизмами, вследствие чего поступления даже в крупнейшие книгохранилища составляют по оценкам специалистов лишь примерно половину изданий такого рода.

С учетом этих ограничений обратимся к официальным данным, согласно которым, в 1994 г. издано около 7 тыс. периодических и продолжающихся изданий, в том числе 4526 газет. Но специалисты считают эти цифры весьма завышенными: число реально издающихся значительно меньше, так как их фактическая жизнь коротка (в Санкт-Петербурге, например, в местном справочнике содержатся втрое больше названий, чем существует реально¹³).

Сокращение подписки, заметное за последние 5 лет, отчасти компенсируется приобретением газет в розницу, но опросы населения показывают, что газеты стали читать значительно реже (подробнее см. гл. 9).

Центральная и местная пресса. Противоречивы процессы, происходящие с центральной печатью — число названий всероссийских газет непостоянно, однако число выпущенных номеров в 1998 г. увеличилось (Табл. 7.16). Есть определенные основания говорить об упадке центральной печати, поскольку не существует ни одного ежедневного общероссийского издания.

Табл. 7.16. Число всероссийских газет

Год	Число изданий	Число номеров	Разовый тираж, тыс. экз.	Годовой тираж, тыс. экз.
1996	225	11737	45427	2551714
1997	271	11750	35562	2542036
1998	245	12507	32914	2260732

Анализ совокупности новых — появившихся после 1987г. — изданий показал, что доля общероссийских в ней — 15%, областных — около 60%, «мелкотиражных» — 11%, городских и районных — 11%, «муниципальных» — 3% и 2% так называемых многотиражек, выпускаемых для трудовых коллективов. Динамика соотношения количественных показателей прессы, издаваемой в центре и регионах, демонстрирует усиление

¹⁰ Так, деловые и политические издания — в российском обществе это сфера интересов, как известно, по преимуществу мужчин, причем чаще не самых молодых, но самых образованных. Развлекательные журналы — «Медведь», «Андрей», «Автодело» и другие — имеют по сравнению с журналами деловыми гораздо более молодую аудиторию. Среди читателей женских журналов «Лиза», «Cosmopolitan» — журналы о здоровье и сексе — доля молодежи составляет примерно 20%, лиц со средним образованием более половины. Этот тип журналов ориентирован скорее на молодую женщину в ее традиционных ролях — хозяйку дома, жену, мать. Тем самым с помощью подобных журналов сохраняется двойной стандарт — деловые журналы и описывают в основном мужчин, и читаются ими, а «бытовые» — о женщинах и для них (Зоркая Н. Аудитория журналов // Экономические и социальные перемены, 1997, № 4(30)).

¹¹ Новым явлением здесь стал выход журнала «Улица Сезам», издаваемого в двух книгах — для родителей и для маленьких детей, которым читают вслух.

¹² Издающим организациям выгодно завышать тиражи, обеспечивая себе тем самым больший приток рекламодателей.

¹³ Алексеев А.А. Новая российская пресса: типологическая структура и ее изменения (1988-1997 г.) // Телескоп: наблюдения за повседневной жизнью петербуржцев, 1999, № 1.

регионализации сознания. Согласно проведенному исследованию, четверть всех газет, возникших за последнее десятилетие были московскими, около 10% — питерскими, что в сумме составляет треть всей новой прессы. Учреждение новых газет в провинции протекает так же активно, как в двух столицах, хотя преимущественно на уровне выше районного и «низового».

Функции газет меняются. Известно, что обычно в газете совмещается ряд социально-информационных функций. Специальный анализ содержания новой российской прессы обнаружил, что среди выполняемых ею функций на I месте — обзорная (аналитическая), а не функция оперативного информирования, отмечаемая в 56% газет, выпущенных в 1988-1997 гг.; удельный вес этой функции снижается (с 57% в 1991-1992 гг. до 49% в 1995-1997 гг.).

Справочный материал в новых газетах в последнее время предлагается чаще, чем информация, а консультации — чаще, чем анализ событий (соответственно в 55%, 49%, 40% и 34% газет). Рекламная функция возросла с 14% в 1988-1990 до 40% в 1995-1997 гг., что в целом отражает коммерциализацию российской прессы¹⁴.

Итак, развлекательные издания переживают бум. Все печатные издания все в большей степени начинают специализироваться на удовлетворении все более дифференцированных и частных интересов читателей. Информация, ими поставляемая, не устаревает так быстро, как социально-политические новости, и это переключение на выполнение других функций дает им шанс на успех у читателей. Весьма похоже, что с новостями население знакомится в телепередачах, которые более оперативны по сравнению с газетами и тем более — с еженедельниками.

Индустрия развлечений

Эта отрасль в стране в целом развивалась стремительно, будучи ориентированной в первую очередь на весьма состоятельных людей и оставаясь вне рамок государственного сектора. Число учреждений, находящихся в ведомстве МК, уменьшается, сокращается количество проводимых здесь бесплатных мероприятий. Усиливаются региональные различия в интенсивности охвата населения, в связи с чем идет речь о кризисе клубов, хотя и не столь заметном, как кризис кинотеатров.

Клубные учреждения. Клубные учреждения, находясь в ведении в основном МК РФ, продолжают сочетать две функции — рекреационную и просветительскую. Они используются как театры, кинотеатры и концертные и лекционные залы, с одной стороны, а с другой — как место для организованных любительских занятий. Для посещения мероприятий либо приобретается разовый билет или абонемент, либо осуществляется запись на занятия (часть из которых оказывается платными — языковые курсы, курсы компьютерной грамотности и т.п.). Ввиду скудости средств часть традиционных учреждений перестает вести культурно-просветительную работу, переориентируясь на развлекательную деятельность, чаще всего весьма непрофессиональную.

Создаются *культурные центры* как основные проводники государственной национально-культурной политики, которые функционируют в основном в национальных республиках или созданы для представителей различных этнических меньшинств. К 1998 г. их насчитывается свыше 500, представляющих свыше 80 этнических групп в 60 регионах. МК готовит базы данных по национально-культурным центрам, этнокультурные паспорта народов страны. Стимулируется взаимодействие этих центров, переход к созданию экстерриториальных форм национально-культурной автономии. В целом похоже, что в национальных республиках обстановка с обеспеченностью клубами, их кадрами, ассигнованиями оказывается лучше, чем в краях и областях РФ.

Клубы в *западном понимании* этого слова уже появляются в стране, прежде всего в двух столицах. Они оказываются местом для организованного досугового общения их членов, которые, чтобы получить доступ к ним, пока лишь в очень небольшом числе случаев должны платить членские билеты, заручаться рекомендациями и т.п. Членство в таких клубах еще пока в основном не оформляется документально, однако назвать их общедоступными тоже трудно: на входе осуществляется внешний контроль, да и цены здесь — на еду, питье, зрелища — весьма высоки. Это делает их практически закрытыми для подавляющего большинства населения. Поэтому в данном разделе речь пойдет исключительно о традиционных клубах.

Численность этих учреждений, принадлежащих всем ведомствам, за исследуемый период снизилась, вызвав повышение числа жителей на каждое из них с 2,51 тыс. в 1996 г. до 2,61 тыс. в 1998 г. Подавляющее

¹⁴ Интересны результаты и еще одного недавно проведенного исследования, охватившего выборку из изданий «Известий», «Аргументов и фактов» и «Московских новостей» за периоды с 1989 по 1991 и с 1992 по 1998 гг. Как известно, эти издания считаются адептами демократических реформ. Анализ публикаций выборочно отобранных 32 номеров каждого издания за каждый из двух периодов выявил, что в этих изданиях за названный период осуществлен переход от поддержки политической активности населения к пропаганде бессмысленности политического участия, усиление негативного отношения к институтам демократического контроля за властью, принижение значения в социальной жизни институтов представительной демократии и их дискредитация, нарастание числа публикаций в пользу усиления исполнительной власти, а также ряд других моментов, вызывающих сомнения в том, насколько полно осуществляется этими изданиями защита и пропаганда демократических ценностей (См. *Александрова О.А.* Современный идейный контекст становления российского среднего класса. В кн.: Российское общество 1990-х гг.: Штрихи к портрету. М.: МОНФ, 1999).

большинство их (93% в 1996, 94% в 1998 г.) находятся в ведении МК РФ. Число и стационарных, и передвижных клубов уменьшается, причем вторых — быстрее. Из всех помещений, занимаемых клубами, около трети требуют капитального ремонта, а 5% находятся в аварийном состоянии (Табл. 7.17).

Региональные различия весьма заметны¹⁵. Но это если говорить о клубах МК, а не обо всех клубах, которых, очевидно, в двух столицах гораздо больше. Общая вместимость зрительных и лекционных залов, несмотря на отмеченные тенденции, снижается незначительно и по числу мест, и в расчете на 10 тыс. жителей. Это означает, что клубы по-прежнему ориентируются на удовлетворение потребностей и интересов весьма массовых аудиторий, который они, похоже, не обретают.

Табл. 7.17. Потенциал учреждений клубного типа

	1996	1997	1998	
			абс. знач.	в % к 1996
Число учреждений клубного типа всех ведомств, ед.	58620	57414	56138	95,8
Число жителей на 1 клубное учреждение, тыс.	2,51	2,56	2,61	104,0
Число учреждений клубного типа системы МК, ед.	54560	53835	53021	97,2
В том числе: стационарных	51113	50605	49967	97,8
передвижных	3447	3230	3054	88,6
Число помещений(зданий), занимаемых учреждениями клубного типа системы МК, ед.	51113	50605	49967	97,8
В том числе: арендуемых	6992	5441	4962	71,0
требующих кап.ремонта	18322	18554	18646	101,8
находящихся в аварийном состоянии	2572	2574	2557	99,4
Вместимость зрительных и лекционных залов учреждений системы МК, ед.	9473936	9294117	9423551	99,5
в расчете на 10 тыс. жит.	643,9	631,7	642,2	99,7
Число работников учреждений системы МК, ед.	243177	248652	252914	104,0
в расчете на 10 тыс. жит.	16,53	16,9	17,24	104,3
Число работников культурно-досугового профиля в учреждениях системы МК, ед.	122639	124902	128789	105,0
в расчете на 10 тыс. жит.	8,34	8,49	8,78	105,3
Среднемесячная зарплата работников учреждений системы МК, руб.	317	350	388	122,4

Численность работников этих учреждений увеличивается (с 1996 по 1998 гг. на 4 проц. пункта, в том числе работников культурно-досугового профиля — на 5, но все же остается на уровне примерно 50%). Кадровая обеспеченность, составляя в среднем 17,24 работника на 10 тыс. жителей, также колеблется в регионах существенно¹⁶. В то же время численность клубных формирований в учреждениях всех ведомств растет и в абсолютном значении (на 3 проц. пункта), и в расчете на 1 клубное учреждение (с 5,9 до 6,4). Одновременно растет число участников этих формирований (на 1%). В системе МК рост численности участников формирований особенно заметен — он составил 8,4 проц. пункта).

Несколько активизировалась деятельность клубов: в них стало проводиться больше мероприятий: в клубах МК их количество также росло (за 1 год на 8 проц. пунктов). А доля платных составила почти треть. По расчетам, на 1 учреждение в 1998 году приходилось в среднем 36 платных мероприятий, то есть одно каждые десять дней. Посещаемость таких мероприятий снижается, причем существенно (за 3 года на четверть: в 1996 г. в среднем 81 чел., а в 1998 г. — 53 чел.; Табл. 7.18).

¹⁵ На 100 тыс. жителей в среднем приходится по стране 38, 26 клубов, но в Коми-Пермяцком округе их 110,89; в Бурятии 117,93, в Эвенкийском округе — 115,58; в Алтайском крае 118, а в Камчатской области — 14,3; в Ингушетии — 4,48; в Санкт-Петербурге — 1,65; в Москве — 1,51.

¹⁶ Она составляет в Алтайском крае в среднем 53,74 чел. на 10 тыс. жителей, в Тыве — 48,43, в Белгородской области — 27, 18, а в Ингушетии — 5,53.

Табл. 7. 18. Деятельность учреждений клубного типа

	1996	1997	1998	
			абс. знач.	в % к 1996
Число формирований в учреждениях клубного типа всех ведомств, ед.	346591	351118	357328	103,1
в расчете на 1 клубное учреждение	5,9	6,1	6,4	108,5
Число участников формирований в учреждениях всех ведомств, тыс.	6017,38	5914,93	6074,82	101,0
в расчете на 10 тыс. жителей	409,0	402,0	414,0	101,2
Число формирований в учреждениях системы МК, ед.	311659	317987	327101	105,0
в расчете на 1 клубное учреждение	5,71	5,91	6,17	108,1

(Продолжение табл. 7.18)

	1996	1997	1998	
			абс. знач.	в % к 1996
Число участников формирований в учреждениях системы МК, тыс.	4711,37	4802,95	5108,79	108,4
в расчете на 10 тыс. жителей	320,2	326,4	348,2	108,7
Число культурно-досуговых мероприятий в учреждениях системы МК, ед.	5809451	6137428	6314179	108,7
в расчете на 1 клубное учреждение	106,5	114,0	119,1	111,8
Число культурно-досуговых мероприятий на платной основе в учреждениях системы МК, ед.	1749468	1883493	1927875	110,2
в расчете на 1 клубное учреждение	32,1	35,0	36,4	113,4
в % к общему числу мероприятий	30,1	30,7	30,5	
Число посещений платных культурно-досуговых мероприятий в учреждениях системы МК, тыс.	142059,5	121606,6	102977,6	72,5
в расчете на 10 тыс. жит.	9654,9	8264,8	7017,7	72,7
Средняя посещаемость одного платного культурно-досугового мероприятия в учреждениях системы МК, ед.	81	65	53	65,4

В структуре доходов учреждений клубного типа системы МК доля ассигнований от учредителей хотя и растет, все же в абсолютном значении увеличивается медленнее, чем доходы от основной деятельности (за 1996-1998 гг. соответственно на 13 и 33 проц. пунктов), тем самым в целом снижаясь с 90 до 87% в общей структуре доходов). Прочие доходы, сыграв относительно важную роль в 1997 г., в 1998 снизились почти на треть. Но в целом наблюдается тенденция наращивания клубами объемов платных услуг (они возросли с 1996 по 1998 гг. на 33%).

Доходы от основной деятельности в расчете на одного жителя в текущих ценах были в 11 раз меньше, чем ассигнования от учредителей (впрочем, с годами эта разница несколько уменьшилась — до 9 раз; Табл. 7.19). Бюджетные ассигнования в расчете на 1 жителя весьма различаются в разных субъектах Федерации¹⁷.

Табл. 7.19. Экономика учреждений клубного типа системы Министерства культуры РФ

	1996	1997	1998
--	------	------	------

¹⁷ Так, в Алтайском крае они составили 27,87 руб., в Ямало-Ненецком округе 170,13; в Эвенкийском крае — 126,83; в республике Саха — 99,45; в Кировской области 21,17, в Калининградской 8,59; в Москве 4,77; в Санкт-Петербурге — 2,7, а в Ингушетии 0,05 руб. В Корякском округе они превышают среднероссийский показатель в 7, в Ямало-Ненецком — в 9 раз.

			абс.знач.	% к 1996
Доходы в текущих ценах, тыс.руб.	2588898	3231135	3004488	116,1
В том числе: ассигнования от учредителей	2332681	2862945	2633367	112,9
доходы от основной деятельности	212961,3	241903	283150	133,0
прочие доходы	43255,7	126287	87971	203,4
Доходы в текущих ценах на 1 жителя, руб.	17,6	21,96	20,48	116,4
В том числе: ассигнования от учредителей	15,85	19,46	17,95	113,2
доходы от основной деятельности	1,45	1,64	1,93	133,1
прочие доходы	0,29	0,86	0,6	206,9
Расходы, тыс. руб. в текущих ценах	2527744	3158011	2969306	117,5
в ценах и условиях 1995 г.	1921005,76	2051835,64	1776856,91	92,5
Оплата труда, тыс. руб. в текущих ценах	925045	1044338	1177568	127,3
в ценах и условиях 1995 г.	776220,98	793697,18	807301,49	104,0
Материальные затраты, тыс. руб. в текущих ценах	1602699	2113673	1791738	111,8
в ценах и условиях 1995 г.	1144784,78	1258138,45	969555,42	84,7
Ассигнования от учредителей в ценах и условиях 1995 г., тыс. руб.	1781675	1876201	1595072	89,5
на 1 жит., руб.	12,11	12,75	10,87	89,8
на 1 участника, руб.	378,16	390,64	312,22	82,6

Парки культуры и отдыха. Отсутствие у большинства учреждений и организаций культуры и искусства (особенно это актуально для парков культуры) права длительного пользования землей лишает их возможности иметь дополнительный доход за счет более эффективного использования этого ресурса. Договоры с коммерческими организациями обычно мало оправдывают ожидания администраций парков, связанные с благоустройством территорий. Напротив, по-прежнему нередки случаи, когда вследствие несанкционированного строительства и по другим причинам нарушается парковая среда, наносится ущерб рекреационной сфере в целом.

Число парков за обсуждаемый период уменьшилось на 1 ед. Прежним осталось и среднее число жителей на каждый из них: 393 чел. на 10 тыс. жителей¹⁸. Количество досуговых объектов в парках, однако, уменьшившись в 1997, в 1998 г. несколько возросло, впрочем, не достигнув уровня 1996 г., составляя 0, 57 на 10 тыс. населения. Более четверти этих объектов требуют капитального ремонта.

Количество аттракционов в подведомственных Минкультуры объектах снизилось за 3 года на 8 проц. пунктов, составив 0,64 на 10 тыс. жителей. В 1997 г. Московский завод «Мир» создал и развивает на лизинговой основе аттракционные комплексы на территории ВВЦ и парка им. М.Горького (Москва). Указанные комплексы оказались конкурентоспособны не только в России, но и за рубежом, что является одним из показателей выхода их производства из кризиса. Но решающей роли эти комплексы пока не играют. По-прежнему в большинстве парков имеется всего два-три аттракциона, в то время как в нескольких их весьма значительное количество. Одновременно отмечается рост числа аттракционов, в первую очередь за счет игровых автоматов, находящихся в частном владении.

Численность работников парков увеличилась, в основном за счет непрофессионалов: доля специалистов культурно-досугового профиля снизилась с 14 до 13% всей численности работников парков. Это означает углубление депрофессионализации обслуживания населения в досуговой сфере (Табл. 7. 20).

Табл. 7.20. Потенциал парков культуры и отдыха системы Министерства культуры РФ

	1996	1997	1998	
			абс. знач.	в % к 1996
Число парков, ед.	578	577	577	99,8
число жителей на 1 парк, тыс.	254,6	255,0	254,3	99,9
Число досуговых объектов, ед.	8351	7654	7962	95,3
в расчете на 10 тыс. жит.	0,57	0,52	0,54	94,7
Число досуговых объектов, требующих капитального ремонта, ед.	1954	1825	1842	94,3

¹⁸ В то же время в различных регионах эти цифры различаются существенно: в Тульской области они составляют 1011 чел., в Кабардино-Балкарии — 1018 чел., во Владимирской области — 1046 чел., Калининградской области 1166, в то время как в Бурятии — 228, Адыгее — 222, Архангельской области — 138, Москве — 161 чел.

Число аттракционов, ед.	10157	9784	9413	92,7
в расчете на 10 тыс. жит.	0,69	0,66	0,64	92,8
Число работников парков, ед.	11604	11955	12245	105,5
в расчете на 10 тыс. жит.	0,79	0,81	0,83	105,1
Число специалистов культурно-досугового профиля, ед.	1660	1550	1592	95,9
в расчете на 10 тыс. жит.	0,11	0,11	0,11	100,0
Среднемесячная зарплата работников, руб.	438	486	530	121,0

Количество культурно-досуговых мероприятий было наивысшим в 1997 г., вновь снизилось к 1998 г., и абсолютно, и в каждом парке, составив в среднем 184 мероприятия в год. Доля платных мероприятий составила за исследуемый период 27, 30 и 28% всех мероприятий соответственно (Табл. 7. 21).

Табл. 7.21. Деятельность парков культуры и отдыха системы Министерства культуры РФ

	1996	1997	1998	
			абс. знач.	в % к 1996
Число культурно-досуговых и физкультурно-досуговых мероприятий, ед.	104400	109327	106660	102,2
в расчете на 1 парк	180,62	189,47	184,85	102,3
Число мероприятий на платной основе, ед.	28696	32474	29979	104,5
в расчете на 1 парк	49,65	56,28	51,96	104,7
Доля в общем числе мероприятий, %	27,49	29,7	28,11	
Число посещений платных мероприятий, тыс.	9689,0	5760,7	5108,6	52,7
в расчете на 10 тыс. жит.	659	391,52	348,14	52,9
Средняя посещаемость одного платного мероприятия парков, чел.	338	177	170	50,3

В структуре доходов парков системы МК доля ассигнований учредителей снизилась с 43 до 40%, доходы от основной деятельности несколько возросли (с 44 до 49%, Табл. 7.22).

Табл. 7.22. Экономика парков культуры и отдыха системы Министерства культуры РФ

	1996	1997	1998	
			абс. знач.	в % к 1996
Доходы в текущих ценах, тыс.руб.	214052	248202	281786	131,6
В том числе: ассигнования от учредителей	92278	118595	114608	124,2
Доходы от основной деятельности	95328	105989	140194	147,1
Прочие доходы	26446	23618	26984	102,0

(Продолжение табл. 7.22)

	1996	1997	1998	
			абс. знач.	в % к 1996
Доходы в текущих ценах на 1 жителя, руб.	11,00	14,11	12,89	116,9
в том числе ассигнования от учредителей	0,63	0,81	0,78	123,8

	1996	1997	1998	
			абс. знач.	в % к 1996
Доходы от основной деятельности	0,65	0,72	0,96	147,7
Прочие доходы	0,18	0,16	0,18	100,0
Расходы, тыс. руб. в текущих ценах	201097	246380	256546	127,6
в ценах и условиях 1995 г.	142546,62	148909,13	141498,41	99,3
Оплата труда, тыс. руб. в текущих ценах	60991	69722	77878	127,7
в ценах и условиях 1995 г.	42470,64	43755,3	44816,7	105,5
Материальные затраты, тыс. руб. в текущих ценах	140106	176658	178668	127,5
в ценах и условиях 1995 г.	100075,98	105153,83	96681,71	96,6
Ассигнования от учредителей в ценах и условиях 1995 г., тыс. руб.	64819	72847	64692	99,8
на 1 жит., руб.	0,44	0,5	0,44	100,0
на 1 посещение, руб.	6,69	12,65	12,66	189,2
ОФП, %	45,89	48,13	44,67	

Зоопарки. За 1996-1998 гг. количество зоопарков, находящихся в ведении Министерства культуры, несколько увеличилось – с 16 до 18. Численность посетителей возросла с 5,3 млн. чел. в 1996 до 5,8 млн. в 1998 г. Численность экземпляров животных за исследуемый период возросла существенно: с 22,1 тыс. ед. до 32,5. Сложности, связанные с экономикой, привели практически к уходу с арены немногочисленных спонсоров, опекавших тех или иных животных (так, крупные животные Московского зоопарка, находившиеся одно время на субсидиях банка «СБС-АГРО», перестали ее получать).

* * *

Говоря о клубах в связи с индустрией развлечений, следует отметить, что шире стал удовлетворяться спрос на различные азартные игры: распространение получили павильоны игровых автоматов, казино, возрождаются бильярдные залы и т.п. Широкой стала сеть ресторанов, рассчитанных на лиц, имеющих достаток значительно выше среднего. Дискотеки оказываются весьма притягательны для молодежи, однако если они новы, то чрезвычайно дороги, или же мало чем отличаются от традиционных танцплощадок. Однако это все развивается вне рамок государственного сектора, и потому количественные показатели этой сферы в нашем распоряжении отсутствуют.

По наблюдениям специалистов разных стран, в период, когда посещаемость учреждений культуры в целом и особенно театров, концертов, отчасти кинотеатров снижается (об этом речь пойдет более детально в гл. 9), посещаемость парков — аттракционов, тематических (в том числе зоопарков), аквапарков и т.п. растет. Это происходит потому, что ощущения, в них испытываемые, по большей части не передаются электронными средствами воспроизведения, в то время как подобное возможно применительно к исполнительским искусствам, а также отчасти к изобразительному. Возможно, отмеченное обстоятельство даст основания считать индустрию развлечений, в том числе в рамках учреждений системы МК, весьма перспективной областью.