

Секция «Мировая экономика и международные экономические отношения стран Азии и Африки»

Япония в глобальной индустрии кино: тенденции, факторы успеха и перспективы

Научный руководитель – Исаев Владимир Александрович

Паксютов Георгий Давидович

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Институт стран Азии и Африки, Кафедра международных экономических отношений, Москва, Россия

E-mail: gpaksyutov@mail.ru

Производство и прокат кино по праву можно считать одной из наиболее динамичных глобальных индустрий. Страны Азии играют в этой сфере все растущую роль, вследствие чего мировое лидерство в коммерческом кинопроизводстве перемещается из Америки на азиатский континент; так, один из крупнейших производителей блокбастеров, Legendary Pictures, недавно был приобретен китайскими собственниками. Важную роль в данном процессе играет то, что спрос на кино повышается в Китае и других странах с большим населением, в том числе благодаря повышению благосостояния граждан.

В этих условиях многочисленные вызовы и возможности стоят перед Японией, страной, которая на протяжении десятилетий считается одним из лидеров в мировой индустрии кино. Статистические данные показывают, что на данный момент внутри Японии растет посещаемость кинотеатров, при этом укрепляются позиции национального кино. [1] Однако японские производители должны не упустить момент для того, чтобы закрепиться на растущих и прибыльных рынках соседних стран - тем более, для этого имеется и испытанная технически-организационная база, и богатый культурный капитал.

Для выполнения такой задачи, японские продюсеры должны четко понимать, какие социо-экономические и культурные факторы способствуют успеху кинофильмов в прокате. В наши дни большую важность имеет использование знакомых публике историй и образов, что может сыграть на руку японским компаниям, владеющим такими культовыми сериями, как «Годзилла» или «Евангелион». Важно изучать жанровые и прочие предпочтения потенциальной аудитории.

Также одним из ключевых драйверов для продвижения на внешние рынки может стать японская анимация, снискавшая в мире огромную популярность и репутацию высокого качества. Так, вышедшая в 2001 году картина Миядзаки Хаяо «Унесенные призраками» заработала в мировом прокате около 290 млн. долларов, однако в 2016 году анимационный фильм Синкай Макото «Твое имя» побил этот рекорд, заработав более 330 млн. [1]

Большие перспективы могут лежать в сфере совместного международного производства. Эта схема, уже неоднократно опробованная японскими анимационными студиями, может способствовать укреплению взаимовыгодных отношений между японскими и, к примеру, китайскими производителями кино. Такой метод организации позволяет оптимально использовать культурные факторы, благоприятные для кинопроката, привлечь публику благодаря использованию популярных в данной стране актеров, получить выгодный правовой статус. В свою очередь, потенциальные партнеры будут заинтересованы в том, чтобы позаимствовать технологии и организационный опыт у японских профессионалов.

Культурные индустрии Японии являются важным потенциальным источником прибылей для страны, однако некоторые государства, например Республика Корея, опередили

ее в том, чтобы за счет успешной политики максимально эффективно использовать свой культурный капитал. [2] Однако быстро растущий современный кинорынок предоставляет, возможно, прежде не виданные возможности - что делает максимально важным своевременное и разумное реагирование на них.

Источники и литература

- 1) Box Office Mojo: Movie Web site with the most comprehensive box office database on the Internet: <http://www.boxofficemojo.com>
- 2) Cool Japan Strategy, Creative Industries Divison, Ministry of Economy, Trade and Industry: http://www.meti.go.jp/english/policy/mono_info_service/creative_industries/pdf/120116_01a.pdf