

УДК 77/79:658(075.8)  
ББК 65.498.53я73  
075

Рецензенты:  
*кафедра кино и телевидения*  
*Московского государственного университета культуры и искусств*  
(зав. кафедрой канд. искусствоведения, проф. Б.Б. Андреев);  
д-р экон. наук, академик РАЕН *Е.Н. Жильцов*  
(зав. кафедрой экономики социальной сферы МГУ им. М.В. Ломоносова);  
канд. экон. наук *А.П. Чинарова*  
(проректор Всероссийского государственного института  
кинематографии им. С.А. Герасимова)

Главный редактор издательства *Н.Д. Эриашвили*

**О75** **Основы** продюсерства. Аудиовизуальная сфера: Учебник  
для вузов / Под ред. Г.П. Иванова, П.К. Огурчикова, В.И. Си-  
доренко. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 719 с.

ISBN 5-238-00479-6

*Первый* в России учебник по продюсерству подготовлен авторским коллективом, состоящим из преподавателей Всероссийского государственного института кинематографии им. С.А. Герасимова, известных продюсеров в области кинематографии, телевидения и видеосферы, организаторов производства аудиовизуальной продукции.

Даются общая характеристика продюсерства как *предпринимательской* деятельности, его роль в развитии экранных искусств в рыночных условиях, анализ рынка аудиовизуальной продукции и услуг, организационно-экономические и правовые аспекты его развития. Рассматриваются вопросы формирования творческого коллектива, организации производства и контроля выполнения работ, кооперирования, безопасности производства аудиовизуальной продукции.

Обобщается российский и зарубежный опыт продюсирования кино- и телепродукции. Приводится применяемая в отечественной практике нормативно-правовая и экономическая документация (сметы, бизнес-планы, договоры и т.д.).

Для профессиональной подготовки, переподготовки и повышения квалификации продюсеров, а также для самообразования практиков и организаторов культурных проектов.

ББК 65.498.53я73

ISBN 5-238-00479-6

© Коллектив авторов, 2003  
© ИЗДАТЕЛЬСТВО ЮНИТИ-ДАНА, 2003  
Воспроизведение всей книги или любой  
ее части запрещается без письменного  
разрешения издательства

# ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>ПРЕДИСЛОВИЕ</b>	<b>5</b>
<b>Раздел I. АУДИОВИЗУАЛЬНАЯ СФЕРА: СУЩНОСТЬ И СОЦИАЛЬНЫЕ ПРЕДПОСЫЛКИ РАЗВИТИЯ</b>	<b>9</b>
<b>Глава 1. Экранная культура и аудиовизуальные коммуникация</b>	<b>10</b>
1.1. Формирование экранной культуры	10
1.2. Развитие аудиовизуальных коммуникаций	16
<b>Глава 2. Возникновение и развитие продюсерства</b>	<b>28</b>
<b>Глава 3. Правовое регулирование продюсерства</b>	<b>39</b>
3.1. Особенности правового режима деятельности продюсера	42
3.2. Правовые отношения продюсера с авторами фильма	44
3.3. Продюсер и иные субъекты предпринимательской деятельности в аудиовизуальной сфере	49
<b>Раздел II. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА</b>	<b>55</b>
<b>Глава 4. Предпринимательство в рыночной экономике</b>	<b>56</b>
4.1. Сущность и цели предпринимательства	56
4.2. Субъекты предпринимательской деятельности	60
4.3. Виды предпринимательства и их взаимодействие	62
4.4. Развитие малого предпринимательства	65
4.5. Государственное регулирование и поддержка малого и среднего предпринимательства в России	68
4.6. Региональная инфраструктура поддержки малого предпринимательства	71
<b>Глава 5. Организационно-правовые формы коммерческих организаций</b>	<b>74</b>
5.1. Хозяйственные товарищества и общества	75
5.1.1. Хозяйственные товарищества	77
5.1.2. Хозяйственные общества	83
5.2. Производственные кооперативы	94
5.3. Унитарные предприятия	96

<b>Глава 6. Права, обязанности, ответственность, этические принципы предпринимателя</b>	<b>99</b>
6.1. Юридическое регулирование прав и обязанностей	99
6.2. Предпринимательская этика	105
<b>Глава 7. Особенности развития предпринимательства в сфере культуры</b>	<b>109</b>
<b>РАЗДЕЛ III. ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ АУДИОВИЗУАЛЬНОЙ СФЕРЫ</b>	<b>119</b>
<b>Глава 8. Механизм хозяйствования в аудиовизуальной сфере</b>	<b>120</b>
8.1. Отраслевая организационная структура	120
8.2. Формирование механизма хозяйствования в аудиовизуальной сфере	126
<b>Глава 9. Организационно-экономические основы развития телевидения</b>	<b>140</b>
9.1. Современная система телевизионного вещания в Российской Федерации	140
9.2. Структура телевизионного эфира	148
9.3. Основные тенденции телевизионного просмотра в России	156
9.4. Экономические аспекты функционирования системы телевизионного вещания	158
9.5. Финансирование телерадиовещания в условиях рыночной экономики	160
<b>Глава 10. Источники финансирования аудиовизуальной сферы</b>	<b>169</b>
<b>РАЗДЕЛ IV. РЫНОК АУДИОВИЗУАЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ</b>	<b>185</b>
<b>Глава 11. Современные тенденции потребления аудиовизуальной продукции</b>	<b>186</b>
11.1. Характеристика зрительских предпочтений	186
11.2. Структура потребления аудиовизуальной продукции	194
<b>Глава 12. Маркетинг и его применение в кинематографии</b>	<b>201</b>
12.1. Сущность маркетинга как инструмента рыночного хозяйства	201
12.2. Функции маркетинга и его виды	205
12.3. Киномаркетинг	208
12.4. Организация маркетинга на кинопредприятии	219

<b>Глава 13. Совершенствование системы продвижения аудиовизуальной продукции</b>	<b>224</b>
<b>Глава 14. Организация рекламы аудиовизуальной продукции</b>	<b>234</b>
14.1. Роль и функции рекламы кинопродукции	234
14.2. Основные виды рекламных средств	240
14.3. Организация рекламных кампаний	248
14.4. Финансирование и эффективность рекламных мероприятий	260
<b>РАЗДЕЛ V. ПРОИЗВОДСТВО АУДИОВИЗУАЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ</b>	<b>263</b>
<b>Глава 15. Этапы производства кинофильмов</b>	<b>264</b>
15.1. Сценарный период	264
15.2. Подготовительный период	271
15.3. Съемочный период	283
15.4. Монтажно-тонировочный период	289
<b>Глава 16. Обеспечение безопасности производства аудиовизуальной продукции</b>	<b>298</b>
16.1. Общие основы организации техники безопасности	298
16.2. Рабочее время и время отдыха на киностудиях	307
16.3. Подготовительные работы по безопасности киносъемок	311
16.4. Обеспечение безопасности при павильонных киносъемках	316
16.5. Обеспечение безопасности при внестудийных киносъемках	321
16.6. Организация и проведение трюковых киносъемок	329
Приложения	335
<b>РАЗДЕЛ VI. ХОЗЯЙСТВЕННЫЙ МЕХАНИЗМ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ АУДИОВИЗУАЛЬНОЙ СФЕРЫ</b>	<b>363</b>
<b>Глава 17. Создание независимой киностудии и организация ее деятельности</b>	<b>364</b>
17.1. Создание независимой киновидеостудии	365
17.2. Организация работы независимой студии	370
Приложения	377
<b>Глава 18. Планирование ресурсов при создании аудиовизуального произведения</b>	<b>396</b>
18.1. Принципы и методы планирования	396
18.2. Структура и виды затрат	402
18.3. Технология планирования	404

18.4. Планирование сроков производства	411
18.5. Планирование себестоимости аудиовизуальной продукции	417
Приложения	437
<b>Глава 19. Управление финансами организаций аудиовизуальной сферы</b>	<b>446</b>
19.1. Формирование финансовых средств	446
19.2. Финансовый менеджмент в киноиндустрии	456
19.3. Управление активами киноорганизации	465
19.4. Управление пассивами киноорганизации	479
19.5. Оценка стоимости кинобизнеса	482
<b>Раздел VII. ФОРМИРОВАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ АУДИОВИЗУАЛЬНОЙ СФЕРЫ</b>	<b>493</b>
<b>Глава 20. Современные тенденции развития аудиовизуальной техники</b>	<b>494</b>
20.1. Развитие электронных цифровых систем в кинематографе	494
20.2. Разрешение цифровых электронных и киноплёночных систем	496
20.3. Передача контраста и цвета в электронных цифровых и киноплёночных системах кинематографа	501
20.4. Преимущества и недостатки киноплёночных и цифровых электронных систем кинематографа	506
<b>Глава 21. Производственно-техническая база реализации продюсерского проекта</b>	<b>515</b>
<b>Глава 22. Организация лизинга основных средств</b>	<b>525</b>
22.1. Лизинг и его роль в современных экономических условиях	525
22.2. Практика регулирования лизинговых отношений в развитых странах	532
22.3. Развитие лизинговых отношений в России	536
<b>Раздел VIII. РАЗРАБОТКА И ОЦЕНКА АУДИОВИЗУАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ</b>	<b>555</b>
<b>Глава 23. Типология и классификация культурных проектов</b>	<b>556</b>
23.1. Сущность и цели культурных проектов	556
23.2. Оценка целей и задач проекта	559
23.3. Классификация аудиовизуальных проектов	561
<b>Глава 24. Бизнес-план телепроекта</b>	<b>569</b>
24.1. Описание телекомпании	570

24.2. Описание телепродукта	575
24.3. Описание телерынка	579
24.4. Стратегия маркетинга телепродюсера	585
24.5. Производственная деятельность	589
24.6. Финансовый план телепроекта	593
24.7. Учет рисков	598
<b>Глава 25. Управление рисками и страхование в аудиовизуальной сфере</b>	<b>612</b>
25.1. Значение и роль управления рисками	612
25.2. Основное содержание программы управления рисками	618
25.3. Виды страхового риск-менеджмента в аудиовизуальной сфере	624
25.4. Оценка кинокрисков	629
<b>Глава 26. Оценка финансовых результатов кинопроекта</b>	<b>640</b>
26.1. Методы анализа финансовых результатов кинопроекта	643
<b>РАЗДЕЛ IX. ОПЫТ РЕАЛИЗАЦИИ АУДИОВИЗУАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ РОССИЙСКИМИ ПРОДЮСЕРАМИ</b>	<b>661</b>
<b>Глава 27. Продюсирование кинофильмов</b>	<b>662</b>
27.1. Маркетинговые стратегии кинопродюсеров	662
27.2. Особенности национального кинопродюсирования	667
<b>Глава 28. Реализация телепроектов</b>	<b>684</b>
28.1. Продюсерская политика в телекино	684
28.2. Опыт работы креативного продюсера	689
28.3. Продюсерское телекино в России	694
<b>Краткий словарь терминов и понятий</b>	<b>698</b>