

**Кинокритика как предиктор коммерческого успеха фильмов в российском прокате**

**Логинава Кристина Михайловна**

*Студент (специалист)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра теории и экономики СМИ, Москва, Россия

*E-mail: ch.loginova@gmail.com*

Анализирование функционирующей в прессе оперативной кинокритикой выходящих в прокат фильмов заключается, в основном, в эстетической их оценке, гораздо реже - в оценке практической. Данное исследование было проведено с целью выяснить, насколько вероятно использование кинокритики в экономических интересах, то есть представляется ли возможным сделать кинокритику инструментом предикции кассовых сборов фильмов в прокате.

Объектами исследования выступили рецензии кинокритиков на российские фильмы. При анализе использовались как нишевые, специализирующиеся исключительно на киноиндустрии СМИ («Сеанс», «Искусство кино», «Variety Russia», «Empire», пр.), так и иные виды СМИ, перманентно или периодически содержащие в себе раздел «Кинокритика» («Коммерсантъ», «Ведомости», «Новая газета», «Lenta.ru», «Огонек», «GQ», «Афиша», пр.).

Фильмы для исследования отбирались по трем параметрам: во-первых, наличие известного/предполагаемого бюджета картины, во-вторых, возможность проследить кассовые сборы по России, в-третьих, имеющиеся в СМИ рецензии. В исследовании рассматривались только игровые фильмы широкого проката. Период анализируемых фильмов и, соответственно, статей - с января 2013 года по декабрь 2014 года включительно. Фильмы отбирались по премьерной дате (то есть по дате их выхода в российский прокат). Бокс-офисы фильмов подсчитывались исключительно по кассовым сборам в прокате (без учета дальнейшей реализации).

Главный вопрос, который задавался во время исследования, ставился следующим образом: может ли российская кинокритика служить потенциальным предиктором коммерческого успеха российских фильмов в прокате, то есть возможно ли, опираясь на положительные/отрицательные рецензии, предсказать коммерческий успех/провал определенного фильма?

В исследовании были проанализированы все кинокритические статьи за установленный период времени по параметрам, указанным выше. Необходимо, однако, учитывать погрешность в исследовании: при наличии безусловного большинства положительных отзывов не учитывался малый процент отрицательных рецензий, и vice versa.

Проведенное исследование выявило определенные корреляции.

Во-первых, фильмы, получающие однозначно негативные отзывы в СМИ, имеют тенденцию с наибольшей вероятностью проваливаться в прокате. В минимальном количестве, однако, здесь были выявлены и обратные указанным случаи.

Во-вторых, фильмы, получающие исключительно положительные отзывы в прессе, имеют равные шансы как окупиться, так и не окупиться в прокате.

В-третьих, чем больше амбивалентных (то есть и положительных, и отрицательных) рецензий получает фильм, тем больше его вероятность провалиться в прокате. Здесь, однако, также были выявлены минимальные по своим проявлениям исключения.

Проведенное исследование, таким образом, показывает, что российская кинокритика преимущественно может выступать предиктором коммерческого поражения в прокате тех российских фильмов, которые получают исключительно негативные/слишком неоднозначные отзывы. Что же касается фильмов, о которых СМИ отзываются однозначно положительно, то исследование не выявило возможности предсказать успех/провал картины, и потому инструмент предикции по отношению к подобным фильмам функционировать не может.