

УДК 655.4, 658.8

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА КОМИКСОВ В РОССИИ

Нагайцева С. С., Ермакова Е. В.

Самарский национальный исследовательский университет
имени академика С. П. Королёва, г. Самара

Все мы, так или иначе, смотрим кино. В большинстве случаев мы даже не догадываемся о том, что очень многие фильмы и мультфильмы сняты по комиксам, которые зачастую в России считают детскими книжками с картинками и глупыми историями про героев и различных существ со сверх способностями. Тем не менее, факт остается фактом — большинство из последних популярных блокбастеров снято именно по сюжетам довольно известных за рубежом комикс серий. Сюда можно причислить Человека-паука, Халка, Бэтмена, Хэнкока, любимцев всех детей — Черепашек ниндзя и куда более серьезные фильмы как Город грехов, в создании которого принял участие культовый режиссер Квентин Тарантино.

Одной из главных проблем развития комикс индустрии в России является слишком медленное появление этого жанра изданий на полках наших магазинов и, в основном, только очень известных комикс серий крупных студий, таких как Marvel и DCcomics. Это куда медленнее, чем в других странах, например, во всей Европе комикс индустрия считается очень прибыльным бизнесом. Студии нанимают на работу художников, как рисующих карандашом и тушью, так и делающих цифровую обработку и раскраску, за большие гонорары. Кроме того, для создания комиксов нанимаются профессиональные сценаристы. Началось все довольно давно, где-то в начале девяностых годов. Однако, для российских издательств комиксов это также может являться препятствием, так как необходима организация качественной студии и профессиональными художниками. Комикс-составляющая в таких проектах не может быть основной, так рынок мало развит, поэтому с собственными комиксами на издательский рынок таким студиям выходить пока не перспективно и затратно. Так делает локомотив «КомМиссии» Хихус - идеолог «Людей Мертвой Рыбы» и шеф студии «Comix». Другое издательство «ТИЕН» выпускает не только славянский комикс «Велес», но и ряд других произведений, например, советский комикс Игоря Кожевникова «Через кровь и страдание». В каком-то смысле большинство российских издательств, занимающихся выпуском комиксов русских авторов, делает это буквально на коленке: через краудфандинг, на основе покупок преданных поклонников жанра.

И вряд ли в ближайшее время ситуация изменится. Основная проблема российского рынка комиксов в том, что его еще толком не существует. Например, в США комиксы выходят уже почти столетие, сформировался костяк аудитории: люди, которые покупают свежие выпуски каждый месяц или неделю. Плюс экранизации и сериалы по мотивам комиксов подтягивают новых покупателей и фанатов.

В России такого, к сожалению, нет. Нет исторической преемственности и собственного почерка. Есть талантливые художники, но не всегда они способны написать захватывающую историю с увлекательным сюжетом. Нет массового производства и, соответственно, широкой сети распространения. Комикс-сообщество закрыто. Массовому читателю имена авторов или названия комиксов ни о чем не говорят.

Основная ставка в продвижении комикса на рынок делается на издание лицензионных американских серий (так делают «Ровесник» и «Дед Мороз» с сериями «GEN 13», «Фантастическая четверка», «Человек-паук», «Люди X» и так далее). Тем

самым российские поклонники этого жанра сталкиваются с одной и той же проблемой: ассортимент комиксов на русском довольно ограничен и однообразен.

По всему миру комиксы продаются миллионами экземпляров, но, к сожалению, большая часть этого потока пока обходит Россию. Главная причина этого состоит в том, что отечественные издатели не видят серьезной прибыли в изданиях такого рода, хотя многие комиксы можно смело считать произведениями искусства.

Особенность российской комикс индустрии в том, что она построена, в основном, исключительно на энтузиазме фанатов жанра: художников, продюсеров, сценаристов и редких спонсоров, готовых, так сказать, «вложиться в детство». Однако, энтузиазм - вещь нерастяжимая и может закончиться на уровне распространения продукции, потому что для российских торговых сетей комикс – явление непредсказуемое и непонятное. На эту проблему жалуются все без исключения создатели комиксов. Как показывает практика, распространители требуют слишком больших денег.

Еще одной немаловажной проблемой развития комикс индустрии в России является отсутствие разнообразия, так как одной из стратегий своего продвижения на рынок некоторые издательства выбирают тщательное и осторожное выращивание одного-двух комикс-сериалов силами небольшой дизайнерской компании, в которой работают фанаты комиксов. Так поступает один из организаторов «КомМиссии» студия «BIGANT comics» (стильная хип-хоперско-хулиганская серия «Z-Index» и детский комикс «Барклай»).

И все же, можно надеяться, что в ближайшее время рынок комиксов будет прогрессировать или как минимум не сдаст позиций по сравнению с предыдущими годами. Реально изменить ситуацию на рынке с помощью продуманных акций, в том числе и таких, как фестиваль, сыграть на экзотике жанра, изменить «отрицательные» ожидания на «положительные». Например, фестиваль «КомМиссия» удивил беспрецедентно большим наплывом посетителей, что говорит об актуальности данного вида искусства, ведь в нынешних арт-галереях аншлаги - событие редкое. Разница не только в числе, но и в атмосфере. Пафос комикса - быть внятным и доступным, отсюда - открытость, доброжелательность и отсутствие снобизма у комикс-мейкеров. Именно в этом главная особенность комикс-фестивалей, представляющих тиражный, а не коллекционный «арт».

Библиографический список

1. Шевченко В., Песочный человек приведет Люцифера. Обзор российского рынка комиксов [Текст] / Василий Шевченко //Газета.ru. – 2011. – 7 февраля. – https://www.gazeta.ru/culture/2011/02/04/a_3514790.shtml [дата обращения 15.05.2017]