

ББК 76.0
УДК 791

В. В. Синуцкая
V. Sinitskaya
г. Челябинск, ЮУрГУ
Chelyabinsk, SUSU

**СПЕЦИФИКА ПРОДВИЖЕНИЯ КИНОТЕАТРОВ АВТОРСКОГО КИНО
С УЧЁТОМ ОСОБЕННОСТЕЙ ИХ КОНТЕНТА
SPECIFICS OF PROMOTION OF THE AUTHOR'S CINEMAS
TAKING INTO ACCOUNT THE FEATURES OF THEIR CONTENT**

Аннотация: В статье рассматривается влияние особенностей авторского кино на коммуникационную политику кинотеатров, транслирующих данный вид контента. Представлена характеристика авторского кино и его отличительные черты от кинокартин, направленных на массовую аудиторию. Подчеркивается важность продвижения кинотеатров авторского кино в условиях низкой заинтересованности потребителей.

Ключевые слова: продвижение; кинотеатр; авторское кино; особенности артхауса; маркетинг; реклама.

Abstract: The article examines the influence of auteur cinema on the communication policy of cinemas showing this type of content. The characteristics of auteur cinema and its distinctive features from films aimed at a mass audience are presented. The importance of promoting auteur cinema cinemas in conditions of low consumer interest is emphasized.

Keywords: promotion; cinema; author's cinema; features of arthouse; marketing, advertising.

Кинематограф – неотъемлемая часть жизни общества. Он служит мощным инструментом, способным оказывать влияние на мировоззрение людей. Просмотр фильмов принято относить к развлекательной форме досуга, но кино способно удовлетворить духовные потребности и выступить в качестве инструмента саморазвития. Средством в познании себя и окружающего мира выступает авторское кино. Оно способствует расширению кругозора, позволяет найти новые поводы для размышлений и обратить внимание на важные, но замалчиваемые темы. Существуют специализированные площадки для трансляции авторского кино.

Кинотеатр авторского кино – общественное здание или его часть, оборудованное для демонстрации фильмов и осуществляющее показ фестивальных и независимых картин, исключённых из репертуара коммерческих кинотеатров [8]. В России главными чертами подобных организаций являются: отказ от использования озвучки (дубляжа) и демонстрация фильмов на языке оригинала с субтитрами. Главная особенность рынка кинотеатров авторского кино – транслируемый контент, который накладывает на отрасль определённые ограничения.

Рынок кинотеатров авторского кино пребывает в стагнации. Учреждения подобного типа имеют группу постоянных посетителей, но она не расширяется из-за отсутствия системы привлечения новых зрителей. Ситуация осложнена и почти полным отсутствием исследований российского рынка кинотеатров авторского кино.

Авторское кино – модель организации кинематографа, где режиссер фильма выступает полноправным автором произведения, лицом, несущим ответственность за фильм в целом [5]. Создание авторского кино исходит из желания режиссёра высказаться на волнующую его тему, поэтому потребности зрителей второстепенны. Тематика, выбранная автором, может принимать любые направления, способные шокировать неподготовленного зрителя. Часто создатели поднимают сложные темы, которые не освещают кинокартины, направленные на массовую аудиторию. Режиссёры авторского кино используют нетипичные средства художественной выразительности, для понимания которых зритель вынужден глубже погружаться в происходящее на экране. Просмотр авторского кино подразумевает анализ увиденного, что требует от аудитории больших усилий и времени.

Отличительной чертой авторского кинематографа являются возрастные ограничения. Большая часть фильмов имеет ценз в 18+. Создатели авторского кино затрагивают табуированные и тяжёлые темы. Авторское кино транслируется на языке оригинала. Многим людям сложно одновременно следить за происходящим на экране и субтитрами. Владельцы кинотеатров авторского кино считают, что использование дубляжа лишит героев интонаций и задуманной окраски речи. Поэтому многие известные режиссеры запрещают переводить свои фильмы, и они всегда демонстрируются с субтитрами [1].

В обществе нет запроса на сложное кино, требующее большего включения, чем обычные фильмы. Зрителям нужны понятные кинокартины с героями, чьим историям легко сопереживать. По результатам исследования медиарынка от компании Mediascore, представленного в сентябре 2023 г., россияне проявили наибольший интерес к таким фильмам, как «Вызов», «Чебурашка», «Круче некуда», «За Палыча!», «Барби» и «Оппенгеймер». Это семейные фильмы, зрелищные драмы или комедии [3]. Указанные жанры дают уверенность в своей окупаемости в отличие от авторского кино, которое не имеет крупных бюджетов и обращено к узкому сегменту аудитории, поскольку его создатели чаще всего не используют инструменты продвижения для привлечения новых зрителей. Авторское кино – сложный для восприятия образец кинематографического искусства. Поэтому при выстраивании коммуникационной политики кинотеатры авторского кино сталкиваются с трудностями, которых нет у массовых.

Кинотеатры авторских фильмов получают меньше прибыли по сравнению с классическими, поэтому ограничены в средствах продвижения. Одним из инструментов служит SMM. Кинотеатры авторского кино ведут группы в ВК, каналы в Телеграме, а также страницы в Instagram* (*деятельность организации запрещена на территории РФ). Контент, публикуемый в социальных сетях, чаще всего представляет собой анонсы ближайших кинопоказов с описанием транслируемых фильмов. Формы контента меняются в зависимости от вида социальной

сети. В ВК – текстовые посты с фотографиями, видео (VK-клипы), в Телеграме – текстовые посты, посты с фотографиями, в Instagram* – фото, видео. Кинотеатры делятся фактами о своей работе, публикуют контент, связанный с авторской киноиндустрией. Например, кинотеатр авторского кино «Out Cinema» в Санкт-Петербурге публикует видео формата Reels, в которых делится подборками кино для развития эстетического интеллекта и насмотренности, а также интересными фактами о кинопроизводстве различных фильмов, сценами из них [6]. Путём такого контента площадка стремится донести до потребителей ценность авторского кино и популяризировать его. «Out Cinema» имеют собственную площадку с курсами и онлайн-интенсивами, где приглашённые лекторы и эксперты рассказывают об авторском кино разных стран и эпох. Подобная практика есть пока только у одного кинотеатра, но тенденция к популяризации транслируемого контента прослеживается у подавляющей части организаций. Кино – визуальное искусство, поэтому его значимость нельзя донести без использования видеоформатов, который повсеместно распространён в отрасли. Таким образом, стратегия продвижения кинотеатров авторского кино в социальных сетях базируется на специфике их контента и его преимуществах для зрителя.

Также в сфере распространён директ-маркетинг в виде e-mail-рассылки или сообщений в социальной сети «ВКонтакте», обычно кинотеатры еженедельно присылают расписание киносеансов, анонсы событий и пр.

Среди элементов продвижения российских кинотеатров авторского кино важное место занимают специальные мероприятия. Они поддерживают присутствие кинотеатра в инфополе, привлекают СМИ и целевую аудиторию. Чаще всего в качестве подобных событий выступают специальные показы. Они могут быть приурочены к выходу нового фильма, к празднику, к юбилейной дате. Обычно в свою программу они включают показ кинокартины, а далее либо проходит встреча с его создателями, либо проводится обсуждение с кинокритиками, искусствоведами, исследователями кинематографа и другими представителями сферы. О проведении подобных мероприятий кинотеатры оповещают аудиторию через собственные площадки, СМИ, дистрибьюторов, а также с помощью наружной и таргетированной рекламы [2].

Некоторые крупные кинотеатры проводят кинофестивали. Кинофестиваль – ежегодное мероприятие, на котором показывают новые независимые, недавно снятые фильмы из разных стран, демонстрируют кинокартины как авторитетных, так и начинающих кинорежиссёров. Кинофестивали направлены не только на продвижение кино, но и на повышение узнаваемости площадки, которая его проводит. Например, в московском кинотеатре авторского кино «Иллюзион» проводится международный фестиваль «АрхивФест» и «Beat Weekend» [4]. В их программу входят фильмы из разных стран. Кинофестивали открывают новые возможности для привлечения новой аудитории в кинотеатры, поскольку это крупные мероприятия, которые активно освещаются в СМИ. Но международные фестивали проводятся только в Москве и Санкт-Петербурге, а региональные кинотеатры лишены такого инструмента продвижения. На их площадках тоже проходят фестивали, но в их программу входят кинокартины регионального производства, вызывающие меньший интерес у потребителей.

Отметим и проект «Иное кино», одним из направлений деятельности которого является выпуск культовых авторских фильмов в прокат. Их сайт предоставляет информацию обо всех кинотеатрах в России, где транслируются перепущенные кинокартины [7]. Проект рассчитан на популяризацию авторского кинематографа, он косвенно помогает в продвижении как столичным, так и региональным площадкам. Если «Иное кино» вновь прокатывает известную киноленту, то это событие освещают СМИ. В данном случае включаются неформальные вербальные коммуникации, поскольку потенциальные зрители делятся информацией с друзьями и родственниками, начинают искать кинотеатры с перепущенными фильмами. Так происходит повышение узнаваемости небольших площадок с авторским кино, так как крупные сети кинотеатров проектом не задействуются.

Современный мир, пестрящий различными формами досуга и предлагающий людям разные способы получения информации, делает необходимым продвижение кинотеатров авторского кино. Количественная разница с кинотеатрами массового кино, низкий интерес со стороны зрителей связаны со специфическим контентом кинотеатров авторского кино, который не станет массовым по определению. Но всё же они имеют возможность привлечь новых посетителей и создать образ площадок для проведения культурного и интеллектуального досуга путём выстраивания грамотной коммуникационной политики.

Библиографический список

1. Авторское кино : учебное пособие / А. А. Артюх, Д. В. Бакиров, А. В. Гусев [и др.]. – СПб. : СПбГИКиТ, 2022. – 218 с.
2. Александрова, А. А. Особенности организации и проведения фестивальных мероприятий в продвижении российских кинотеатров / А. А. Александрова // Рыночная трансформация экономики России: проблемы, перспективы, пути развития : сборник научных статей. – Пенза : АЭТЕРНА, 2020. – С. 7–10.
3. Исследование Mediascope «Цифры и тренды» 2023. – https://conf.mediascope.net/media/2023/mediascopeconf_2023_i_suanova.pdf (дата обращения: 13.02.2024).
4. Кинотеатр «Иллюзион». – <https://illusion-cinema.ru> (дата обращения: 16.02.2024).
5. Онлайн-энциклопедия «Кругосвет». – <http://www.krugosvet.ru> (дата обращения: 12.02.2024).
6. Сайт кинотеатра авторского кино «Out Cinema». – <https://outcinema.ru> (дата обращения: 16.02.2024).
7. Сайт проекта по прокату классики мирового кинематографа «Иное кино». – <https://inoekino.com> (дата обращения: 15.02.2024).
8. Словарь русского языка : в 4 т. / под ред. А. П. Евгеньевой. – 4-е изд., стер. – М. : Рус. яз. : Полиграфресурсы, 1999. – 720 с.