

## Специфика продвижения документального кино

Научный руководитель – Костикова Анна Анатольевна

*Розьева Мяхри Довлетдурдыевна*

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

*E-mail: reerose@mail.ru*

Моя научная работа посвящена исследованию особенностей продвижения документального кино, которое в последнее время набирает популярность как в России, так и за рубежом. Актуальность проблемы связана не только с повышением внимания к документальным фильмам со стороны зрителя, но и со сложностью продвижения кинопродукта, не ставящего своей целью развлечение зрителей. Более того, статей, книг и научных работ, посвященных продвижению неигровых фильмов, не так много, что делает работу более ценной и оригинальной.

В ходе выступления будет показано, чем отличается игровое кино от неигрового, и как жанровые отличия влияют на киномаркетинг. Объектом моего исследования является документальный фильм, а предметом – специфика его продвижения, или промоушена, то есть стимулирования сбыта продукта.

Для более детального изучения особенностей и отличий продвижения неигрового кино, я проанализирую сложности, связанные с промоушеном документального фильма, в социальной, экономической, правовой и политической сферах. Так, например, документальное кино меньше спонсируется крупными студиями, может критиковаться и цензурироваться исходя из политической ситуации в стране, может игнорироваться кинопрокатчиками из-за низкой развлекательности и, как следствие, небольшого спроса. Кроме того, правовая ситуация в некоторых странах может ограничивать возможность показа документальных фильмов в связи с их оскорбляющим отдельные социальные группы характером (а документальные фильмы часто снимаются на социальные темы) или в связи со сложностями проведения кинофестивалей.

Для осуществления обозначенной цели были поставлены следующие задачи: · Изучение литературы и интернет-источников, связанных со спецификой документального (неигрового) кино как вида кинематографа; · Изучение литературы и интернет-источников, связанных с продвижением кинопродуктов в целом; · Просмотр интервью и статей, связанных с продвижением документального кино в России и в мире; · Анализ положения документального кино в кинематографе в целом; · Социальные, экономические, правовые и политические условия для продвижения документального кино в России и в мире.

В итоге моя работа пригодится людям, которым интересно ознакомиться с особенностями продвижения кинофильмов - в целом и документальных, - а также молодым ученым, журналистам и специалистам других сфер, для которых документальное кино - способ отражения их идей и научных изысканий. Я надеюсь, что моя работа привлечет внимание зрителей к документальным фильмам и разовьет более осознанный подход к просмотру качественных лент на кинофестивалях или в ограниченный показ.

### Источники и литература

- 1) Пронин А. А. Документальный фильм как публицистический нарратив: структура, функции, смысл. Санкт-Петербург, 2016

- 2) Прожико Г.С. Концепция реальности в экранном документе. Москва, 2004.
- 3) Шевченко Д.А. Киномаркетинг: теория и практика продвижения. Москва, 2014.
- 4) Герц Ф. Карта Птолемея. Записки кинодокументалиста. Москва, 1975;
- 5) Кинопоиск: Дарико Цулая «От бургеров до закрытых дверей: Маркетинг на службе кино»
- 6) Кинопоиск: Артур Циленко «Как гарантировать фильму успех еще до первого съемочного дня»