

Современные тренды в продвижении анимационных фильмов на примере киностудии «Союзмультфильм»

Научный руководитель – Костиков Анна Анатольевна

Сидорова Алиса Евгеньевна

Студент (бакалавр)

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

E-mail: Alsidoroff@mail.ru

Анимационные фильмы являются неотъемлемой частью культуры, первые приспособления для создания анимации, на тот момент скорее лабораторные изобретения, - фенакистископ и стробоскоп - появились ещё в первой половине девятнадцатого века и в дальнейшем позволили при экспериментах с фотографией создать киноаппарат. Мультипликация прошла долгий путь с тех пор и сейчас продолжает пользоваться большой популярностью. Существует множество направлений: авторские анимационные фильмы, мультсериалы, полнометражное анимационное кино, но в процессе работы над любым из этих видов мультфильмов всегда стоит один вопрос: что нужно сделать для того, чтобы продукт дошел до потенциального зрителя, проще говоря, как продвигать анимационное кино?

В нашем докладе мы хотим выявить и описать современные тренды в продвижении анимационных фильмов, сравнить их с классическими методиками и предыдущими трендами, а также рассмотреть тенденции продвижения на примере деятельности киностудии «Союзмультфильм» в последние годы.

Задачами нашего доклада мы ставим- рассмотреть основные методики продвижения анимационных фильмов, изучить новые тренды, характерные для современности, с учетом использования цифровых технологий; сравнить их между собой; проанализировать деятельность «Союзмультфильма» в области продвижения анимационного кино и мультфильмов, узнать об успешности использования этих методик; предположить, как будет развиваться эта отрасль в дальнейшем и какие новые тренды будут использоваться.

«Союзмультфильм» является известной на весь мир российской и советской студией мультипликации, её золотая коллекция входит в коллекцию мировой анимационной классики и, начиная с 1936 года, она продолжает выпускать мультфильмы, несмотря на многие сложности, с которыми она сталкивалась. Продвижение мультфильмов меняется с появлением новых средств коммуникации, сейчас наиболее ярко происходит глобальный переход от телевидения к интернету, но мало кто изучает эти изменения с академической точки зрения. Нам кажется, что провести анализ работы «Союзмультфильма» и предположить, какие тренды будут популярны в будущем очень важно как для достаточно специфической анимационной отрасли, так и для отрасли продвижения кино в целом. Размышления и дискуссии относительно методов продвижения и трендов ведется на разных культурных форумах, в профессиональных сообществах.

Источники и литература

- 1) Борунков Николай - Маркетинг кино: как продвигали «Тайную жизнь домашних животных» - 12 Июля 2019

- 2) Robert Marich - Marketing to Moviegoers: A Handbook of Strategies and Tactics, Second Edition - Southern Illinois University Press, 2009
- 3) Королёва Ольга - Удачные и провальные приёмы продвижения фильмов весной и летом 2016 года — обзор в зарубежных медиа - 14 сен 2016
- 4) Дерябина Анна - Мультяшки на миллиард: кто зарабатывает на героях российских мультфильмов - 25 сен 2015, 09:00
- 5) Капков С.В. – «Энциклопедия отечественной анимации» - 2006 год, издательство – «Алгоритм».
- 6) https://www.economy.gov.ru/material/news/rossiyskie_animacionnye_kompanii_vpervye_prezentovali_svoi_proekty_na_mezhdunarodnoy_vystavke_tiffcom_2020.html