

## Продвижение стриминговых сервисов на российском рынке на примере Кинопоиска

Научный руководитель – Костикова Анна Анатольевна

*Денильханова Эва Асланбековна*

*Студент (бакалавр)*

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

*E-mail: denilkhanova.eva@gmail.com*

Современный рынок аудиовизуальной продукции стремительно расширяется в виду возникновения тренда на цифровую трансформацию всех сфер деятельности человека и общества. Коммерческие организации стремятся занять нишу на цифровом рынке, распределяя часть активов в веб-пространство, с целью получения большей выручки и привлечения нового сегмента целевой аудитории.

Ключевой тенденцией стало формирование цифровых экосистем, которые объединяют в себе комплекс собственных информационных сервисов и партнерских платформ и услуг. Процесс цифровизации заложил основы для формирования нового типа потребителя, для которого важны мобильность, высокотехнологичность и многофункциональность, в связи с чем спрос на инновационные онлайн-платформы растет с каждым годом.

Сфера OTT-сервисов, предоставляющих услуги трансляции профессионального видеоконтента с помощью интернет-технологий, активно развивается на мировом рынке визуальной продукции. «OTT-сервисы (Over the top) — технология доставки видеосигнала профессионального контента на приставку (компьютер, мобильный телефон) пользователя по интернету без прямого контакта с оператором связи» (Стрюкова, 2017, С. 1757) [2]. Высокий потребительский спрос на стриминговые платформы, который пришелся на период пандемии и актуален до сих пор, способствовал формированию устойчивого фундамента для дальнейшего развития культурно-досуговых онлайн-сервисов.

Появление первых крупных стриминговых сервисов киноиндустрии приходится на начало 2000-х гг., однако они за короткое время смогли стать глобальными игроками на рынке и заменили собой телевидение и кинотеатры, позволив пользователям получать доступ к качественному и эксклюзивному контенту, не выходя из дома, за определенную плату. «Форматное телевидение с уклоном на рекреационный контент стало преобладающим типом телевидения в современном мире, однако с 2020 года его начали вытеснять онлайн-кинотеатры — такие сервисы, как Netflix, Ivi, Okko, Start, KION и им подобные» (Мурзина, Грабельников, Цицинов, 2023, С. 63) [1]. Теперь ключевым источником передачи визуальной информации являются не телевизионные каналы и передачи, а стриминговые площадки, транслирующие разнообразный видеоконтент с профессиональной системой размещения контекстной рекламы.

Главным киноресурсом России стала интернет-платформа «Кинопоиск», которая с помощью грамотной пиар-стратегии и эффективного использования инструментов продвижения смогла увеличить потребление платного видеоконтента и стала лидером на российском рынке с 25 млн посетителей ежемесячно [3]. Онлайн-сервис использует различные технологии для получения коммерческой выгоды от трансляции кинопродукта. Маркетинговый мониторинг рынка видеостриминга, его тенденций, а также анализ потребностей и желаний целевой аудитории с помощью технологий искусственного интеллекта позволяет переформатировать сервис по трансляции кино для индивидуального потребителя согласно его предпочтениям.

Несмотря на проблемы, с которыми столкнулись цифровая экономика киноиндустрии после ухода с национального рынка зарубежного кино, Кинопоиск смог удержаться на позиции лидера и нашел альтернативные пути развития. Чтобы стать качественной альтернативой зарубежным платформам, к которым привыкли пользователи потоковых сервисов, видеостриминговая платформа стала ориентироваться на клиентские программы лояльности и улучшение алгоритмов персонализации. Его позиционирование как лучшего онлайн-сервиса на российском рынке, высокая степень доверия благодаря качеству и стабильности и позволяют ему повышать свои рыночные показатели с каждым годом.

### Источники и литература

- 1) Мурзина О.В., Грабельников А.А., Цицинов А.Ю. Онлайн-кинотеатры как новые медиа. // Litera, 2023. — №6. — С. 61-68.
- 2) Стрюкова Е.В. Развитие онлайн кинотеатров в современной России. // «Экономика и социум», 2017. — №3 (34). — С. 1756-1761.
- 3) Как «Кинопоиск» стал главным киноресурсом Рунета. [Электронный ресурс] // Forbes. URL: <https://www.forbes.ru/tehnologii/tehnika-i-biznes/239172-kak-kinopoisk-stal-glavnym-kinoresursom-runeta> (дата обращения: 13.01.24)