

## Стратегия продвижения экранизации российского комикса «Майор Гром»

Научный руководитель – Гурнак Александра Владиславовна

*Косякова Анастасия Романовна*

*Студент (бакалавр)*

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

*E-mail: anastasia.kosyakova2002@gmail.com*

Киноиндустрия играет значительную роль в жизни общества и отдельной личности. Кино является не только видом искусства и развлечения, оно выполняет познавательные, идеологические и экономические функции. Успешный кинопроект может сформировать новые социальные течения, изменить политические взгляды общества, осветить сиюминутные проблемы или же создать инфоповоды, привлекающие и удерживающие внимание аудитории. Поэтому грамотно выстроенная стратегия продвижения фильма является одной из основных составляющих успешно реализованного проекта, который принес не только экономическую выгоду режиссерам и продюсерам, но и сформировал пласт максимально лояльной аудитории.

Окончание пандемии 2020 года и уход зарубежных кинокомпаний с российского рынка позволили отечественным фильмам стать более конкурентоспособными. Вследствие данных экономических изменений увеличились бюджеты на рекламные кампании российских фильмов и стали использоваться ранее незадействованные инструменты продвижения. Таким образом, целевая аудитория стала более осведомленной об отечественных кинопродуктах.

В настоящий момент в индустрии кино вектор производства направлен на массовый продукт. Комедии, фантастика, боевики и ужасы набирают максимальное количество просмотров на киноплощадках и собирают большие кинозалы.

Последнее десятилетие кинокомиксы возглавляют рейтинги по просмотрам. Фильм «Человек-паук: нет пути домой» собрал за 3 недели 8 008 429 зрителей и 2 572 160 174 рублей в России и странах СНГ.

Вследствие ухода американских транснациональных медиакорпораций у потребителя возрос интерес к отечественным экранизациям комиксного жанра. Одним из успешно реализованных проектов экранизации произведения стал комикс издательского дома «Майор Гром», созданный издательством «Bubble Comics». Однако, в период пиар-кампаний фильмов случались кризисные ситуации, которые не были отработаны пиар-специалистами фильма. В работе были проанализированы как положительные, так и отрицательные кейсы промоушена двух экранизаций.

Данное исследование необходимо для повышения эффективности пиар-кампании экранизации комиксов о Майоре Громе.

В работе рассматривался фильм «Майор Гром: Чумной доктор» и были затронуты проблемы его пиар-кампании. Были описаны примеры его рекламы в городах Москва и Санкт-Петербург. Также выявлены проблемы маркетинговой стратегии продвижения и проблемы коммуникации с аудиторией.

В работе приводились примеры комментариев зрителей, кинокритиков, кинообозревателей и СМИ в отношении фильма. Имели место как положительные, так и отрицательные очерки зрителей. В целом же фильм произвел скорее положительно-нейтральное впечатление.

Анализ показал, что основной проблемой фильмов компании BUBBLE Studios является неправильное позиционирование и ошибочные пиар-ходы, а также отсутствие работы с кризисными ситуациями и полноценного взаимодействия и открытого диалога с аудиторией. Вследствие данного факта были предложены новые инструменты продвижения третьего фильма, которые, по мнению автора, могли бы повысить осведомленность аудитории о фильме и привлечь новый пласт целевой аудитории в кинотеатры на экранизацию «Майор Гром: игра».

#### Источники и литература

- 1) Барт Р. Избранные работы: Семиотика: Поэтика: Пер. с фр. / Сост., общ. ред. и вступ. ст. Г. К. Косикова.— М.: Прогресс, 1989—616 с. (дата обращения 13.05.2023)
- 2) Козлов Е. В. Комикс как явление лингвокультуры: знак - текст - миф / Е.В. Козлов ; Центросоюз Рос. Федерации. Моск. ун-т потребит. кооп. Волгогр. фил. - Волгоград : ВФ МУПК, 2002. - 219 с. (Дата обращения: 27.05. 2023)
- 3) МакКлауд С. Понимание комикса. М.: Белое яблоко, 2016. 3 с. (Дата обращения: 8.05.2023)
- 4) Матанцева М. Б. ЛИНГВОСТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РУССКОГО КОМИКСА // Вестник БГУ. Язык. Литература. Культура. - 2018. №3. - С. 52-58. (Дата обращения 9.05.2023)
- 5) Цыркун Н. А. Социально-исторические и эстетические аспекты трансформации кинокомикса в системе американской культуры. Дис....д-ра. Искусствоведения. М., 2014. С. 3. (Дата обращения: 18.05.2023)