Дарьяна Александровна Бабына

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

BabynaDA@my.msu.ru

**Российские онлайн-кинотеатры как пространство культурных кодов**

В докладе отражены результаты исследования оригинального контента российских онлайн-кинотеатров. Автором был проведен анализ содержания библиотек контента семи онлайн-кинотеатров и пять интервью с экспертами. Выявлено, что при производстве фильмов и сериалов учитывается значимость продвижения российских культурных кодов.

Ключевые слова: онлайн-кинотеатр, оригинальный контент, культурный код.

На сегодняшний день онлайн-кинотеатры представляют собой растущий и активно развивающийся сегмент медиасистемы России, находящейся в процессе «пересборки» в связи с усилением цифровизации [1]. В 2025 г. в отечественном цифровом пространстве действуют семь онлайн-кинотеатров, выступающих не только распространителями киносериального контента, но и его производителями. В индустрии такого рода проекты принято называть оригинальными, или «ориджиналсами», позиционируя последние ключевыми драйверами развития пользовательского интереса к онлайн-кинотеатрам [2].

В рамках данного исследования нами предпринята попытка изучить оригинальные проекты семи отечественных онлайн-кинотеатров, вышедшие в 2020–2024 гг. с целью определить их основные характеристики как культурных продуктов, содержащих отечественный культурный код. Для этого мы провели анализ жанровых характеристик оригинальных проектов, изучили их возрастные ограничения, пользовательские оценки и описания в карточке проекта на сайте «Кинопоиск» и сайтах онлайн-кинотеатров, а также провели пять экспертных интервью с представителями данного сегмента медиасистемы.

Было выявлено, что с 2020 г. по сентябрь 2024 г. состоялись онлайн-премьеры 496 оригинальных проектов: 130 фильмов и 366 сериалов. Наиболее популярными жанрами стали драма и комедия [2], при этом значимой характеристикой оказалась связь фабулы произведений с реально происходившими в России событиями. Третьим по популярности стало документальное кино, в особенности – посвященное российским героям или важным для нашей страны темам, ее культурным и национальным особенностям. Вместе с тем был выявлен рост интереса платформ к сюжетам, основанным на русских сказках или исторических событиях.

Эксперты подтвердили свою заинтересованность в продвижении отечественного культурного кода посредством оригинальных проектов онлайн-кинотеатров, в особенности – при наличии поддержки от акторов позитивной медиаполитики. Несмотря на то, что актуальная для европейских и азиатских сервисов проблема продвижения национального контента в условиях доминирования американских платформ не представляется значимой для отечественных онлайн-кинотеатров – легальный доступ к глобальным сервисам в России отсутствует [3], продвижение российского культурного кода имеет спрос у аудитории, а также понимается представителями данного сегмента медиасистемы России как воплощение «воспитательной» функции медиа, имеющей «личную значимость» для деятелей современной культуры.

Литература

1. Вартанова Е. Л. «Пересборка» медиа: актуальные процессы трансформации в условиях цифровизации // Меди@льманах. 2023. № 3(116). С. 8−16. DOI: 10.30547/mediaalmanah.3.2023.816.
2. Бабына Д. А. Оригинальный контент российских онлайн-кинотеатров: динамика производства в 2020–2024 гг. // Медиаскоп. 2024. Вып. 3. URL: <https://www.mediascope.ru/2877>.
3. Dwyer T., Shim Y., Lee H., Hutchinson J. (2018). Comparing digital media industries in South Korea and Australia: The case of Netflix take-up // International Journal of Communication, 2018, 12: 4553–4572.