

Специфика продвижения фильма "Реальные упыри"

Научный руководитель – Костикова Анна Анатольевна

Антипова Мария Романовна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский
факультет, Москва, Россия

E-mail: antipovamaria00@gmail.com

В данном докладе речь пойдет о особенностях продвижения фильма «Реальные упыри». Одной из ключевых особенностей продвижения данного фильма является его жанр мокьюментари- то есть псевдодокументального фильма. В докладе уделено внимание коммуникационным стратегиям, которые были использованы на протяжении популяризации данного проекта. Несмотря на то, что фильм приобрел статус «культовый», это произошло лишь спустя некоторое время после его официального релиза. Появление данного фильма на просторах интернета стало причиной возникновения множества новых трендов, которые затрагивают различные аспекты современной культуры.

В ходе написания доклада была использована работа Павлова А.В. «Расскажите вашим детям. Сто одиннадцать опытов о культовом кинематографе», который посчитал успех картины предсказуемым.

Уникальный формат мокьюментари, сочетание жанров комедии и ужасов, а также креативный подход к созданию контента сделали этот проект особенно запоминающимся среди похожих фильмов.

В ходе анализа данного фильма было обращено внимание на следующие аспекты: особенности рекламной кампании, прокатные результаты, финансовые сборы и тд.

Основной вопрос, который был поставлен в процессе написания доклада «Что именно сделало картину «Реальные упыри» культовой?».

Исходя из всего вышесказанного, можно сказать что фильм «Реальные упыри» является культовым за счет особого подхода к его продвижению, начиная от особенностей жанра мокьюментари, заканчивая пиар стратегией.

Источники и литература

- 1) 1. Павлов А. Расскажите вашим детям: Сто одиннадцать опытов о культовом кинематографе – М., Издательский дом Высшей школы экономики, 2018. – С. 424