

Научная статья

Original article

УДК 338.467.6

doi: 10.55186/2413046X_2025_10_3_85

**ОПЫТ НАУЧНОЙ КЛАССИФИКАЦИИ И АНАЛИЗА
РОССИЙСКОГО ИМПАКТ-КОНТЕНТА В КОНТЕКСТЕ
СОВРЕМЕННЫХ КИНОМАРКЕТИНГОВЫХ СТРАТЕГИЙ
EXPERIENCE IN SCIENTIFIC CLASSIFICATION AND ANALYSIS OF
MODERN RUSSIAN IMPACT CONTENT IN THE CONTEXT OF
CONTEMPORARY FILM MARKETING STRATEGIES**



Ромодановская Нана Борисовна, к.э.н., доцент кафедры дистрибьюции и маркетинга ФГБОУ ВО Всероссийский государственный институт кинематографии имени С.А. Герасимова, Москва, E-mail: proficinema@mail.ru

Romodanovskaya Nana Borisovna, PhD in Economics, Associate Professor of the Department of Distribution and Marketing, Russian State University of cinematography named after Sergei Gerasimov (VGIK), Moscow, E-mail: proficinema@mail.ru

Аннотация. Статья посвящена научной классификации и анализу российского импакт-контента в контексте современных киномаркетинговых стратегий. Импакт-контент, ориентированный на социальное воздействие, приобретает особую актуальность в условиях цифровизации медиапространства и растущего общественного запроса на социально значимые медиаформы. На примере 37 российских фильмов, вышедших в прокат с 2020 по 2024 год, в статье рассматриваются ключевые классификационные признаки: вид, жанр, тематическая направленность,

ценности, адресуемые аудитории, а также маркетинговый потенциал продукции. Автором выявлены преобладание игрового кино, доминирование жанров комедии и семейной драмы, акцент на культурно-ценностную и социальную проблематику, а также преобладание массового и социально-партнёрского каналов продвижения. В работе обоснована необходимость дифференцированной системы классификации импакт-контента, учитывающей специфические условия российского кинорынка. Используя методы контент-анализа и семиотического прочтения, автор предлагает инструмент для последующего изучения стратегий позиционирования и продвижения социально ориентированного кинопродукта. Исследование может быть полезным для специалистов в области креативных индустрий, медиапланирования, культурной политики и социологии культуры.

Abstract. This article is devoted to the scientific classification and analysis of Russian impact content in the context of contemporary film marketing strategies. Impact content, aimed at producing social influence, is gaining particular relevance in the era of digital media expansion and growing public demand for socially meaningful formats. Based on an analysis of 37 Russian films released between 2020 and 2024, the study explores key classification criteria: content type, genre, thematic orientation, audience value focus, and marketing potential. The author identifies the dominance of fiction films, the prevalence of comedy and family drama genres, an emphasis on cultural and social themes, and the predominance of mass and socially partnered distribution channels. The article substantiates the necessity of a differentiated classification system for impact content that considers the specific features of the Russian film industry. Using content analysis and semiotic interpretation methods, the author proposes a tool for further research into positioning and promotion strategies of socially oriented cinematic products. This study may be of interest to professionals in the fields of creative industries, media planning, cultural policy, and the sociology of culture.

Ключевые слова: киномаркетинг, импакт-контент, продвижение, целевая аудитория, позиционирование, аудиовизуальное произведение

Key words: film marketing, impact content, promotion, target audience, positioning, audiovisual work

Современные медиа и киноиндустрия всё чаще обращаются к созданию контента, способного не только развлекать, но и оказывать выраженное социальное воздействие. Такой тип продукции, получивший название *импакт-контент* (от англ. *impact* — воздействие), ориентирован на стимулирование общественного диалога, формирование ценностей, привлечение внимания к социально значимым темам и мобилизацию зрительской активности. В условиях цифровизации и роста конкуренции за внимание аудитории импакт-контент приобретает стратегическое значение как для креативных продюсеров, так и для специалистов в области киномаркетинга.

Особую актуальность приобретает анализ российского импакт-контента, формирующегося в специфических культурных, социально-политических и экономических условиях. Отечественная киноиндустрия предлагает разнообразные примеры фильмов и медиапроектов, затрагивающих темы инклюзии, экологического сознания, исторической памяти, семейных ценностей и социальной справедливости. Однако системная классификация и научный анализ этих продуктов пока находятся на начальном этапе. Необходимо определить типологию импакт-контента, особенности его восприятия российской аудиторией, а также оценить эффективность применяемых стратегий его продвижения.

В связи с этим особый интерес представляет изучение киномаркетинговых подходов к позиционированию импакт-проектов, выбор целевых аудиторий, каналов коммуникации и инструментов продвижения, способствующих усилению социального эффекта.

Актуальность исследования определяется как глобальными трендами на гуманизацию киноиндустрии, так и внутренними запросами российского общества на социально значимый, ответственный и вовлекающий контент. Возрастающая роль кино как медиатора между институтами и гражданским обществом требует пересмотра традиционных подходов к его продвижению. В новых условиях импакт-контент становится не только художественным или документальным высказыванием, но и полноценным инструментом социального маркетинга, обладающим потенциалом влияния на ценностные установки зрителей и повестку общественных дискуссий.

Автор настоящей работы ставит своей целью выявить основные критерии классификации российского импакт-контента и предложить методы его классификации, которые могут быть дополнены и расширены в последующих исследованиях. А также проанализировать особенности киномаркетингового продвижения импакт-контента в современных условиях в зависимости от классификационных признаков.

Для достижения этой цели были поставлены следующие задачи:

1. Определить классификационные признаки импакт-контента применительно к российской киноиндустрии;
2. Выделить жанрово-смысловые и визуально-коммуникационные особенности отечественного импакт-продукта, выпущенного в прокат с 2020 по 2024 годы;
3. Проанализировать стратегии позиционирования и продвижения импакт-контента;
4. Оценить степень вовлеченности и отклика целевых аудиторий на примерах конкретных кейсов.

Исследование опирается на междисциплинарные подходы в рамках медиакоммуникаций, социологии культуры и стратегического маркетинга. Теоретической основой послужила концепция импакт-контента как формы медиапродукта, способного инициировать социальные изменения (Т.

Тихонова, 2023; S. Islam, 2022). Подобный контент рассматривается не только как сообщение с высокой социальной значимостью, но и как инструмент управления вниманием, эмоциональной вовлечённостью и поведенческой активностью аудитории.

Обсуждение импакт-контента в российском научном и экспертном дискурсе началось сравнительно недавно. В работах Черновой А.А. и Ромодановской Н.Б. обосновывается необходимость дифференцированного подхода к продвижению социально-направленного кинопродукта.

На международном уровне важнейшие исследования представлены в трудах S.M. Islam (2022), где проводится систематический обзор стратегий масштабирования социального эффекта, а также в материалах SHS Web of Conferences (Poradova M., 2020), где рассматривается влияние контент-маркетинга в глобальных условиях.

Несмотря на наличие отдельных публикаций, в российской литературе отсутствует целостный подход к классификации импакт-контента, а также аналитическая база по стратегиям его продвижения в национальном контексте.

Методологической основой послужил качественный контент-анализ с элементами семиотического и социологического подходов.

Эмпирическая база настоящего исследования – российские фильмы 2020 – 2024 годов, отмеченные профессионалами кинобизнеса в ходе экспертных интервью как проекты относящиеся к импакт-контенту. Всего экспертами было выделено 37 игровых и документальных лент. По данным портала «ПрофиСинема» в отечественный кинотеатральный прокат за последние пять лет вышло около 800 российских фильмов (без учета сборников короткометражных лент, балетных и театральных постановок, концертов, опер и проектов, представленных в кинотеатрах до 10 копий, а также фильмов прошлых лет). Таким образом средний процент импакт-проектов, в

общем объеме вышедших в прокат за последние пять лет российских фильмов, составляет 4,6.

Таблица 1. Кассовые сборы и количество зрителей импакт-фильмов

2020						
№	Название	Дата релиза	Дист-р	Жанр	Общие сборы	Всего зрителей
1.	Лед 2	14.02.2020	SPPR	спортивная драма, мелодрама	1 546 162 680	6 004 847
2.	Марафон желаний	23.01.2020	Каропрокат	комедия	234 730 622	921 405
3.	На острие	26.11.2020	ЦПШ	спортивная драма	75 857 632	303 430
4.	Один вдох	5.03.2020	Каропрокат	драма	50 296 648	201 186
5.	Доктор Лиза	22.10.2020	Белые ночи	байопик, драма	21 826 905	87 016
2021						
1.	Огонь	24.12.2020	ЦПШ	драма	926 776 922	3 272 744
2.	Батя	23.02.2021	ЦПШ	комедия	531 942 161	1 942 714
3.	Пальма	18.03.2021	ЦПШ	семейн. приключ. драма	341 040 375	1 544 609
4.	Родные	11.02.2021	SPPR	комедия	488 686 275	861 207
5.	Нефутбол	9.11.2021	Наше кино	Спортивная комедия	12 992 884	24 191
2022						
1.	Одна	9.06.2022	Наше кино	драма	355 233 318	1 239 285
2.	Календарь Ма(й)я	1.09.2022	КарроПрокат	семейн. приключ. комедия	113 685 473	475 372
3.	Лавстори	13.10.2022	Наше кино	ромком	68 105 026	248 546
4.	Команда мечты	28.04.2022	Самокат	комедия	19 306 106	107 351
2023						
1.	Поехавшая	08.03.2023	ЦПШ	Комедия, роуд-муви	523 744 673	1 736 664
2.	Повелитель ветра	05.10.2023	ЦПШ	Байопик, приключ. драма	520 757 516	1 686 310
3.	Страсти по Матвею	19.10.2023	НМГ кинопрокат	драмеди	79 409 281	259 568
4.	Юра дворник	04.05.2023	КарроПрокат	комедия	50 208 350	169 280
5.	Я делаю шаг	07.09.2023	Наше кино	мелодрама	40 155 327	159 366

6.	Сила добра	01.09.2023	Кинотайм	Альманах, драма	14 361 103	74 695
7.	Я хочу! Я буду!	06.04.2023	НМГ кинопрокат	комедия	19 955 678	74 043
8.	Бери да помни	14.09.2023	Атмосфера кино	комедия	17 581 008	65 083
2024						
1.	Лёд 3	14.02.2024	НМГ кинопрокат	мелодрама	1 855 290 938	5 193 638
2.	Манюня: приключен ия в Москве	30.05.2024	НМГ кинопрокат	приключенч еск. / комедия	280 836 861	1 089 827
3.	Манюня: Приключен ия в деревне	14.11.2024	Атмосфера кино	приключенч еск. / комедия	334 685 877	1 023 515
4.	Огненный лис	18.05.2024	КарроПремье р	семейн. / приключенч еск. / драма	96 862 041	404 233
5.	Мой дикий друг	08.08.2024	Наше Кино	семейн. / приключенч еск. / драма	89 828 667	346 899
6.	9 секунд	26.09.2024	КарроПремье р	биографичес кая драма	71 446 988	251 251
7.	Обе две	05.09.2024	КарроПремье р	комедия	52 689 231	163 814
8.	Карина	11.04.2024	Самокат	биографичес кая драма / детектив	51 766 361	160 151
9.	Как я встретил её маму	09.05.2024	Атмосфера кино	комедия	49 486 336	149 113
10.	Мой любимый чемпион	27.06.2024	Наше Кино	семейн. / приключенч еск. / драма	29 665 946	118 285
11.	Каждый мечтает о собаке	16.05.2024	Наше Кино	семейн. / приключенч еск. / драма	17 586 922	83 186
12.	Бар «МоскваЧи ки»	12.06.2024	ЦПШ	комедия	27 453 134	75 393
13.	Там, где танцуют стерхи	25.04.2024	Самокат	семейн. / драма	22 957 222	72 292
14.	Танцуй, селедка!	18.01.2024	Вольга	комедия	8 587 014	25 018
15.	Вечная зима	31.10.2024	ЦПШ	драма	7 926 728	20 804

В таблице проекты упорядочены по количеству зрителей по годам (последняя колонка).

Рассмотрим другие методы классификации, как количественные, так и качественные.

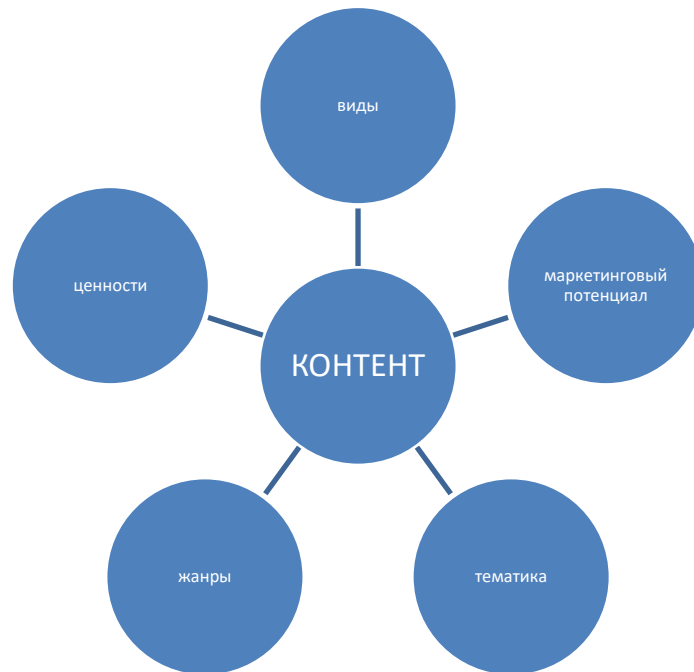


Рисунок 1. **Классификация российского импакт-контента**

В первом приближении импакт-контент может быть классифицирован по пяти направлениям: 1. виды, 2. жанры, 3. тематика, 4. ценности аудитории, которым он отвечает, и 5. маркетинговый потенциал.

Применение этих направлений, включающих как количественные, так и качественные методы, позволяет всесторонне проанализировать импакт-контент, так как каждое направление дает определенные характеристики для классификации.

Виды	Жанры	Тематика	Ценности	Маркетинговый потенциал
- Игровое кино - Документальное кино - Сериалы - Анимационное кино	- спортивная драма - комедия - мелодрама - драма - байопик - приключ. драма - спортивная комедия - приключ. комедия - ромком - роуд-муви - драмеди - детектив	Экологический - Контент, затрагивающий вопросы изменения климата, охраны природы, устойчивого развития, переработки отходов, экологической ответственности. Социальный - Проекты о правах человека, инклюзии, гендерном равенстве, насилии, бедности, ментальном здоровье, жизни уязвимых групп населения. Политический / Гражданский - Темы активного гражданства, общественных движений, репрессий, выборов, законов, свобод. Может носить документальный или художественный характер. Культурный / Ценностный - Связан с сохранением памяти, историей, языком, моральными выборами, духовностью, национальной идентичностью, искусством.	Когнитивная - Даёт знания, новые факты, освещает забытые темы; формирует понимание проблемы. Эмоциональная - Вовлекает через сочувствие, сопереживание, страх, катарсис; вызывает сильные чувства. Поведенческая - Побуждает к действиям — благотворительности, участию в акциях, распространению информации. Идентификационная - Способствует самоопределению: зритель видит себя, свою историю или свои ценности в героях.	Фестивальный - Ориентирован на фестивали, премии, экспертное сообщество. Социально-партнёрский - Сотрудничество с НКО, школами, университетами, культурными центрами. Часто идёт в сопровождении просветительских программ. Массовый - Активно продвигается через ТВ, соцсети, блогеров. Рассчитан на массового зрителя. Локальный / нишевый - Ограничен регионом, сообществом или платформой. Может быть очень вовлекающим при малом охвате.

Рисунок 2. Характеристики направлений классификации российского импакт-контента

Российский импакт-контент 2020–2024 годов, исследованный на примере 37 фильмов, поддаётся классификации по пяти ключевым направлениям, позволяющим выделить структурные особенности и стратегические подходы к созданию социально значимого кинематографа.

Таблица 2. Классификация российского импакт-контента 2020 -2024 гг

Название	Вид	Жанр	Тематика	Ценности аудитории	Маркетинговый потенциал
Лёд 2	Игровое	Спортивная драма, мелодрама	Культурная / ценностная	Семейные ценности, любовь, самопожертвование	Массовый
Марафон желаний	Игровое	Комедия	Социальная	Женская самореализация, самооценка, стремление к успеху	Массовый
На острие	Игровое	Спортивная драма	Социальная	Гендерное равенство, конкуренция, сила воли	Массовый

Один вдох	Игровое	Драма	Культурная / ценностная	Преодоление страха, самореализация, сила духа	Массовый
Доктор Лиза	Игровое	Байопик, драма	Социальная	Сострадание, милосердие, служение	Социально-партнёрский
Огонь	Игровое	Драма	Культурная / ценностная	Героизм, долг, отвага, семья	Массовый
Батя	Игровое	Комедия	Культурная / ценностная	Ностальгия, семейные традиции	Массовый
Пальма	Игровое	Семейная приключенческая драма	Культурная / ценностная	Преданность, верность, дружба	Массовый
Родные	Игровое	Комедия	Социальная	Семья, взаимопонимание, принятие	Массовый
Нефутбол	Игровое	Спортивная комедия	Социальная	Гендерное равенство, спорт, самоутверждение	Локальный / нишевый
Одна	Игровое	Драма	Культурная / ценностная	Выживание, сила духа, преодоление	Массовый
Календарь Ма(й)я	Игровое	Семейная приключенческая комедия	Культурная / ценностная	Связь поколений, традиции, история	Социально-партнёрский
Лавстори	Игровое	Романтическая комедия	Социальная	Отношения, самопринятие, личный выбор	Массовый
Команда мечты	Игровое	Комедия	Социальная	Командный дух, инклюзия, поддержка	Локальный / нишевый
Поехавшая	Игровое	Комедия, роуд-муви	Социальная	Самоопределение, свобода, женская сила	Массовый
Повелитель ветра	Игровое	Байопик, приключенческая драма	Культурная / ценностная	Сила духа, вера, призвание	Массовый
Страсти по Матвею	Игровое	Драмеди	Социальная	Духовный поиск, нравственный выбор	Массовый
Юра дворник	Игровое	Комедия	Социальная	Простой труд, достоинство, человечность	Массовый
Я делаю шаг	Игровое	Мелодрама	Социальная	Личностный	Фестивальный

				рост, преодоление, психологическо е исцеление	
Сила добра	Игровое	Альманах, драма	Культурная / ценностная	Доброта, альтруизм, помощь ближнему	Социально- партнёрский
Я хочу! Я буду!	Игровое	Комедия	Социальная	Самоирония, стремление к свободе, самовыражение	Локальный / нишевый
Бери да помни	Игровое	Комедия	Культурная / ценностная	Память, связь поколений, традиции	Локальный / нишевый
Лёд 3	Игровое	Мелодрама	Культурная / ценностная	Любовь, семья, вера	Массовый
Манюня: приключени я в Москве	Игровое	Приключенч еская комедия	Культурная / ценностная	Детство, семья, дружба	Массовый
Манюня: Приключен ия в деревне	Игровое	Приключенч еская комедия	Культурная / ценностная	Традиции, близость к корням, семейные ценности	Массовый
Огненный лис	докумен тальное	Семейная приключенч еская драма	Экологичес кая	Защита природы, человек и животные	Массовый
Мой дикий друг	Игровое	Семейная приключенч еская драма	Экологичес кая	Дружба, забота о природе, понимание другого	Массовый
9 секунд	Игровое	Биографичес кая драма	Культурная / ценностная	Самопожертвова ние, вера, долг	Массовый
Обе две	Игровое	Комедия	Социальная	Женская независимость, личный выбор	Массовый
Карина	Игровое	Биографичес кая драма / детектив	Социальная	Моральный выбор, давление общества, поиск справедливости	Локальный / нишевый
Как я встретил её маму	Игровое	Комедия	Культурная / ценностная	Память, романтика, семья	Локальный / нишевый
Мой любимый чемпион	Игровое	Семейная приключенч еская драма	Культурная / ценностная	Детская мечта, поддержка, достижение цели	Социально- партнёрский
Каждый мечтает о	Игровое	Семейная приключенч	Культурная / ценностная	Доброта, забота, семейные	Социально- партнёрский

собаке		еская драма		отношения	
Бар «МоскваЧик и»	Игровое	Комедия	Социальная	Женская независимость, карьера, солидарность	Массовый
Там, где танцуют стерхи	Игровое	Семейная драма	Экологическая	Экосознание, исчезающие виды, семья	Фестивальный
Танцуй, селедка!	Игровое	Комедия	Социальная	Самоирония, личные мечты	Фестивальный
Вечная зима	Игровое	Драма	Культурная / ценностная	Семейная трагедия, уход близких, прощение	Фестивальный

Проведенное нами исследование, представляющее собой результат классификации 37 российских фильмов по пяти направлениям: виду, жанру, тематике, ценностям аудитории и маркетинговому потенциалу, позволяет выявить устойчивые тенденции в сфере импакт-контента в рамках российского кинематографа.

Практически все фильмы (36 из 37) относятся к игровому кино. Это свидетельствует о стремлении авторов воздействовать на зрителя через художественную форму, сочетая нарративную выразительность с социальной функцией.

Самыми распространёнными жанрами российского импакт-контента стали комедии и семейные драмы. Их комбинация с байопиками, спортивными и приключенческими лентами позволяет охватить широкий спектр жизненных ситуаций, при этом избегая политической прямолинейности.

В центре внимания — культурно-ценностная (традиции, история, духовность) и социальная (равенство, инклюзия, семья) проблематика. Экологические темы представлены ограниченно, политическая повестка практически отсутствует.

Наиболее устойчиво представлены мотивы семьи, самореализации, доброты, поддержки, свободы выбора и гендерного равенства. Контент стремится к эмоциональной близости и возможностям идентификации.

Преобладают фильмы для массовой аудитории, однако значительное число проектов распространяются через социально-партнёрские и фестивальные каналы, что указывает на дифференциацию стратегий продвижения импакт-продуктов.

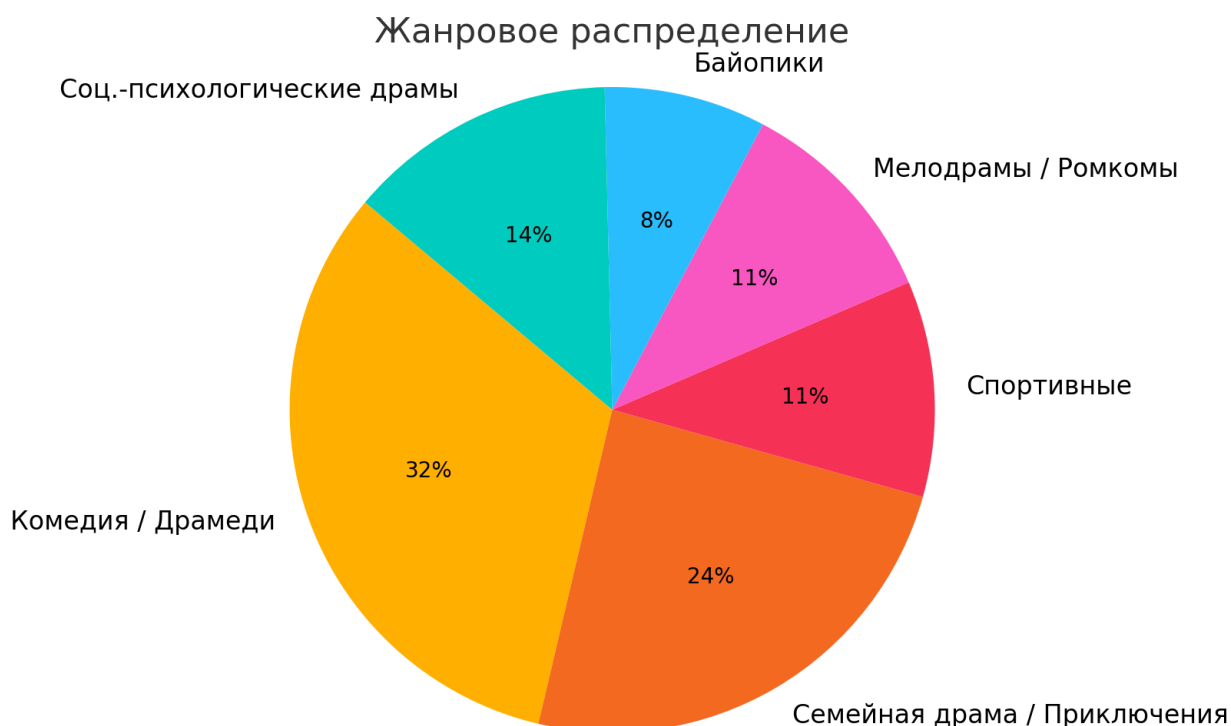


Рисунок 3. Жанровое распределение российского импакт-контента

- Комедия / драмеди — 12 фильмов
- Семейная приключенческая драма — 9 фильмов
- Социально-психологические драмы и альманахи — 5 фильмов
- Спортивные фильмы (драмы, комедии) — 4 фильма
- Мелодрамы / романтические комедии — 4 фильма
- Байопики / биографические драмы — 3 фильма

Импакт-ориентированные темы в российском кино чаще всего выражаются через лёгкие комедийные формы и семейные драмы. Это обеспечивает широкий охват аудитории и эмоциональную вовлеченность.

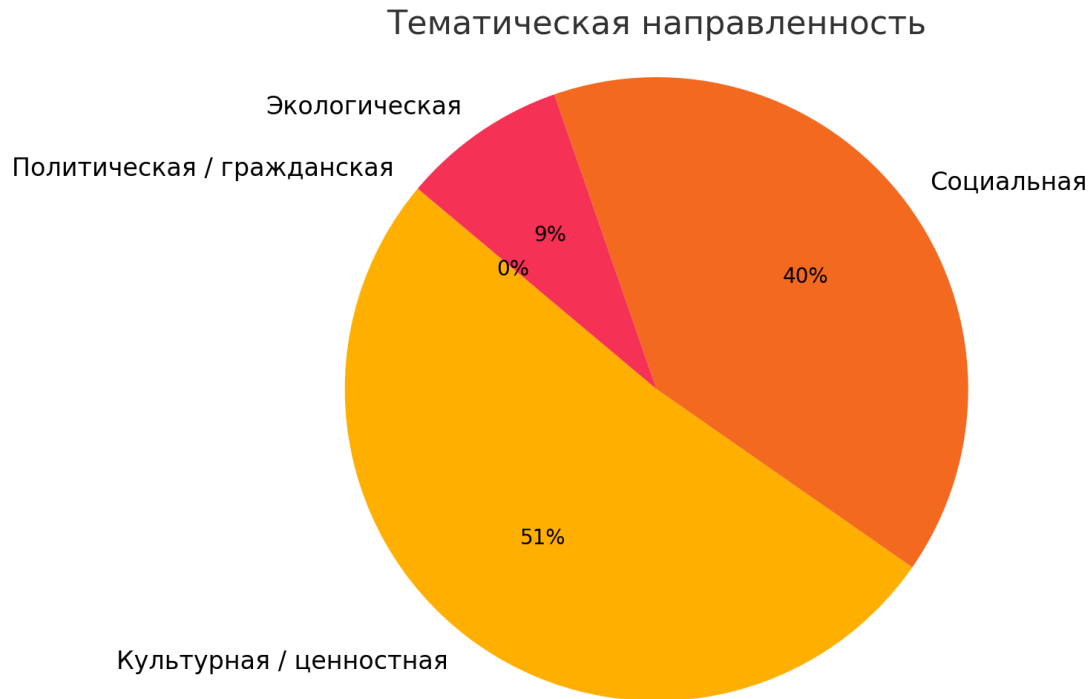


Рисунок 4. Тематическая направленность российского импакт-контента

- Культурная / ценностная — 18 фильмов
- Социальная — 14 фильмов
- Экологическая — 3 фильма
- Политическая / гражданская — 0 фильмов

Наибольшее внимание сосредоточено на сохранении культурной памяти, семейных ценностей и традиций. Социальная тематика представлена заметно, но более локально. Политические и правозащитные мотивы практически отсутствуют, что указывает на недостаточную развитость общества.



Рисунок 5. Распределение ценностей аудитории, на которые отвечает российский импакт-контент

Основными доминирующими ценностями, которым откликаются фильмы, являются: семья, преодоление, самореализация, доброта, поддержка, свобода, гендерное равенство и духовный поиск. Эти аспекты позволяют зрителям видеть собственные переживания, тем самым повышая идентификационный потенциал импакт-контента.

Маркетинговый потенциал
Фестивальный

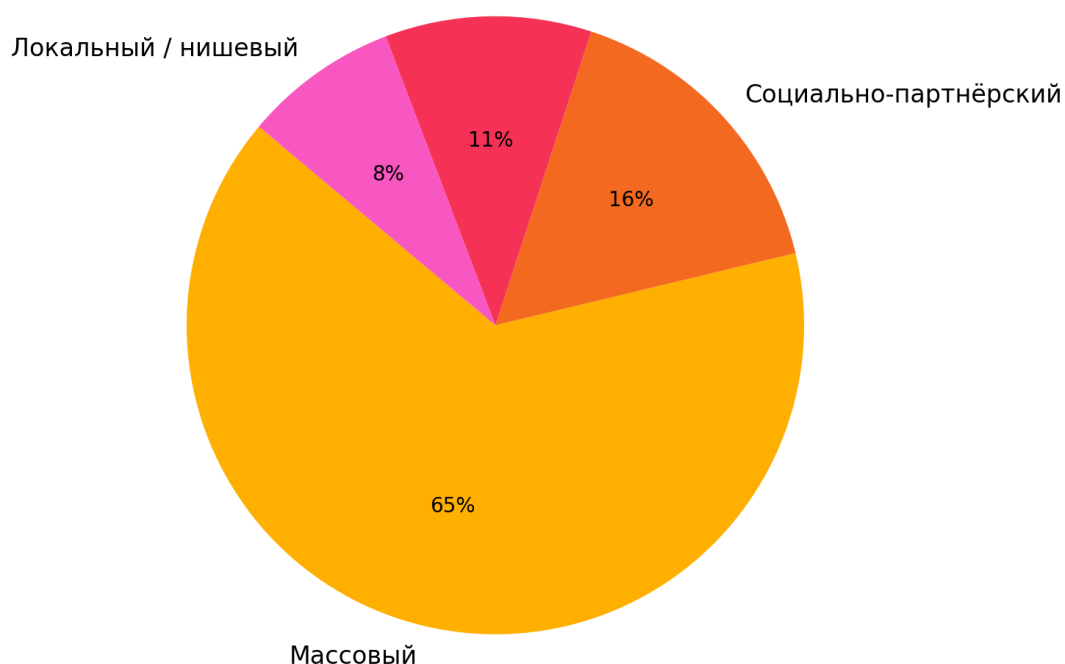


Рисунок 6. Маркетинговый потенциал российского импакт-контента

- Массовый — 24 фильма
- Социально-партнёрский — 6 фильмов
- Фестивальный — 4 фильма
- Локальный / нишевый — 3 фильма

Преобладающая часть фильмов ориентирована на массового зрителя с активной промокампанией через ТВ, интернет и блогосферу. Однако значимое количество проектов имеет ограниченный охват и продвигается через просветительские и культурные площадки, что позволяет говорить о наличии параллельной стратегии социального и фестивального проката.

Классификация 37 российских фильмов показала, что импакт-контент активно интегрируется в игровое кино, используя доступные жанры и каналы дистрибуции. Отсутствие политической и острой социальной повестки может быть обусловлено институциональными рамками, в то время как доминирование семейных и культурных сюжетов формирует эмоциональную близость с широкой аудиторией.

Такая система классификации импакт-контента имеет ряд преимуществ:

- Помогает структурировать материал;
- Облегчает анализ маркетинговых стратегий по каждому типу контента;
- Поддерживает продюсеров и дистрибьюторов в выборе каналов продвижения;
- Может быть использована в рамках культурной политики, программ грантовой поддержки и медиаобразования.

Список источников

1. Информационный портал для профессионалов кинобизнеса ProfiCinema.com [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.proficinema.com>
2. Ромодановская Н.Б. Специфика продвижения импакт-контента: особенности киномаркетинга при определении целевой аудитории, позиционировании, формировании инструментов промоушена // Московский экономический журнал. – 2024. – Т. 9, № 3. – Текст: электронный. – EDN: HSOYGX.
3. Герасименко В.В., Хейрбейк Ю.А. Основные факторы потребительского выбора кинопродукции на российском рынке // Вестник Московского университета. Серия 6: Экономика. – 2023. – № 4. – EDN: GTRAPE.
4. Мартыненко Т.С. Кино как предмет социологического анализа: особенности современного кинематографа // Вестник Московского университета. Серия 18: Социология и политология. – 2023. – Т. 29, № 2. – EDN: LSCLHL.
5. Islam S. M. Стратегии масштабирования социального воздействия в социальных предприятиях: систематический обзор и исследовательская повестка // Australian Journal of Management. – 2022. – Т. 47, № 2. – С. 298–321. – DOI: 10.1177/03128962211014931.

6. Alkharabsheh O. H. M., Ho B. Z. Влияние контент-маркетинга, маркетинга в социальных сетях и онлайн-удобства на процесс принятия потребительских решений // CoMBInES – Conference on Management, Business, Innovation, Education and Social Sciences. – 2021. – Т. 1, № 1. – С. 1823–1834. – Режим доступа: <https://journal.uib.ac.id/index.php/combines/article/view/4723>
7. Poradova M. Стратегия контент-маркетинга и её влияние на потребителей в условиях глобального рынка // SHS Web of Conferences. – 2020. – Т. 74. – Статья № 03008. – DOI: 10.1051/shsconf/20207403008.

References

1. ProfiCinema. Informatsionnyĭ portal dlya professionalov kinobiznesa [Information portal for film industry professionals]. Available at: <https://www.proficinema.com> (accessed 31 Mar 2025).
2. Romodanovskaya N.B. (2024) Spetsifika prodvizheniya impakt-kontenta: osobennosti kinomarketinga pri opredelenii tselevoy auditorii, pozitsionirovanii, formirovanii instrumentov promoushena [Features of promoting impact content: marketing specifics in defining target audience, positioning, and promotion tools]. *Moskovskiy ekonomicheskii zhurnal* [Moscow Economic Journal], vol. 9, no. 3. Available at: <https://qje.su/mezh/article/view/HSOYGX> (accessed 31 Mar 2025).
3. Gerasimenko V.V., Kheirbeik Yu.A. (2023) Osnovnye faktory potrebitelskogo vybora kinoproduktsii na rossiyskom rynke [Key factors influencing consumer choice of film products in the Russian market]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 6: Ekonomika* [Moscow University Bulletin. Series 6: Economics], no. 4. EDN: GTRAPE.
4. Martynenko T.S. (2023) Kino kak predmet sotsiologicheskogo analiza: osobennosti sovremennogo kinematografa [Cinema as a subject of sociological analysis: features of modern cinematography]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 18: Sotsiologiya i politologiya* [Moscow University Bulletin. Series 18: Sociology and Political Science], vol. 29, no. 2. EDN: LSCLHL.

5. Islam S.M. (2022) Social impact scaling strategies in social enterprises: A systematic review and research agenda. *Australian Journal of Management*, vol. 47, no. 2, pp. 298–321. <https://doi.org/10.1177/03128962211014931>
6. Alkharabsheh O.H.M., Ho B.Z. (2021) The impact of content marketing, social media marketing and online convenience on consumer buying decision process. *CoMBInES – Conference on Management, Business, Innovation, Education and Social Sciences*, vol. 1, no. 1, pp. 1823–1834. Available at: <https://journal.uib.ac.id/index.php/combines/article/view/4723> (accessed 31 Mar 2025).
7. Poradova M. (2020) Content marketing strategy and its impact on customers under the global market conditions. *SHS Web of Conferences*, vol. 74, article 03008. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20207403008> (accessed 31 Mar 2025).

© Ромодановская Н.Б., 2025. *Московский экономический журнал*, 2025, №3.