

Вступ

Тема

Трансформація кінокритики та
можливості просування українського
кіно за кордоном в умовах
партисипативної культури

Фокус

Партисипативна культура, соціальні
медіа (TikTok, Letterboxd) та
інфлюенсери.

Традиційна роль кінокритиків

- Вартові культури (gatekeepers): формували смаки, впливали на публічний дискурс.
- Платформи: газети, журнали, телебачення.
- Авторитет базувався на експертизі, освіті та доступі.

Перехід до партисипативної культури

- Кожен може бути критиком: блоги, YouTube, TikTok, Letterboxd.
- **Ключові риси:** багатоголосся, горизонтальність, спільнотний підхід.
- Ослаблення функції вартових; більше влади у глядачів.

Зростання ролі інфлюенсерів-критиків

- Інфлюенсери — нові лідери думок у кіносфері.
 - Наприклад, @straw_hat_goofy на TikTok.
- Студії активно співпрацюють із блогерами.
- Межа між критикою і промо розмивається.

Виклики для традиційних критиків

- Втрата авторитету і культурного капіталу.
- Потреба змінити стиль комунікації.
- Адаптація: подкасти, Twitter, відеоесе.

Легітимність і авторитет у нову епоху

- Традиційна критика = знання, глибина.
- Соціальні мережі = залучення, емоційність, доступність.
- Співіснування можливе: хайп інфлюенсерів + аналітика критиків.

Аудиторія та охоплення

- Соцмережі створюють спільноти (Letterboxd, Reddit, TikTok).
- Перегляд фільмів стає спільним досвідом.
- "Сарафанне радіо" дає шанс малим/зарубіжним фільмам.

Українське кіно: виклики і можливості

- Обмежені бюджети на маркетинг.
- Низька впізнаваність за кордоном.
- Сильні історії, новий інтерес до культури.

Стратегія 1 — Використання віральності TikTok

- Створення кліпів з субтитрами.
- Створити челенджі, дуети.
- Залучити інфлюенсерів до промо.
- Емоційні історії — ключ до уваги.

Стратегія 2 — Співпраця з інфлюенсерами-критиками

- Надсилати скрінери для TikTok/YouTube-блогерів.
- Організовувати онлайн Q&A з режисерами.
- Поєднувати масових блогерів і нішевих кінокритиків.

Стратегія 3 — Активність на Letterboxd

- Заохочувати глядачів залишати рецензії.
- Створювати списки: "Обов'язкове українське кіно".
- Розіграші, хештеги, поширення відгуків.

Стратегія 4 — Інтерактивні кампанії

- Спільні перегляди (#UkrainianFilmClub).
- Конкурси на відтворення сцен.
- Дуети/реакції на TikTok.
- Репости контенту фанів.

Стратегія 5 — Онлайн-перегляди + Q&A

- Покази через Twitch, YouTube Premiere.
- Онлайн-зустрічі з творцями.
- Партнерства з кінофестивалями.
- Нарізки із сесій — як промо.

Стратегія 6 — Пояснення культурного контексту

- Відео: "5 фактів про фільм".
- Бекстейдж-контент.
- Пояснення історичних та фольклорних мотивів.
- Залучення діаспори до коментарів.

Стратегія 7 — Діаспора та кіномережі

- Студентські об'єднання, посольства, фестивалі.
- Перегляди з обговоренням.
- Подкасти, Reddit AMA.
- Репости позитивних відгуків з-за кордону.

Висновки

- Критика не вмирає, а трансформується.
- TikTok, Letterboxd, інфлюєнсери = нові можливості.
- Українське кіно має шанс вийти на глобальну арену.
- Партиципативна культура = інструмент міжнародної популяризації.