

АРХИТЕКТУРА ЗДАНИЙ И СООРУЖЕНИЙ. ТВОРЧЕСКИЕ КОНЦЕПЦИИ АРХИТЕКТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ/ARCHITECTURE OF BUILDINGS AND STRUCTURES. CREATIVE CONCEPTS OF ARCHITECTURAL ACTIVITY

DOI: <https://doi.org/10.60797/mca.2025.67.3>

КИНОТЕАТР — КЛЮЧЕВОЙ МАРКЕР МОСКОВСКОГО ТОРГОВО-РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОГО ЦЕНТРА

Научная статья

Зорин К.Л.^{1,*}

¹ ORCID : 0009-0004-4141-790X;

¹ Московский Архитектурный Институт (Государственная Академия), Москва, Российская Федерация

* Корреспондирующий автор (zorinkuzma[at]gmail.com)

Аннотация

Постановка цели. Проанализировать значение кинотеатра в рамках функционального зонирования торгово-развлекательного центра.

Задачи. Рассмотреть исторические аспекты планирования кинотеатров в торгово-развлекательных центрах в контексте социальной эволюции, приведшей в 80-х годах XX века в Соединенных Штатах Америки к формированию общества потребления. Проанализировать и оценить современные особенности расположения и устройства кинотеатров в торгово-развлекательных центрах на примере Московского региона.

Результаты. Проведен анализ особенности устройства кинотеатров в торгово-развлекательных центрах Московского региона. Исследование затрагивает объекты, построенные в период между 2000 и 2021 годом.

Закключение. По мнению автора, кинотеатр становится важным элементом современной массовой культуры, что обуславливает его приоритетное расположение в составе развлекательной зоны торгово-развлекательного центра.

Ключевые слова: кинотеатры, торгово-развлекательные центры, общество потребления, массовая культура, Московский регион.

MOVIE THEATER — A KEY LANDMARK OF MOSCOW'S SHOPPING AND ENTERTAINMENT CENTRE

Research article

Zorin K.L.^{1,*}

¹ ORCID : 0009-0004-4141-790X;

¹ Moscow Architectural Institute (State Academy), Moscow, Russian Federation

* Corresponding author (zorinkuzma[at]gmail.com)

Abstract

Objective. To analyse the significance of the movie theatre within the functional zoning of the shopping and entertainment centre.

Tasks. To examine the historical aspects of movie theater planning in shopping and entertainment centres in the context of social evolution, which led to the development of a consumer society in the United States in the 1980s. To analyse and evaluate the contemporary traits of the location and layout of movie theatres in shopping and entertainment centres on the example of the Moscow region.

Results. An analysis of the characteristics of movie theaters in shopping and entertainment centres in the Moscow region was conducted. The study covers facilities built between 2000 and 2021.

Conclusion. In the author's opinion, movie theaters are becoming an important element of modern mass culture, which determines their priority location within the entertainment zone of shopping and entertainment centres.

Keywords: movie theaters, shopping and entertainment centres, consumer society, mass culture, Moscow region.

Введение

Теоретическая основа и практика проектирования торгово-развлекательных центров (ТРЦ) формировались под влиянием зарубежного опыта, который был тщательно изучен и проанализирован [1], [2], [3]. Теоретический опыт и практическая реализация при помощи зарубежных архитекторов сформировали базис для появления собственных наработок учитывающих различные аспекты проектирования, строительства и дизайна ТРЦ в условиях Московского региона. В большинстве исследований ТРЦ делается акцент на изучение общих вопросов проектирования. При этом недостаточно освещены вопросы мотивации поведения покупателей в среде ТРЦ и их отношения к процессу приобретения товаров и услуг, что ведет к появлению новых проектных решений ТРЦ [4], [5]. В настоящее время исследования фиксируют формирование нового подхода к проектированию ТРЦ с акцентом на взаимодействие при организации их структуры и образа как сложных культурно-общественных и психоэмоциональных потребностей, выдвигающих на первый план развлекательный компонент [5]. Развлекательная составляющая в ТРЦ приобретает главенствующее значение, что указывает на актуальность данного исследования. Она формирует вокруг себя поле притяжения для посетителей опирающееся на массовую культуру. Массовая культура и развлечение становятся главной сутью ТРЦ. Массовая культура в свою очередь опирается на ряд нарративов, часть из которых транслируется кинематографом. В этой связи роль кинематографа приобретает особое значение. В некотором смысле кинотеатр является эмоциональным центром ТРЦ. Именно поэтому нашей целью исследования выбран тщательный анализ особенностей устройства одного из главных ретрансляторов современной массовой культуры в составе

развлекательной зоны ТРЦ — кинотеатра. Впервые в исследовании оценено первостепенное значение роли кинотеатра в организации функционального зонирования ТРЦ.

Анализ планирования кинотеатров в торгово-развлекательных центрах в контексте социальной эволюции и формирования общества потребления в 80-х годах XX века

Появившийся в США в конце XX века торгово-развлекательный центр (ТРЦ) стал олицетворением смены эпохи в потреблении [2]. Торговля перестала быть единственной причиной посещения торгового заведения. Изменилась парадигма поведения посетителя ТРЦ, которому стали нужны не товары, а эмоции, которые может дать ему только обширная развлекательная зона. Американский архитектор Джон Джерди в 80-е годы XX века выдвинул идею, что успешный проект торгового центра должен содержать развлекательную зону, которая по своему значению должна быть приравнена к торговой зоне [3]. Таким образом, он предложил основной принцип формирования ТРЦ. Объединение торговой и развлекательной функции в одном комплексе экономически стало возможным благодаря эволюционным изменениям в современном обществе большинства стран мира и переходе от индустриального к постиндустриальному обществу. Согласно мнению ключевого теоретика социальных преобразований конца XX века Элвина Тоффлера, новое время сформировало особое явление, которое он назвал «потребление». Тоффлер утверждал, что «потребитель — это тот, кто создает товары, услуги и опыт для собственного пользования или удовольствия, а не для продажи или обмена» [6]. Таким образом, предложение эмоций потребителю, которые создаются при помощи различных развлекательных мероприятий, становится ключевым двигателем эпохи и основополагающим элементом новой модели бизнеса в области торговой недвижимости [4].

Исследование роли кинотеатра в функциональном зонировании современного торгово-развлекательного центра

Функциональное насыщение развлекательной зоны ТРЦ широко представлено различными активностями, но ее ключевым элементом является кинотеатр (рис. 1) [7], [8].



Рисунок 1 - Схема функционала развлекательной зоны ТРЦ
DOI: <https://doi.org/10.60797/mca.2025.67.3.1>

Примечание: схема автора

Кинотеатр не является самостоятельной зоной в ТРЦ, но его значение настолько велико, что заслуживает отдельного рассмотрения. Необходимость размещения кинотеатров продиктовано тем, что на данный момент поход в кино является своеобразным социальным действием, которое положительно влияет на имидж всего комплекса, являясь дополнительным стимулом посетить ТРЦ [8], [9].

Рассвет кинематографа пришелся на начало эпохи постиндустриальной экономики, пришедшей на смену индустриальной [10], [11]. Главной характеристикой этого времени стало изменение значения факторов производства. На смену экономики, основанной на промышленном производстве материальных товаров, пришла экономика, основанная на информационных технологиях. Кинематограф в некоторой степени это развлекательная информация, получаемая зрителем в кинотеатре. Таким образом, можно сказать, что кинотеатр в ТРЦ — это зримое воплощение ключевого современного фактора производства, влияющий на успешное функционирование всего предприятия. Кинотеатр в ТРЦ настолько важный элемент функционирования всего комплекса, что владельцы ТРЦ готовы к дисконту для этих арендаторов, так как привлекательность торговых площадей в торговом сооружении, в котором присутствует кинотеатр, возрастает [12]. Потери на развлекательной части владелец ТРЦ компенсирует за счет арендаторов торговой части.

Общие мировые тенденции в области строительства ТРЦ в начале 2000-годов затронули и нашу страну. Появление в торговом центре кинотеатра ознаменовало появление ТРЦ. Пионером этого направления торговых сооружений стал «Рамстор» на Шереметьевской улице. В результате реконструкции гипермаркета «Рамстор» и включение в его планировку четырехзального кинотеатра «Космик» началась история московского ТРЦ. Для устойчивости экономической модели ТРЦ кинотеатры получали скидки на аренду. Первоначально арендная плата для кинотеатров составляла от 150 до 400 долларов США за кв. м. в год, что было значительно ниже, чем для магазинов и супермаркетов (от 250 до 3000 долларов США).

В структуре распределения арендаторов, отвечающих в ТРЦ за развлечение, доля площадей, отданных кинотеатрам, составляет (43,5%), что ставит его на первое место среди всех типов развлечения [13]. В отдельных случаях кинотеатр может занимать значительно большие площади. В самом маленьком ТРЦ в московском регионе — двухэтажном ТРЦ «Место встречи Саяны» весь второй этаж (более половины площади ТРЦ) занимает четырехзальный кинотеатр (рис. 2) [14].

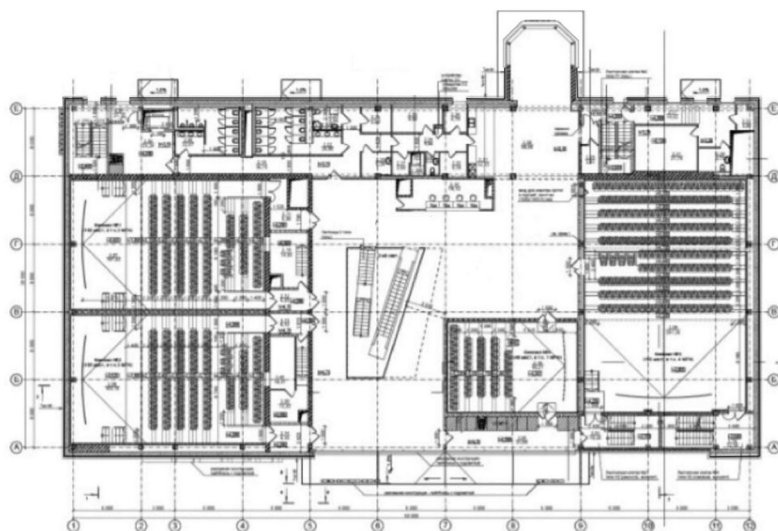


Рисунок 2 - План второго этажа ТРЦ «Место встречи Саяны»

DOI: <https://doi.org/10.60797/mca.2025.67.3.2>

Примечание: источник https://vk.com/wall-173726094_5480 (дата обращения: 12.04.2025)

Немаловажным фактором правильного функционирования кинотеатров является его структура. Она может состоять из одного или нескольких залов. Замечено, что с появлением многозальных кинотеатров в ТРЦ, традиционные однозальные кинотеатры, расположенные в том же районе города, начинают терять посетителей. Самостоятельные однозальные кинотеатры советского времени оказались неконкурентноспособны на фоне многозальных кинотеатров в ТРЦ. Более того, при реконструкции некоторых кинотеатров в ТРЦ сети «Место встречи» старые кинозалы перепланировывали в многозальные кинотеатры. В настоящее время только в 6% ТРЦ организованы однозальные кинотеатры, тогда как самым распространенным киноцентром в ТРЦ является шести зальный кинотеатр. Он встречается в 16% ТРЦ (рис. 3).

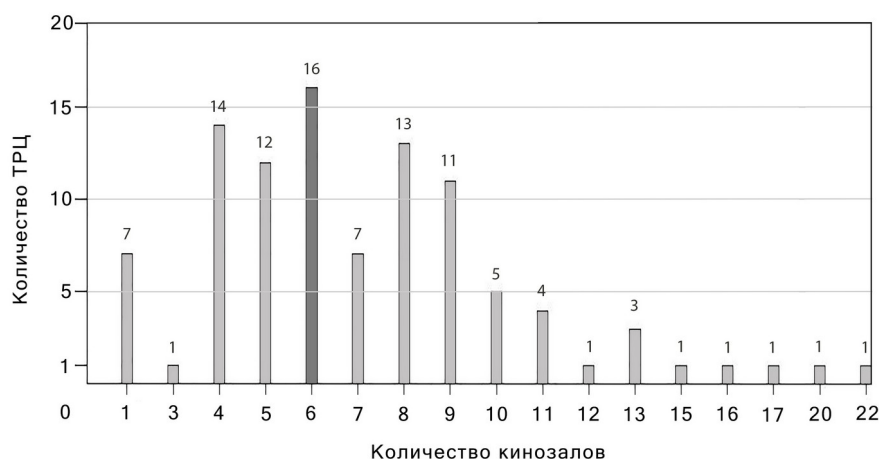


Рисунок 3 - Количество залов в кинотеатрах ТРЦ в Московском регионе
DOI: <https://doi.org/10.60797/mca.2025.67.3.3>

Примечание: график автора

Крупнейшим киноцентром в ТРЦ не только московского региона, но и всей страны стал кинотеатр «КАРО Vegas 22» в ТРЦ «Vegas Сити». Он располагает 22 кинозалами и рассчитан на 4477 мест [15]. Крупные киноцентры могут включать в себя не только залы для просмотра кино, но и кафе и специализированные магазины. Дополнительные непрофильные функции положительно сказываются на функционировании киноцентра.

В настоящее время наиболее распространенное размещение кинотеатра планируется на верхних этажах ТРЦ. Однако с точки зрения логистики операторам кинотеатров выгоднее размещать кинотеатры на первом этаже ТРЦ, чтобы зрителям было удобнее попадать в него с улицы. На практике владельцы ТРЦ стремятся использовать кинотеатры как инструмент привлечения посетителей в торговую зону. Для этого они размещают кинотеатры на верхних этажах и при помощи навигации и логистических маршрутов, опирающихся на развернутые в нужном направлении эскалаторы и лестницы, ведут потенциального посетителя кинотеатра на верхние этажи через торговую зону. Поэтому только в 7% случаев кинотеатр располагается на 1 этаже, при этом самым распространенным решением при проектировании ТРЦ является размещение кинотеатра на 3 этаже, что встречается в 40% случаев. Самым высоким этажом для расположения кинотеатра в московском регионе является 6 этаж. Этот кинотеатр находится в ТРЦ «Щука» (рис. 4).

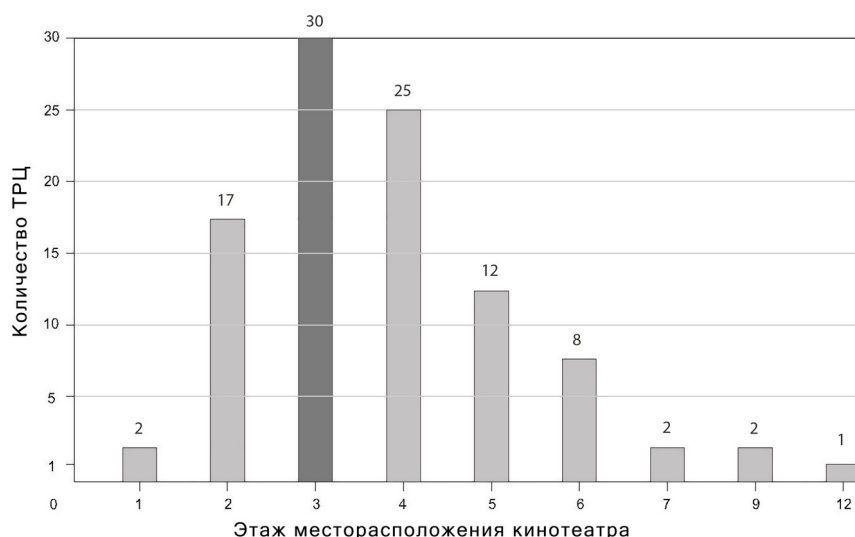


Рисунок 4 - График месторасположения кинотеатра в ТРЦ в Московском регионе
DOI: <https://doi.org/10.60797/mca.2025.67.3.4>

Примечание: график автора

Большое значение в планировании кинотеатра играет его индивидуальность. Так в 2003 году открылся кинотеатр формата IMAX в ТРЦ «Капитолий Ленинградский» или «Рамстор Сити», как он тогда назывался [16]. Он стал первым

в России мультиплекс кинотеатром, в котором открылся зал IMAX. Размер экрана этого кинотеатра достигал в высоту 17,5 метров и 22 метра ширину. Его рекламный ролик гласил о том, что «экран нашего кинотеатра размером с девятиэтажный дом». Сложившийся образ технического чуда пользовался большой популярностью, оправдывая большие вложения. В этом случае размер кинотеатра становится заметным преимуществом неизбежно привлекая зрителя возможностью увидеть кинофильм при помощи современного чуда техники. Кинотеатр в ТРЦ «Капитолий Ленинградский» долгое время был самым большим киноцентром в Москве, но технологии продолжали совершенствоваться, порождая новых лидеров индустрии. В 2018 году в ТРЦ «Каширская Плаза» открылся самый большой в России экран формата IMAX лазер [17]. Киноцентр «Киномакс Титан», состоит из 11 кинозалов, один из которых имеет формат IMAX лазер (рис. 5) [18].



Рисунок 5 - Фото кинозала формат IMAX лазер в киноцентре «Киномакс Титан»

DOI: <https://doi.org/10.60797/mca.2025.67.3.5>

Примечание: источник https://cinemas.nevafilm.ru/fileadmin/_processed_/f/8/csm_kinomax_titan__3c63594a4c.jpg (дата обращения: 08.10.2025)

В дополнении к этому кинотеатр «Киномакс-Титан» адаптирован для семейного просмотра, включая оформление специального детского кинозала, который будет удобен как для детей, так и для взрослых. В нем размещены ряды ярких кресел с увеличенным пространством для ног, а в первом ряду находятся пуфики. Такие планировочные и технические новшества становятся дополнительным конкурентным преимуществом выделяя конкретный кинотеатр из ряда себе подобных. Различные технические новшества и интересные решения в области дизайна сопутствуют продолжающемуся интересу зрителя к просмотру кинолент в кинотеатре, более того в будущем трансформация архитектуры пространств кинотеатров позволяет создать многофункциональность и комфортность и обеспечить еще большую индивидуальность ТРЦ [19], [20], [21].

Заключение

Говоря о ТРЦ, невозможно переоценить роль кинотеатра в нем. В некоторой степени кинотеатр создал ТРЦ таким, какой он есть сейчас. Кинотеатр сформировал вокруг себя логику организации пространства, которая влияет на планировку всего ТРЦ. Полученные нами результаты подтвердили, что такое влияние делает кинотеатр неотъемлемым элементом функционального зонирования этого типа торговых сооружений. Кинотеатр также является идеологическим стержнем всего устройства ТРЦ. Повсеместное размещение кинотеатра в ТРЦ является результатом смены потребительских парадигм. Индустриальное общество сменилось постиндустриальным. Покупки перестали быть ключевой причиной посещения ТРЦ и потребитель стал нуждаться в развлекательной программе. Именно поэтому кинотеатр возглавил этот вид современного досуга утвердив свою социальную значимость в составе ТРЦ.

Конфликт интересов

Не указан.

Рецензия

Салтыкова А.В., Ижевский государственный технический университет, Ижевск Российская Федерация
DOI: <https://doi.org/10.60797/mca.2025.67.3.6>

Conflict of Interest

None declared.

Review

Saltykova A., Izhevsk State Technical University, Izhevsk Russian Federation
DOI: <https://doi.org/10.60797/mca.2025.67.3.6>

Список литературы / References

1. Surdam D.G. Century of the leisured masses: entertainment and the transformation of twentieth-century America / D.G. Surdam. — Oxford: Oxford University Press, 2015. — 305 p.
2. Jackson K.T. All the world's a mall: reflections on the social and economic consequences of the American shopping center / K.T. Jackson // *The American Historical Review*. — 1996. — Vol. 101. — № 4. — P. 1111–1121.
3. Chung C. Harvard design school guide to shopping / C. Chung, J. Inaba, R. Kooolhaas [et al.]. — Köln : Taschen, 2001. — 800 p.
4. Лабушева А. Архитектура кинотеатров / А. Лабушева; под ред. Горохов А.А. // Сборник научных статей 5-й Всероссийской научной конференции : в 4-х томах. — Курск : Юго-Западный государственный университет, 2022. — Т. 3. «Проблемы и перспективы развития России: Молодежный взгляд в будущее». — Вып. 3. — С. 419–421. — EDN LBQOSI.
5. Лукаш О.К.Н. Торгово-развлекательные центры — архитектура и дизайн будущего / О.К.Н. Лукаш. — Москва : ДиректМедиа, 2021. — 193 с.
6. Тоффлер Э. Революционное богатство / Э. Тоффлер, Х. Тоффлер. — Москва : АСТ, 2008. — 569 с.
7. González-Hernández E.M. A segmentation study of Mexican consumers based on shopping centre attractiveness / E.M. González-Hernández, M. Orozco-Gómez // *International Journal of Retail & Distribution Management*. — 2012. — Vol. 40. — P. 759–777. — DOI: 10.1108/09590551211263173.
8. Díaz A.A. A segmentation study of cinema consumers based on values and lifestyle / A.A. Díaz, M. Gómez, A. Molina [et al.] // *Journal of Retailing and Consumer Services*. — 2018. — Vol. 41. — P. 79–89. — DOI: 10.1016/j.jretconser.2017.12.001.
9. Doury N. Successfully integrating cinemas into retail and leisure complexes: An operator's perspective / N. Doury // *Journal of Retail & Leisure Property*. — 2001. — Vol. 1. — P. 119–126. — DOI: 10.1057/palgrave.rlp.5090113.
10. Roztocki N. Information technology in transition economies / N. Roztocki // *Journal of Global Information Technology Management*. — 2008. — Vol. 4. — P. 1–8. — DOI: 10.1080/1097198X.2008.10856476.
11. Winter S.J. The role of information technology in the transformation of work: a comparison of post-industrial, industrial, and proto-industrial organization / S.J. Winter, S.L. Taylor // *Information technology and organizational transformation: History, rhetoric, and practice* – SAGE Publications, Inc.. — 2001. — Vol. 1. — P. 7–34. — DOI: 10.4135/9781452231266.n1.
12. Yamamura E. Socio-economic effects on increased cinema attendance: The case of Japan / E. Yamamura // *The Journal of Socio-Economics*. — 2008. — Vol. 6. — P. 2546–2555. — DOI: 10.1016/j.soc.2008.04.015.
13. Топ-10 детских развлекательных центров в моллах Москвы // *marketmedia.ru*. — 2019. — URL: <https://marketmedia.ru/media-content/top-10-detskikh-razvlekatelnykh-tsentrov-v-mollakh-moskvy/> (дата обращения: 29.09.25).
14. Реконструкция кинотеатра «Саяны» завершится в 2020 году // Градостроительный комплекс Москвы. — 2019. — URL: <https://stroimsk.ru/news/rekonstruktsiya-kinoteatra-saiany-zavershitsia-v-2020-godu> (дата обращения: 06.10.25).
15. "KARO" cinema chain launched the largest movie theatre in Russia, "KARO Vegas 22" in Moscow, with new premium large format screening halls luxe: a realD experience // *PR Newswire*. — 2014. — URL: <https://www.prnewswire.com/news-releases/karo-cinema-chain-launched-the-largest-movie-theatre-in-russia-karo-vegas-22-in-moscow-with-new-premium-large-format-screening-halls-luxe-a-reald-experience-269587021.html> (accessed: 06.10.25).
16. Старейший российский зал IMAX отметит 15-летний юбилей показами «Аватара» // *kinobusiness.com*. — 2018. — URL: <https://www.kinobusiness.com/news/stareyshiy-rossiyskiy-zal-imax-otmetit-15-letniy-yubiley-pokazami-avataara/> (дата обращения: 03.10.25).
17. Киномакс-Титан // Каширская плаза. — 2019. — URL: <https://www.kashirskaya-plaza.ru/ru/stores/kinomaks-titan> (дата обращения: 06.10.25).
18. 10 лучших кинотеатров Москвы // *Кудамоскоу*. — 2022. — URL: <https://kudamoscow.ru/articles/luchshie-kinoteatry-moskvy/> (дата обращения: 06.10.25).
19. Ляховецкая С.С. Архитектура торгово-развлекательного центра: мнение потребителя / С.С. Ляховецкая // *Академический вестник УрНИИПроект РААСН*. — 2009. — № 1. — С. 48–49.
20. Пименова Е.В. Трансформация в архитектуре уникальных общественных зданий / Е.В. Пименова, В.И. Шумейко // *Инженерный вестник Дона*. — 2016. — № 43. — 196 с.
21. Salleh N.A. A review on key determinants factors of successful shopping malls / N.A. Salleh, N.Y.A. Rahman, M.A. Wahab et al. // *International Journal of Business and Technology Management*. — 2023. — № 3. — P. 1–11.

Список литературы на английском языке / References in English

1. Surdam D.G. Century of the leisured masses: entertainment and the transformation of twentieth-century America / D.G. Surdam. — Oxford: Oxford University Press, 2015. — 305 p.
2. Jackson K.T. All the world's a mall: reflections on the social and economic consequences of the American shopping center / K.T. Jackson // *The American Historical Review*. — 1996. — Vol. 101. — № 4. — P. 1111–1121.
3. Chung C. Harvard design school guide to shopping / C. Chung, J. Inaba, R. Kooolhaas [et al.]. — Köln : Taschen, 2001. — 800 p.
4. Labusheva A. Arkhitektura kinoteatrov [Cinema architecture] / A. Labusheva; edited by Gorokhov A.A. // *Sbornik nauchnykh statej 5-j Vserossijskoj nauchnoj konferencii* [A collection of scientific articles from the 5th All-Russian Scientific Conference] : in 4 vol. — Kursk : South-Western State University, 2022. — Vol. 3. "Problems and prospects of Russia's development: a youthful view of the future". — Issue 3. — P. 419–421. — EDN LBQOSI. [in Russian]

5. Lukash O.K.N. Torgovo-razvlekatelnye tsentri — arkhitektura i dizain budushchego [Shopping and entertainment centers — architecture and design of the future] / O.K.N. Lukash. — Moscow : DirektMedia, 2021. — 193 p. [in Russian]
6. Toffler E. Revolyutsionnoe bogatstvo [Revolutionary Wealth] / E. Toffler, X. Toffler. — Moscow : ACT, 2008. — 569 p. [in Russian]
7. González-Hernández E.M. A segmentation study of Mexican consumers based on shopping centre attractiveness / E.M. González-Hernández, M. Orozco-Gómez // International Journal of Retail & Distribution Management. — 2012. — Vol. 40. — P. 759–777. — DOI: 10.1108/09590551211263173.
8. Díaz A.A. A segmentation study of cinema consumers based on values and lifestyle / A.A. Díaz, M. Gómez, A. Molina [et al.] // Journal of Retailing and Consumer Services. — 2018. — Vol. 41. — P. 79–89. — DOI: 10.1016/j.jretconser.2017.12.001.
9. Doury N. Successfully integrating cinemas into retail and leisure complexes: An operator's perspective / N. Doury // Journal of Retail & Leisure Property. — 2001. — Vol. 1. — P. 119–126. — DOI: 10.1057/palgrave.rlp.5090113.
10. Roztock N. Information technology in transition economies / N. Roztock // Journal of Global Information Technology Management. — 2008. — Vol. 4. — P. 1–8. — DOI: 10.1080/1097198X.2008.10856476.
11. Winter S.J. The role of information technology in the transformation of work: a comparison of post-industrial, industrial, and proto-industrial organization / S.J. Winter, S.L. Taylor // Information technology and organizational transformation: History, rhetoric, and practice – SAGE Publications, Inc.. — 2001. — Vol. 1. — P. 7–34. — DOI: 10.4135/9781452231266.n1.
12. Yamamura E. Socio-economic effects on increased cinema attendance: The case of Japan / E. Yamamura // The Journal of Socio-Economics. — 2008. — Vol. 6. — P. 2546–2555. — DOI: 10.1016/j.socsec.2008.04.015.
13. Top-10 detskikh razvlekatelnykh tsentrov v mollakh Moskvi [Top 10 Children's Entertainment Centers in Moscow Malls] // marketmedia.ru. — 2019. — URL: <https://marketmedia.ru/media-content/top-10-detskikh-razvlekatelnykh-tsentrov-v-mollakh-moskvy/> (accessed: 29.09.25). [in Russian]
14. Rekonstruktsiya kinoteatra "Sayani" zavershitsya v 2020 godu [The reconstruction of the Sayany cinema will be completed in 2020] // Urban development complex of Moscow. — 2019. — URL: <https://stoi.mos.ru/news/riekonstruktsiia-kinoteatra-saiany-zavershitsya-v-2020-ghodu> (accessed: 06.10.25). [in Russian]
15. "KARO" cinema chain launched the largest movie theatre in Russia, "KARO Vegas 22" in Moscow, with new premium large format screening halls luxe: a realD experience // PR Newswire. — 2014. — URL: <https://www.prnewswire.com/news-releases/karo-cinema-chain-launched-the-largest-movie-theatre-in-russia-karo-vegas-22-in-moscow-with-new-premium-large-format-screening-halls-luxe-a-reald-experience-269587021.html> (accessed: 06.10.25).
16. Stareishii rossiiskii zal IMAX otmetit 15-letnii yubiley pokazami "Avatara" [Russia's oldest IMAX theater will celebrate its 15th anniversary with screenings of Avatar.] // kinobusiness.com. — 2018. — URL: <https://www.kinobusiness.com/news/stareyshiyy-rossiyskiy-zal-imax-otmetit-15-letniy-yubiley-pokazami-avatara/> (accessed: 03.10.25). [in Russian]
17. Kinomaks-Titan [Kinomax-Titan] // Kashirskaya-plaza. — 2019. — URL: <https://www.kashirskaya-plaza.ru/ru/stores/kinomaks-titan> (accessed: 06.10.25). [in Russian]
18. 10 luchshikh kinoteatrov Moskvi [10 best cinemas in Moscow] // Kuda Moscow. — 2022. — URL: <https://kudamoscow.ru/articles/luchshie-kinoteatry-moskvy/> (accessed: 06.10.25). [in Russian]
19. Lyakhovetskaya S.S. Arkhitektura torgovo-razvlekatelnogo tsentra: mnenie potrebitelya [Shopping and Entertainment Center Architecture: Consumer Opinion] / S.S. Lyakhovetskaya // Akademicheskii vestnik UralNIIproekt RAASN [Academic Bulletin of UralRIproject RAASN]. — 2009. — № 1. — P. 48–49. [in Russian]
20. Pimenova E.V. Transformatsiya v arkhitekture unikalnykh obshchestvennykh zdaniy [Transformation in the architecture of unique public buildings] / E.V. Pimenova, V.I. Shumeyko // Inzhenernii vestnik Dona [Engineering journal of Don]. — 2016. — № 43. — 196 p. [in Russian]
21. Salleh N.A. A review on key determinants factors of successful shopping malls / N.A. Salleh, N.Y.A. Rahman, M.A. Wahab et al. // International Journal of Business and Technology Management. — 2023. — № 3. — P. 1–11.