

УДК 159.923:316.6

## ПОПУЛЯРНОЕ КИНОИСКУССТВО КАК ФАКТОР СОЦИАЛИЗАЦИИ СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ

А. В. Амелин

*Студент,  
0000-0002-7319-6265,  
e-mail: andrey-amelin2012@ya.ru  
Московский педагогический  
государственный университет  
г. Москва, Россия*

## POPULAR CINEMA AS A FACTOR IN THE SOCIALIZATION OF MODERN RUSSIAN YOUTH

A. V. Amelin

*Student,  
0000-0002-7319-6265,  
e-mail: andrey-amelin2012@ya.ru  
Moscow Pedagogical State University,  
Moscow, Russia*

---

**Abstract.** The author of the article considers cinema as a factor in the socialization of youth. The results of an empirical study are presented in the article. The results obtained confirm the assumptions made.

**Key words:** youth, socialization, cinema, socialization factor.

---

В современном мире киноискусство стало самым популярным из культурных направлений. Именно это искусство соединило в себе театр, музыку, литературу, изобразительное искусство за счет своих специфических, присущих только ему свойств (фотографическая природа киноизображения и монтаж). Данный синтез нескольких видов искусств позволил добиться небывалой достоверности и правдивости, что и помогает кинематографу оставаться на вершине популярности.

Современное кино совершило огромный скачок за первые два десятилетия XXI века. Сейчас кинематограф располагает новейшими технологиями, которые позволяют делать самые фантастические вещи, максимально реалистичными. А новые форматы демонстрации фильма на больших экранах, такие, как 3D, IMAX 3D, D-BOX 3D, и многие другие, позво-

ляют зрителю практически ощутить собственное присутствие «внутри» фильма.

Именно на молодёжь больше всего ориентирован современный массовый кинематограф. Обращаясь к кино, молодые люди ищут ответы на мучающие их вопросы, ищут примеры для подражания. А кино в свою очередь посредством определённых персонажей демонстрирует модели поведения, отражающие определенные нравственные ценности, в пользу которых молодой зритель, возможно, сделает выбор в собственной жизни. Поэтому можно достаточно утверждать, что кино является агентом социализации.

Сюжеты популярного кинематографа охватывают большой спектр различных социальных отношений, показывая во многом типичные образы людей, с которыми может в жизни встретиться абсолютно любой человек. Таким образом, по-

средством образов героев того или иного фильма, создатели кино передают свой богатый опыт социальных отношений более молодым зрителям.

Современное кино становится носителем определённых ценностей, которые формируются в сознании молодых людей.

Молодёжь – это поколение людей, – социально-демографическая группа, проходящих стадию социализации, усваивающих образовательные, профессиональные и гражданские качества и подготавливаемых обществом к выполнению взрослых ролей [1]. Социализация – это процесс становления личности, обучения, усвоения ценностей, норм, установок образцов поведения, принятых в данном обществе, а также это процесс формирования собственного мировоззрения человека.

Дж. Г. Мид утверждал, что способность человека примерять на себя другие социальные роли, роли других людей, которая формируется в раннем детстве, является необходимой составляющей гармоничных социальных взаимоотношений [3].

В каждом обществе существует свой набор норм и ценностей, и каждый человек усваивает их в процессе социализации. Ценности, нормы, образцы поведения являются неотъемлемыми характеристиками каждого определённого человека. Мировоззрение, социальные навыки, модели развития и самосохранения, приобретенные в ходе социализации, формируют личность и определяют всё ее дальнейшее существование. Поэтому научный интерес к исследованию социализации крайне велик [4].

Кино остаётся одним из самых популярных видов искусства и способом проведения досуга, если не самым популярным из них [2].

Одним из первых учёных, кто так или иначе заострил внимание на связи кино с

психикой человека, был М. Мерло-Понти. В своих работах он уделял много времени исследованиям психологии восприятия. Учёный говорит о том, что настоящее значение кино понимается не мысленно, а при помощи восприятия. Поэтому человеческое выражение в кино может быть столь захватывающим [5].

В рамках данной работы был проведён социологический опрос с целью выявления роли киноискусства в жизни современной молодёжи.

В исследовании был использован метод анкетирования. Были опрошены представители молодёжи в возрасте от 16 до 35 лет (тип выборки: простая случайная; выборочная совокупность: 56 человек). Основной фокус внимания был сосредоточен на следующих задачах: выявление предпочтений в выборе жанра фильма, установление степени влияния тех или иных факторов на «киновыбор». В ходе исследования было сформулировано несколько переменных: кино – и жанровые предпочтения; частота посещаемости; факторы, влияющие на «киновыбор»; значимость кино для респондентов.

Значительное большинство опрошенных (69,6 %) указали, что любят смотреть кино. Также 25 % респондентов на вопрос «Любите ли Вы смотреть кино?» дали ответ «Скорее да, чем нет». И лишь 5,4 % опрошенных выбрали ответ «Скорее нет, чем да».

На вопрос «Как часто Вы посещаете кинотеатр?» большинство респондентов (46,4 %) дали ответ «1–2 раза в месяц». Также значительная часть опрошенных (28,6 %) ответили «1–2 раза в год». 12,6 % опрошенных выбрали вариант «несколько раз в год». Всё это говорит о достаточно высокой посещаемости кинотеатров со стороны молодёжи.

Таблица 1

**Вопрос: «Как часто Вы посещаете кинотеатр?»**

Ответ	Количество респондентов (в %)
1–2 раза в месяц	46,4 %
1–2 раза в год	28,6 %
Несколько раз в год	12,6 %
Более 2 раз в месяц	7,1 %

В ответах на вопрос о жанровых предпочтениях лидером с большим преимуществом стала комедия. Данный жанр в качестве одного из своих любимых (в данном вопросе предлагалось выбрать несколько вариантов ответа) указало 76,8 % опрошенных. На втором месте с результа-

том 41,1 % оказался жанр фэнтези. Далее, с небольшим отставанием идут такие жанры, как научная фантастика, боевик и мультфильм (39,3 %), триллер, мелодрама и детектив (37,5 %), а также ужасы, драма и исторический фильм (33,9 %).

Таблица 2

**Вопрос: «Укажите наиболее предпочитаемые Вами жанры кино»**

Ответ	Количество респондентов (в %)
Комедия	76,8%
Фэнтези	41,1%
Научная фантастика; боевик; мультфильм	39,3%
Триллер; мелодрама; детектив	37,5%
Ужасы; драма; исторический	33,9%
Мюзикл	19,6%
Документальное кино; нуар; нео-нуар; авторское кино	1,8%

Среди ответов на открытый вопрос «Назовите Ваши любимые фильмы (не более трёх)» было указано большое количество картин, – как отечественных, так и зарубежных; как современных, так и вышедших в свет в прошлом веке. Наиболее часто респонденты указывали недавно вышедший фильм, криминальную комедию Гая Ричи «Джентльмены». Картина высоко была оценена критиками и зрителями и претендует получить множество престижных премий в ближайшем наградном сезоне, – в том числе и премию «Оскар». Также достаточно часто респондентами указывались следующие фильмы: франшиза «Гарри Поттер», «Мстители»,

«Бесславные ублюдки», франшиза «Пираты Карибского моря», «Джокер» (2019), «Д’Артаньян и три мушкетёра» (1979, СССР), «Иван Васильевич меняет профессию» и другие.

Следующий открытый вопрос – «Назовите Ваших любимых актёров (не более трёх)». Безоговорочными лидерами здесь стали голливудские суперзвёзды – Леонардо ДиКаприо и Джонни Депп. Также достаточно часто указывались Роберт Дауни-младший, Том Харди, Уилл Смит, Бред Питт, Анджелина Джоли, Джулия Робертс, Роберт Де Ниро, Мэтью МакКонахи и другие. Из отечественных актёров наиболее часто респонденты

называли Юрия Никулина, Данилу Козловского и Александра Петрова.

Разнообразие указанных фильмов и актёров говорит о том, что большинство представителей современной молодёжи часто смотрят кино и, соответственно, достаточно хорошо разбираются в нём.

80,4 % опрошенных указали, что предпочитают зарубежный кинематограф отечественному. Гораздо меньше респондентов (14,3 %) отметили, что отдают предпочтение российскому кинематографу. Наименьшая часть опрошенных (5,3 %) ответили, что «географическая принадлежность» кино не имеет значения, гораздо важнее сюжет, жанр и т.п. Доминирование зарубежного кино не удивительно и объяснимо, как минимум, потому, что один Голливуд за год выпускает в разы больше фильмов, чем российские производители.

Следующий вопрос выявил факторы, которые в большей степени оказывают влияние на «киновыбор» молодёжи (в данном вопросе предлагалось выбрать несколько вариантов ответа). Наиболее значимым фактором оказались собственные предпочтения респондентов, такие, как известные актёры, исполняющие роли в фильме, или режиссёры. Так ответили 78,6 % опрошенных. На втором месте среди факторов, влияющих на выбор фильма, оказался трейлер той или иной картины, с результатом 48,2 %. То, что данные два фактора оказались лидерами в данном вопросе указывает на то, что, как правило, молодёжь осознанно принимает решение о просмотре фильма. Молодой человек самостоятельно выбирает, какой фильм ему посмотреть, целенаправленно просматривая трейлеры предстоящих новинок, или следя за творческой жизнью любимых актёров и режиссёров.

*Таблица 3*

**Вопрос: «Что влияет на выбор Вами фильма?»**

<b>Ответ</b>	<b>Количество респондентов (в %)</b>
Собственные предпочтения (актёры/режиссёры)	78,6 %
Трейлер	48,2 %
Рекомендация друзей/знакомых	25 %
Реклама по ТВ/в интернете/в кинотеатре	16,1 %
Рекомендации кинокритиков; социальные сети о кино; рейтинг на сайте «КиноПоиск», интерес к теме	1,8 %

Следующий вопрос в анкете – «Что Вы считаете наиболее важным в фильме?». Здесь 87,5 % опрошенных ответили, что наибольшее значение в фильме имеет сюжет. Также достаточно много респондентов выбрали ответы «актёрская игра» (73,2 %) и «режиссёрская работа» (50 %). «Аутсайдером» данного вопроса стал ответ «зрелищность», его выбрали 23,2 % опрошенных. Результаты данного вопроса указывают на то, что современному моло-

дому зрителю важнее «ядро» фильма, его суть в виде качественного сценария, а также качественная работа актёров над ролью и режиссёров в целом над картиной, чем визуальная составляющая и красивая картинка.

Учитывая множество научных гипотез, о том, что молодое поколение, отдавая предпочтение новым фильмам, почти совсем не смотрит фильмы, снятые в прошлом веке, а также о том, что совре-

менное кино уступает более старым фильмам в «осмысленности», был также задан вопрос «Смотрите ли Вы кино, снятое в XX веке?». Результаты разбивают существующие научные гипотезы в пух и прах. Большинство опрошенных ответили на этот вопрос «Часто смотрю» (39,3 %) и «Иногда смотрю» (55,4 %). И лишь 5,4% респондентов ответили «Вообще не смотрю». Так что, и старое кино не обделено вниманием современной молодёжи.

Следующие два вопроса имеют, на наш взгляд, имеет наибольшую значи-

мость в данном исследовании. Респондентам было предложено дать оценку двум высказываниям о современном киноискусстве, – «Современный кинематограф имеет ярко выраженную коммерческую направленность» и «Большинство современных фильмов поверхностны и примитивны». Опрошенным нужно было ответить, согласны ли они с данными высказываниями. Результаты распределились следующим образом:

*Таблица 4*

**Выбор респондентов**

<b>Ответ \ Вопрос</b>	<b>«Согласны ли Вы с тем, что современный кинематограф имеет ярко выраженную коммерческую направленность?»</b>	<b>«Согласны ли Вы с тем, что большинство современных фильмов поверхностны и примитивны?»</b>
Согласен	23,2%	19,6%
Скорее согласен, чем не согласен	51,8%	32,1%
Скорее не согласен, чем согласен	8,9%	26,8%
Не согласен	1,8%	16,1%

Исходя из результатов опроса, большинство современной молодёжи считает, что современное кино имеет своей основной целью получение прибыли. При этом, в вопросе о поверхностности и примитивности современного киноискусства нет ярко выраженного «лидера» среди ответов. Все варианты ответов на данный вопрос получили приблизительно одинаковое количество голосов респондентов. А это значит, что нельзя ровнять под одну

гребёнку весь современный кинематограф, так как помимо действительно неудачных, примитивных фильмов сейчас снимаются и очень серьёзные картины с глубоким содержанием.

И напоследок, анкетированым было предложено выбрать высказывание о кино, наиболее близкое к каждому из респондентов. Результаты распределились следующим образом:

## Мнения респондентов

Высказывание	Количество опрошенных (в %)
«Кино – это мощная индустрия»	39,3 %
«Кино – это место выражения эмоций»	37,5 %
«Кино способствует саморазвитию»	16,1 %
«Кино – это примитивное зрелище»	0 %

Данный вопрос позволяет выявить отношение молодёжи к киноискусству и судить о его роли в жизни молодых людей. Исходя из полученных результатов, кино действительно играет достаточно значимую роль в жизни молодёжи.

Проведённый опрос и его результаты позволили пересмотреть устоявшиеся научные взгляды на современное киноискусство и его влияние на молодёжь. Как и предполагалось, киноискусство является весьма значимым агентом социализации молодых людей, поскольку для молодёжи данный культурный феномен играет большую роль в их жизни.

Данные, полученные в ходе проведённого исследования позволяют усомниться в большинстве имеющихся на данный момент научных работ, в которых внимание акцентируется на негативных моментах влияния современного киноискусства на молодёжь. Важно понимать, что молодёжь, как наиболее активный зритель, и современное киноискусство оказывают влияние друг на друга. А это значит, что молодые люди, часто «потребляя» продукт кинопроизводства, становятся всё более и более осведомлёнными в сфере кинематографа и могут критически оценить то или иное произведение киноискусства, что в принципе свойственно молодёжи ввиду возрастных особенностей её социализации.

Современного зрителя, который несмотря на свою молодость видел уже массу фильмов разных жанров и стилей, труд-

но удивить яркими спецэффектами, и излишней зрелищностью картины. Среди «заядлых киноманов», большую часть которых составляют молодые люди в возрасте от 18 до 24 лет, существует спрос на серьёзное кино. Поэтому, основываясь на кинопредпочтениях современного зрителя, в особенности, молодёжи, мы можем судить о будущем мирового киноискусства.

## Библиографический список

1. Белый О. И. Определение понятия «Молодёжь» // Теория и практика общественного развития. – 2012. – № 12. – С. 156–158.
2. Костоглодов Д. Д., Иванченко О. В., Кузнецова А. А. К вопросу о качественных характеристиках веб-сайта в комплексе Digital-маркетинга киноцентра // Informative and communicative space and a person: materials of the VII international scientific conference on April 15–16, 2017. – Prague : Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ», 2017. – С. 63–66.
3. Мид Дж. Г. Избранное: Сб. переводов / РАН. ИНИОН. Центр социал. научн.-информ. исследований. Отд. социологии и социал. психологии; Сост. и переводчик В. Г. Николаев. Отв. ред. Д. В. Ефременко. – М., 2009.
4. Харитонюк Б., Семчук И. Взгляд на современный кинематограф. Психоманипуляции вокруг нас. URL: <https://www.corvus.com.ua/article/vzglyad-na-sovremennyy-kinematograf>. (Дата обращения 12.12.2019).
5. Morlean-Ponty, Maurice, Le cinema et la Nouvelle Psychologie. – In: Sens et non-sens, Paris, Nagel, 1948, pp. 97–122.

© Амелин А. В., 2020.