

Секция «Социология»

Влияние нового отечественного кино на молодежную аудиторию

Чекарева Анна Владимировна

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова,

Социологический факультет, Москва, Россия

E-mail: Hollie@yandex.ru

В наше время отечественное кино наконец-то выходит на рынок, к сожалению, может быть не так успешно как зарубежное, но тем не менее появилось не мало интересных картин.. Кино становится одним из важных видов молодежного досуга, но эта тема мало разрабатывается в современной отечественной социологии. С развитием коммуникационных технологий стало легко и просто посмотреть кино, не выходя из дома, а лишь сидя перед компьютером в интернете. В связи с этим киноаудитория рассеяна и очень сложно понять, кто же смотрит кино, а кто нет и как оно влияет на мировоззрение молодежи, а то что это влияние велико не вызывает сомнений.. Однако массовых исследований в сфере кино очень мало

Сегодня количество любителей кино растет, причём в основном за счет огромного интереса к нему молодежи. Это можно проследить, зайдя на сайт о кино www.kinopoisk.ru, который является одним из самых популярных сайтов: за один день его посещают около 5 тысяч молодых людей, дискутирующих по вопросам кино. Поэтому важно понимать, изучать и выявлять пути и механизмы, благодаря которым кино оказывает влияние на молодежь. Какие фильмы выбирает молодежь, как объясняет свой выбор и какие ценности важны для молодежи в кино – все это то, что нужно изучать в современной России.

В рамках отечественной социологии тема кино была очень популярна в советское время. В 1960-е гг. - в СССР вопросы социологии кино стали очень актуальными. Появлялись лаборатории социологических исследований кино - лаборатория Научно-исследовательского кинофотоинститута (НИКОИ); отдел исследования проблем массовой информации и социологии кино Всесоюзного научно-исследовательского института киноискусства (ВНИИК) Госкино СССР и др. научные учреждения [2].

В 1969 вышла в свет книга Н.А. Лебедева «Кино и зритель», в которой впервые была представлена типология и возрастные группы зрителей кино [1].

В 70-е гг. XX в. популярными исследованиями в области изучения кино были: типология кинозрителя, структура и динамика зрительских предпочтений, мотивы посещения кинотеатров, структура свободного времени и кино. Данными проблемами занимались: М.И. Жабский, И.С. Левшина, И.А. Рачук. В это же время разрабатывает свою типологию киноаудитории И. Лукшин, выделяя 4 типа кинозрителя.

И. Лукшин, создавая «социальный портрет» кинозрителя для исследования зрительской сельской аудитории, выделял четыре типа кинозрителей: социально-проблемный, ориентированный на фильмы с поучительными примерами поведения; информативный, больше всего ценящий в кино познавательный момент; мелодраматический, предпочитающий мелодраматические мотивы; экспрессивный, склонный к фильмам с необычными героями и исключительными событиями [4]. По результатам исследования, большинство зрителей было отнесено к первому типу кинозрителей.

После Лукшина типологией молодежной аудитории кино занималась Левшина И. С. Она предложила типологию массовой киноаудитории, выделив три типа: тип с преимущественной ориентацией на «чистое» проведение досуга (понимается как отдых, развлечение); тип с преимущественной ориентацией на познание и общение средствами кино; тип с преимущественной ориентацией на этико-эстетическое переживание [2].

Чтобы понять то, какое кино смотрит молодежь и какие ценности преобладают в данной социально-демографической группе важно определять типологию, понимать мотивы выбора и характеристики зрителя.

На основании типологии, разработанной И. П. Лукшиным, было проведено исследование методом фокус-групп (проведено 4 фокус-группы по 7 человек) и методом пилотажного опроса (опрошено 100 человек). Генеральная совокупность исследования - это молодые люди от 17 до 30 лет.

На основе генеральной совокупности выборка исследования составляла студенческую молодежь от 17 до 30 лет, студентов гуманитарных и технических вузов.

По результатам исследования были выявлены следующие типы кинозрителей среди молодежи в современной России. Можно сказать, что в современной России самым популярным типом кинозрителя является экспрессивный тип, связанный с получением новых эмоций. Молодые люди ищут в кино необычных решений, как сюжетных, так и технических, новых взглядов, сильных эмоций, удивления и неожиданной развязки. Также довольно распространен информативный тип кинозрителя. Информация сейчас как никогда важна и молодые люди пытаются почерпнуть что-то новое и по средствам кино, так как кино может рассказать определенные факты интереснее, чем об этом написано в учебнике. Социально-проблемный тип кинозрителя был самым популярным в 80-х годах, но сейчас ситуация очень поменялась и данный тип занимает только третье место среди кинозрителей. Мелодраматический тип мало распространен, так как в современной России молодежь больше ориентирована на новые эмоции, чем на романтику и любовную линию.

Таким образом, можно проследить, как изменились предпочтения молодежи при выборе сюжета фильма, что для них важно, социальная проблематика или боевик, какие типы кинозрителей среди молодежи преобладают сегодня. За последние 33 года популярность приобрели типы, более склонные к получению эмоций и новой информации. Очень важно изучать тенденции в предпочтениях молодежной киноаудитории, это позволит нам увидеть сделать прогнозы, какие ценности приоритетны для современной молодежи и как они меняются, в том числе и под влиянием кинофильмов.

Литература

1. Лебедев Н.А. Кино и зритель, М. 1969.
2. Левшина И.С. Функционирование киноискусства в массовой молодежной аудитории // Социальные функции искусства и его видов. М., 1980.
3. Лубашева Н. И. Из истории социологии кино, М. 2009.
4. Лукшин И.П. Социальный портрет сельского кинозрителя // Сельская аудитория кинематографа, М., 1979