

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»
Гуманитарно-педагогический институт
Кафедра «Социология»
39.03.01 «Социология»

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему

**«Потребители массовой культуры в условиях постмодерна
(на примере киноаудитории)»**

Студент(ка)	<u>А. О. Свинухова</u> (И.О. Фамилия)	<u>_____</u> (личная подпись)
Руководитель	<u>к.социол.н., доцент А. В. Ростова</u> (И.О. Фамилия)	<u>_____</u> (личная подпись)
Консультант	<u>д.социол.н., профессор Т. Н. Иванова</u> (И.О. Фамилия)	<u>_____</u> (личная подпись)

Допустить к защите

Заведующий кафедрой д.социол.н., профессор Т. Н. Иванова _____
« _____ » _____ 20 _____ г.

Тольятти 2017 г.

Аннотация

Объектом исследования является массовая культура в условиях постмодерна. **Предмет исследования** – потребители массовой культуры в условиях постмодерна. **Цель бакалаврской работы** изучить потребителей массовой культуры в условиях постмодерна (на примере изучения киноаудитории).

В структуру выпускной квалификационной работы входит введение, две главы, четыре параграфа, заключение, список литературы и источников, приложения.

В первом параграфе первой главы определяются теоретико-методологические подходы к изучению культуры постмодернизма, рассматриваются идеи З. Баумана, Ж. Бодрийяра, Дж. Ритцера, Х. Ортега-и-Гассета.

Во втором параграфе первой главы проанализировано понятие массовой культуры, выявлены ее функции в условиях постмодерна. Особое внимание уделено анализу особенностей кинематографа в условиях постмодернизма

В первом параграфе второй главы на основе анкетного опроса изучены кинопредпочтения жителей Тольятти.

Во втором параграфе второй главы на основе анализа документов с использованием визуального ряда выявлен «идеальный тип» кинофильма, который будет соответствовать потребностям и ожиданиям аудитории кинозрителей.

Приложение содержит программу социологического исследования, инструментарий, а также таблицы с результатами исследования.

Список литературы включает в себя 54 источника.

Содержание

Введение	4
Глава 1. Теоретико-методологические подходы к изучению культуры постмодернизма	14
1.1. Социологические теории культуры постмодернизма	14
1.2. Кино как проявление культуры постмодернизма	29
Глава 2. Анализ особенностей кинопредпочтений в современном российском обществе (на основе социологического исследования в Тольятти)	44
2.1. Типология жителей Тольятти по предпочтениям кинопродукции	44
2.2. Анализ документов с использованием визуального ряда	59
Заключение	81
Список используемой литературы и источников	87
Приложения	93

Введение

Актуальность темы исследования. Культура – это уклад жизни общества, в котором рассматриваются все достижения и основные черты народа. В жизненный уклад общества входят: язык, традиции, обычаи, особенности моды и одежды, различные символы и предметы материальной и духовной культуры, созданные той или иной социальной общностью. Так же культура является регулятором отношений в обществе. Культура заставляет почувствовать человека причастным к социальной жизни, предоставляет человеку чувство единства с определенной общностью людей. Таким образом, культура является многогранным понятием, которое включает в себя абсолютно все сферы человеческой жизнедеятельности.

Феномен культуры на сегодняшний день привлекает все больше исследователей. Прежде всего, это обусловлено тем, что культура находится в тесной связи с различными социальными феноменами.¹ В условиях культуры постмодернизма становятся особенно актуальными такие вопросы как: связь различных культурных феноменов со структурами власти, анализ культурных и социальных последствий «информационного взрыва», связь между культурой и социальным неравенством, роль влияния различных СМИ на культурную и социальную среду, изучение взаимного влияния культур в постсовременность, влияние культурных процессов на межкультурный диалог. Этот список невероятно огромен. Исследования культуры заключают в себе возможности обогащения, обновления и актуализации социально-культурной деятельности в соответствии с действительными и реальными запросами разных слоев населения. В рамках теории «социального действия» Т. Парсонса именно культура служит посредником при взаимодействии агентов, тем самым объединяя индивида с различными социальными системами.

¹ Мухарбиевна С. С. Социологическое изучение социально-культурной сферы // Вестник Адыгейского государственного университета. – 2007. – №1. – С. 160-162.

Если раннее исследования в сфере культурной продукции считались не востребованными и даже недостойными внимания, то в условиях культуры постмодерна все кардинально меняется. Все больший интерес привлекает так называемая «фиксированная культура». К ней относятся в первую очередь: киноиндустрия, произведения искусства, реклама, различного рода культурная информация.

Массовая культура, которая является доминирующей в условиях культуры постмодерна, охватывает все сферы жизнедеятельности общества. С приходом постмодернизма границы массовой и элитарной культуры размываются. Некоторые исследователи постмодернизма (Ф. Джеймисон)² считают, что массовое сознание растворяет в себе элитарное сознание, уравнивает культурные и художественные ценности. В связи с этим справедливо отметить, что феномен массовой культуры изменяется с течением времени, и исследования в этой сфере являются крайне актуальными.

Анализируя исследования социологов в области досуга и досуговой деятельности, мы можем наблюдать, что одним из самых популярных видов досуга остается киноискусство.³ Так, каждая пятая семья (22%) предпочитает проводить свободное время в кинотеатре, это является вторым по популярности вариантом среди предпочитаемых видов досуга. Таким образом, киноиндустрия и ее продукция является одним из самых популярных видов массовой культуры.

Кино синтезирует в себе эстетические свойства изобразительного искусства, литературы, театра, музыки на основе средств, которые свойственны только ему – фотографическая природа киноизображения. Ряд исследователей отмечает, что ни одно из видов искусства не передает реальность с особенной достоверностью как киноискусство. Происходит это за счет того, что кинолента представляет собой не только «движущуюся

² Суворов Н. Н. Элитарное и массовое сознание в художественной культуре постмодернизма: автореф. дис. ... канд. филос. наук. – СПб.: Санкт-Петербургский гос. ун-т культуры и искусств, 2005. – С 4.

³ Исследования: кафе и кино [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://romir.ru/studies/627_1421096400/ (Дата обращения: 31.01.2017).

фотографию», но и является продуктом коллективного творчества и потребления – повседневная жизнь социума, привычки и манеры, обычаи и традиции, делая их доступными широким массам общества. Кинокартины смотрят различные аудитории, которые можно дифференцировать по гендерному, возрастному, географическому и другим признакам.

Социология кино – достаточно молодая отрасль социологического знания. Данная область социологии специализируется как в сфере исследований социально-демографической структуры кинозрителей, так и в сфере исследования факторов функционирования кино, когда в качестве объектов изучения выступают различные кинематографические процессы.

Первые социологические исследования кино в России проводились юристом А.И. Заком и представляли собой изучение реакций детей и подростков на кинофильмы. В 20-е годы XX века возникло большое количество социологических теорий, которые трудно отделить от психологических и философских исследований. До 60-х годов наука о кино развивалась в рамках эстетики и искусствознания. Социологические аспекты кино не исследовались. Вне поля зрения исследователей находились вопросы функционирования, восприятия и воздействия фильмов. Но с 60-х годов XX века встала проблема создания социологии кино, поскольку происходило развитие общественных наук и появление новых дисциплин (социальной психологии, семиотики, теории массовой коммуникации, теории культуры и т. д.). В 1962 г. был организован факультативный семинар на киноведческом отделении Всесоюзного государственного института кинематографии, который, по мнению одного из основателей отечественной науки о кино Н.А. Лебедева, явился «первым практическим шагом» в возрождении социологических исследований в области кино. Социологов интересовали такие проблемы как: посещаемость кинотеатров, социально-демографические характеристики киноаудитории, популярность кинофильмов, предпочтения кинозрителей, что имело практическую значимость.

Стоит отметить, что в настоящее время в условиях культуры постмодернизма наряду с традиционными исследованиями киноаудитории, развиваются междисциплинарные науки. Визуальная антропология, семиотический анализ текста кино и рекламы. В целом, это связано с тенденцией визуального поворота в социогуманитарных науках.

Как показывают последние исследования из всех многочисленных вариантов досуговой деятельности, именно поход в кинотеатр или же выбор домашнего просмотра фильмов оказывается одним из самых часто выбираемых. При этом молодое население является наиболее активной частью населения при выборе данного вида досуга.

Таким образом, в связи с социально-экономическими и культурными трансформациями общества необходимо выявить сущность современной культуры – постмодернизма, и его влияния на общество. Рассмотреть доминирующий тип культуры в условиях постмодерна, а именно массовую культуру и ее функции. Отдельное внимание стоит уделить изменениям, которые коснулись области кино с приходом культуры постмодернизма, поскольку меняются формы взаимодействия с кинозрителями и непосредственно предпочтения аудитории. По изменениям предпочтений кинопродукции можно судить об изменениях ценностей, мировоззрений и в самом обществе и в отдельных социальных группах. В связи с этим, необходимо рассмотреть, какие социальные функции выполняет киноискусство.

Степень научной разработанности проблемы. Разработкой теорий культуры постмодернизма занимались и занимаются ученые различных областей науки: социология, философия, культурология. Основные характерные черты постмодернизма рассматриваются в трудах З. Баумана, Ж. Бодрийяра, Ю. Хабермаса⁴, В. Вельша⁵, Ф. Джеймисона⁶.

⁴ Модернизм и постмодернизм: спор о современности [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://window.edu.ru/resource/281/42281/files/112.pdf> (Дата обращения: 22.02.2017).

⁵ Вельш В. «Постмодерн». Генеалогия и значение одного спорного понятия // Путь. – №1. – Москва, 1992. – С. 109-136.

⁶ Евгения А. В. Постмодернистский неомарксизм Фредрика Джеймисона // Научный ежегодник ИФиП УрО РАН. – 2015. – №2. – С.89-98.

Содействовали становлению постмодернистского мировоззрения идеи следующих философов – Ф. Ницше, О. Шпенглера, М. Хайдеггера, Х. Ортега-и-Гассета. В их трудах содержатся идеи целостности культуры, критика рационализма и осознание разделения элитарного и массового сознания.

Исследованию разнообразных проблем постмодернизма посвящены труды отечественных исследователей: И. Ильина⁷, Н. Маньковской⁸, С. Иконниковой⁹, Н. Хренова¹⁰, М. Эпштейна¹¹, В. Курицына¹², Л. Воробьевой¹³. Современный отечественный социолог и культуролог Г. Ю. Литвенцева большое значение уделяет ценностной природе массовой культуры, которая является доминирующим типом культуры в условиях постмодерна. Исследованием инструментов массовой культуры периода постмодерна занимается социолог З. В. Иванова.¹⁴ В своих работах автор анализирует последствия воздействия инструментов массовой культуры (мобильный телефон, телевидение, Интернет) на формирование общественного сознания. Социолог отмечает возникновение новой социальной реальности с приходом культуры постмодернизма в жизнь социума.

Истоки современных подходов к изучению массовой культуры, ее функций, а также ее влияние на общество находятся у основоположников теории психологии масс Г. Лебон¹⁵ и Г. Тард; основоположников теории элит В. Парето и Г. Моска.

⁷ Ильин А. Н. Культура общества массового потребления: критическое осмысление: монография / А. Н. Ильин. – Омск: Изд-во ОмГПУ, 2014. – С. 208.

⁸ Маньковская Н. Б. Эстетика постмодернизма. – СПб.: Алетей, 2000. – С. 131-199.

⁹ Иконникова С. Н. Постмодернизм как новая парадигма культурологии // Вопросы культурологии. – 2008. – №7. – С. 4-6.

¹⁰ Хренов Н. А. Культура в эпоху социального хаоса. – М.: Едиториал УРСС, 2002. – С. 104-116.

¹¹ Эпштейн М. Постмодерн в России. Литература и теория. М.: Издание Р. Элинина, 2000. – С. 368.

¹² Бешукова Ф. Б. «Новая» литературная критика и парадигма русского постмодернизма в книге В. Курицына «Русский литературный постмодернизм» // Вестник ТГУ. – 2008. – №4. – С. 269-274.

¹³ Воробьева Л. П. Модернизм и постмодернизм в эволюции массовой культуры: философский анализ: дис. ... канд./д-ра филос. наук. Ставропольский гос. университет, Ставрополь, 2006.

¹⁴ Иванова З. В. Популярныe инструменты массовой культуры периода постмодерна, формирующие общественное сознание // Вестник СГТУ. – 2009. – №1. – С. 268-274.

¹⁵ Гюстав Л. Психология народов и масс. – М.: Академический проект, 2011. – 238 с.

Детальный анализ феномена массовой культуры в условиях постмодерна, оценка массового общества и масскультуры представлены в работах Х. Ортега-и-Гассета, Дж. Ритцера, Т. Адорно, М. Хоркхаймера.¹⁶

Испанский социолог Хосе Ортега-и-Гассет является главным представителем концепции «массового общества», массовой культуры и теории элит. В своих трудах «Восстание масс» и «Дегуманизация искусств» исследователь рассматривает основные черты массового общества и массовой культуры. Тем самым Х. Ортега-и-Гассет выделяет так называемый новый тип человека в условиях культуры постмодернизма.

Поскольку массовая культура исследуется не только как социально-историческое явление, но и как мировоззренческое представление в условиях постмодерна, научный интерес по этой проблеме представлен в трудах Э. Гидденса¹⁷ и Ю. Хабермаса¹⁸. Данные ученые анализируют как массовая культура и новые социальные реалии отражаются на жизни, как отдельного индивида, так и всего общества. Английский социолог Э. Гидденс отмечает, что с приходом постмодернизма мы стали более свободны в выборе того, что нам больше нравится, кем мы хотим быть и что мы хотим делать, в связи с этим возникает наиболее характерная проблема для постсовременного общества – это проблема самоидентичности. Немецкий социолог и философ Ю. Хабермас предлагает теорию «коммуникативного действия» с целью улучшения связи между экспертной культурой и с повседневной коммуникацией.

Современных отечественных авторов, которые занимаются исследованием массовой культуры в обществе потребления, огромное количество. Стоит отметить, что за основу берутся фундаментальные работы А. Ф. Лосева, К. Яспера¹⁹, чьи идеи основываются на следующем подходе:

¹⁶ Теодор А., Хоркхаймер М. Диалектика просвещения. Философские фрагменты / Пер. М. Кузнецова. – СПб., 1997 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gtmarket.ru/laboratory/basis/5521> / (Дата обращения: 22.02.2017).

¹⁷ Гидденс Э. Ускользящий мир: как глобализация меняет нашу жизнь. М.: Издательство «Весь Мир», 2004. – С. 120.

¹⁸ Хабермас Ю. Модерн - незавершённый проект // Вопросы философии. – 1992. – №4. – С. 40–52.

¹⁹ Ясперс К. Духовная ситуация времени / К. Ясперс // Призрак толпы. – М.: Алгоритм. – 271.

культурно-ориентировочная методология исследований в области распространения массовой культуры в обществе потребления.

Проблемы сущности массовой культуры и ее функций рассматриваются в работах Л. Г. Ионина²⁰, К. З. Акопяна, А. В. Захарова, С.Я. Кагарлицкой²¹, Л. А. Орнатской, А. В. Костиной²², Э. Орловой и К. Э. Разлогова. Данные авторы, анализируя функции массовой культуры, акцентируют свое внимание как на позитивных (информирование, психологическая разрядка), так и на негативных функциях (стандартизация, упрощение, примитивизм).

В исследованиях отечественных специалистов в области социологии и психологии рекламной деятельности В. Ю. Борева, А. В. Коваленко, В. С. Поликарпова²³, А. Тарасова²⁴ рассматривается негативное влияние массовой культуры и массовой коммуникации на характер различных культурных процессов.

В современной западной социологии проблемы массовой культуры продолжают оставаться актуальными и разрабатываться З. Бауманом, П. Бурдьё²⁵, Н. Смелзером, Э. Тоффлером²⁶, Ф. Уэбстером²⁷.

Изучение кино является развитым направлением научных исследований. Наиболее известные представители западной науки о кино: Б. Балаш²⁸, Ж. Делез, Л. Малви²⁹, Э. Морен, Д. Паркинсон, Д. Прокоп³⁰, и др.

В России с этим направлением связаны такие ученые как: Н.А. Хренов,

²⁰ Ионин Л. Г. Культура на переломе // Социс. – 1996. – №3. С. 41-48.

²¹ Акопян К.З., Захаров А.В., Кагарлицкая С.Я. и др. Массовая культура. Учебное пособие. – М.: Альфа-М: Инфра-М, 2004. – С. 304.

²² Костина А. В. Традиционная, элитарная и массовая культура: условия возникновения и особенности функционирования в условиях современности // Вестник ЧГАКИ. – 2011. – №2 (26). – С. 39-45.

²³ Некрасов С. И., Макагов З. В. Трансформация духовности в процессе информационного развития общества // Научные ведомости БелГУ. Серия: Философия. Социология. Право. – 2010. – №2 (73). – С. 189.

²⁴ Тарасов А. «Средний класс» и «мещанский рай» //Свободная мысль. – 1998. – №1. – С. 42-49.

²⁵ Бурдьё П. Рынок символической продукции // Вопросы социологии. – №1-2. – 1993. – С. 49-62.

²⁶ Тоффлер Э. Третья волна. М.: ООО "Фирма "Издательство АСТ", 2004. – С. 261.

²⁷ Уэбстер Ф. Теории информационного общества / Пер. с англ. М. В. Арапова, Н. В. Малыхиной; Под. ред. Е. В. Вартановой. – М.: Аспект Пресс, 2004. – С. 400.

²⁸ Балаш Б. Кино: Становление и сущность нового искусства / Пер. с нем. – М.: Прогресс, 1968. – С. 328.

²⁹ Малви Л. Визуальное удовольствие и нарративный кинематограф / Л. Малви // Антология гендерной теории. – Минск.: Прописи, 2000. – С. 384.

³⁰ Прокоп Д. Социология фильма / Д. Прокоп. Гамбург, 1969. – С. 231.

М.Б. Глотов³¹, Д.Б. Дондурей³², М.И. Жабский³³, Л.Н. Коган³⁴, В.Г. Колесов, Н.А. Лебедев, М. Левидов³⁵, И.С. Левшина, Н.И. Лубашова³⁶, А.В. Луначарский, Ю. Фохт-Бабушкин, Н. Ф Агаджанова и др.

Ряд отечественных ученых занимается исследованием функций кино в условиях культуры постмодернизма. Н.И. Лубашова рассматривает кинематограф как объект культурологического исследования, изучает функции кино с точки зрения функций культуры в целом. М.И. Жабский, К.А. Тарасов, Ю. Фохт-Бабушкин исследуют функции кино с трех позиций: как социального института, как вида искусства, как средства массовой коммуникации. М.С. Мкртычева анализирует взаимосвязь кино и общества, кино рассматривается как неотделимый от социальной реальности элемент культуры со своими характерными функциями.³⁷

Американские социологи П. Лазарсфельд и Р. Мертон рассматривают функции СМК (средства массовой коммуникации), отмечая помимо социальных функций так же и дисфункции СМК.³⁸

Подводя итог состоянию разработанности темы, следует подчеркнуть, что в зарубежной и отечественной науке и литературе накоплен богатый опыт по исследованию массовой культуры в условиях постмодернизма, разработаны социологические теории культуры постмодернизма. Так же немаловажная роль в исследованиях отводится и такому виду массовой культуры как кинематограф. Ряд исследователей, как зарубежных, так и отечественных занимаются изучением структуры кинофильмов, характерных функций киноискусства в условиях культуры постсовременности.

³¹ Глотов М. Б. Студенчество и кинематограф / М. Б. Глотов // Социс. – 1996. – № 8. – С. 75-83.

³² Дондурей, Д. Б. Рынок визуального удовольствия / Д. Б. Дондурей // Кинопроизводство. – 1997. – №4. – С.72-77

³³ Жабский, М. И. Глобализм и функции кино в обществе / М. И. Жабский // Вестник РФФИ. – 2005. – Июль - авг. № 4 (42). – С. 43-50.

³⁴ Коган Л. Н. Социология культуры / Л. Н. Коган. – Екатеринбург: УрГУ, 1992. – С. 120.

³⁵ Левидов М. Человек и кино: эстетико- социологический этюд / М. Левидов. – М., 1927. – С. 112.

³⁶ Лубашова Н. И. Из истории социологии кино / Н. И. Лубашова // Социологические исследования. – 2011. – № 4. – С. 146-149.

³⁷ Мкртычева М. С. Кино как предмет социологического изучения: возможности и перспективы // Теория и практика общественного развития. – 2012. – №12. – С. 113-118.

³⁸ Лазарсфельд П., Мертон Р. Массовая коммуникация, массовые вкусы и организованное социальное действие /пер. с англ. // Назаров М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследования. М.: АВАНТИ ПЛЮС. – 2004. – С. 141-145.

Таким образом, проблема массовой культуры в условиях постмодерна привлекает множество наук и остается крайне актуальной для исследований.

Цель бакалаврской работы изучить потребителей массовой культуры в условиях постмодерна (на примере изучения киноаудитории).

Объектом исследования является массовая культура в условиях постмодерна. **Предмет исследования** – потребители массовой культуры в условиях постмодерна.

Задачи исследования:

1. Рассмотреть социологические теории культуры постмодернизма в научных трудах З. Баумана, Ж. Бодрийяра, Дж. Ритцера, Х. Ортега-и-Гассета;
2. Определить сущность массовой культуры и ее функции в условиях постмодерна;
3. Выявить особенности кинематографа в условиях постмодернизма;
4. Исследовать функции киноискусства в современном обществе;
5. Проанализировать кинопредпочтения жителей города Тольятти.

Теоретико-методологическая база исследования. Содержательный смысл и особенности массовой культуры (киноискусство как один из видов масскультуры) в условиях постмодерна определяют подходы: системный, структурно-функциональный, ценностный и социокультурный.

Системный подход позволяет рассмотреть массовую культуру и киноискусство в качестве целостной системы, состоящей из ряда составляющих компонентов, находящихся во взаимосвязи.

Структурно-функциональный подход позволяет изучить функциональные особенности элементов системы массовой культуры и кино. С помощью данного подхода мы подробнее изучим функции и дисфункции массовой культуры в постсовременном обществе, а так же проанализируем социальные функции кинематографа в современных реалиях.

Ценностный (аксиологический) подход. С помощью данного подхода массовая культура и кино могут быть рассмотрены как составляющие системы ценностей, как отдельного индивида, так и всего общества в целом.

Социокультурный подход. Данный подход позволит рассмотреть особенности и характерные черты культуры постмодернизма и массовой культуры, что позволит наиболее тщательно проанализировать данные социальные явления.

Концепция идеального типа М. Вебера позволяет понять эмпирическую реальность кинопредпочтений при помощи сравнения ее с теоретической конструкцией идеального типа кинопредпочтений.

Гипотеза исследования: кино, являясь важной частью досуга населения, выполняет различные функции и имеет разнообразные привлекательные стороны для молодежи и старшего поколения.

Методы исследования: анкетный опрос, анализ документов с использованием визуального ряда.

Эмпирическая база исследования. В работе были использованы следующие социологические методы исследования: анкетирование и анализ документов с использованием визуального ряда.

Для получения информации о кинопредпочтениях жителей города Тольятти было проведено анкетирование. В ходе исследования изучается выборочная совокупность ($n = 200$ человек, по 100 человек в возрасте от 18 до 30 лет и от 31 до 50 лет). Тип выборки – квотная, пропорциональная выборка, где респонденты распределялись по следующим критериям: по полу, возрасту, уровню образования. Обработка и анализ полученной информации производились с помощью программ Microsoft Excel и SPSS Statistics 21.

Помимо анкетирования в ходе исследования был проведен анализ документов с использованием визуального ряда.

Структура бакалаврской работы. Работа состоит из введения, двух глав, четырех параграфов, заключения, списка литературы и приложения.

Глава 1. Теоретико-методологические подходы к изучению культуры постмодернизма

1.1. Социологические теории культуры постмодернизма

На сегодняшний день очевидны значительные социальные изменения на всех уровнях жизни общества. Меняются ориентиры и ценностные установки, происходит трансформация эталонов и стереотипов. Данные изменения предполагают качественно иную ситуацию определения разнообразных социальных феноменов. В связи с социальными трансформациями возникает новое понимание основных положений человеческого существования. Учеными были предложены социальные реалии, которые пришли на смену модерна и стали именоваться постмодерном.

Постмодернизм, как новая эстетическая парадигма, изначально получил развитие в искусстве, архитектуре и уже затем непосредственно в социальных науках.

Не существует единого представления о понятии постмодерна. Однако количество ученых, занимающихся разработкой теорий культуры постмодернизма (которые позволяют углубить представления о социальных тенденциях, о развитии человеческой цивилизации) достаточно велико.

Постмодернизм – эпоха развития человечества, характеризующаяся качественным увеличением неопределенности большого количества социальных реалий. Проявляются такие специфические характеристики как: альтернативность и многовариатность.

Попытаемся представить воззрения социологов по вопросам, связанных с новыми реалиями, новыми социальными тенденциями культуры постмодерна и также о новом теоретизировании постсовременного социального мира.

Ярким примером может послужить теория «макдональдизация общества» американского социолога Дж. Ритцера. В данной теории исследуется вопрос о том, как современные механизмы потребления меняют нашу социальную жизнь.³⁹

Центральной темой работы «Макдональдизация общества» Дж. Ритцера является понятие «рационализация», которое было впервые предложено М. Вебером. Он рассматривает «рационализацию» как основную тенденцию капиталистического общества.

Стоит отметить, что под процессом «макдональдизации» Дж. Ритцер понимает не просто процесс распространения ресторанов быстрого питания сети «Макдональдс» по всему миру, а именно преобразование функциональных принципов, на которых основывается ресторанный бизнес данной сети, в базисные принципы организации современной социальной жизни, которые способствуют ее дальнейшей рационализации.⁴⁰ Таким образом, теория «макдональдизации общества» выявляет процесс распространения специальных социальных практик, которые характерны для ресторанов быстрого обслуживания в различные сферы жизни социума – медицину, образование и так далее.

Джордж Ритцер выделяет четыре принципа формальной рациональности:

- 1) эффективность, или «кратчайший путь из одной точки в другую»;
- 2) предсказуемость, которая выражается в том, что потребитель может быть уверен в неизменности получаемых им продуктов и услуг в любое время, в любом месте;
- 3) просчитываемость или калькулируемость, здесь речь идет о том, что в макдональдизированном обществе количество стало равно качеству, работает принцип «чем больше, тем лучше»;

³⁹ Ритцер Дж. Макдонализация общества 5 / Пер. с англ. А.В. Лазарева; вступ. статья Т.А. Дмитриева. – М., 2011. – С. 592.

⁴⁰ Дмитриев Т. А. Осовременивая Макса Вебера: Джордж Ритцер и его теория макдональдизации // Мониторинг. – 2011. – №1 (101). – С. 222.

4) контроль, который достигается за счет того, что вместо работы людей, работают унифицированные технологии.

Так, Дж. Ритцер рассматривает процесс рационализации в ключе массового потребления в постсовременном мире, отмечая как преимущества, так и недостатки данного процесса. К преимуществам он относит, прежде всего, увеличение доступности тех или иных товаров и услуг для разных слоев населения. Снижение зависимости доступности товаров и услуг от различных факторов, таких как время и географическое положение. На данный момент активно развивается мобильный Интернет-банкинг (т.е. совершение банковских операций с помощью мобильного телефона), заказ продуктов и услуг в любую точку мира непосредственно через сети Интернет и по телефону. Так же благодаря макдональдизации люди из различных слоев населения имеют возможность получить продукт или услугу более удобным способом, дешевле и быстрее, чем ранее. Еще одним немаловажным преимуществом является привычная среда для потребителей, что создает чувство безопасности и комфорта.

Негативное последствие процесса макдональдизации исследователь характеризует как иррациональность рационального. Отмечая, что следование принципам макдональдизации приводит к обратным результатам, а именно: непредсказуемости, неэффективности, неисчислимости, утрате контроля и дегуманизации человеческого труда.⁴¹

Все те социальные теории, которые могли нам дать обоснованные ответы на различные иррациональные явления и ситуации, происходящие в обществе, иссякли. Разработка теорий, которые основываются на работах К. Маркса, Т. Парсонса, Э. Дюркгейма, не целесообразна. Хотя, несомненно, многие социальные теоретики постмодернизма являются сторонниками этих социологов, что находит отражение в их концепциях.

⁴¹ Ритцер Дж. Макдонализация общества 5 / Пер. с англ. А.В. Лазарева; вступ. статья Т.А. Дмитриева. – М., 2011. – С. 355-382.

Теории постмодерна не являются чисто социологическими теориями. Поскольку теории культуры постмодернизма включают в себя ряд других дисциплин – философия, культурология, лингвистика, антропология, семиотика, которая соответственно включает не только язык, но и другие знаковые системы.

Особый вклад в развитие идей культуры постмодернизма внес польско-американский социолог Зигмунд Бауман, который ставил своей целью обосновать социологию постмодернизма. Среди его основных работ стоит отметить: «Признаки постмодерна», «Индивидуализированное общество», «Философия и постмодернистская социология», «Постмодернистская этика» и др.

З. Бауман отмечает, что разнообразное множество определений постмодернизма отражает ту или иную сторону данного явления.

Основные черты постмодернизма, которые выделяет З. Бауман в своей книге «Признаки постмодерна»:

- изменения, которые происходят постоянно в обществе;
- плюрализм культур (распространяется на абсолютно все: формы жизни, идеологии, традиции и так далее);
- превалирование СМИ и соответственно их продуктов;
- отсутствие властных универсалий;
- отсутствие основной реальности, так если все представляет собой символ.⁴²

Как отмечает З. Бауман, нормативность становится особо размытой в сфере морали. Мораль становится крайне противоречивой и двойственной в постмодернистском обществе:

- 1) универсальной и общей для всех морали не существует;
- 2) соответственно, отсутствует рациональный порядок, поскольку нет механизма морального контроля;

⁴² Девятко И.Ф. Бауман З. На что указывает постсовременность // Социологический журнал. – 1994. – № 1. – С. 189-191.

- 3) появляется понятие «морально амбивалентные», т.е. люди в данном случае не делятся на плохих и хороших;
- 4) моральные конфликты не могут быть решены в силу того, что моральные принципы отсутствуют;
- 5) моральные явления не отличаются регулярностью и устойчивостью;
- 6) общество обречено на жизнь с моральными дилеммами;
- 7) однако, отмечается, что мораль не исчезает полностью, она переходит в этическую систему, которая касается сферы межличностного взаимодействия.⁴³

3. Бауман вводит понятие «постмодернистская ментальность». Именно это понятие дает возможность индивидам преодолеть так называемую власть структур, которая характерна для модернистского общества и подразумевает конкретные жизненные ориентиры. Кроме этого, постмодернистская ментальность позволяет индивидам выйти за рамки влияния социальных структур. Выход за этот предел дает возможность каждому индивиду реализовать свой творческий и интеллектуальный потенциал, несмотря на свое социальное происхождение. Постсовременный человек придает большое значение политике, административно-общественному самоуправлению – прямой («партисипаторной») демократии, которая расширяет общественные связи человека и тем самым возможности для творческой инициативы.⁴⁴

Ментальность постмодернизма не ставит себе цель найти окончательную истину. Постмодернисты и постмодерн в целом – это утверждение нового стандарта истины, который предполагает релятивность или, иначе говоря, относительность.

Стоит также отметить, одну из самых отличительных характеристик постмодернистского и модернистского общества – это иррациональный и рациональный инструментарий. Модернисты стремятся познать мир при

⁴³ Бауман З. Жизнь во фрагментах: Эссе о постмодернистской морали. Лондон: Блэкуэлл, 1995. – С. 189.

⁴⁴ Крылова И. В. О социализации личности в условиях постмодерна // Известия ЮФУ. Технические науки. – 2012. – №10. – С.204-209.

помощи рационального инструментария. Постмодернисты, напротив, используют иррациональный инструментарий, а именно: иррациональные понятия и толерантное отношение к тому, что не получило своего объяснения на данный момент, включая мистику и различные необъяснимые явления.

Постмодернисты не стремятся контролировать мир в отличие от модернистов, они наоборот совершают попытки разрушения контроля как такового. З. Бауман отмечает, что модерн являлся неким долгим маршем в тюрьму, и в некоторых случаях этот марш подходил весьма близко (Россия при Сталине, Германия при Гитлере и т.д.).

Стоит отметить статью З. Баумана «Законодатели и интерпретаторы: о модерне, постмодерне и интеллектуалах».⁴⁵ В данной работе происходит сравнительный анализ ментальности модерна и постмодерна.

Социолог объясняет, что под «законодателями» он имеет в виду интеллектуалов с «модернистским духом». Рассмотрим характеристики модернистского типа мышления.

Во-первых, это вера в правильность и обязательность. В связи с этим возникает следующая характеристика – это авторитарные суждения, которые касаются выбора между различными мнениями.

Во-вторых, интеллектуалы имеют большую возможность доступа к знанию в отличие от остальных. Таким образом, продукция интеллектуалов обладает универсальной действенностью и валидностью.

И в-третьих, интеллектуалы имеют право оглашать заключения о значимости идей и их моральных ценностях.

Под понятием «интерпретаторы» З. Бауман имеет в виду интеллектуалов с постмодернистским мышлением. В отличие от характеристик модернистского мышления интеллектуалов, постмодернистское мышление будет обладать следующими

⁴⁵ Бауман З. Законодатели и толкователи: Культура как идеология интеллектуалов / Перевод с английского Светланы Силаковой // Неприкосновенный запас. – 2003. – № 1 (27).

характеристиками: интеллектуалы постмодернистского мышления делают доступными идеи одного сообщества для восприятия и понимания другим сообществом, целью постмодернистского типа мышления является обеспечение коммуникации между независимыми сообществами. Следующей отличительной чертой постмодернистского мышления является стремление на корню пресечь какое-либо искажение в процессе коммуникации, с этой целью они вырабатывают «глубокое понимание» системы знаний, которую в свою очередь приспособливают для восприятия другими. И последней наиболее характерной чертой постмодернистского мышления интерпретаторов является отсутствие ориентации на выбор «лучших идей».

Постмодернистский тип мышления акцентирует внимание на том, что амбивалентность – это естественное положение вещей. И здесь справедливо будет отметить, что такое мышление будет являться толерантным, так как оно строится на принципе естественного существования различий. Становление толерантного мышления попросту становится необходимым, поскольку появляется все больше и больше различных сообществ.

Стоит так же отметить, что З. Бауман отмечает три основных признака общества в условиях культуры постмодернизма в своем труде «Индивидуализированное общество». Во-первых, это утрата контроля над большинством социальных процессов и явлений, а именно: общество обнаруживает, что их возможности зависят от переменчивых сил, таких как политика, происходит утрата веры в то, что можно коллективным солидарным действием достичь каких-либо перемен. Во-вторых, это возрастающая неопределенность и снижение контроля над собственной жизнью. З. Бауман обращает внимание на то, что процесс глобализации навязывает обществу понимание того, что данная неопределенность есть благо. «Явление, которое исследователи стараются [сегодня] постичь, это совокупный опыт неуверенности человека в его положении, в правах и доступности средств к существованию, неопределенности относительно

преемственности и будущей стабильности, отсутствия безопасности для физического тела человека, его личности и их продолжений – имущества, социального окружения, сообщества».⁴⁶ И в-третьих, это пересмотр всей системы ценностей, а именно: отказ от достижения долгосрочных задач и целей, утрата моральных ориентиров и т.д. «Слава обычно была королевской дорогой к индивидуальному бессмертию. Ее заменила известность, которая является предметом потребления, а не результатом напряженного труда. Как и любой предмет потребления в обществе потребителей, известность создана, чтобы приносить мгновенно получаемое и быстро иссякаемое удовлетворение».⁴⁷ Ученый также отмечает рост гедонистических и эгоистических настроений в современном обществе.

Важный вклад в разработку теории культуры постмодернизма внес французский социолог, культуролог, философ-постмодернист – Жан Бодрийяр. Ж. Бодрийяра многие называют «гуру» постмодерна, сам же социолог откешивался от подобного ярлыка. В одном из интервью с Майком Гейном Жан Бодрийяр ответил: «...Постмодернизм, как мне кажется, в изрядной степени отдает унынием, а то и регрессией. Это возможность мыслить все эти формы через своеобразное смешение всего со всем. Я не имею с этим ничего общего. Это ваше дело».⁴⁸

Идейно-теоретические истоки в работах Бодрийяра находились под влиянием Э. Дюркгейма, К. Маркса, структуралистов, в особенности структурных лингвистов, включая М. Фуко (идея деконструкции).

В своей работе «В тени молчаливого большинства» Ж. Бодрийяр высказывает постулат о «конце социального».⁴⁹ Говоря о «конце социального», он имеет в виду растворение всего социального в массе. Такие понятия как: этнос, класс и т.п. растворяются при появлении огромной,

⁴⁶ Бауман З. Индивидуализированное общество. – М.: Логос. – 2005. – С. 121.

⁴⁷ Бауман З. Индивидуализированное общество. – М.: Логос. – 2005. – С. 174.

⁴⁸ Дьяков А. "Какой смысл философу верить в реальность?" (Беседа с Джерри Култером) // Хора. – 2009. – №2. – С. 154-155.

⁴⁹ Бодрийяр Ж. В тени молчаливого большинства, или Конец социального / Пер. с фр. Н. В. Суслова. – Екатеринбург: Издательство уральского университета, 2000. – С. 72.

недифференцированной массы, которая становится статистической категорией, а не социальной общностью как раньше.

Идейно-теоретические истоки в работах Жана Бодрийяра находились под влиянием творчества К. Маркса. Однако, при изучении работ К. Маркса, Ж. Бодрийяр делает акцент именно на потреблении и особенностях потребления в Америке. В работе Ж. Бодрийяра «Америка» (1986 г.) и рассматривается общество потребления. Социолог считает, что американское общество – это наглядный образец потребительского общества, и что Америка в целом является ориентиром для европейских стран. Вместе с тем, Бодрийяр считает, что Америка становится социальной пустыней, в ней стираются эстетические ценности.

Так как Ж. Бодрийяр так же находился под влиянием структуралистов, он применил идею рассмотрения потребительских товаров через призму «кода сигнификации» (смысла), который осуществляет контроль не только над отдельными предметами, но и над индивидами общества. Предметы потребления социума рассматриваются как знаковая система. На основе этого справедливо утверждать, что люди, потребляя какой-либо предмет, потребляют и знаки. Потребление, по мнению Жана Бодрийяра, является систематическим действием, которое представляет собой манипуляцию знаками. Прежде чем стать предметом потребления, предмет изначально должен стать знаком.⁵⁰

Тем самым подтверждается постулат «конца социального», поскольку происходит дифференциация не по социальному положению того или иного человека в обществе, а на основе потребления того или иного предмета, знака. Люди, потребляя те или иные знаки, приобретают своего рода сходный статус с теми, кто потребляет такие же знаки, как и он, и, напротив, человек становится отличным от других посредством отличия потребления знаков.

⁵⁰ Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры / Пер. с фр., послесл. и примеч. Е. А. Самарской. – М.: Республика; Культурная революция, 2006. – С. 108.

Здесь вводится такое понятие как «код сигнификации» Ж. Бодрийера. Чтобы полно раскрыть данное понятие обратимся к такой ситуации. Индивид имеет деньги, логично предположить, что он может приобрести все то, что захочет. Однако захотеть что-либо индивид может только в рамках группы, к которой он сам принадлежит. Иначе говоря, именно понятие «код сигнификации» предопределяет то, что характерно для этой группы и то, что индивид может захотеть.⁵¹

Общество потребления вытесняет понятие «потребность» в традиционном ключе. До этого времени потребности связывались с индивидами отношениями посредством предметов потребления.

В постмодернистском обществе именно «код» контролирует покупку тех или иных товаров. Предмет как таковой теряет свою полезность. Индивиды стараются приобрести то, что определит и покажет их статус в обществе, степень власти и благополучия в целом, иначе говоря «потребительская стоимость» становится «символической стоимостью». Здесь речь ведется уже о символе, символ нацелен не на удовлетворение конкретной потребности индивида, а является мерилom и знаком, который означает принадлежность к какой-либо группе. Как следствие, из знаков и символов складывается особенный язык, на котором общаются люди на данный момент в эпоху культуры постмодерна. Конкретные потребляемые товары становятся показателем личности человека, и показателем его принадлежности к конкретной «потребительской массе».

Далее на основе символов социолог рассматривает «символический обмен». Он утверждает, что нет такого символа, который бы не являлся товаром. Сигареты, автомобили, кинотеатры, искусство – все это возможно обменять и продать. Данная концепция является стержневой в творчестве

⁵¹ Помозова Н. Б. Постструктурализм: влияние кодов сигнификаций на выбор самоидентификации // Наука и современность. – 2010. – №2-2. – С. 271.

Жана Бодрийяра. Ни что иное как «символический обмен» становится основной универсалией в потребительском современном обществе.⁵²

Обосновывая концепцию «символического обмена», Ж. Бодрийяр вырабатывает трехстадийную историю человеческой цивилизации.

По его мнению, первая стадия включает феодальные общества, в котором обмену принадлежал различный прибавочный материальный продукт. Вторая стадия включает в себя капиталистическое общество, обмен совершается на различные промышленные товары. Третья же стадия представляет собой символический обмен, который в корне отличается от изначального экономического обмена. Происходит не прямой обмен товарами, взаимодействия совершенно не ограничены. Ж. Бодрийяр считает, что данный обмен носит скорее разрушительный характер, а не созидательный.

«Символический обмен» разрушает все социальные отношения, которые были до этого типа отношений. И разрушающей силой здесь являются не революции и реформы, а именно контроль «кода сигнификации», обладающий эффективностью большей, чем другие социальные силы. Стоит заметить, что «код сигнификации» все же находится под контролем СМИ. Средства массовой информации в глобальном плане контролируют код. Символы, выражающиеся в коде, становятся полностью индетерминированы от окружающей действительности. Связи между символом и реальностью нет. Обмен исключительно происходит между символами, но никак между символами и реальностью. В итоге символ не представляет уже ничего конкретного. Жан Бодрийяр отмечает, что истина и реальность постепенно исчезают в постсовременном обществе.

Далее вслед за введением понятия «символического обмена» Жан Бодрийяр вводит новое понятие «гиперреальность». Под этим понятием Ж.

⁵² Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть / Пер. с франц. и вступительная статья: С. Н. Зенкин. – М., 2000 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gtmarket.ru/laboratory/basis/3484> / (Дата обращения: 18.02.2017)

Бодрийяр понимает симуляцию чего-либо.⁵³ Социолог отмечает, что «гиперреальность» становится более реальной, чем сама реальность, и более правдива, чем сама истина. Гиперреальность является символическим отражением действительности. Так средства массовой коммуникации создают определенную картину мира среди общественности, в последствие стирается оппозиция между знаковой картиной мира и реальностью. Происходит отрыв от реального действительного мира.

Социолог считает, что общественное мнение представляет нам картину не реальности, а гиперреальности. Респонденты, участвующие в исследованиях, не выражают собственное мнение, а просто воспроизводят уже то, что было в виде системы символов СМК.

Ученый также относит и сферу политики к гиперреальности. Он считает, что политические партии не отстаивают какие-то определенные интересы и тем более это не касается чего-то реального и действительного. Но они, противостоя другим политическим партиям, лишь «симулируют оппозицию».

Жан Бодрийяр акцентирует внимание на том, что революция в настоящее время представляет собой революцию неопределенности.⁵⁴ Революция неопределенности – это современное положение вещей вне принципов реальности и истины, которое выражается в полной неуверенности, неопределенности относительно всех сфер человеческой жизнедеятельности: экономической, политической, культурной, социальной. Увлекательный бег вперед за новыми технологиями, за наращиванием коммуникаций и информации приводит к еще большей неопределенности постсовременного общества.⁵⁵

Действительно, результат революции неопределенности дал свои плоды в виде: отрешенных индивидов касательно пространства и времени, сферы политики, культуры, труда; отношения людей к своему телу (в

⁵³ Закирова Т.В., Кашин В.В. Концепция виртуальной реальности Жана Бодрийяра // Вестник ОГУ. – 2012. – № 7. – С. 31-32.

⁵⁴ Бодрийяр Ж. Прозрачность Зла / Пер. с франц. Л. Любарской и Е. Марковской. – М.: Добросвет, 2000. – С. 64.

⁵⁵ Бодрийяр Ж. Прозрачность Зла / Пер. с франц. Л. Любарской и Е. Марковской. – М.: Добросвет, 2000. – С. 60-64.

условиях постсовременности все больше людей решается на операцию по смене пола, это связано, прежде всего, с внутренним выражением свободы и влиянием внешних институтов); так же культура постмодернизма подразумевает свободный доступ к знанию, к различным ресурсам и возможности свободного выбора, в свой черед знание становится источником конфликта, который нацелен на перераспределение ресурсов в социуме.

Работы испанского социолога, философа и культуролога Хосе Ортега-и-Гассета наиболее ярко отражают специфику общества постмодерна.

Среди основных социологических работ можно выделить: «Дегуманизация искусства» (1925 г.), «Восстание масс» (1933 г.). В центре внимания социолога находится проблема «массового общества». Главная идея автора состоит в том, что всё человечество делится на «народ» (массу) и элиту, трактуя элиту как, меньшинство творцов подлинной культуры.

Остановившись более подробно на работе Х. Ортега-и-Гассета «Восстание масс», перечислим наиболее характерные черты для общества в условиях культуры постмодерна.

Исследователь отмечает, что постсовременное общество представляет собой толпу, которая характеризуется в количественном и визуальном аспектах – т.е. является множеством. Стихийный рост толпы в свою очередь предполагает совпадение мыслей, целей, вплоть до образа жизни.

Масса – это средний человек, который ничем не выделяется и представляет собой общий тип. Х. Ортега-и-Гассет отмечает: «Особенность нашего времени в том и состоит, что заурядные уши, не обманываясь на счет собственной заурядности, безбоязненно утверждают свое право на нее и навязывают ее всем и всюду».⁵⁶

Следующей специфической чертой современного общества, которую выделяет автор, является уравнивание. Хосе Ортега-и-Гассет называет эпоху постмодерна, эпохой уравнивания, так если уравнивается всё: культура, богатства, отношения между женщинами и мужчинами.

⁵⁶ Ортега-и-Гассет Х. Восстание масс / пер. с исп. А.Гелескула. – М.: Издательство АСТ. – 2016. – С. 11-12.

Одной из основных проблем постсовременного общества является следующее: в мире всего стало больше. Социолог отмечает: «Всего, что можно придумать, пожелать, создать, разрушить, найти, употребить или отвергнуть – что ни глагол, то сгусток жизненной активности».⁵⁷ И при всем этом многообразии, напоре жизни, при количественном и потенциальном росте человек теряется, происходит рост жизненных запросов и как следствие все большее потребление. У постсовременного человека сформировалось сознание небывалых возможностей и ощущение сказочного всемогущества. Общество в условиях культуры постмодернизма заблудилось в собственном изобилии, и именно отсюда у современного человека возникает двойственное чувство всемогущества и в то же время неуверенности.

Таким образом, новый тип человека обладает ненасытными потребностями и мощными средствами для удовлетворения своих потребностей. В итоге, масса сильнее, чем когда-либо, она не считается ни с кем и ни с чем, в конце концов, она становится неконтролируемой. «Масса» не имеет устоев, культуры, не руководствуется законами. Любую оппозицию она подминает под себя, поскольку масса не признает никого кроме себя и не считается с основами цивилизации. Дух «прямого действия» царит в постсовременном обществе.

Именно избыточные блага оказывают губительное влияние на общество постмодерна. Хосе Ортега-и-Гассет называет эпоху постмодерна так же эпохой «увлечений и течений», так как постсовременный человек увлекается любым течением, следует за любыми завихрениями во всех сферах жизни общества: искусство, политика и т.д. Но при всем этом, постсовременный (массовый) человек не умеет слушать, не считается и не внимает никаким авторитетам. И в этом ученый видит разрушающую силу массы, поскольку массе необходимо ориентироваться и считаться с элитой, которая является единственно верно движущей силой в обществе.⁵⁸

⁵⁷ Ортега-и-Гассет Х. Восстание масс / пер. с исп. А.Гелескула. – М.: Издательство АСТ. – 2016. – С. 35.

⁵⁸ Радугин А. А., Гурина Е. М. Основные характеристики эпохи постмодерна // ОНВ. – 2014. – №5 (132). – С. 90.

Общество в условиях культуры постмодернизма характеризуется так же такими чертами как: ирония, отсутствие общественного мнения и скорее его иллюзии, высокая ценность новинок. В свой черед происходит рационализация производства, которая расширяет свои границы во все сферы жизни общества. Постсовременный человек находится в постоянном ожидании, он захвачен грядущим и почти все обретает смысл функции будущего.

Мир в современных реалиях деморализован, постсовременное общество утратило нравственность и мораль. «Массовый человек попросту лишен морали, поскольку суть ее – всегда в подчинении чему-то, в осознании служения и долга».⁵⁹ Отсутствует «полнота времени», которая проявляется в однозначном и предрешенном будущем, иначе говоря, постсовременный человек потерянный.

Итак, Х. Ортега-и-Гассет считает, что в обществе постмодерна почти исчезает традиционная культура, и это приводит к отсутствию культуры, духовной деградации и падению нравственности. «Массовая культура» проявляется в чувственной сфере, в особенности в сфере кино и телевидения, ее отличительными особенностями являются предсказуемость и поверхностность. Массовый человек всеми способами пытается «убить время», которого у него появилось в избытке в связи с рационализацией. Движущими механизмами являются наука, творчество, спорт и высшие проявления межличностных отношений: дружба, любовь и т.д. Творческая элита, о которой рассуждает в своих трудах социолог, должна «спасать культуру от массы», являясь ориентиром для массового человека.

Так, теории З. Баумана и Ж. Бодрийяра позволяют выделить основные черты постмодернизма и отличительные особенности, присущие обществу с приходом культуры постмодернизма. Теория Дж. Ритцера «макдональдизация общества» позволяет рассмотреть процесс

⁵⁹ Ортега-и-Гассет Х. Восстание масс / пер. с исп. А.Гелескула. – М.: Издательство АСТ. – 2016. – С. 217.

рационализации в ключе массового потребления в условиях культуры постмодернизма. Основываясь на концепции Х. Ортега-и-Гассета, мы рассматриваем массовую культуру, которая является доминирующей в постсовременном обществе, и массовое общество с его отличительными чертами. Таким образом, рассматривая социологические теории культуры постмодернизма, можно говорить о новых реалиях, и новых социальных тенденциях в развитии культуры и общества.

1.2. Кино как проявление культуры постмодернизма

На сегодняшний день состояние культуры общества дает возможность сделать вывод относительно того, что есть доминирование конкретных стандартов жизни, самочувствия и поведения людей. Данная тенденция не зависит от страны, национальной и этнической принадлежности того или иного общества.

Среди многообразия культурных творений можно выделить массовую культуру и элитарную культуру, которая представлена в единичных образцах. Массовая культура представляет собой продукты духовного производства, которые создаются очень большими тиражами с расчетом на широкую публику. Таким образом, данный вид культуры понятен и доступен всем слоям населения любого возраста и образования.

Явление массовой культуры на протяжении всего времени оценивалось и оценивается противоречиво. Одни исследователи относятся крайне негативно к массовой культуре, называя ее «псевдокультурой» (Ж. Бодрийяр, Х. Ортега-и-Гассет, А. Адорно, Р. Барт и др.). Другие же исследователи относятся к данному явлению с оптимизмом (Ю. Хабермас, Э. Тоффлер, Д. Белл, Т. Веблен), отмечая данную форму культуры, как неизбежную для

зрелого индустриального общества, которому присущи: высокий уровень образования, развитая система коммуникаций и высокое качество жизни.⁶⁰

В глобализирующемся обществе в условиях культуры постмодернизма доминантной культурой выступает именно массовая культура. В связи с этим важно отметить черты, присущие массовой культуре и ее функции.

Исследуя массовую культуру как социокультурное явление, отметим наиболее характерные черты:

- направленность на среднего человека;
- формирование клипового типа мышления;
- ориентация на эмоциональную составляющую;
- иррациональность;
- опора на эскейпизм (стремление человека уйти в мир фантазий и иллюзий);
- быстроедоступность и быстрозабываемость;
- простая языковая система;
- занимательность и гибкость массовой культуры;
- превращение творений других культур в предметы массового потребления.

Далее рассмотрим основные характерные функции массовой культуры в постсовременном обществе.

Одна из самых важных функций массовой культуры в условиях постмодернизма – это социальная интеграция людей или интегративная функция. В рамках данной функции массовая культура стандартизирует потребности и интересы всего общества в целом. Унифицирует социокультурные установки, устанавливает определенные шаблоны и стереотипы относительно поведения, ориентаций. Таким образом, массовая культура является инструментом социализации индивида. О данной функции

⁶⁰ Арефьев М. А., Давыденкова А. Г. Массовая культура как доминантная культура глобализирующегося общества // Труды СПбГУКИ. – 2015. – Т. 206, ч. 1. – С. 193-194.

в своих работах говорил Э. Дюркгейм. В его концепции говорится о том, что приобщение к культуре и освоение культуры определенной социальной общностью создает у людей чувство принадлежности к определенному народу, нации. Следовательно, культура организует людей, сплачивает их, обеспечивает целостность конкретной общности и способствует интеграции. Однако справедливо полагать, что массовая культура может играть и дезинтегрирующую функцию. Ярким примером может послужить объединение людей в субкультуры. Как правило, люди из разных субкультур начинают противопоставлять себя представителям другой субкультуры. Вследствие этого происходит разбиение больших общностей на более мелкие группы. Соответственно на почве этого нередко могут возникать культурные конфликты.

Одна из самых очевидных функций масскультуры является досуговая. С приходом рационализации во все сферы жизни общества, человек начинает обладать все большим свободным временем, именно массовая культура направлена на удовлетворение потребности потратить свое время. Но целью массовой культуры является в большей степени не досуговая функция, а стимулирование именно потребительского сознания, что находит отражение в некоторой пассивности в восприятии культуры.

Следующая немаловажная функция массовой культуры в постсовременном обществе – это транслирующая. Суть данной функции заключается в передаче накопленного социального опыта следующим поколениям. Огромную роль в реализации данной функции играют СМИ.

Тесно связана с предыдущей функцией пропагандистская функция. Здесь речь идет именно о пропаганде идеологии, культов, норм и морали. Трансляция различных ценностей, норм и морали через масскультуру считается самой эффективной. Так, Н. К. Алексаньян отмечает зависимость СМИ от властных и бизнес структур, что приводит к контролю над

информацией и конкретными информационными группами.⁶¹ Таким образом, структуры, владея средствами массовой коммуникации, формируют определенную картину мира, внедряют идеи и мобилизуют социальные группы в поддержку тех или иных событий, идей.

Далее рассмотрим познавательную функцию массовой культуры. Данная функция сводит знания и делает их доступными для потребителей массовой культуры. Так если происходит упрощение, и специализированные знания становятся понятны уже более широкому кругу людей. Недостаток познавательной функции, как правило, выражается в стандартизации, то есть она преподносит готовые ответы и решения, сводя сам процесс познания человека к минимуму, она не способствует развитию креативности. Сознание, которое формирует массовая культура, отличается ограниченностью и консервативностью. Она ориентирована по большей части не на реалистичные образы, а на искусственно созданные образы (т.е. имиджи) и конкретные стереотипы. По мнению И. Ильина «она не расширяет его познавательный горизонт, а, наоборот, закрепляет в его сознании принятые и распространенные взгляды и вкусы, стандартизируя их и доводя до уровня предрассудков».⁶²

Следующая отличительная социальная функция массовой культуры – антистрессовая функция или «психологическая разрядка», также исследователи называют ее компенсаторной. Современная жизнь характеризуется бешеным ритмом жизни, нестабильностью в экономической и политической сфере, перезагруженностью. Все это приводит к эмоциональным всплескам, психологической неустойчивости, девиантному поведению. Как следствие происходит и обострение ситуации в социуме. Человек не всегда обладает необходимыми условиями для удовлетворения своих потребностей и возможностей. Далеко не всегда человек находится в комфортной ему среде, чаще всего он вынужден пребывать в так называемой

⁶¹ Алексаньян Н. К. Неоднозначная роль СМИ в современном обществе // Общество: политика, экономика, право. – 2008. – №2. – С. 15-16.

⁶² Ильин И.П. Постмодернизм от истоков до конца столетия: эволюция научного мифа. / И.П. Ильин. – Москва: Интрада, 1998. – С. 155.

«искусственной среде». По этой причине одна из основных задач массовой культуры состоит в том, чтобы обеспечить человеку и обществу в целом эмоциональную разрядку. С такой целью созданы различные социальные институты и образования (кинотеатры, арт-выставки, театры, кафе и т.д.).

Таким образом, обобщая все вышесказанное, можно сделать следующие выводы относительно сущности массовой культуры в условиях постмодернизма. Массовая культура ориентирована на массовое производство и распространение через различные СМИ продуктов и ценностей, которые с одной стороны, удовлетворяют потребностям потребителя и соответствуют его вкусам, а с другой продукция массовой культуры формирует их у потребителей. Кроме того, масскультура является инструментом, способствующим адаптации индивида к обществу в условиях культуры постмодернизма, являясь при этом инструментом социального регулирования.

Как отмечалось ранее, одним из самых массовых видов искусств является кино. Постмодернизм получает развитие в киноискусстве позднее, чем в других видах искусства, а именно во второй половине 70-х годов. На 80-е годы приходится расцвет постмодернизма в кино.

Немецкий режиссер Райнер Вернер Фассбиндер является одним из первых, в чьем творчестве прослеживаются характерные признаки постмодернизма. В его работе «Замужество Марии Браун» (1979 г.) черты постмодернизма проявляются наиболее отчетливо. Среди которых стоит отметить наиболее характерные: смешение разных типов повествования (уголовная хроника и классический рассказ); эклектика (смешение и соединение различных, идей, стилей, взглядов и т.п.); развенчание стремления к большим целям, которые оказываются чаще всего иллюзорными; неожиданные переходы от реальности к эфемерности; контрастные цитаты и высказывания; смешение массовых и элитарных элементов культур (накладывание музыки Бетховена на шум футбольных болельщиков); отказ от целостности и системы иерархий.

Рассмотрим особенности культуры постмодернизма в киноискусстве.

Во-первых, это отрицание иерархии ценностей, отрицание существования истины как чего-то непреложного, отрицание моральной оценки. Зачастую в постмодернистских фильмах исчезает моральная оценка героев за счет пародийной перспективы (фильмы К. Тарантино).

Следующей особенностью являются цитатность, многоуровневость, смешение массовой и элитарной культуры. В кинолентах становится распространено цитирование и частое обращение к высказываниям. Кинофильм «На последнем дыхании» Жана-Люка Годара (1960 г. выпуска) наполнен отсылками к другим произведениям искусства и цитированием. Звучание Моцарта, цитирование Дилана Томала (поэта и прозаика), картины Ренуара и Пикассо.

Третья характерная особенность постмодернизма в кино – это преобладание формы над содержанием. В массовой культуре восприятие смещается от смысла фильма к самой форме фильма (это может быть форма повествования, изобразительное решение или различные визуальные эффекты).

Еще одна характерная черта постмодернистских фильмов – это смешение стилей, пародийность и стилизация. В одной кинокартине смешиваются различные жанры, элементы культур, стили. Самюэл Джексон отмечает: «Зрителей потрясло то, что они смотрели не просто жуткую смесь из пуль, оружия и ругательств. Они смотрели нечто абсолютно новое и оригинальное по своей структуре. Они смеялись в те моменты, которые в обычной ситуации вызвали бы ужас. Для меня это стало открытием и потрясением».⁶³

В-пятых, состояние неупорядоченности и нескванных возможностей. Идея деконструкции. Так если обретение понимания посредством разрушения стереотипа или включения его в новый контекст. Примером

⁶³ Мусский И. А. 100 великих зарубежных фильмов: «Криминальное чтиво» (Pulp Fiction) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://fisechko.ru/100vel/zar_film/96.html (Дата обращения: 21.01.2017).

может послужить кинолента «Догма» (1999 г. выпуска) Кевина Смита, где вводится персонаж Иисус Христос в образе женщины.

И последней наиболее отличительной особенностью является насыщение кинокартин мифологическими, сюрреалистичными элементами. Но при этом стоит отметить, что в условиях постсовременности мифологические элементы разрушаются и создаются новые псевдомифолегенды (Д. Линч «Человек-слон»).

Таким образом, художественная практика культуры постмодерна является показателем характерной культурной атмосферы в социуме. Изменение функциональной системы киноискусства тесным образом связаны с изменением культурных оценок и их качественных преобразований. «Культурные ценности XX века, зафиксированные кинематографически, как результат наложения друг на друга различных субкультурных интересов, их взаимодействия и переосмысления в большей мере расставляют культурологические акценты в понимании и определении ведущими те или иные функции кинематографии». ⁶⁴

В эпоху культуры постмодернизма функции кино становятся все более многообразными и многоступенчатыми. Одна функция может включать в себя несколько подфункций или субфункций.

В работах Н.И. Лубашовой кинематограф рассматривается как объект культурологического исследования.⁶⁵ Тем самым, как и культура в целом, кинематограф обладает следующими функциями.

Одна из самых основных функций, которую можно выделить – это регулирующая функция, способствующая самоорганизации национальных культурных ценностей и их самобытности.

Познавательная функция находится в тесной связи с оценочными критериями, следовательно, и с выбором ценностных ориентиров личности.

⁶⁴ Лубашова Н. И. Феномен отечественной кинематографии в социокультурном пространстве России XX века: автореф. дисс. ... д. филос. н. Тамбов. – 2008. – С. 21.

⁶⁵ Лубашова Н. И. Феномен кино в социокультурном пространстве // Аналитика культурологии. – 2008. – №11. – С. 225-231.

Информационная функция, связанная с такими потребностями социума как: общее информирование, общение, сохранение и интегрирование культуры как информации.

Интегративная функция способствует объединению людей различных этнокультурных комплексов. Культура организует людей, сплачивает их, обеспечивает целостность конкретной общности и способствует интеграции.

С предыдущей функцией тесно связана трансляционная функция, подразумевающая передачу культурных ценностей одних этносов другим.

Образовательная и воспитательная функции. Кинематограф является не только техническим средством информации, но и произведением искусства, которое способно формировать мировоззрение, нравственность. Так в фильмах, изображая современного человека, воспроизводятся его поступки, помыслы, нравственные чувства, утверждаются определенные нормы и мораль, которые активно усваиваются зрителями, в особенности молодым населением. Стоит отметить, что в настоящее время экранные средства все чаще используются преподавателями с целью воспитания школьников.

Следующая функция кинематографа как объекта культуры – это эстетическая. При просмотре киноленты, зритель не просто воспринимает содержание, он пропускает содержание через эмоции, дает оценку чувственно-конкретным образам, усваивает, что для него прекрасно, а что безобразно.

Таким образом, данная функция формирует вкус, устанавливает эталоны, создает новые течения моды. В качестве наглядного примера можно привести телеканал «Культура», где освещаются такие темы как: балет, спектакли, концерты классической музыки, фильмы о художниках и т.д. То есть данный телеканал формирует у своих зрителей определенные вкусы, передает эстетику того или иного времени. Так же в кинолентах нам представляют то, что на данный момент является эстетически одобряемым, к примеру, мода на женское тело, конкретные стили в одежде и т.д.

Социальная функция обеспечивает современную социальную

интеграцию людей и формирует основания для устойчивого коллективного существования по совместному удовлетворению интересов и потребностей.

Адаптационная функция реализуется при накоплении кинематографического опыта и находит воплощение в кинематографических культурных нормах и ценностях.

Авторы монографии «Кино в современном обществе» (М.И. Жабский, К.А. Тарасов, Ю. Фохт-Бабушкин) отмечают, что кинематограф нельзя выхватывать из конкретного этнокультурного, социального компонента. «Безотносительных функций не существует. Конкретная функция – производное, по крайней мере, двух величин – воздействующего и воздействуемого объекта; она всегда выступает как отношение чего-то к чему-то, а потому строго привязана к воздействуемому объекту».⁶⁶

Согласно данному исследованию кинематограф следует рассматривать с трех позиций:

- как социальный институт;
- как вид искусства;
- как средство массовой коммуникации.

Каждая позиция кинематографа и их взаимосвязи будут сообщать в исторической перспективе о постоянно эволюционирующих функциях.

Кино как социальный институт обладает характерной чертой – высокой демократичностью. Решающую роль в становлении данной важнейшей особенности кино сыграл социальный контекст: «Кино возникло в тот период, когда в экономической сфере огромное развитие получило массовое производство, давшее мощный толчок процессам массовизации в других сферах и обусловившее появление множества массовых социальных общностей».⁶⁷

⁶⁶ Жабский М. И., Тарасов К. А., Фохт-Бабушкин Ю. У. Кино в современном обществе: функции – воздействие – востребованность. М.: Министерство культуры Российской Федерации, НИИ киноискусства, 2000. – С. 8.

⁶⁷ Жабский М. И., Тарасов К. А., Фохт-Бабушкин Ю. У. Кино в современном обществе: функции – воздействие – востребованность. М.: Министерство культуры Российской Федерации, НИИ киноискусства, 2000. – С. 16.

Социальные функции кино появляются на пересечении двух сфер: сфера производства киноленты и сфера зрительского потребления. Одна сфера является профессиональной деятельностью (производство киноленты), другая деятельность по усвоению продукции (зрительское потребление). Данные сферы находятся в постоянной связи, а в качестве связующих звеньев в кинопроцессе выступают: основное звено – фильм; кинотеатр – место, где зрители удовлетворяют свои потребности в процессе просмотра той или иной киноленты и так же информация о киноискусстве – распространение информации о киноленте через СМИ. Стоит отметить, что для нормального функционирования кинопроцесса (кинопроизводство, кинопрокат) необходима основа – дорогостоящая техническая база. Тем самым кинематограф приобретает принципиально важную сторону в массовой культуре – экономическую.

Фильм, обладающий рядом функций в современном обществе, представляется функционирующей целостной системой, которая в свою очередь имеет четыре основных измерения.

1) Художественно-эстетическое или творческая ценность (художественное совершенство киноленты, профессиональный уровень). Так если фильм выступает как художественное явление.

2) Социальная ценность. Данному виду измерения характерна интегральная социальная функция, обращенная к зрителю. В рамках этой функции кино выполняет целый спектр частных функций: познавательная, эстетическая и т.д.

3) Идеологическая ценность фильма. Кинематограф формирует картину мира и является носителем социальной информации, пропагандируя актуальные для определенного периода времени нормы и ценности.

4) Коммерческая ценность киноленты. Данное измерение «зависит от множества структурно-эстетических и социально-функциональных свойств кинопроизведения, определяющих его смотримость, коммуникативный потенциал, который, в свою очередь, является также своего рода

поправочным коэффициентом на социальную и идеологическую ценность фильма... Доходы от проката фильмов являются показателем выполнения кинематографом коммерческой функции».⁶⁸

Итак, кинематограф в системе общественных отношений выступает в качестве следующих факторов: производственно-экономический, социальный, художественный, идеологический. Таким образом, социокультурная функция состоит из четырех субфункций:

- художественно-эстетической;
- идеологической;
- интегральной социальной;
- коммерческой.

Если рассматривать кино как вид искусства, то оно реализует общее предназначение всех видов искусства, являясь при этом более доступным для широких кругов населения, которое зачастую лишено доступа в театр или же на выставку образцов подлинной живописи. В каждом городе имеются кинотеатры, в села в настоящее время все чаще приезжают кинопередвижки. «Кино – массовая форма целостного, конкретно-чувственного освоения людьми мира».⁶⁹

Именно художественно-эстетическая функция является одной из важнейших и свойственной искусству функции, которая оказывает воздействие на личность в целом. Из этой основной функции кино как вида искусства формируются следующие производные функции:

- созидательная;
- ценностно-ориентационная;
- коммуникативная;
- познавательная.⁷⁰

⁶⁸ Жабский М. И., Тарасов К. А., Фохт-Бабушкин Ю. У. Кино в современном обществе: функции – воздействие – востребованность. М.: Министерство культуры Российской Федерации, НИИ киноискусства, 2000. – С. 25.

⁶⁹ Жабский М. И., Тарасов К. А., Фохт-Бабушкин Ю. У. Кино в современном обществе: функции – воздействие – востребованность. М.: Министерство культуры Российской Федерации, НИИ киноискусства, 2000. – С. 67-68.

⁷⁰ Жабский М. И., Тарасов К. А., Фохт-Бабушкин Ю. У. Кино в современном обществе: функции – воздействие – востребованность. М.: Министерство культуры Российской Федерации, НИИ киноискусства, 2000. – С. 92.

Однако каждая функция может иметь как положительное, так и отрицательное влияние. М. И. Жабский отмечает: «Произведения искусства либо помогают человеку осваивать мир, либо уводят в разного рода компенсаторные иллюзии (познавательная функция); провоцируют творческую активность людей или формируют склонность к репродуктивной деятельности (созидательная функция); ориентируют на гуманистические или антигуманистические ценности (ценностно-ориентационная функция); развивают в публике склонность к оптимальному (смешанному) типу общения или утверждают один из крайних вариантов – интровертивный или экстравертивный тип общения (коммуникативная функция)».⁷¹

Искусство и культура в целом рассматриваются учеными как феномены коммуникации, обращая внимание на особую форму какого-либо художественного произведения: сообщение, послание. «Центральными аксиологическими проблемами всякой коммуникации являются вопросы, что транслируется и каким образом».⁷²

В условиях культуры постмодернизма кино является одним из самых могущественных средств массовой коммуникации. Развитие коммуникативных свойств кино обусловлено, прежде всего, телевидением. В свою очередь кино внедрило в социокультурный обиход «экран в качестве медиатора» между потребителем и кино, таким образом, сформировалась «экранная культура».

Телевидение оказалось способным направлять сознание людей в конкретном направлении, выступая в качестве средства социализации индивида. У зрителей при просмотре киноленты формируется тенденция воспринимать стороны социальной реальности в соответствии с тем, что представлено в киноленте.⁷³

⁷¹ Жабский М. И., Тарасов К. А., Фохт-Бабушкин Ю. У. Кино в современном обществе: функции – воздействие – востребованность. М.: Министерство культуры Российской Федерации, НИИ киноискусства, 2000. – С. 93.

⁷² Агафонова Н. А. Экранное искусство: художественная и коммуникативная специфика. Минск: БГУ культуры и искусств, 2009. Ищенко Е. В. Принцип окна в современной экранной культуре: автореф. дисс. ... к культурологии. М., 2006. – С. 7.

⁷³ Жабский М. И., Тарасов К. А., Фохт-Бабушкин Ю. У. Кино в современном обществе: функции – воздействие – востребованность. М.: Министерство культуры Российской Федерации, НИИ киноискусства, 2000. – С. 118.

Американские социологи П. Лазарсфельд и Р. Мертон отмечают две функции и одну дисфункцию СМК (средств массовой коммуникации).

Первая функция – «статусообразующая». Если определенная проблема, идея, личность, общественное движение или организация становятся предметом сообщения в СМК (средствах массовой коммуникации), то таким образом предмет сообщения получает определенный уровень значимости, т.е. данный факт легимитизирует статус предмета сообщения СМК. «Если вы действительно важны, вы будете в фокусе массового внимания и, если вы находитесь в фокусе массового внимания, тогда вы определенно важны».⁷⁴

Вторая функция – закрепление существующих социальных норм. Данная функция проявляется в концентрации общественного внимания на нормативных отклонениях.⁷⁵

Дисфункцию, которую отмечают П. Лазарсфельд и Р. Мертон, называют «наркотизирующая дисфункция» СМК, которая, по мнению ученых, состоит в способности усыпления, наркотизации, снижении активности от информационных потоков. Все больше времени у слушателей\зрителей уходит соответственно на прослушивание, чтение информации, а меньшая часть времени на организованное действие. «В этом специфическом отношении средства массовой коммуникации могут быть отнесены к одному из наиболее эффективных и признанных социальных наркотиков».⁷⁶ Так же повышенный уровень информированности населения может привести к преобразению активности к пассивному знанию.

Возросли и воспитательные возможности киноискусства в условиях постсовременности. На данный момент, особенно актуально, использовать киноискусство как средство воспитания толерантности. Как пишет В. А.

⁷⁴ Лазарсфельд П., Мертон Р. Массовая коммуникация, массовые вкусы и организованное социальное действие /пер. с англ. // Назаров М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследования. М.: АВАНТИ ПЛЮС. – 2004. – С. 141.

⁷⁵ Лазарсфельд П., Мертон Р. Массовая коммуникация, массовые вкусы и организованное социальное действие /пер. с англ. // Назаров М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследования. М.: АВАНТИ ПЛЮС. – 2004. – С. 143.

⁷⁶ Лазарсфельд П., Мертон Р. Массовая коммуникация, массовые вкусы и организованное социальное действие /пер. с англ. // Назаров М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследования. М.: АВАНТИ ПЛЮС. – 2004. – С. 145.

Монастырский: «Восприятие кинопроизведения – это динамичный процесс, предполагающий постоянную смену типов восприятия: сопереживание, сочувствие, созерцание, ассоциативное мышление, декодирование скрытых значений, эмоциональное чувствование и так далее».⁷⁷

Анализируя социальную функцию кинематографа, стоит отметить отличительную функцию киноискусства в условиях культуры постмодернизма – это антистрессовая функция или «психологическая разрядка». Современная жизнь характеризуется бешеным ритмом жизни, нестабильностью в экономической и политической сфере, перезагруженностью. Все это приводит к эмоциональным всплескам, психологической неустойчивости, девиантному поведению. Как следствие происходит и обострение ситуации в социуме. Реалистичное подражание (мимесис) киноискусства способно создать иллюзию присутствия, сделать зрителя свидетелем какого-либо события, и тем самым реализуя различные потребности человека (героизм, торжество справедливости, воплощение фантазии и т.д.).

Кинематограф в постсовременном обществе приобрел еще большую мощь в сфере социальной и политической пропаганды (документальные фильмы, исторические фильмы и кинохроники). Посредством определенной киноленты формируется общественное мнение по той или иной социальной проблеме.

Как отмечают выше исследователи, кино способно формировать как отдельного зрителя и конкретную социальную группу, так и все общество в целом. Киноленты прививают определенные привычки, манеры и даже определенный образ жизни. Смотря на киногероев, происходит как осознанное так и не осознанное подражание. Именно поэтому киноленты используются в качестве средства по повышению популярности или поддержанию популярности брендов. Многие табачные лобби тратили миллионы на то, чтобы в кинокартинах присутствовала их продукция (до

⁷⁷ Монастырский В.А. Киноискусство в социокультурной работе / В.А. Монастырский. – Тамбов. – 1999. – С. 142.

вступления в силу закона "Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака").⁷⁸

Таким образом, среди основных функций кино в условиях постсовременности можно выделить следующие: познавательная, социализирующая, регулирующая, идеологическая, досуговая, ценностно-ориентационная, антистрессовая, экономическая, эстетическая, воспитательная, интегративная и т.д. Функции киноискусства в условиях культуры постмодернизма отличаются многоуровневостью и всеобъемлемостью. Многие исследователи на данный момент отдают предпочтение изучению отдельных функций кинематографа и его производных, анализируя конкретное применение в современных реалиях. Однако при этом учеными отмечается, что кинематограф функционирует как целостная система, состоящая из взаимосвязанных между собой компонентов.

⁷⁸ Федеральный закон "Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака" от 23.02.2013 N 15-ФЗ (последняя редакция) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_142515/f8c54e95eb72faf923b32bbf85e540d607b3eb1f/ (Дата обращения: 21.01.2017).

Глава 2. Анализ особенностей кинопредпочтений в современном российском обществе (на основе социологического исследования в Тольятти)

2.1. Типология жителей Тольятти по предпочтениям кинопродукции

Анализируя варианты досуга, мы обнаружим широкую вариацию проведения свободного времени. Это может быть чтение, прогулка, поход в спортзал или же поход в театр или на выставку, но среди всех многочисленных вариантов одним из самых часто выбираемых оказывается – поход в кинотеатр или выбор домашнего просмотра фильмов. Как показывают последние исследования, наиболее активной частью постсовременного общества в предпочтении данного вида досуга является молодежь. Однако исследователями отмечается тенденция увеличения возраста зрительской аудитории. А именно, что среднее поколение в возрасте 31-50 лет стало занимать значительную часть ядра киноаудитории.⁷⁹

Из всех видов искусства кино занимает уникальное место в постсовременном обществе. Это обусловлено, прежде всего, тем, что проблема социального функционирования кинематографа связана с его характерными чертами как социального института, это и возможность оказания влияния на формирование личности, и выполнение такой значительной функции как социализация индивида, и в целом формирование духовной жизни общества.

Кинематограф формирует своего зрителя. Так, имея сильное влияние на молодежь, кино способно привить данной социальной группе определенные привычки, манеры поведения вплоть до формирования образа жизни.

⁷⁹ Кто ты - российский кинозритель? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116084> (Дата обращения: 19.04.2017)

Благодаря кинофильмам становятся популярны: одежда, украшения, бренды, которые были не известны прежде среди населения.

Кинолента формирует общественное мнение по той или иной социальной проблеме, она способна привить обществу ценности конкретной эпохи, кроме того кинематограф нередко выступает в качестве внедрения идей, понятий, играя своего рода пропагандистскую роль.

В условиях культуры постмодернизма современное общество стало очень привязанным к действию просмотра фильмов. Исследования кинопредпочтений и киноповедения дают возможность получить информацию о художественно-эстетических интересах, как молодежной аудитории, так и среднего поколения. Интерес аудитории кинозрителей к определенным жанрам в различные временные периоды меняется. Отсюда следует, что исследования аудитории кинозрителей позволяют так же получить информацию о текущей экономической, политической и культурной обстановке.

Для того чтобы более подробно рассмотреть данный спектр проблем, нами был проведен опрос жителей, проживающих в городе Тольятти. Гипотезы исследования были построены на основе сравнения молодого поколения в возрасте от 18 до 30 лет и среднего поколения в возрасте от 31 до 50 лет, а так же на основе сравнения по гендерному признаку. Выборочная совокупность представлена в пропорции 100\100.

По уровню образования респонденты разделились на 5 групп: 32% – высшее образование, 34% – незаконченное высшее образование (студент), 27% – среднее профессиональное образование, 6% – среднее общее образование и 1% – основное общее образование.

Далее по семейному положению респонденты разделились на 2 группы: 57% – замужем\женат и 43% – не замужем\не женат.

Так же по материальному положению респонденты разделились на 5 групп: 49% отмечают свое материальное положение как среднее, 23% расценивают как выше среднего, 21% оценивает свое материальное

положение как ниже среднего, 5% – очень трудное и лишь 2% как отличное (практически ни в чем себе не отказываю).

Для начала мы хотели бы узнать, **как часто респонденты смотрят фильмы**. Большинство респондентов отмечают, что смотрят фильмы несколько раз в неделю (40%) и несколько раз в месяц (34%). Несколько раз в неделю смотрят фильмы – 39% опрошенных в возрасте от 18 до 30 лет и 41% в возрасте от 31 до 50 лет. Несколько раз в месяц смотрят фильмы – 38% молодое поколение и 30% среднее поколение. Каждый день смотрят кинофильмы 23% опрошенных, среди которых 19% в возрасте 18-30 лет и 26% в возрасте 31-50 лет. Лишь 3% отмечают, что смотрят фильмы несколько раз в год, данный вариант выбирают 4% – молодое поколение и 3% – среднее поколение.

Как удалось выяснить, исследуя **жанровые предпочтения**, самым предпочтительным жанром кино является комедия. Данный вариант упоминают 58% опрошенных, среди которых 61% – молодое поколение и 55% – среднее поколение. Это объясняется, прежде всего, тем, что главной целью посещения кинотеатров\домашнего просмотра кинофильмов является развлечение, отдых и удовольствие. Так же стоит отметить, что в нестабильные экономические и кризисные периоды увеличивается интерес к комедиям. Далее по популярности идут такие жанры как: фантастика (30%), исторические (32%), мелодрамы (26%), ужасы\триллеры (25%), боевики (25%), приключения (22%), документальные (16%), драмы (15%), научно-популярные (12%), мультфильмы (12%), артхаус (8%), музыкальные (мюзиклы) (1%), а так же упоминаются в качестве отдельных жанров – военные кинофильмы, фэнтези, спортивные фильмы и фильмы об экстремальных видах спорта. Следовательно, наиболее популярными жанрами среди жителей Тольятти являются комедия, фантастика и исторические кинофильмы. Стоит отметить, что интерес к фантастике у женщин почти в 2 раза меньше, чем у мужчин (39% – мужчин, 20% – женщин). Это может быть объяснено тем, что мужчины более склонны к

отдыху от рационального мышления. Так же при просмотре фильма в жанре фантастика происходит развитие собственных фантазий, которые переходят в процесс «свободного творческого мышления». Таким образом, происходит получение удовольствия похожее на удовольствие от проделанной работы в действительности. Такие эмоции свойственны как мужчинам, так и женщинам, так как напрямую связаны с потребностью людей в самореализации и самовыражении, однако, можно предположить, что мужчины нуждаются в этом больше. Интерес к историческим кинолентам может быть обусловлен особенностями данного вида жанра. Исторические кинофильмы отличаются массовостью, величественностью, красочностью. Так же, современные исторические кинофильмы высокобюджетные, качественные, захватывающие и увлекающие зрителя. Примечательно, что интерес к историческим кинофильмам среди среднего поколения значительно выше, чем у молодежи (49% – среднее поколение и 15% – молодое поколение).

Среди молодого поколения по популярности вслед за комедиями идут следующие жанры: фантастика (33%), боевики (28%), мелодрамы (25%), ужасы\триллеры (24%), приключения (22%), драмы (21%), мультфильмы (17%), исторические (15%), документальные (14%), артхаус (13%), научно-популярные (6%). Среди среднего поколения далее по популярности идут: исторические (49%), мелодрамы (27%), ужасы\триллеры и фантастика (26%), боевики (22%), приключения (21%), документальные и научно-популярные (17%), драмы (8%), мультфильмы (6%), артхаус (3%) и музыкальные (мюзиклы) (1%). Так интерес к драмам среди молодежи в 2,5 раза выше, чем интерес среднего поколения к данному виду жанра. Возможно, это связано с тем, что молодое поколение больше готово увидеть плохой, грустный конец в киноленте, нежели представители среднего поколения. Так же интерес к такому жанру кино как артхаус значительно выше у молодежи, нежели чем у среднего поколения. В первую очередь, это связано с направленностью главного конфликта в кинофильме в жанре артхаус. Как правило, основной

конфликт разворачивается не во внешнем мире, а во внутреннем мире персонажа, что наиболее близко молодежи. Интерес к научно-популярному жанру почти в 3 раза выше среди представителей среднего поколения, чем среди представителей молодежи. Это может быть объяснено тем, что среднее поколение больше ориентировано на получение практически полезной информации, расширение кругозора, развитие эрудиции посредством просмотра кинофильмов. Итак, среди молодежи наиболее популярными оказываются комедия, фантастика и боевики. Так же среди представителей среднего поколения наиболее популярными оказываются комедия, мелодрамы и исторические кинофильмы. Следует отметить, что интерес к боевикам в значительной степени выше у мужчин, чем у женщин (45% и 5% соответственно). Интерес мужчин к данному жанру связан непосредственно с отличительными чертами боевиков: решительные действия, героизм, тема войн, проявление характера, а так же высокая динамичность жанра. У женщин же напротив наибольший интерес вызывают мелодрамы (50% женщин и 2% мужчин отдают предпочтение данному виду жанра). Интересно отметить, что доля кинофильмов в жанре мелодрамы от общего числа кинофильмов, которые смотрят женщины, с возрастом почти не меняется, так если женщины на протяжении всей жизни выбирают мелодрамы как один из любимых видов жанра.

Так же стоит отметить, что, наряду с жанровыми предпочтениями аудитория кинозрителей большое значение придает виду кинопродукции, а именно ее временной и пространственной локализации. Был задан вопрос **«Какое кино Вы предпочитаете?»**. Современное зарубежное кино предпочитает больше половины опрошенных, причем молодое поколение предпочитает данный вид кинопродукции чаще, чем среднее поколение (78% и 56% соответственно). Советское кино привлекает 54% участников опроса. Интересно при этом, что советские кинофильмы являются самым часто выбираемым видом кинопродукции среди представителей среднего поколения (76%). Среди молодежи советское кино предпочитает 32%.

Современное отечественное кино выбирает 40% респондентов. При этом современное отечественное кино является наименее привлекательным для молодежи (22%), в то время как для среднего поколения современное отечественное кино остается наиболее предпочтительным (57%). Зарубежное кино 20 века предпочитают 29% респондентов, среди которых 27% – молодежь и 21% – среднее поколение. Таким образом, можно сделать вывод о том, что молодые люди в возрасте 18-30 лет предпочитают зарубежные кинофильмы. Наименее привлекательными для молодежи являются современные отечественные киноленты. Возможно, это связано с состоянием отечественного кинематографа, развитием и набором стереотипов об отечественном кинематографе в современном обществе. Среднее поколение больше ориентировано на отечественный вид кинопродукции.

Далее мы хотели узнать **оценку качества современного отечественного кино по 5-ти бальной шкале**. Средняя оценка качества современного отечественного кино, по мнению участников опроса, составляет 3. При этом средняя оценка современного отечественного кино среди опрошенных в возрасте 18-30 лет составляет – 2,5. Средняя оценка современного отечественного кино среди опрошенных в возрасте 31-50 лет составляет – 4.

Аналогичным образом мы узнали **среднюю оценку качества современного зарубежного кино по 5-ти бальной шкале**. Средняя оценка качества современного зарубежного кино, по мнению участников опроса, составляет 4. Средняя оценка респондентов в возрасте 18-30 лет составляет – 4, а респондентов в возрасте 31-50 лет составляет – 3.

В настоящее время, одной из проблем современного отечественного кинематографа является американизация, поскольку число зарубежных фильмов в российском прокате значительно превышает число отечественных кинофильмов. Как отмечает российский культуролог и кинокритик Даниил Дондурей, зрители, в особенности молодые, нуждаются в местных вариантах глобальных мифов.

В результате исследования так же было установлено, **что дает просмотр кинофильмов современным людям**, по мнению респондентов. Больше половины опрошенных (80%) считают, что просмотр фильмов служит современному человеку в качестве развлечения и удовольствия (мнения молодого поколения и среднего поколения практически не отличаются, соответственно 78% и 82%). 35% опрошенных отмечают, что кинопросмотр служит источником получения эмоций, недостающих в жизни. Данный вариант выбирают 32% – молодое поколение и 38% – среднее поколение. Интересно отметить, что данный вариант ответа выбирают 22% – мужчин и 48% – женщин. Возможно, это связано с тем, что женщины являются более эмоциональными и нуждающимися в дополучении определенных эмоций, нежели мужчины. Так же просмотр кинолент дает современному зрителю представление о других культурах, данный вариант отмечают 28% опрошенных, среди них 21% – молодое поколение и 34% – среднее поколение. 16% опрошенных отмечают, что просмотр кинофильмов дает нравственное развитие (17% – молодое поколение и 14% – среднее поколение). 14% респондентов считают, что просмотр кинолент служит источником получения жизненного опыта (13% опрошенных в возрасте 18-30 лет и 14% опрошенных в возрасте 31-50 лет). 12% опрошенных отмечают развитие эрудиции, примечательно, что среднее поколение отмечает данный вариант ответа значительно чаще, чем молодое поколение (18% и 5% соответственно). Это связано непосредственно с кинопредпочтениями представителей среднего поколения в возрасте 31-50 лет, а именно повышенный интерес к научно-популярным и историческим кинофильмам, которые в свою очередь являются средством получения новых знаний и развития эрудиции. И 12% опрошенных отмечает возможность сопереживать (11% – молодежь и 12% – среднее поколение). Таким образом, можно сделать вывод о том, что просмотр кинолент служит для современной аудитории развлечением, удовольствием и способом психологической разрядки.

В нашем исследовании мы решили узнать у респондентов, **к каким рекомендациям они прислушиваются при выборе фильма.** В итоге больше половины опрошенных (57%) прислушиваются к рекомендациям друзей\знакомых\родственников. 54% опрошенных отмечают, что прислушиваются к отзывам людей, посмотревших фильм; 32% опрошенных обращают внимание на СМИ (реклама и публикации); 31% опирается на информацию о режиссере\актерском составе; 21% полагается на случайный выбор и 20% опрошенных прислушиваются к советам кинокритиков (различные награды и номинации). Стоит отметить, что среднее поколение больше ориентировано на отзывы людей, посмотревших фильм, нежели молодежь (65% и 42% соответственно). Молодежь гораздо чаще опирается на информацию о режиссере\актерском составе, чем среднее поколение (38% и 23% соответственно). Таким образом, на основе полученных данных можно сделать вывод о том, что молодое поколение тщательно подходит к выбору фильма для последующего просмотра, учитывая при этом различные рецензии (интернет-сайты, журналы, отзывы относительно определенных кинокартин). Среднее поколение при выборе фильма больше ориентировано на рекомендации со стороны друзей, знакомых, родственников и на рекомендации людей, посмотревших фильм.

Далее респондентам был предложен следующий вопрос: **«Чтобы фильм Вам понравился, в нем должны быть...?»**. При помощи этого вопроса мы попытаемся выяснить, какие именно аспекты привлекают современных зрителей в кинокартинах. В итоге 49% опрошенных отмечают, что необходим сложный, увлекательный сюжет (54% опрошенных в возрасте от 18 до 30 лет и 44% опрошенных в возрасте 31-50 лет). Хорошая игра актеров привлекает 41% респондентов (48% опрошенных в возрасте от 18 до 30 лет и 34% опрошенных в возрасте от 31 до 50 лет). Стоит отметить, что женщин данный аспект привлекает больше, чем мужчин (51% и 31% соответственно). Вероятно, это объясняется тем, что женщины более восприимчивы к жестам, мимике, диалогам, нежели мужчины. Мастерство

режиссера отмечают 34% респондентов (37% – молодежь и 30% – среднее поколение). Хороший актерский состав интересует 34% респондентов. Данный вариант отмечают чаще женщины (41%), чем мужчины (26%). В равной степени опрошенных привлекают такие аспекты в кинолентах как: информационность и поучительность сюжета, оригинальность киноленты и визуальные эффекты (17% соответственно по трем данным аспектам). Причем молодежь оригинальность киноленты отмечает чаще, нежели среднее поколение (22% – молодежь и 12% – среднее поколение). Так же визуальные\оптические эффекты наиболее привлекательны для мужчин (31%), чем для женщин (3%). Это можно объяснить тем, что мужчины больше обращают внимание на визуальную составляющую в фильмах, а женщины больше воспринимают красоту, эстетику и игру актеров, так если картину в целом. Далее 13% респондентов отмечают, что их привлекает в фильме легкий, простой и незамысловатый сюжет, причем среднее поколение отмечает данный аспект гораздо чаще, чем молодое поколение (6% – молодое поколение и 20% – среднее поколение). В качестве неотъемлемой части фильма отмечается наличие известных актеров, это отмечают 13% респондентов, среди которых 8% опрошенных в возрасте 18-30 лет и 18% опрошенных в возрасте 31-50 лет. На яркие характеры персонажей обращают внимание 11% опрошенных (мнение молодого поколения и среднего поколения практически не отличаются – 11% и 10% соответственно). Мастерство оператора упоминается 9% опрошенных (мнение молодежи и представителей среднего поколения совпадают). Проявление жестокости и сцены насилия привлекают 6% опрошенных, среди которых 9% опрошенных в возрасте 18-30 лет и 2% опрошенных в возрасте 31-50 лет, что говорит о повышенной заинтересованности к сценам насилия и жестокости со стороны молодежи. Так же данный аспект упоминается чаще женщинами, чем мужчинами (3% – женщины и 8% – мужчины). И лишь 5% респондентов отмечают красивые костюмы и декорации.

Нам было также важно узнать, **какое значение, по мнению респондентов, имеет кино в жизни современного человека.** Больше половины опрошенных считают, что кино является организацией массового досуга (69%). Мнение молодого и среднего поколения практически не отличаются (71% и 67% соответственно). Кино является видом искусства, по мнению 45% респондентов (мнения молодого и среднего поколения совпадают). Кино – это разновидность бизнеса, по мнению 34% опрошенных, причем молодое поколение чаще отмечает данный вариант ответа (42%), чем среднее поколение (25%). Так же мужчины чаще отмечают данный вариант ответа (42%), чем женщины (25%). Кино рассматривается в качестве средства идеологического влияния 27% опрошенных, среднее поколение рассматривает кино в качестве идеологического влияния чаще (32%), чем молодое поколение (21%). 17% респондентов отмечают, что кино является способом продвижения рекламы, среди которых 12% – молодое поколение и 22% – среднее поколение. Здесь стоит отметить, что молодое поколение относится поверхностно к рекламируемым в кино брендам, так если в современных условиях происходит неосознанное потребление того или иного рекламируемого товара. Среднее же поколение остается более восприимчивым к рекламе в кинолентах. Кино как средство формирования нравственности отмечают 16% респондентов (мнения молодого и среднего поколения практически не отличаются, 14% и 17% соответственно). Наименее популярным оказался следующий вариант ответа: кино как средство распространения знаний (10%), среди которых 12% – опрошенные в возрасте 18-30 лет и 7% – опрошенных в возрасте 31-50 лет.

По мнению большинства респондентов, кино является для современного общества массовым досугом. Однако респонденты отмечают, что кино является и видом искусства и разновидностью бизнеса. Так же среднее поколение большое значение придает кинофильмам, отмечая их как средства идеологического влияния.

Так же немаловажным фактором является влияние кино на современное общество. На вопрос **«Как Вы считаете, влияет ли кино на современное общество?»** всего лишь 5% опрошенных отвечают, что кино не влияет на современное общество, из них 7% – молодежь и 2% – среднее поколение. 81% опрошенных отвечают утвердительно и 14% затрудняются ответить на данный вопрос (13% – молодежь и 16% – среднее поколение).

Далее предполагалось выяснить **какое именно влияние кино может оказывать**. В итоге 42% опрошенных считают, что кино влияет скорее положительно. 16% опрошенных считают, что скорее отрицательно (мнения молодого и среднего поколения совпадают). 5% считает, что кино не оказывает никакого влияния. И 37% опрошенных затрудняются ответить на данный вопрос. Исходя из полученных данных, можно сделать вывод о том, что молодые люди и люди среднего поколения не дают однозначного ответа на вопрос какое же влияние кино может оказывать на общество, склоняясь и к положительным и отрицательным тенденциям.

Затем при помощи номинальной шкалы мы попытаемся установить, **какая информация о кинематографе интересна респондентам**. В ходе исследования было установлено, что 42% опрошенных интересны технологии создания кино, причем мужчины интересуются этим аспектом больше, чем женщины (48% и 35% соответственно). Технологии спецэффектов интересуют 40% респондентов. Следует отметить, что больше половины мужчин (55%) интересуется данным видом информации, женщины же интересуется данной информацией реже (25%). Это обусловлено, прежде всего, тем, что мужчин больше интересует техническая сторона создания, функционирования кинокартин и их составляющих. 38% опрошенных интересна информация, связанная с биографиями актеров. При этом данная информация наиболее интересна женщинам (45%) по сравнению с мужчинами (31%). История создания кинофильмов привлекает 35% опрошенных. Биографии режиссеров, операторов, сценаристов интересуют 17% опрошенных. История кинематографа привлекает 15% респондентов.

Так же отмечаются такие варианты как: награды, номинации и трейлеры к кинофильмам.

Для нас было так же важно узнать, **есть ли киногерои, которым бы хотелось подражать** участникам опроса. 47% опрошенных отвечают утвердительно на данный вопрос. Молодые люди чаще отвечают утвердительно на данный вопрос, чем представители среднего поколения (53% и 41% соответственно). Так же женщины чаще отвечают утвердительно, нежели мужчины (50% и 44% соответственно). 42% опрошенных отрицательно отвечают на данный вопрос. Интересно отметить, что респонденты в возрасте 31-50 лет чаще выбирают в качестве ответа «нет», нежели респонденты в возрасте 18-30 лет (49% и 35% соответственно). Возможно, это связано с тем, что молодые люди все же более склонны к подражанию. И 11% опрошенных затрудняются ответить на данный вопрос.

Чтобы тщательнее проанализировать предыдущий вопрос, респондентам был предложен следующий вопрос: **«Что Вас привлекает в этих киногероях?»**. Выяснилось, что большую часть опрошенных привлекает характер киногероев (56%) и поступки (54%). Характер киногероев молодых людей привлекает больше, чем людей среднего поколения (62% – молодые люди и 49% – люди среднего поколения). Люди среднего поколения отдают наибольшее предпочтение поступкам киногероев (61%), молодые люди в свою очередь (48%). Манеры поведения тех или иных киногероев привлекают 45% опрошенных. Стоит отметить, что молодых людей манеры поведения привлекают больше (58%), нежели людей среднего поколения (29%). Молодые люди как правило не до конца сформированы в отношении того, как можно и нужно себя вести, как себя лучше продемонстрировать в определенной социальной общности, и что считается одобряемым и неодобряемым в рамках общества, отсюда повышенный интерес к манерам киногероев как примеру социально одобряемого или наоборот социально неодобряемого поведения. Юмор привлекает 40% респондентов, причем мужчин юмор привлекает больше, чем женщин (49% и

32% соответственно). Стиль одежды, прическа привлекательны для 30% респондентов. Молодые люди отмечают данный вариант чаще, чем люди среднего поколения (35% и 24% соответственно). Мужчины отмечают данный вариант реже, чем женщины, а именно 16% – мужчин и 42% – женщин отмечают данный вариант ответа. Особенности речи привлекают 19% опрошенных, женщины упоминают данный вариант ответа значительно чаще по сравнению с мужчинами (30% и 7% соответственно). Телосложение киногероев привлекает 15% опрошенных. Данный вариант ответа отмечают лишь 6% женщин, в то время как выбор данного ответа у мужчин составляет 26%. Жесты привлекают 7% опрошенных и аксессуары, украшения лишь 3% опрошенных.

Совершенно очевидно, что подражание как воспроизводство определенных моделей поведения, манер, внешности, имитации стиля имеет место в современном обществе, особенно это касается молодой части населения. Подражание какому-либо киногерою может быть как позитивным, так и негативным для человека. Это в свою очередь будет зависеть от ценностей, которые господствуют в обществе.

Далее в нашем исследовании предполагалось узнать, **где респонденты предпочитают смотреть фильмы**. Мнения участников опроса разделились, так 41% опрошенных предпочитает домашний просмотр (по телевизору, компьютеру и другой технике) и 41% опрошенных отмечает, что все зависит непосредственно от самого фильма. Стоит отметить, что домашний просмотр кинофильмов выбирают чаще люди среднего поколения (54%), чем молодые люди (28%). В кинотеатре предпочитают смотреть фильмы 18% респондентов. При этом молодежь выбирает кинотеатр как место для просмотра фильмов чаще, чем среднее поколение (21% и 14% соответственно). Стоит отметить, что женщины в 2 раза чаще выбирают кинотеатр как место для просмотра кинофильмов, чем мужчины (24% – женщин и 11% – мужчин).

Затем мы выяснили, **как часто респонденты посещают кинотеатр**. В ходе исследования выяснилось, что половина респондентов (51%) посещают кинотеатр раз в год. 33% респондентов посещают кинотеатр несколько раз в месяц, при этом молодежь в 2 раза чаще отмечает данный вариант ответа, чем среднее поколение (44% и 22% соответственно). 15% респондентов вообще не ходят в кинотеатр, среди которых 7% – молодое поколение и 23% – среднее поколение. Стоит отметить, что 21% мужчин отмечают данный вариант ответа, и лишь 9% женщин. Посещают кинотеатр с периодичностью несколько раз в неделю лишь 2% опрошенных.

На вопрос: «**С кем Вы обычно ходите в кинотеатр?**» 55% опрошенных отмечают вариант с друзьями (близким человеком). 25% респондентов ходят обычно в кинотеатр с семьей и 5% ходят один\одна. Следует отметить, что среди опрошенных в возрасте от 18 до 30 лет – 80% ходят с друзьями (близким человеком) и лишь – 7% с семьей. Среди опрошенных в возрасте от 31 до 50 лет 43% ходят с семьей и 31% с друзьями (близким человеком). Так же женщины в 4 раза чаще, чем мужчины, упоминают о том, что ходят в кинотеатр одни (8% и 2% соответственно).

Исходя из полученных данных в ходе исследования, следует отметить, что менее одной трети указывают, что достаточно часто посещают кинотеатры. В связи с этим необходимо рассмотреть факторы, так если **возникающие препятствия для посещения кинотеатров**. Основным препятствием для посещения кинотеатров является отсутствие свободного времени (44%). Данный вариант ответа отмечают 44% – молодое поколение и 39% – среднее поколение. Также, 33% опрошенных предпочитают смотреть по интернет\ТВ. Респонденты в возрасте от 31 до 50 лет указывают значительно чаще данный вариант ответа, нежели респонденты в возрасте от 18 до 30 лет (43% – среднее поколение и 22% – молодое поколение). Такая причина, как «не устраивает кинорепертуар» является важной для современной аудитории кинозрителей – 29% опрошенных отмечают данный вариант ответа. Мнения молодого и среднего поколения совпадают. Также,

25% опрошенных указывают на отсутствие финансов, причем, данная проблема среди молодежи встречается значительно чаще, чем у представителей среднего поколения (34% и 15% соответственно). На фоне сохраняющейся неблагоприятной экономической ситуации изменяются потребительские предпочтения в сторону сокращения расходов на развлечения, в том числе и на посещение кинотеатров. Среди других препятствий для посещения кинотеатров респондентами упоминаются такие как: «целевая аудитория современных кинотеатров», «отвлекают посторонние люди во время просмотра фильма», «хорошее оборудование для просмотра кинофильмов, имеющееся дома», «не с кем ходить в кинотеатр».

Подводя итог, следует отметить, что, как и предполагалось, жанр комедия является наиболее привлекательным как для молодого, так и для среднего поколения. Это связано, прежде всего, с целью посещения кинотеатров\домашнего просмотра – развлечения, отдых и удовольствие. Так же ряд исследователей отмечает, что популярность данного жанра среди общественности говорит о напряженной экономической и социальной обстановке. Для молодого поколения наиболее привлекательными являются следующие жанры: фантастика, боевики, мелодрамы, ужасы\триллеры, приключения. Для среднего поколения наиболее привлекательными являются следующие жанры: исторические, мелодрамы, ужасы\триллеры, фантастика, боевики. Для мужчин наиболее привлекательными являются следующие жанры: боевики, фантастика, исторические и ужасы\триллеры. У женщин же следуют данные жанры по популярности: мелодрамы, исторические, приключения, ужасы\триллеры. Из данных различий можно сделать вывод, что мужчины отдают предпочтение более динамичным и зрелищным фильмам. Женщины же предпочитают более спокойные, сентиментальные, добрые кинокартины. Однако интерес к жанру ужасы\триллеры достаточно высок у обеих групп. Возможно, это связано с высокой потребностью в безопасности. А. Маслоу выдвигает гипотезу о том,

что степень индивидуальной устойчивости к депривации той или иной потребности зависит от полноты и регулярности удовлетворения этой потребности в прошлом. Следовательно, просмотр данного жанра дает людям в безопасной обстановке пережить, испытать какую-либо угрозу и адаптироваться к угрожающей ситуации.

Как и предполагалось в гипотезе социологического исследования, молодежь отдает предпочтение зарубежным кинофильмам, в то время как среднее поколение предпочитает отечественные киноленты. Так, среднее поколение оценивает качество современного отечественного кино значительно выше, чем молодое поколение.

Таким образом, типология жителей по кинопредпочтениям достаточно многообразна и «подвижна», превалирование определенных жанров разбавляется некоторыми исключениями. Именно поэтому, проблема кинопредпочтений наиболее социально активной части населения – молодежи и среднего поколения, является одной из необходимых задач для исследования и прогнозирования социально-экономической и культурной обстановки в условиях постсовременности.

2.2. Анализ документов с использованием визуально ряда

На основании анализа данных, полученных при анкетировании, можно дать характеристику современной аудитории кинозрителей.

Во-первых, современный зритель смотрит фильмы с частотой раз в неделю и раз в месяц.

Во-вторых, современная аудитория кинозрителей предпочитает следующие жанры: комедия, фантастика, исторические, мелодрамы, ужасы\триллеры и боевики. Так же кинозритель предпочитает современное зарубежное кино, однако среднее поколение наибольшее предпочтение отдает советским и современным отечественным кинолентам по сравнению с молодым поколением.

В-третьих, современный кинозритель считает, что кино в первую очередь служит развлечением, является источником получения эмоций, не достающих в жизни, и также кино дает современному зрителю представление о других культурах.

В-четвертых, современная аудитория кинозрителей прислушивается при выборе фильма к друзьям и знакомым, а также к отзывам людей, которые смотрели фильм. Определяющую роль играют СМИ (публикации, реклама кинофильмов), режиссерский\актерский состав.

В-пятых, современного зрителя в кинокартинах привлекают: сложный, увлекательный сюжет, хорошая игра актеров и хороший актерский состав, мастерство режиссера, информационность, поучительность сюжета, визуальные эффекты и оригинальность киноленты.

В-шестых, современный зритель не отрицает факта подражания киногероям. Так, кинозрителей привлекают в наибольшей степени: характер киногероя, поступки, манеры поведения и юмор.

Стоит отметить, что кинозрители предпочитают домашний просмотр, но при этом они отмечают, что все зависит от конкретного фильма.

В-седьмых, наблюдается тенденция снижения активности посещения кинотеатров современным зрителем. Молодежь по-прежнему является наиболее активной по сравнению со средним поколением. Основным препятствием для посещения кинотеатров современная аудитория выделяет: занятость, предпочтение домашнего просмотра (на данный момент в связи с расширением технических возможностей фильм можно смотреть не только дома, но и по пути на работу, в общественном транспорте, в кафе и т.д.) и не устраивает кинорепертуар.

Таким образом, исходя из полученных данных, мы обратим внимание на факторы, которые являются предопределяющими при выборе кинофильма для просмотра, как в кинотеатре, так и в домашних условиях. Рассмотрим механизмы и средства, которые влияют на процесс кинопотребления современного зрителя. С этой целью мы проанализируем информацию о

каждом кинофильме из 6 самых популярных жанров (т.е. по одному фильму из каждого жанра).

В настоящее время для привлечения внимания к кинофильмам проводятся крупные рекламные кампании. Осуществляется реклама на телевидении, в социальных сетях, проводятся встречи с актерами и режиссерами. Так же трейлеры, ролики считаются эффективным средством по продвижению кинопродукции. Немаловажное место в продвижении фильма занимает киноафиша, так как в настоящее время в обществе наблюдается активная визуализация современной культуры. Произведения, включающие только вербальные элементы, занимают все меньшее место в массовой коммуникации. Заметно возрастание интереса к невербальным средствам коммуникации.

Итак, рассмотрим характерные особенности современных средств и механизмов, которые в настоящее время оказывают определяющую роль при выборе кинофильма для просмотра.

Для начала определим, какие именно средства и механизмы играют предопределяющую роль в выборе фильма. Нами были отобраны следующие критерии для последующего анализа: событие (сюжет кинофильма), слоган к кинокартине, киноафиша, трейлер к кинофильму и отзывы людей, посмотревших фильм.

В основе каждого фильма лежит сценарий, он может быть написан специально для фильма или основываться на литературном произведении. Сюжет – это содержательная, емкая информация о кинокартине, которая обычно находится в информации о фильме. Эта информация иногда содержится на киноафише, флаерах. Также, существуют франшизы – вторые и третьи части, которые заинтересовывают зрителей продолжением.

Следующий момент, на котором необходимо акцентировать внимание анализа это вербальные компоненты рекламы и киноафиши. В рекламе активно используются различного рода речевые обороты, исполняющие роль манипуляторов и влияющих на формирование образа продукта. Рекламные

лозунги емкие, информативные, состоят из простых и легко запоминающихся слов. Использование слоганов дает возможность легко запомнить и после узнавать бренд, марку, сам товар. В настоящее время почти у всех кинокартин есть слоган. В киноафише слоган есть только у некоторых фильмов. У тех же фильмов, где слоган отсутствует, его роль выполняет название фильма.

В данном исследовании с помощью техники семиотического анализа планируется выявить связь между языковыми компонентами киноафиши и ее влиянием на зрителя, какие социальные «послания» для зрителей несут в себе киноафиши, определить воздействие, оказываемое на киноаудиторию.

Согласно классификации Л.В. Головиной существуют три типа корреляции вербального текста и изображения.⁸⁰

1. Параллельный тип корреляции, когда содержание текста и рисунка полностью совпадают, перекрывают друг друга.

2. Дополняющий (комплиментарный) тип корреляции, при котором иконическая информация частично перекрывает вербальный текст, либо наоборот, вербальная информация частично перекрывает содержание изображения.

3. Интерпретативный (объясняющий) тип корреляции, когда текст и изображение не связаны друг с другом содержательно.⁸¹

«Рекламный образ – это образец потребителя рекламируемого товара».⁸² Образы в киноафише – это главные герои фильма, у них нет необходимости заинтересовать и приковать внимание зрителя к какому-то товару. Сама киноафиша является полноценной рекламой «товара» в данном случае – фильма.

Дифференциация образов в рекламе зависит, прежде всего, от вида рекламируемого товара и от того, на какую целевую аудиторию направлена

⁸⁰ Головина Л. В. Креолизованный текст: закономерности построения / Л. В. Головина // Речевое общение: цели, мотивы, средства. – М.: АН СССР, Ин-т языкознания. – 1985. – С. 45-88.

⁸¹ Головина Л. В. Креолизованный текст : закономерности построения / Л. В. Головина // Речевое общение: цели, мотивы, средства. - М.: АН СССР, Ин-т языкознания, 1985. – С. 60.

⁸² Анатомия рекламного образа / Под общ. ред. А. В. Овруцкого. – СПб. : Питер, 2004. – С.8.

реклама. Аудитория может различаться как по одному, так и по нескольким признакам: пол, возраст, материальный достаток, социально-статусная группа, семейное положение и др.

Таким образом, создавая рекламу товара, автор заведомо ориентируется на определенную аудиторию, демонстрируя то, что товар предназначен для избранных. Соответственно, и образ будет направлен на определенную целевую аудиторию, которая будет потреблять рекламируемый товар. В создании образа на киноафише дифференциации не наблюдается. При создании фильма авторы, конечно же, ориентируются на какую-либо аудиторию, но посмотрев именно на киноафишу, это определить достаточно сложно. Единственная дифференциация, наблюдаемая на киноафише – указание нижней границы возраста, с которого рекомендован просмотр фильма. Но у киноафиши есть задача – привлечь к просмотру фильма как можно больше представителей разных аудиторий.

Реклама выполняет функцию создания общественных отношений. В рекламе авторы стремятся воплотить такие образы, которые являлись бы для потребителя образцом поведения. Поставив себя на место героя рекламы, реципиент принимает те ценности, которые пропагандируются в данной рекламе. Т.е. реклама оказывает косвенное воздействие на ценности и нормы целевой аудитории. Киноафиша же составлена таким образом, что обнаружить трансляцию каких-либо ценностей аудитории, практически невозможно, не посмотрев сам «продукт» – фильм.

В современной рекламе часто используются образы, являющиеся средством убеждения потребителя. Это профессионалы, эксперты или просто люди, успешные в той или иной области. Их свидетельские высказывания, как вид аргументации, вызывают доверие и уверенность в подлинности и качестве предоставляемой информации. Выделяют три основных образа-убеждения: эксперт или профессионал, рядовой потребитель и «звездный» потребитель или, говоря другим языком, знаменитость. Использование такого манипуляторного приема повышает эффективность рекламного

сообщения. В киноафише довольно часто практикуется использование образов-убеждений. Образ должен заинтересовать, заинтриговать так, чтобы зрителям захотелось пойти на этот фильм, с целью увидеть раскрытый, более подробный образ, и этот образ не нуждается в дополнительных способах убеждения, он самодостаточный сам по себе.

Отдельное внимание необходимо уделить использованию «звездного» образа в рекламе и киноафише. Использование знаменитостей в рекламе является широко распространенным приемом, получившим в настоящее время высокую популярность, как на Западе, так и в отечественной рекламе. «Звездный» образ привлекает внимание, дольше остается в памяти и определенным образом влияет на потребителя. Знаменитость является образцом для подражания, авторитетом, лидером общественного мнения. Их высказывания, как вид аргументации, рассматриваются как достоверные и подлинные.

Изображение знаменитости на киноафише не является исключением. Кинозвезды часто изображаются на афише, особенно отечественных фильмов. Изображение «звезды» на киноафише – актера, исполнителя роли, чаще всего главной, имеет целью привлечь внимание к фильму. Изображение на афише кинозвезды является для зрителя неким показателем качества фильма.

Несмотря на это, основной акцент делается и на актерском составе, «звездами» могут быть режиссеры и продюсеры. Их имена указываются на киноафише, следовательно, зрители могут пойти из-за интереса именно к режиссеру фильма.

Весомую роль играет участие фильма в кинофестивалях, конкурсах и премиях. Эта информация указывается на киноафише и «делая свой выбор в пользу такого фильма, зритель получает дополнительное подтверждение

осуществленного выбора в виде некоего одобрения экспертами – членами жюри кинофестивалей».⁸³

В настоящее время одним из наиболее эффективных механизмов продвижения кинопроизведений являются кинотрейлеры, которые демонстрируются в кинотеатрах, в социальных сетях и размещаются на сайтах, посвященных кинематографу. В процессе производства трейлер фильма монтируется, как правило, из эпизодов и материалов фильма. В качестве категорий анализа выступают следующие структурные элементы кинотрейлеров.

1) Основные темы, которые поднимаются в кинокартинах (современные войны, семья, приключения, любовь и т.д.).

2) В свою очередь темы, поднимаемые в кинофильмах, очень тесно связаны с ценностными ориентациями. Поэтому в качестве структурного элемента стоит выделить ценностное содержание трейлеров. К ценностным содержаниям кинотрейлеров можно отнести: материальный достаток, дружбу, внешнюю привлекательность, патриотизм, гедонизм и т.д.).

3) Отдельное внимание стоит обратить на сюжетно-зрелищные свойства, которые используют авторы при создании роликов к кинофильмам. Так к свойствам можно отнести клиповую манеру монтажа, которая используется почти во всех кинотрейлерах. К другим сюжетно-зрелищным свойствам относятся смена повествования, технические трюки, сложные спецэффекты, нагнетание атмосферы угрозы и т.д.

4) Стоит отметить, что увеличение скорости подачи материала напрямую зависит от содержания сцен и эпизодов, которые демонстрируются в ролике. Так темами сцен и эпизодов могут быть: человеческие взаимоотношения в различных сферах жизнедеятельности индивидуума, роскошная жизнь, боевые столкновения, сцены насилия, юмор, испытание главным героем риска и т.д.

⁸³ Серебренников, А. В. Эстетико-коммуникативные элементы кинопроизведения как инструмент формирования аудитории кинематографа / А. В. Серебренников // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. – 2007. – Т. 17. – № 43-1. – С. 301.

Как уже упоминалось выше, для современной аудитории кинозрителей большое значение в выборе кинопродукции играют отзывы людей, посмотревших фильм. Основываясь на отзывах кинозрителей, можно сделать выводы не только о том, является ли интересующий нас фильм стоящим или нет, но также выявить определенные моменты, которые касаются особенностей жанра, узнать достоинства и недостатки кинокартины и т.д.

Так, самым предпочтительным жанром кино является комедия. Основываясь на данных лучших фильмов за 2016 год на сайте портала о кино КиноПоиск⁸⁴, где по формуле расчета рейтинга Топ-250 строится рейтинг кинолент за определенный промежуток времени. Определен фильм в жанре комедия «Идеальные незнакомцы», получивший наивысшую оценку среди зрителей (7.702). Событие, описываемое в фильме, происходит в одной неизменяющейся локации (в уютной, просторной квартире), где собираются семь друзей за ужином и в шутку начинают игру – читать все сообщения вслух, а на звонки отвечать по громкой связи. Акцент в сюжете делается на интриге, что люди, затеявшие сыграть в данную игру, не могли и представить, какие открытия они сделают друг о друге благодаря гаджетам и социальным сетям. Слоган же данного фильма гласит «Скелеты в телефонах или что будет, если все прочтут твои смс вслух?». Стоит отметить, что проблема, поднимаемая в фильме, является крайне актуальной, поскольку все больше свободного времени современный человек проводит в социальных сетях, т.е. виртуальном мире.

При анализе киноафиши определен интерпретативный тип корреляции вербального текста и изображения. В рассматриваемой афише можно отметить использование образа-убеждения: рядовой потребитель (комедийный суперхит европейского проката, заменяет сеанс психотерапии 99% положительных отзывов). Так же на афише к данному кинофильму мы можем наблюдать акцентирование внимания на актерском и режиссерском

⁸⁴ КиноПоиск.ру – портал о кино [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.kinopoisk.ru/top/y/2016/> (Дата обращения: 29.04.2017).

составе (вверху киноафиши под названием самого фильма). Наблюдается акцентирование внимания на слогане фильма не только в информации о фильме, но и на самой киноафише (вверху афиши над названием фильма). Таким образом, в киноафише вербальному компоненту (название, информация о создателях, актерах), в основном, отводится определенное место – вверху афиши.

При анализе кинотрейлера, были сделаны следующие выводы относительно его структурных элементов. Во-первых, темы, поднимаемые в кинотрейлеры: проблема взаимоотношений в семье, дружба, социальный конфликт. В свою очередь ценностное содержание кинотрейлера следующее: семья и дети, любовь, дружба. В-третьих, среди сюжетно-зрелищных свойств кинотрейлера присутствуют: клиповая манера монтажа, намек на счастливый конец, использование отзывов людей, посмотревших фильм, параллельно повествованию («невероятные повороты в сюжете», «эта игра – почти русская рулетка», «вся изнанка смартфонов – на виду», «до безумия забавно», «заменяет сеанс психотерапии», «самая смешная комедия последнего десятилетия»). И в-четвертых, среди сцен и эпизодов, демонстрируемых в кинотрейлере, присутствуют следующие: человеческие взаимоотношения в семье, человеческие взаимоотношения между влюбленными, юмор.

Анализируя 10 случайно отобранных отзывов к данному фильму, можно сделать вывод, что кинозрители в целом единодушны. Зрители отмечают, что фильм является оригинальным, интересным, смешным, захватывающим и держащим в напряжении. Из явных достоинств фильма кинозрители отмечают: актуальность проблемы (гаджеты, социальные сети, крах института семьи), которую поднимает автор; «жизненные примеры»; непредсказуемость; альтернативную концовку; хорошую актерскую игру, которая отличается правдоподобностью; красивое музыкальное сопровождение, подчёркивающее в основном драматические моменты и экспрессию присущую итальянцам. Из недостатков фильма кинозрители

отмечают только излишнюю пропаганду толерантности, отмечая данную тенденцию и в других западных кинофильмах. Интересно отметить, что кинозрители отмечают факт смешения различных жанров. Так они отмечают, что данный кинофильм является не чисто комедийным жанром, а скорее комедией с элементами драмы.

Следующий кинофильм, который был нами рассмотрен, это фильм в жанре фантастика «Прибытие» (7.641). Сюжет фильма начинается с того, что в небе в различных частях мира появляются неопознанные летающие объекты, которые повергают весь мир в трепет, так как намерения пришельцев совершенно не ясны землянам. Вооруженные силы всего мира приведены в полную боевую готовность, а лучшие умы человечества пытаются понять, как разговаривать с непрошенными гостями. Правительство обращается за помощью к лингвисту Луизе Бэнкс и физику Яну Доннели, чтобы предотвратить глобальную катастрофу и найти общий язык с пришельцами. Слоган данного фильма гласит «Зачем они прибыли сюда?». Тем самым авторы создают интригу за счет поставленного вопроса.

Анализируя киноафишу, определен тип корреляции – интерпретативный. В рассматриваемой афише можно отметить использование образа-убеждения: профессионал (от режиссера фильмов «Убийца» и «Пленницы»). Так, авторы внушают доверие и располагают зрителя к тому, что данная кинолента, снятая режиссером довольно популярных фильмов, не может быть плохой и некачественной. Наблюдается акцентирование внимания на звездном актерском составе (вверху афиши над названием фильма). Интересно отметить, что многие кинозрители отмечают факт того, что данная кинокартина им была интересна, поскольку она была участником номинации на Оскар и получила награду «лучший монтаж звука», помимо этого кинофильм участвовал и на других кинофестивалях, однако данная информация на отечественной киноафише отображена не была.

Темы, которые поднимаются в кинотрейлере следующие: загадочные и таинственные явления, социальный конфликт, приключение, взаимоотношения между людьми в различных сферах жизнедеятельности (работа, семья, любовь). Темы, заключенные в трейлере, включают следующий набор ценностей: сохранение жизни и здоровья, семья и дети, любовь, благородство, верность долгу. Среди сюжетно-зрелищных свойств в данном трейлере стоит выделить: клиповую манеру монтажа, сложные спецэффекты, смена ритма повествования, нагнетание угрозы и апокалиптического настроения. Среди сцен и эпизодов фигурируют следующие: человеческие взаимоотношения на работе, в семье и между влюбленными, испытание главным героем риска.

Анализируя отзывы к данной кинокартине, можно сделать вывод о том, что большинству зрителей данная кинокартина понравилась. Так кинозрители отмечают, что данная кинолента является не «типичной фантастикой», в ней отсутствует типичный фантастический экшн, данный кинофильм является скорее интеллектуальной фантастикой. Фильм толкает зрителя на насущные экзистенциальные вопросы, так кинозрители отмечают, что после кинофильма они задумались над тем, как человечество может идти на контакт с иной расой, когда оно не в силах договориться между собой. Как отмечает один из кинозрителей: «И, по сути, вторжение пришельцев представлено лишь предлогом для того, чтобы задуматься о сущности человечности, о своем бытии, о смерти и как вопреки страху перед неизведанным остаться человеком». Среди достоинств киноленты выделены следующие: выразительность формы фильма, красивый визуальный ряд без лишних спецэффектов, музыкальное сопровождение (в особенности инструментальное, как отмечают кинозрители). Исходя из отзывов зрителей, можно сделать вывод, что современные высокобюджетные фильмы на космическую или близкую к тому тематику становятся всё более «интровертированными». На первый план всё чаще выходит сложное многослойное настроение и внутренние переживания героев, нежели

эпичность и размах, что находит одобрение со стороны современного кинозрителя. Из недостатков зрители отмечают излишний драматизм картины. Так многие кинозрители указывают на то, что данный фильм 50\50 фантастика и драма.

Следующий жанр, который является наиболее предпочтительным среди кинозрителей – это исторические кинофильмы. Фильм «По соображениям совести» набрал наивысшую оценку в своей жанровой категории (8.086). Событие кинофильма повествует о медике американской армии времен Второй мировой войны (Дезмонд Досс), который служил во время битвы за Окинаву. Он отказывается убивать людей и становится первым идейным уклонистом в американской истории, удостоенным Медали Почёта. Слоган кинофильма гласит «основано на реальной истории», что, несомненно, увеличивает интерес со стороны киноаудитории, поскольку зрителю гораздо интереснее смотреть то, что было на самом деле.

При анализе киноафиши определен интерпретативный тип корреляции вербального текста и изображения. В изучаемой нами афише использовано обращение к «звезде» – режиссеру (фильм Мэла Гибсона). Данная информация расположена на верху киноафиши в отдельно отведенном месте над названием фильма. Использование обращения к «звезде» является определенным показателем качества, а также увеличивает запоминаемость не только у поклонников актера, но и у совершенно равнодушного зрителя, поскольку само явление – актер снимает фильм, воспринимается кинозрителями как нечто особенное. Наблюдается акцентирование внимания на слогане фильма «основано на реальной истории» не только в информации о фильме, но и на самой киноафише. Слоган расположен посередине афиши между частями слов, составляющими название фильма. Данный прием совершенно исключает случай того, что можно не заметить какую-либо дополнительную информацию о кинофильме.

Основные темы трейлера посвящены историческим событиям и антимилитаризму. Ценностное содержание кинотрейлера: милосердие и

благородство, вера, патриотизм, верность долгу, духовное и нравственное совершенствование. Сюжетно-зрелищные свойства, присутствующие в трейлере: технические трюки, сложные спецэффекты, клиповый монтаж, боевые действия, смена ритма повествования. Сцены и эпизоды: боевые столкновения, перестрелки, сцены насилия, испытание риска главным героем, человеческие взаимоотношения между сослуживцами и между влюбленными.

Анализируя 10 случайно отобранных отзывов к данному фильму, можно сделать вывод о том, что в целом кинокартина понравилась зрителям, однако мнения по поводу излишней натуралистичности сцен боев и сражений разделились. Одна группа киноаудитории полагает, что подобные сцены излишни, другая же считает, что война не бывает красивой и все сцены весьма уместны и зрелищны. Среди достоинств киноаудитория отмечает: минимум спецэффектов, интересный и трогательный сюжет, хорошую игру звездного актерского состава, зрелищность, очень эпичные героические саундтреки, которые помогают прочувствовать каждый момент фильма и испытать нужную эмоцию, отличную работу оператора, которая создает эффект присутствия, хорошую постановку боевых сцен, отличный юмор. Из недостатков кинозрители отмечают: излишний пафос и патриотизм, заштампованность и предсказуемость многих сцен в фильме. В отзывах кинозрителей к данной кинокартине отмечается смешение жанров: исторический, драма, военный, биографический.

Следующий кинофильм, который был нами рассмотрен, это фильм в жанре мелодрама «Ла-Ла Ленд» (8.309). Сюжет данного фильма основан на истории любви старлетки и джазового музыканта, который постоянно подрабатывает в небольших барах. Но однажды пришедший к влюбленным успех начинает подтачивать отношения между ними. Авторы затрагивают весьма актуальную тему, в особенности для молодых людей – это выбор между любовью и успехом в карьере и жизни. Слоган кинокартины звучит следующим образом: «Бесстрашным мечтателям посвящается...», что опять

же по большей части обращено к молодым людям, которые переполнены амбициями, планами и мечтами.

Тип киноафиши к фильму «Ла-Ла Ленд» – интерпретативный. Основной акцент обращен к звездному актерскому составу. Так имена и фамилии актеров, исполняющих главные роли, расположены над названием фильма и выделены жирным выделяющимся шрифтом. Еще одной отличительной чертой является использование образа-убеждения: профессионал (от режиссера фильма «Одержимость»). Данная информация располагается под названием фильма и по сравнению с акцентированием внимания на актерском составе занимает, скорее всего, второстепенное значение по привлечению внимания зрителя. На афише наблюдается отсутствие информации о наградах и номинациях, не смотря на то, что данная кинолента собрала множество наград и премий, что отмечается непосредственно и кинозрителями (7 Золотых глобусов и 14 номинаций на Оскар).

Далее, анализируя кинотрейлер, мы обращаем внимание на то, что внимание сосредоточено на двух основных темах – это любовь и путь к успеху. В связи с этим ценностное содержание трейлера любовь и успех в жизни. Среди сюжетно-зрелищных особенностей трейлера стоит отметить: спецэффекты, клиповую манеру монтажа, смену ритма повествования, намек на счастливый конец. Использование параллельно повествованию вставок: награды и номинации, а также комментарии кинокритиков. Среди сцен и эпизодов, фигурирующих в кинотрейлере, стоит отметить: человеческие взаимоотношения между влюбленными, роскошная жизнь, жизнь мегаполиса, юмор, танцевальные и музыкальные номера.

Анализируя отзывы людей, посмотревших данный фильм, интересно отметить, что мнения относительно того нравится фильм или не нравится, разделились. Однако всеми кинозрителями отмечается, что визуальной составляющей этот фильм полностью окупает все недостатки, которые можно просто списать. Так один кинозритель пишет: «Он показывает то,

насколько кинематограф продвинулся в своем качестве, немного отодвинув смысл, глубокие диалоги и экстравагантные роли, и уделив больше внимания искусству, операторской работе, звуку и атмосфере». Из других достоинств кинозрители отмечают: романтичность, которая присуща мелодрамам и драматичность с грустью, которые в свою очередь присущи драмам; великолепное музыкальное сопровождение; красивые и «пышные» декорации, также не типичность и не шаблонность данного жанра. Из недостатков многие отмечают недостаточно эмоциональную игру актеров и клишированность киногероев. Интересно отметить, что многие кинозрители отмечают, что визуально этот фильм является произведением искусства, когда хочется знать и запоминать имена и фамилии композиторов, операторов, сценаристов. Жанры в данном фильме также находятся в полном смешении, как отмечают зрители, данная картина является и драмой, и мелодрамой, и мюзиклом.

Пятерку наиболее популярных жанров замыкают ужасы\триллеры и боевики.

Сначала рассмотрим кинофильм «Заклятие 2» в жанре ужасы\триллеры, который получил наивысшую оценку (7.079). Стоит отметить, что данный кинофильм является продолжением первой части под одноименным названием «Заклятие». События кинофильма повествуют о случае, с которым столкнулись практикующие исследователи паранормальных явлений Эд и Лоррэйн Уоррены. На этот раз вызов будет из северного пригорода Лондона, где семья, состоящая из четырех детей и матери-одиночки, подвергается нападениям потусторонних сил. Супругам предстоит выяснить, какова природа этих явлений, полтергейст ли это, или что-то другое, и главное – почему именно этот дом и именно эта семья. Авторы подобной манерой изложения сюжета привлекают внимание зрителей, а именно неоднозначностью происходящих явлений, акцентируя внимание на причинно-следственной связи, но при этом, не раскрывая ее более полно. Слоган кинофильма «новая подлинная история из архива Эда и

Лоррейн Уореннов» направлен на привлечение внимания не только той аудитории, которая ждет продолжения, но и новой аудитории кинозрителей. Так авторы фразой «подлинная история» заостряют внимание кинопотребителя на том, что материалы, используемые в фильме, основаны на реальных и достоверных событиях.

Афиша к фильму «Заклятие 2» относится к интерпретативному типу корреляции. Слоган, прилегающий к информации о фильме, используется и на киноафише. Располагается он вверху афиши, фраза «подлинная история» выделена крупным шрифтом. Как и во многих рассмотренных нами афишах, в данной афише используется образ-убеждение: профессионал (от режиссера фильмов «Заклятие» и «Астрал»). Интересно отметить, что акцент при этом делается вовсе не на режиссере, а скорее на конкретных кинолентах. Возможно, это связано с тем, что кинозрители лучше запоминают название понравившихся им кинофильмов, чем имена и фамилии режиссеров, которые работали над созданием фильма.

Среди тем, которые поднимаются в трейлере к данной кинокартине, можно выделить две основные – это загадочные и таинственные явления и психологические проблемы личности. Ценностное содержание заключается в сохранении жизни и здоровья, а также в семье и детях. Рассматриваемый трейлер включает в себя следующие сюжетно-зрелищные свойства: спецэффекты, «клиповую» манеру монтажа, нагнетание угрозы. Среди сцен и эпизодов стоит отметить паранормальные явления, человеческие взаимоотношения в семье, испытание главными героями риска.

Мнения кинозрителей после просмотра фильма разделились. Одни считают, что данный кинофильм один из лучших в своем жанре, более того зрители отмечают, что вторая часть ничуть не хуже первой. Из достоинств отмечают: сложный увлекательный сюжет, хорошую игру актеров, действительно пугающие моменты. Интересно отметить, что кинозрители как одно из достоинств фильма отмечают небольшое количество спецэффектов. Другие же кинозрители считают, что фильм слабый в своей

жанровой категории. При этом из недостатков они отмечают следующее: недостаточное количество пугающих моментов, набор классических штампов из-за которых можно заранее предугадать дальнейшие действия киногероев. Несмотря на заявленный жанр фильма как ужасы\триллер, его можно отнести и к детективу, и к драме.

Далее рассмотрим кинофильм «Расплата» в жанре боевик (7.387). Сюжет данного кинофильма звучит следующим образом: «Лента расскажет историю математического гения Кристиана Вульфа, который подрабатывает аудитором для самых опасных преступных организаций. Когда ему на хвост садится отдел по борьбе с преступностью Министерства финансов во главе с Рэем Кингом, Кристиан решает найти себе законопослушного клиента и проводит аудит в компании по производству новейшей робототехники, где сотрудница финансового отдела обнаружила «нестыковочку» в миллионы долларов. Но стоит Кристиану взяться за счета и выйти на след, как в деле начинают появляться жертвы». Слоган фильма же звучит как ««Просчитывай свои шансы». Хочется отметить, что зрители в отзывах отмечают тот факт, что сюжет, который находится в информации о фильме, недостаточно информативен и не передает наиболее интересные моменты, которые касаются сюжетных линий. Так же зрители отмечают, что переведенное на русский язык название фильма не передает изначального замысла автора. Так киноаудитория упоминает, что было бы логичнее перевести не «расплата», а «аудитор», так как изначальное оригинальное название напрямую связано с содержанием и сюжетом фильма.

Афиша к кинофильму «Расплата» относится к дополняющему (комплиментарному) типу корреляции. Под названием фильма на киноафише указан слоган фильма «просчитывай свои шансы». Список актеров, которые непосредственно снимаются в данной кинокартине, указан на афише сверху над названием фильма. Также в киноафише использован «образ-звезды» (Бен Аффлек). Так главный актер не только изображен на самой киноафише, но и

выделен красным шрифтом среди списка других актеров, участвующих в данном фильме.

Анализируя трейлер к данному кинофильму обозначим основные темы. В кинотрейлере поднимаются такие темы как психологические проблемы личности и борьба с преступностью. Ценности, которые транслируются в трейлере следующие: сохранение жизни и здоровья, успех в жизни, образование и знание, семья и дети. Трейлер к данному кинофильму обладает такими сюжетно-зрелищными свойствами как: клиповый монтаж, нагнетание угрозы, смена ритма повествования. Среди сцен и эпизодов стоит отметить человеческие взаимоотношения в семье, человеческие взаимоотношения на работе, боевые столкновения и перестрелки, сцены насилия, победа главного героя, испытание главным героем риска.

Не смотря на критику со стороны зрителей относительно того, что информация, которая прилагается к фильму, является недостаточно полной и информативной. Зрители единодушно отмечают, что фильм является на данный момент лучшим в своем жанре. «Подобные фильмы в наше время – настоящая редкость. Во-первых, интерес к подобным творением накаливается еще с первого трейлера и фильм чуть ли не возглавляет список самых ожидаемых картин. Во-вторых, он выходит лучше самого трейлера. И третье – превосходит все ожидания», – отмечает один из зрителей. Среди достоинств киноленты отмечаются замечательный актерский и режиссерский состав, отличный юмор, сложный захватывающий сюжет. Интересно отметить, что зрители указывают как на одно из достоинств – это умеренное количество экшена и перестрелок. Многие кинозрители также отмечают из достоинств – это многогранное раскрытие личности главного героя. «На протяжении всего фильма, сценаристы добавляли вставок с юности главного героя, которые показывали, как ребёнку больному неврологическими болезнями выжить в этом сложном мире. Это и была составляющая драмы этого фильма» – пишет один из кинозрителей. Стоит здесь отметить, что, как и предыдущие рассматриваемые нами кинокартины, данный фильм нельзя

отнести к одному определенному жанру. Так зрители отмечают, что данный фильм является смесью социальной драмы, криминального триллера, остросюжетного боевика и классического детектива.

Подводя итоги исследования, можно сказать, что киноафиша является средством коммуникации между кинопроизведением и потенциальной аудиторией. Строение киноафиш, взаимосвязь вербальных и иконических компонентов может определенным образом влиять на кинопотребление. Зрители будут выбирать фильм, где в афишах будет скрыта некая загадка, которую необходимо решить зрителю, где можно дать волю фантазии и воображению, где можно по-разному интерпретировать содержание афиши, т.е. для зрителя будет более интересна афиша с интерпретативным типом корреляции вербального и иконического компонентов. В современных киноафишах вербальному компоненту (название, информация о создателях, актерах, номинациях фильма), в основном, отводится определенное место – внизу или вверху афиши. Т.е. существует определенный стандарт упорядочивания вербальных знаков на киноафише. Со временем способ производства киноафиш совершенствуется. Используются новейшие технологии, позволяющие наладить интерактивность. Таким образом, зритель и фильм обретают более тесный контакт.

Образ в киноафише направлен не на дифференциацию, как в рекламе, а наоборот, на интеграцию зрительской аудитории. Социальное «послание» киноафиши состоит в том, чтобы заинтриговать, повлечь на поход в кинотеатр как можно больше представителей разной аудитории. И в этом помогает использование «звездного» образа на киноафише. Зрительская аудитория того или иного фильма увеличивается благодаря поклонникам используемого «звездного» образа. Это могут быть знаменитые артисты кино, именитые режиссеры и продюсеры, литературное произведение и участие фильма в кинофестивалях, конкурсах и премиях. При исследовании российских киноафиш выяснилось, что информация об участии кинокартины на кинофестивале, о наличии наград и номинаций практически не

указывается, что отмечается непосредственно зрителями. Так из рассмотренных нами афиш данная информация не была указана ни на одной, хотя у 3 фильмов из 6 есть награды и номинации.

Исходя из отзывов людей, посмотревших кинофильмы в различных жанровых категориях, можно говорить о том, что зритель будет отдавать предпочтение фильмам, которые содержат жизненные примеры и ситуации, которые отличаются правдоподобностью. Особое внимание, по мнению зрителей, заслуживают фильмы, основанные на реальных событиях. Проблемы же, поднимаемые в кинокартинах должны быть актуальными для своего зрителя. Так кинозрители указывают что, не смотря на конкретный жанр фильма, в нем должны быть хорошо прописаны персонажи и их характеры, внутренний мир персонажа, острые социальные темы. Киноаудитория категорично относится к стереотипности, заштампованности кинокартин и ярко выраженной пропаганде каких-либо идей, движений и воззрений. Она будет смотреть фильмы с оригинальным, интересным и захватывающим сюжетом, однако если кинофильм не будет обладать данными характеристиками, то зрители будут смотреть его только в том случае, если он будет обладать «сильной» визуальной составляющей. Здесь речь идет не о спецэффектах, а именно о локациях, декорациях и в целом атмосфере. Обращая особое внимание на сложные спецэффекты, зрители отмечают, что лучше использовать их по минимуму и не перегружать кинокартину. Возможно это связано с тем, что у современной аудитории возник эффект перенасыщения, так как в современных кинофильмах фигурируют: сложные сюжетные линии, многогранное раскрытие главных героев кинофильма, смена ритма повествования. Таким образом, зритель в процессе кинопросмотра постоянно концентрирует свое внимание, чтобы не упустить детали фильма. Сложные же спецэффекты только усложняют восприятие.

При анализе кинотрейлеров были выявлены следующие закономерности. Темы, которые интересуют киноаудиторию, прежде всего,

связаны с проблемой взаимоотношений в различных сферах жизнедеятельности человека (семья, работа), социальный конфликт, психологические проблемы личности (индивидуальности), любовь. Также не менее популярной оказывается тема загадочных и таинственных явлений. Из полученных данных следует, что современному зрителю интересны фильмы с глубокой тематикой, которые раскрывают психологические и социальные проблемы, а также культурно-исторические аспекты. В качестве основной ценности в кинотрейлерах эксплуатируется «сохранение жизни и здоровья». Это можно объяснить с точки зрения инстинкта самосохранения как врожденной формы поведения, что присуще любому человеку в обществе. Среди других ценностей стоит отметить: семья и дети, успех в жизни и любовь. Данные ценности говорят о том, что современный зритель сосредоточен больше на личностном поле, его интересует больше внутренний мир человека, нежели общественные проблемы. Визуализация данных ценностей достигается включением таких сцен и эпизодов, как «человеческие взаимоотношения в семье, на работе, между влюбленными». Данные сцены фигурируют во всех рассмотренных нами трейлерах. Среди других основных эпизодов можно отметить «испытание главным героем риска» и «юмор». В свою очередь, среди сюжетно-зрелищных свойств выделим «клиповый» монтаж, который присутствует во всех кинотрейлерах. Отличительной особенностью данного вида монтажа является отсутствие логики при смене кадров и невозможность передачи содержательной составляющей кинопроизведения. Всё это позволяет сделать вывод о том, что структурные элементы кинотрейлеров должны включать интересующие темы и соответствующие ценности, которые присущи современной киноаудитории.

Таким образом, средства и механизмы, которые влияют на выбор современной аудитории кинозрителей в пользу той или иной кинокартины, направлены на становление процесса коммуникации между

кинопроизводителем и киноаудиторией, что, несомненно, влияет и на кинопотребление.

Заключение

В условиях культуры постмодернизма индустрия кино представляет собой одну из ведущих индустрий культуры массового общества. Киноискусство, появившееся в конце XIX в., очень быстро привлекло внимание общественности и стало стремительно набирать популярность среди всех слоев населения. Постепенно возможности кино стали расширяться. Технологическое усовершенствование кинематографа влечет за собой появление все большего количества новых выразительных средств, визуальных спецэффектов, тем самым задавая новые стандарты зрелищности кинокартин.

Вместе с усовершенствованием технологий кинематографа, меняются и практики потребления кино. Если ранее, для того чтобы посмотреть кинофильм нужно было идти в кинотеатр, то на сегодняшний день этого не требуется. Различные современные технологии позволяют создать атмосферу кинотеатра у себя дома. Так, кинопотребление становится более комфортным для зрителя. Так же появились и другие практики просмотра кино помимо домашнего просмотра, теперь при помощи портативных устройств можно смотреть кинофильмы и в общественных местах, будь то транспорт или же другое общественное место.

Так, исследования кинематографа происходило волнообразно, то вызывая интерес у исследователей, то напротив интерес к исследованию кино стремительно падал. В настоящее же время в России и в других странах интерес к исследованию, как самого процесса функционирования кино, так и исследованию аудитории кинозрителей повышается. Этот интерес выражается как на теоретическом уровне, так и на прикладном, связанном с конкретными проблемами, задачами и целями.

Возросший интерес к исследованию кино в первую очередь связан с сущностью культурных процессов, происходящих в обществе в условиях культуры постмодернизма. Именно с приходом культуры постмодернизма возрос интерес к исследованиям, связанным с «фиксированной культурой». К

которой относятся: киноиндустрия, реклама, произведения современного искусства и т.д.

Просмотр кинофильмов, поход в кинотеатр являются одним из самых популярных видов досуга у широких слоев населения. Все, начиная от детей, заканчивая пожилыми людьми, сталкиваются с индустрией кино. Таким образом, нельзя недооценивать роль киноискусства в жизни современного общества.

В первой части нашей работы мы рассмотрели методологические подходы к социологическому анализу киноискусства в условиях культуры постмодернизма. Так, мы изучили социологические теории культуры постмодернизма и его характерные черты. Рассмотрели доминирующий тип культуры в современном обществе, а именно массовую культуру и функции. А так же проанализировали функции киноискусства в условиях культуры постмодернизма. Мы выяснили, что кинематограф выступает функционирующей целостной системой в современном обществе, выполняя ряд важнейших функций.

Во второй части работы, мы провели исследование, направленное на выявление особенностей аудитории кинозрителей в современном российском обществе и провели сравнительный анализ кинопотребления между молодым поколением и средним поколением. Так же в ходе исследования были выявлены факторы, которые являются предопределяющими при выборе кинофильма для просмотра, как в кинотеатре, так и в домашних условиях. Рассмотрены особенности механизмов и средств, которые влияют на процесс кинопотребления современного зрителя, и впоследствии определены особенности фильмов, которые привлекают современную аудиторию кинозрителей. Были использованы следующие социологические методы исследования: анкетирование и анализ документов с использованием визуального ряда.

С помощью метода анкетирования мы подтвердили гипотезу относительно наиболее привлекательного жанра, как для молодого, так и для

среднего поколения – это комедия. Это связано, прежде всего, с целью посещения кинотеатров\домашнего просмотра – развлечение, отдых и удовольствие. Замыкают тройку среди наиболее предпочтительных жанров фантастика и исторические фильмы, а не боевики, как предполагалось. Интерес к историческим кинолентам может быть обусловлен особенностями данного вида жанра. Исторические кинофильмы отличаются массовостью, величественностью, красочностью. Так же, современные исторические кинофильмы высокобюджетные, качественные, захватывающие и увлекающие зрителя. Гипотеза относительно жанровых предпочтений среди молодого населения подтвердилась частично. Предполагалось, что среди молодежи наиболее популярны следующие жанры: комедия, фантастика и приключения. Однако в ходе анкетирования выяснилось, что наиболее предпочтительными для молодежи оказываются жанры в такой последовательности: комедия, фантастика, боевики. Гипотеза относительно жанровых предпочтений среди среднего поколения подтвердилась частично. Предполагалось, что среди респондентов в возрасте от 31 до 50 лет наиболее популярны следующие жанры: комедия, боевики, мелодрамы. Но в ходе анкетирования жанровые предпочтения среднего поколения оказываются в следующей последовательности: комедия, исторические, мелодрамы. Стоит отметить, что гипотезы на основе сравнения по гендерному признаку подтверждаются частично. Интерес к боевикам в значительной степени выше у мужчин, чем у женщин. Интерес мужчин к данному жанру связан непосредственно с отличительными чертами боевиков: решительные действия, героизм, тема войн, проявление характера, а так же высокая динамичность жанра. У женщин же напротив наибольший интерес вызывают мелодрамы. Интересно отметить, что доля кинофильмов в жанре мелодрамы от общего числа кинофильмов, которые смотрят женщины, с возрастом почти не меняется, так если женщины на протяжении всей жизни выбирают мелодрамы как один из любимых видов жанра.

Так же в ходе анкетирования была подтверждена гипотеза о том, что молодое население предпочитает смотреть современное зарубежное кино. Современное же российское кино является малопривлекательным для молодежи. Нельзя не отметить значительно возросший интерес молодого населения к фильмам советского периода. Среднее поколение больше ориентировано на отечественный вид кинопродукции.

Помимо этого мы смогли подтвердить гипотезу о том, что молодое поколение отдает предпочтение походу в кинотеатр больше, нежели среднее поколение. Однако и молодым и средним поколением отмечается, что все зависит от конкретного кинофильма. Большинство предпочитает домашний просмотр фильмов, объясняя это более комфортными и удобными условиями.

На основе анализа документов с использованием визуального ряда мы определили наиболее характерные черты киноленты, которая будет удовлетворять кинопотребностям современного зрителя. Исходя из отзывов людей, посмотревших кинофильмы в различных жанровых категориях, можно говорить о том, что зритель будет отдавать предпочтение фильмам, которые содержат жизненные примеры и ситуации, которые отличаются правдоподобностью. В кинокартине должны быть хорошо прописаны персонажи и их характеры, внутренний мир персонажа, острые социальные темы. Оригинальный, интересный, захватывающий сюжет является важной характеристикой фильма. Что не удовлетворяет потребностям современного кинозрителя так это: большое количество спецэффектов, стереотипность, заштампованность и яркая пропаганда каких-либо движений, идей.

Так же мы определили характерные особенности современных средств и механизмов, которые в настоящее время оказывают влияние на выбор кинофильма для просмотра. Темы, которые интересуют киноаудиторию, прежде всего, связаны с проблемой взаимоотношений в различных сферах жизнедеятельности человека (семья, работа), социальный конфликт, психологические проблемы личности (индивидуальности), любовь. Также не

менее популярной оказывается тема загадочных и таинственных явлений. Современному зрителю интересны фильмы с глубокой тематикой, которые раскрывают психологические и социальные проблемы, а также культурно-исторические аспекты. В связи с этим в качестве основной ценности в кинотрейлерах эксплуатируется «сохранение жизни и здоровья», что объясняется с точки зрения инстинкта самосохранения как врожденной формы поведения, что присуще любому человеку в обществе. Среди других ценностей стоит отметить: семья и дети, успех в жизни и любовь. Данные ценности говорят о том, что современный зритель сосредоточен больше на личностном поле, его интересует больше внутренний мир человека, нежели общественные проблемы. Среди сюжетно-зрелищных свойств выделим «клиповый» монтаж, который присутствует во всех кинотрейлерах. В рассмотренных нами афишах наблюдается использование «звездного» образа и полное отсутствие информации о наличии наград и номинаций, которые собрал тот или иной фильм.

Таким образом, культура постмодернизма, проникшая в кинематограф позднее, чем в другие виды искусства, несет в себе ряд особенностей. Постмодернизм стремится к отказу от традиционных морально-нравственных и эстетических ценностей, устранению любых иерархий и оппозиций, отрицанию моральной оценки. Зачастую в фильмах исчезает моральная оценка героев. Именно постмодернистское культурное начало позволило включать в фильмы такие элементы как: убийства, жестокость, насилие и т.д. Особенно данная тенденция наблюдается у кассовых фильмов, к примеру «Криминальное чтиво» Тарантино (сцены крупным планом инъекций героином, сцены жестокости и насилия с долей иронии и т.д.). Данные элементы делают фильмы более зрелищными, динамичными. На основе результатов теоретического и эмпирических исследований особенностей современной аудитории кинозрителей в условиях культуры постмодернизма можно прийти к выводу о том, что именно это необходимо современному зрителю. Кинозритель находится в постоянном напряжении и

получает желаемое удовольствие и развлечение при просмотре кинофильмов, больше половины респондентов преследуют именно эту цель. Обобщая все сказанное, можно сказать, что элементы массовой культуры и высокой культуры, стили, жанры, элементы различных культур находятся в смешении. Тиражирование уникального культурно-значимого и сведение его к обыденно-общественному, так можно охарактеризовать проявление постмодернистской культуры в кинематографе.

Исследования кинопредпочтений и киноповедения каких-либо социально-демографических групп населения дают возможность получить информацию о художественно-эстетических интересах конкретной аудитории. Интерес аудитории кинозрителей к определенным жанрам в различные временные периоды меняются. Отсюда следует, что исследования аудитории кинозрителей позволяют так же получить информацию о текущей экономической, политической и культурной обстановке в обществе.

Список используемой литературы и источников

1. Агафонова Н. А. Экранное искусство: художественная и коммуникативная специфика. Минск: БГУ культуры и искусств, 2009. – 273 с.
2. Базаев К. В. Возможности кинематографа в реализации информационного противоборства // Изв. Саратов. ун-та Нов. сер. Сер. Социология. Политология. – 2013. – №2. – С. 88-92.
3. Барт Р. Проблема значения в кино // Барт Р. Система Моды: статьи по семиотике культуры. – М. 2004. – С. 358–365.
4. Бауман З. Индивидуализированное общество. – М.: Логос, 2005. –
5. Бауман З. Социологическая теория постмодерна // Контексты современности-1: актуальные проблемы общества и культуры в западной социологической теории. Хрестоматия. Казань. – 2000. – 176 с.
6. Бауман, З. Философские связи и влечения постмодернистской социологии // Вопросы социологии. Т.1. – №2. – 1992. – С. 5-22.
7. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования. – М. 1999. – 773 с.
8. Бодрийяр Ж. Америка. – СПб: Владимир Даль, 2000. – 123 с.
9. Бодрийяр Ж. Город и ненависть // М.: Логос. – 1997. – № 9. – С. 107-116.
10. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры / Пер. с фр., послесл. и примеч. Е. А. Самарской. – М.: Республика; Культурная революция, 2006. – 272 с.
11. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. – М., 2000. – 387 с.
12. Бодрийяр, Ж. В тени молчаливого большинства, или Конец социального. – Екатеринбург: Уральский университет, 2000. – 72 с.
13. Вайншток В. Кино и молодежь (Главы из книги) / В. Вайншток, Дм. Якобзон // Публика кино в России. Социологические свидетельства

- 1910–1930- х годов / Вст. статья, сост., прим.: Ю. У. Фохт-Бабушкина. – М.: Государственный институт искусствознания, «Канон +» РООИ «Реабилитация», 2013. – С. 65-77.
14. Воробьева Е. В. Вербализация символов в рекламном сообщении, ориентированном на эстетический мотив потребителя / Е. В. Воробьева // Вестник Адыгейского гос. ун-та. Сер.: Филология и искусствоведение. – 2010. – Вып. 2. – С. 134–137.
15. Гофман А. Б. Дилеммы подлинные и мнимые, или о культуре массовой и не массовой // Социологические исследования. – 1990. – №8. – С. 106-111.
16. Дьяченко И. В. Социальное воздействие рекламы кино в условиях глобализации / И. В. Дьяченко // Научно-теоретический журнал «Научные проблемы гуманитарных исследований». – 2011. – № 3. – 236-243.
17. Жабский М. И. Глобализм и функции кино в обществе / М. И. Жабский // Вестник РФФИ. – 2005. – Июль - авг. № 4 (42). – С. 43-50.
18. Жабский М. И., Тарасов К. А., Фохт-Бабушкин Ю. У. Кино в современном обществе: функции – воздействие – востребованность. М.: Министерство культуры Российской Федерации, НИИ киноискусства, 2000. – 376 с.
19. Зиммель Г. Изменение форм культуры // Зиммель Г. Избранное. Т.1. Философия культуры. М.,1996. – 675 с.
20. Зрители не смотрят наши фильмы. Почему? Кинотавр-2012. «Круглый стол» // История кино. – 2012. – №8. [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <http://kinoart.ru/ru/archive/2012/08/zriteli-ne-smotryat-nashi-filmy-pochemu-kinotavr-2012-kruglyj-stol> (Дата обращения: 22.04.2017).
21. Ильин А. Н. Культура общества массового потребления: критическое осмысление: монография / А. Н. Ильин. – Омск: Изд-во ОмГПУ, 2014. – 208 с.

22. Ильин И. П. Постмодернизм от истоков до конца столетия: эволюция научного мифа. – М.: Интрада, 1998. – 256 с.
23. Иноземцев В. Л. «Класс интеллектуалов» в постиндустриальном обществе / В. Л. Иноземцев // Социологические исследования. – 2000. – № 6. – С. 38-49.
24. Иноземцев В. Л. Перспективы постиндустриальной теории в меняющемся мире / В. Л. Иноземцев // Новая постиндустриальная волна на Западе: антология / под ред. В. Л. Иноземцева. М.: Academia, 1999. – 640 с. [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://iirmp.narod.ru/books/inozemcev/page_1003.html (Дата обращения: 10.03.2017).
25. Ионин Л.Г. Социология культуры / Л.Г.Ионин. М.: ГУ ВШЭ, 2004. – 226 с.
26. Ионин Л.Г. Социология культуры: путь в новое тысячелетие: Учеб. пособие для студентов вузов. – 3-е изд., – М.: Логос, 2000. – 431 с.
27. Иоскевич Я. Б. Социокультурное функционирование кинематографа: автореф. дисс. ... д. искусствоведения. М., 1991. – 42 с.
28. Ищенко Е. В. Принцип окна в современной экранной культуре: автореф. дисс. ... к. культурологии. М., 2006. – 29 с.
29. Казакова К. А. Анализ семиотических моделей рекламы как способа повышения эффективности коммуникативного взаи-модействия между брендом и покупателем / К. А. Казакова // Научно-образовательный и методический журнал «Человек. Культура. Образование». – 2012. – С. 63-72.
30. Красавина Т. В. Содержание, формы, особенности постиндустриального общества // Вестник ЧелГУ. – 2010. – №5. – С. 30-39.
31. Лазарсфельд П., Мертон Р. Массовая коммуникация, массовые вкусы и организованное социальное действие / пер. с англ. // Назаров М.

- Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследования. М.: АВАНТИ ПЛЮС, 2004. – С. 139-147.
32. Левшина И. С. Любите ли вы кино? / И. С. Левшина. – М.: Искусство, 1978. – 254 с.
33. Литоар Ж.-Ф. Состояние постмодерна./ Пре с фр. Н.А.Шматко – М.: Институт экспериментальной социологии; Спб.: Алетея, 1998. – 144 с.
34. Лубашова Н. И. Из истории социологии кино / Н. И. Лубашова // Социологические исследования. – 2011. – № 4. – С. 146-149.
35. Лубашова Н. И. Структурно-функциональная природа кинематографии // Аналитика культурологии: электронное научное издание. – 2008. – № 11. – С. 81-92.
36. Маньковская Н. Б. Эстетика постмодернизма. – СПб.: Изд. «Алетейя», 2000. – 347 с.
37. Ортега-и-Гассет Х. Восстание масс / пер. с исп. А.Гелескула. – М.: Издательство АСТ. – 2016. – 256 с.
38. Платонова С. И. Постмодернистские социальные теории: социально-философский анализ // Теория и практика общественного развития. – 2013. – № 5. – С. 43-46.
39. При каких условиях Вы стали бы ходить в кинотеатр чаще? // ВЦИОМ [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <http://www.arhperspectiva.ru/news/6247> (Дата обращения: 10.04.2017).
40. Ритцер Дж. Макдонализация общества 5 / Пер. с англ. А.В. Лазарева; вступ. статья Т.А. Дмитриева. – М., 2011. – 592 с.
41. Савруцкая Е. П. Проблемы коммуникации в контексте социокультурной реальности информационного общества / Е. П. Савруцкая // Вестник ННГУ им. Н.И. Лобачевского. – 2013. – № 1 (3). – С. 132-137.
42. Семенов Ю. Н. Киноискусство и массовая аудитория. М., 2008. – 368 с.
43. Серебренников А. В. Эстетико-коммуникативные элементы кинопроизведения как инструмент формирования аудитории

- кинематографа / А. В. Серебренников // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. – 2007. – Т. 17. – № 43-1. – С. 298-303.
44. Сорокин П. А. Социальная и культурная динамика: Исследование изменений в больших системах искусства, истины, этики, права и общественных отношений / П. А. Сорокин, пер. с англ. В. В. Сапова. – СПб. : Изд-во Рус. христиан. гуманитар. ин-та. – 2000. – С. 814-826.
45. Социология культуры. [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <http://systinfo.ru/> (Дата обращения: 18.03.17).
46. Станчинская-Розенберг Э. Влияние кино на школьника / Э. Станчинская-Розенберг // Публика кино в России. Социологические свидетельства 1910–1930- х годов / Вст. статья, сост., прим.: Ю. У. Фохт-Бабушкина. – М.: Государственный институт искусствознания, «Канон +» РООИ «Реабилитация», 2013. – С. 80-97.
47. Терещенко, Л. В. Использование свидетельств знаменитостей как прием субъективной аргументации в рекламе / Л. В. Терещенко// Научный аспект. Гуманитарные науки. – 2013. – № 2. С.41-56.
48. Тернер Б. Массовая культура, различие и стиль жизни // Контексты современности-1. Актуальные проблемы общества и культуры в западной социальной теории. Хрестоматия. Казань. 2000. – 321 с.
49. Уэбстер Ф. Теории информационного общества. М., 2004. Харт К. Постмодернизм. М., 2006. – 398 с.
50. Хагуров Т. А. Постмодерн как культурноинтеллектуальная доминанта современности: девиантогенность «Освобожденного сознания» // Общество и право. – 2006. – №2 (12). – С.77-82.
51. Элькин Д. Г. Ребенок и кино / Д. Г. Элькин // Публика кино в России. Социологические свидетельства 1910–1930- х годов / Вст. статья, сост., прим.: Ю. У. Фохт-Бабушкина. – М.: Государственный институт искусствознания, «Канон +» РООИ «Реабилитация», 2013. – С. 51-65.

52. Янутш О.А. Анализ кинотекста как инструмент экспертизы кинопродукции // Культурологическая экспертиза: теоретические модели и практический опыт / авт., сост., ред. Н.А. Кривич. СПб., 2011. – С. 286–304.
53. Hayward, S. Cinema Studies. The Key Concepts / S. Hayward. – L., 2000. – 517 p.
54. Rodowick D. N. The Virtual Life of Film / D. N. Rodowick. – Harvard University Press, 2007. – 198 p.

Приложение 1

Программа социологического исследования по теме: «Типология жителей Тольятти по предпочтениям кинопродукции»

Кинематограф открыл для человека новые пути для эстетического осмысления широкого круга явлений общественной жизни, охватывающих все сферы политических, социально-экономических, научно-технических преобразований в постсовременном мире. Киноискусство становится все более действенным орудием всестороннего познания окружающей реальности.

Кино как социокультурный феномен приобретает все большую значимость в постсовременном обществе. Современный зритель требует от киноиндустрии все больше новых достижений, которые касаются как различных усовершенствованных технических приемов, так и новшества и креатива идей. Таким образом, кинематограф и зритель находятся в постоянной связи. Производители фильма в процессе его создания ориентированы на обратную связь со зрителем, они пытаются предугадать реакцию на ту или иную кинопродукцию.

Кино предоставляет уникальную возможность человеку испытать то, что он не испытывал, позволяет принять на себя ту или иную жизненную ситуацию, иначе говоря, дает человеку в полной мере воспринять жизнь под другим углом, чем было до этого. В зависимости от той или иной киноленты происходит освобождение зрителя от действительности, ввиду того, что главной составляющей кинофильма выступает эмоциональность, которая может быть как позитивной, так и негативной. Так, кинематограф формирует мировоззрение отдельного человека и общества в целом.

Не будет преувеличением сказать, что кинофильм имеет психологическое воздействие на человека. Кино может вызвать как грусть, так и радость; возбуждение или же напротив чувство спокойствия и ощущение душевного покоя. Вследствие кино меняет внутреннее состояние человека, вплоть до его поведения, привычек и образа жизни.

Социально-экономические и культурные преобразования в социуме изменили и весь кинематограф в целом, включая формы взаимодействия со зрителем. В процессе просмотра фильмов, зрители приобретают определенные ценностные ориентации, у них формируются социальные установки и интересы, конструируются жизненные планы и паттерны поведения.

В условиях культуры постмодернизма современное общество стало очень привязанным к действию просмотра фильмов. Исследование кинопредпочтений и киноповедения дает возможность получить информацию о художественно-эстетических интересах современной аудитории. Интерес аудитории кинозрителей к определенным жанрам в различные временные периоды меняются. Отсюда следует, что исследования аудитории кинозрителей позволяют так же получить информацию о текущей экономической, политической и культурной обстановке.

Целью исследования является изучение кинопотребностей современной аудитории кинозрителей.

Исходя из цели, можно выделить следующие **задачи исследования**:

- 1) Рассмотреть типологию жителей города Тольятти по жанровым предпочтениям кинопродукции;
- 2) Провести сравнительный анализ кинопредпочтений среди различных поколений;
- 3) Проанализировать факторы, влияющие на кинопредпочтения современной аудитории в условиях постсовременности;
- 4) Определить ожидания кинозрителей от просмотра кинолент;
- 5) Выявить причины посещаемости\непосещаемости кинотеатров;
- 6) Исследовать значимость кино в жизни современного общества.

Объектом исследования выступают жители города Тольятти.

Предметом исследования – являются кинопредпочтения населения, проживающего в городе Тольятти.

Гипотезы социологического исследования:

- 1) Наиболее популярными жанрами являются: комедия, фантастика, боевики.
- 2) Среди молодого поколения наиболее популярны следующие жанры: комедия, фантастика и приключения. Наиболее популярными жанрами среди среднего поколения являются: комедия, боевики, мелодрамы.
- 3) Самыми предпочтительными жанрами среди мужчин являются: комедия, фантастика, боевики. Среди женщин наиболее предпочтительны следующие жанры: комедия, мелодрамы, драмы.
- 4) Молодое поколение предпочитает смотреть современные зарубежные фильмы. Среднее поколение предпочитает отечественные кинофильмы.
- 5) Среднее поколение оценит современное отечественное кино выше, чем молодое население.
- 6) Предположительно, молодое поколение отдает предпочтение походу в кинотеатр больше, чем представители среднего поколения.

Системный анализ объекта исследования

1. Социально-демографические характеристики

- Пол (в равной пропорции опрашиваются мужчины и женщины);
- Возраст (молодое поколение от 18 до 30, среднее поколение от 31 до 50)
- Образование (основное общее образование, среднее общее образование, среднее специальное, неполное высшее (студент), высшее образование);
- Семейное положение (замужем\женат, не замужем\не женат).

2. Характеристики социальной активности

- Частота просмотра кинолент;
- Частота посещения кинотеатров.

3. Субъективные аспекты деятельности

- Жанровые предпочтения;
- Предпочтения места для просмотра кинолент (кинотеатры или домашний просмотр) и причины выбора;
- Оценка современного зарубежного и отечественного кино;
- Ожидание респондентов от кинопросмотра.

4. Оценка внешних условий

- Принципы выбора той или иной кинопродукции (реклама и различного рода СМИ, награды и номинации, отзывы друзей и знакомых, заинтересованность в определенном режиссере и актерском составе, свой выбор).

5. Ценностные аспекты личности

- Оценка значимости роли кино в жизни человека.

Теоретическая интерпретация социологических понятий

Аудитория кинозрителей – некоторое количество людей, выбирающее в качестве досуга просмотр киноленты. В данном исследовании мы будем рассматривать в качестве аудитории, и тех, кто ходит в кинотеатр и тех, кто предпочитает домашний просмотр кинофильмов.

Искусство – специфический вид отражения человеком познания, формирования и усвоения действительности в процессе художественного творчества в соответствии с конкретными эстетическими идеалами.

Кинематография – это отрасль культуры и экономики, которая осуществляет производство кинолент и показ их аудитории.

Культура – это определенный уклад общества, который включает в себя обычаи, традиции, особенности поведения и манер, язык, моду и символы, а так же объекты материальной культуры.

Массовая культура – это продукты духовного и материального производства, которые создаются большими тиражами с расчетом на широкую публику.

Молодежь – это социально-демографическая группа, которая имеет специфические социальные и психологические черты. Современные возрастные границы примерно составляют 16-30 лет. Мы, в данном исследовании, будем определять возраст молодежи от 18 до 30 лет.

Социальная группа – совокупность людей, объединенных общностью интересов, культур, ценностей и норм поведения, находящихся в систематическом взаимодействии.

Операционализация социологических понятий

Данное исследование предполагает выяснение в первом блоке вопросов анкеты, связанных с характеристиками социальной активности и субъективными характеристиками респондентов.

С помощью порядковой шкалы, мы выясним, *как часто респонденты смотрят фильмы:*

- Каждый день;
- Несколько раз в неделю;
- Несколько раз в месяц;
- Несколько раз в год.

Далее с помощью следующих вариантов ответа мы определим, *какие жанры фильмов предпочтительнее для респондентов:*

- Комедии;
- Ужасы/Триллеры;
- Фантастика;
- Мелодрамы;
- Боевики;
- Исторические;
- Приключения;
- Документальные (Биографические);
- Музыкальные (Мюзиклы);

- Научно-популярные;
- Мультфильмы;
- Другое (укажите, что именно) _____.

С помощью номинальной шкалы выясним, *предпочтения аудитории кинопродукции по стране-производителю:*

- Современное зарубежное кино;
- Зарубежное кино 20 века;
- Современное отечественное кино;
- Советское кино;
- Другое (укажите, что именно) _____.

С помощью оценочной шкалы (1-низший балл, 5-высший балл, 0-затрудняюсь ответить) мы определим, как респонденты оценивают *качество современного отечественного и современного зарубежного кино.*

Далее мы выясним, *что дает просмотр кинофильмов современным людям, по мнению респондентов:*

- Развлечение, удовольствие и отдых;
- Развитие эрудиции;
- Получение представлений о других культурах;
- Получение эмоций, недостающих в жизни;
- Получение жизненного опыта;
- Нравственное развитие;
- Возможность сопереживать;
- Другое (укажите, что именно) _____.

Выясним, *к каким рекомендациям прислушиваются респонденты при выборе фильма:*

- Друзей/знакомых/ родственников;
- СМИ (реклама, публикации);
- Советам кинокритиков (различным наградам, номинациям);
- Отзывам людей, посмотревших фильм;

- Опираюсь в основном на информацию о режиссере\актерском составе;
- Полагаюсь на случайный выбор.

С помощью номинальной шкалы попробуем выяснить, *что должно присутствовать в фильме, чтобы он понравился респонденту:*

- Легкий, простой, незамысловатый сюжет;
- Известные актеры;
- Мастерство режиссера;
- Хороший актерский состав;
- Хорошая игра актеров;
- Информационность, поучительность сюжета;
- Яркие характеры персонажей;
- Сложный, увлекательный сюжет;
- Красивые декорации, костюмы;
- Оригинальность киноленты;
- Мастерство оператора;
- Визуальные эффекты;
- Проявление жестокости, сцены насилия;
- Другое (укажите, что именно) _____.

Далее определим, *какое значение, по мнению респондентов, имеет кино в жизни современного общества:*

- Вид искусства;
- Организация массового досуга;
- Средство идеологического влияния;
- Разновидность бизнеса;
- Средство формирования нравственности;
- Способ продвижения рекламы;
- Средство распространения знаний;
- Другое (укажите, что именно) _____.

Порядковая шкала поможет определить, *влияет ли кино, по мнению респондентов, на современное общество:*

- Да;
- Нет;
- Затрудняюсь ответить.

Далее с помощью следующих вариантов ответа, выясним, *какое влияние кино может оказывать:*

- Скорее положительное;
- Скорее отрицательное;
- Не оказывает влияния;
- Затрудняюсь ответить.

Выясним, *какая информация о кинематографе интересна респондентам:*

- История создания кинофильмов;
- Биографии режиссеров, операторов, сценаристов;
- Технологии создания кино;
- Биографии актеров;
- Технологии спецэффектов;
- История кинематографа;
- Другое (укажите, что именно) _____;
- Затрудняюсь ответить.

С помощью порядковой шкалы, определим, *есть ли киногерои, которым бы хотелось подражать респонденту:*

- Да;
- Нет;
- Затрудняюсь ответить.

Также необходимо узнать, *что именно привлекает респондентов в этих киногероях:*

- Стиль одежды, прическа;

- Аксессуары, украшения;
- Манеры поведения;
- Жесты;
- Юмор;
- Телосложение;
- Характер;
- Особенности речи;
- Поступки;
- Другое (укажите, что именно) _____;
- Затрудняюсь ответить.

Далее следует блок вопросов, который поможет проанализировать причины посещаемости\непосещаемости кинотеатров. Для этого, с помощью порядковой шкалы, узнаем, *где предпочитают смотреть фильмы респонденты:*

- Домашний просмотр (по телевизору/компьютеру);
- В кинотеатре;
- Это зависит от фильма.

Выясним, *как часто респонденты посещают кинотеатр:*

- Несколько раз в неделю;
- Несколько раз в месяц;
- Несколько раз в год;
- Вообще не хожу.

Также необходимо узнать, *с кем обычно респонденты ходят в кинотеатр:*

- С семьей;
- С друзьями (близким человеком);
- Один\одна.

С помощью номинальной шкалы определим, *основные препятствия для посещения кинотеатров:*

- Нет свободного времени;
- Не позволяют финансы;
- Предпочитаю смотреть по интернет\ТВ;
- Не устраивает кинорепертуар;
- Другое (укажите, что именно) _____.

Завершает анкету блок вопросов, отражающих социально-демографические характеристики и оценку материального положения респондентов. Для этого мы узнаем, *пол респондента*:

- Мужской;
- Женский.

С помощью интервальной шкалы выясним, *возраст респондентов*:

- от 18 до 30
- от 31 до 50
- 51+

С помощью следующих вариантов ответа выясним, *уровень образования респондентов*:

- Основное общее образование;
- Среднее общее образование;
- Среднее профессиональное образование;
- Незаконченное высшее образование (студент);
- Высшее образование;
- Другое _____.

Затем выясним *семейное положение респондентов*:

- Замужем\женат
- Не замужем\не женат

В завершении узнаем, как респонденты *оценивают свое материальное положение*:

- Отличное (практически ни в чем себе не отказываю)
- Выше среднего (чаще всего не имеем материальных затруднений)
- Среднее (иногда испытываем материальные затруднения)

- Ниже среднего (приходится во многом себе отказывать)
- Очень трудное (едва своди концы с концами)

Методический раздел

Обоснование выборки социологического исследования

В качестве метода исследования выбрано анкетирование. Причиной выбора именно этого метода является возможность получения большого количества данных за относительно короткий срок. Так же следует отметить, что результаты анкетирования являются информационной основой практически любого исследования. Такой вид опроса в сочетании с другими методами дает возможность получения максимально достоверных и объективных данных.

Выборку составят 200 жителей города Тольятти. Респонденты распределяются по ряду критериев: пол, возраст, уровень образования, семейное положение.

План-график исследования

На первом этапе необходимо разработать программу социологического исследования и составить инструментарий.

Второй этап будет включать проведение анкетного опроса. Затем – сбор полученных результатов, обработка, первичный анализ.

На третьем этапе на основе полученных данных пишется научный отчет по проведенному исследованию, подтверждаются или опровергаются гипотезы.

Анкета исследования

Уважаемый респондент!

Кафедра «Социология» ТГУ предлагает Вам принять участие в социологическом исследовании «Типология жителей Тольятти по предпочтениям кинопродукции».

Ответьте, пожалуйста, на ряд несложных вопросов, это не займет много времени. Для правильного заполнения анкеты достаточно обвести **вариант ответа кружком**, наиболее точно соответствующий вашему мнению. Анкета является анонимной, результаты будут представлены в обобщенном виде. Заранее благодарим за участие!

1. Как часто Вы смотрите фильмы?

1. Каждый день
2. Несколько раз в неделю
3. Несколько раз в месяц
4. Несколько раз в год

2. Какие жанры фильмов Вы предпочитаете смотреть? (можно указать несколько вариантов, но не больше 3-х)

1. Комедии
2. Ужасы/Триллеры
3. Фантастика
4. Мелодрамы
5. Боевики
6. Исторические
7. Приключения
8. Драмы
9. Документальные (Биографические)
10. Музыкальные (Мюзиклы)
11. Научно-популярные
12. Артхаус
13. Мультфильмы

14. Другое (укажите, что именно) _____

3. Какое кино Вы предпочитаете? (можно отметить несколько вариантов ответа)

1. Современное зарубежное кино
2. Зарубежное кино 20 века
3. Современное отечественное кино
4. Советское кино
5. Другое (укажите, что именно) _____

4. Оцените качество современного ОТЕЧЕСТВЕННОГО и современного ЗАРУБЕЖНОГО КИНО по 5-ти бальной шкале (1- низший балл, 5- высший балл, 0- затрудняюсь ответить, поставьте галочку в соответствующей графе)

БАЛЛЫ	1	2	3	4	5	0
ОТЕЧЕСТВЕННОЕ КИНО						
ЗАРУБЕЖНОЕ КИНО						

5. Как Вы считаете, что дает просмотр кинофильмов современным людям? (можно отметить несколько вариантов ответа, но не больше 3-х)

1. Развлечение, удовольствие и отдых
2. Развитие эрудиции
3. Получение представлений о других культурах
4. Получение эмоций, недостающих в жизни
5. Получение жизненного опыта
6. Нравственное развитие
7. Возможность сопереживать
8. Другое (укажите, что именно) _____

6. К каким рекомендациям Вы прислушиваетесь при выборе фильма? (можно отметить несколько вариантов ответа, но не больше 3-х)

1. Друзей/знакомых/ родственников
2. СМИ (реклама, публикации)

3. Советам кинокритиков (различным наградам, номинациям)
4. Отзывам людей, посмотревших фильм
5. Опираюсь в основном на информацию о режиссере\актерском составе
6. Полагаюсь на случайный выбор
7. Другое (укажите, что именно) _____

7. Чтобы фильм Вам понравился, в нем должны быть...? *(можно отметить несколько вариантов ответа, но не больше 3-х)*

1. Легкий, простой, незамысловатый сюжет
2. Известные актеры
3. Мастерство режиссера
4. Хороший актерский состав
5. Хорошая игра актеров
6. Информационность, поучительность сюжета
7. Яркие характеры персонажей
8. Сложный, увлекательный сюжет
9. Красивые декорации, костюмы
10. Оригинальность киноленты
11. Мастерство оператора
12. Визуальные эффекты
13. Проявление жестокости, сцены насилия
14. Другое (укажите, что именно) _____

8. Какое значение, по Вашему мнению, имеет кино в жизни современного общества? *(можно указать несколько вариантов ответа, но не больше 3-х)*

1. Вид искусства
2. Организация массового досуга
3. Средство идеологического влияния
4. Разновидность бизнеса
5. Средство формирования нравственности
6. Способ продвижения рекламы
7. Средство распространения знаний
8. Другое (укажите, что именно) _____

9. Как Вы считаете, влияет ли кино на современное общество?

1. Да
2. Нет
3. Затрудняюсь ответить

10. Какое влияние кино может оказывать?

1. Скорее положительное
2. Скорее отрицательное
3. Не оказывает влияния
4. Затрудняюсь ответить

11. Какая информация о кинематографе Вам интересна? (можно отметить несколько вариантов ответа, но не больше 3-х)

1. История создания кинофильмов
2. Биографии режиссеров, операторов, сценаристов
3. Технологии создания кино
4. Биографии актеров
5. Технологии спецэффектов
6. История кинематографа
7. Другое (укажите, что именно) _____
8. Затрудняюсь ответить

12. Есть ли киногерои, которым бы Вам хотелось подражать?

1. Да
2. Нет (Переходите к вопросу № 14)
3. Затрудняюсь ответить (Переходите к вопросу № 14)

13. Что Вас привлекает в этих киногероях? (можно выбрать несколько вариантов ответа, но не больше 3-х)

1. Стиль одежды, прическа
2. Аксессуары, украшения
3. Манеры поведения
4. Жесты
5. Юмор
6. Телосложение
7. Характер

8. Особенности речи
9. Поступки
10. Другое (укажите, что именно) _____
11. Затрудняюсь ответить

14. Где Вы предпочитаете смотреть фильмы? (*выберите, пожалуйста, только один вариант ответа*)

1. Домашний просмотр (по телевизору/компьютеру)
2. В кинотеатре
3. Это зависит от фильма

15. Как часто Вы посещаете кинотеатр? (*при варианте ответа 4 перейдите к 17 вопросу*)

1. Несколько раз в неделю
2. Несколько раз в месяц
3. Несколько раз в год
4. Вообще не хожу

16. С кем Вы обычно ходите в кинотеатр? (*отметьте, пожалуйста, только один вариант ответа*)



1. С семьей



2. С друзьями (близким человеком)



3. Один\одна

17. Укажите основные препятствия для посещения кинотеатров:

(можно отметить несколько вариантов ответа, но не больше 2-х)

1. Нет свободного времени
2. Не позволяют финансы
3. Предпочитаю смотреть по интернет\ТВ
4. Не устраивает кинорепертуар
5. Другое (укажите, что именно) _____

18. Ваш пол:

1. Мужской
2. Женский

19. Укажите, пожалуйста, Ваш возраст:

1. 18-30
2. 31-50
3. 50+

20. Укажите уровень Вашего образования:

1. Основное общее образование
2. Среднее общее образование
3. Среднее профессиональное образование
4. Незаконченное высшее образование (студент)
5. Высшее образование
6. Другое _____

21. Укажите, пожалуйста, Ваше семейное положение:

1. Замужем\женат
2. Не замужем\не женат

22. Как Вы оцениваете свое материальное положение:

1. Отличное (практически ни в чем себе не отказываю)
2. Выше среднего (чаще всего не имеем материальных затруднений)
3. Среднее (иногда испытываем материальные затруднения)
4. Ниже среднего (приходится во многом себе отказывать)
5. Очень трудное (едва своди концы с концами)

Спасибо за участие в социологическом исследовании!

Таблицы результатов анкетирования

1. Как часто Вы смотрите фильмы?	Абсолютные	В %	18-30 лет (%)	31-50 лет (%)
1. Каждый день	45	23	19	26
2. Несколько раз в неделю	80	40	39	41
3. Несколько раз в месяц	68	34	38	30
4. Несколько раз в год	7	3	4	3
2. Какие жанры фильмов Вы предпочитаете смотреть? (можно указать несколько вариантов, но не больше 3-х)				
1. Комедии	116	58	61	55
2. Ужасы/Триллеры	50	25	24	26
3. Фантастика	59	30	33	26
4. Мелодрамы	52	26	25	27
5. Боевики	50	25	28	22
6. Исторические	64	32	15	49
7. Приключения	43	22	22	21
8. Драмы	29	15	21	8
9. Документальные (Биографические)	31	16	14	17
10. Музыкальные (Мюзиклы)	1	1	0	1
11. Научно-популярные	23	12	6	17
12. Артхаус	16	8	13	3
13. Мультфильмы	23	12	17	6
14. Другое (укажите, что именно) _____	7	4	4	3
3. Какое кино Вы предпочитаете? (можно отметить несколько вариантов ответа)				
1. Современное зарубежное кино	134	67	78	56
2. Зарубежное кино 20 века	58	29	37	21

3. Современное отечественное кино	79	40	22	57
4. Советское кино	108	54	32	76
5. Другое (укажите, что именно)_____	3	2	3	0
4.1 Оцените качество современного ОТЕЧЕСТВЕННОГО КИНО по 5-ти бальной шкале (1- низший балл, 5- высший балл, 0- затрудняюсь ответить)_____ (количество баллов)		3,0 8	2,5	3,7
4.2 Оцените качество современного ЗАРУБЕЖНОГО КИНО по 5-ти бальной шкале: (1- низший балл, 5- высший балл, 0- затрудняюсь ответить)_____ (количество баллов)		3,6 5	4,02	3,3
5. Как Вы считаете, что дает просмотр кинофильмов современным людям? (можно отметить несколько вариантов ответа, но не больше 3-х)				
1. Развлечение и удовольствие	160	80	78	82
2. Развитие эрудиции	23	12	5	18
3. Получение представлений о других культурах	55	28	21	34
4. Получение эмоций, недостающих в жизни	70	35	32	38
5. Получение жизненного опыта	27	14	13	14
6. Нравственное развитие	31	16	17	14
7. Возможность сопереживать	23	12	11	12
8. Другое (укажите, что именно)_____	1	1	1	0
6. К каким рекомендациям Вы прислушиваетесь при выборе фильма? (можно отметить несколько вариантов ответа, но не больше 3-х)				
1. Друзей/знакомых/ родственников	114	57	69	45
2. СМИ (реклама, публикации)	64	32	32	32
3. Советам кинокритиков (различным наградам, номинациям)	39	20	25	14
4. Отзывам людей, посмотревших фильм	107	54	42	65
5. Опираюсь в основном на информацию о режиссере\актерском составе	61	31	38	23
6. Полагаюсь на случайный выбор	42	21	18	24
7. Чтобы фильм Вам понравился, в нем должны быть...? (можно отметить несколько вариантов ответа, но не больше 3-х)				

1. Легкий, простой, незамысловатый сюжет	26	13	6	20
2. Известные актеры	26	13	8	18
3. Мастерство режиссера	67	34	37	30
4. Хороший актерский состав	67	34	30	37
5. Хорошая игра актеров	82	41	48	34
6. Информационность, поучительность сюжета	34	17	19	15
7. Яркие характеры персонажей	21	11	11	10
8. Сложный, увлекательный сюжет	98	49	54	44
9. Красивые декорации, костюмы	9	5	2	7
10. Оригинальность киноленты	34	17	22	12
11. Мастерство оператора	18	9	9	9
12. Визуальные эффекты	34	17	15	19
13. Проявление жестокости, сцены насилия	11	6	9	2
14. Другое (укажите, что именно) _____	2	1	2	0
8. Какое значение, по Вашему мнению, имеет кино в жизни современного общества? (можно указать несколько вариантов ответа, но не больше 3-х)				
1. Вид искусства	89	45	44	45
2. Организация массового досуга	138	69	71	67
3. Средство идеологического влияния	53	27	21	32
4. Разновидность бизнеса	67	34	42	25
5. Средство формирования нравственности	31	16	14	17
6. Способ продвижения рекламы	34	17	12	22
7. Средство распространения знаний	19	10	12	7
8. Другое (укажите, что именно) _____	2	1	2	0
9. Как Вы считаете, влияет ли кино на современное общество?				
1. Да	162	81	80	82
2. Нет	9	5	7	2
3. Затрудняюсь ответить	29	14	13	16
10. Какое влияние кино может оказывать?				
1. Скорее, положительное	84	42	43	41
2. Скорее, отрицательное	32	16	16	16
3. Не оказывает влияния	9	5	5	4

4. Затрудняюсь ответить	75	37	36	39
11. Какая информация о кинематографе Вам интересна? (можно отметить несколько вариантов ответа, но не больше 3-х)				
1.История создания кинофильмов	68	35	41	30
2.Биографии режиссеров, операторов, сценаристов	32	17	18	15
3.Технологии создания кино	80	42	44	39
4.Биографии актеров	74	38	40	37
5.Технологии спецэффектов	77	40	42	38
6.История кинематографа	28	15	18	11
7.Другое (укажите, что именно)_____	3	2	2	1
8.Затрудняюсь ответить	7	4	0	7
12. Есть ли киногерои, которым бы Вам хотелось подражать?				
1. Да	94	47	53	41
2. Нет (Переходите к вопросу № 14)	84	42	35	49
3. Затрудняюсь ответить (Переходите к вопросу № 14)	22	11	12	10
13. Что Вас привлекает в этих киногероях? (можно выбрать несколько вариантов ответа, но не больше 3-х)				
1. Стиль одежды, прическа	28	30	35	24
2. Аксессуары, украшения	3	3	2	5
3. Манеры поведения	42	45	58	29
4. Жесты	6	7	8	5
5. Юмор	37	40	42	37
6. Телосложение	14	15	14	17
7. Характер	52	56	62	49
8. Особенности речи	18	19	15	24
9. Поступки	50	54	48	61
10. Другое (укажите, что именно)_____	1	1	0	2
11. Затрудняюсь ответить	0	0	0	0
14. Где Вы предпочитаете смотреть фильмы? (выберите, пожалуйста, только один вариант ответа)				
1. Домашний просмотр (по телевизору/компьютеру)	82	41	28	54
2. В кинотеатре	35	18	21	14

3. Это зависит от фильма	83	41	51	32
15. Как часто вы посещаете кинотеатр? <i>(при варианте ответа 4 перейдите к 17 вопросу)</i>				
1. Несколько раз в неделю	3	2	2	1
2. Несколько раз в месяц	66	33	44	22
3. Несколько раз в год	101	51	47	54
4. Вообще не хожу	30	15	7	23
16. С кем Вы обычно ходите в кинотеатр? <i>(отметьте, пожалуйста, только один вариант ответа)</i>				
1. С семьей	50	25	7	43
2. С друзьями (близким человеком)	111	56	80	31
3. Один\одна	10	5	6	4
17. Укажите основные препятствия для посещения кинотеатров: <i>(можно отметить несколько вариантов ответа, но не больше 2-х)</i>				
1. Нет свободного времени	83	42	44	39
2. Не позволяют финансы	49	25	34	15
3. Предпочитаю смотреть по интернет\ТВ	65	33	22	43
4. Не устраивает кинорепертуар	58	29	29	29
5. Другое (укажите, что именно) _____	10	5	3	7
18. Ваш пол:				
1. Мужской	100	50	50	50
2. Женский	100	50	50	50
19. Укажите, пожалуйста, Ваш возраст:				
1. 18-30	100	50	100	0
2. 31-50	100	50	0	100
20. Укажите уровень Вашего образования:				
1. Основное общее образование	2	1	1	1
2. Среднее общее образование	12	6	5	7
3. Среднее профессиональное образование	54	27	15	39
4. Незаконченное высшее образование (студент)	68	34	66	2
5. Высшее образование	64	32	13	51
6. Другое _____	0	0	0	0
21. Укажите, пожалуйста, Ваше семейное положение:				
1. Замужем\женат	115	57	22	93
2. Не замужем\не женат	85	43	78	7
22. Как Вы оцениваете свое материальное положение:				
1. Отличное (практически ни в чем себе не отказываю)	4	2	1	3
2. Выше среднего (чаще всего не имеем материальных затруднений)	46	23	21	25
3. Среднее (иногда испытываем материальные затруднения)	99	49	48	51
4. Ниже среднего (приходится во многом себе	43	21	24	19

отказывать)				
5. Очень трудное (едва своди концы с концами)	8	5	6	2

1. Как часто Вы смотрите фильмы?	Абсолютные	В %	Мужчины (%)	Женщины (%)
1. Каждый день	45	23	26	19
2. Несколько раз в неделю	80	40	39	41
3. Несколько раз в месяц	68	34	32	36
4. Несколько раз в год	7	3	3	4
2. Какие жанры фильмов Вы предпочитаете смотреть? (можно указать несколько вариантов, но не больше 3-х)				
1. Комедии	116	58	56	60
2. Ужасы/Триллеры	50	25	28	22
3. Фантастика	59	30	39	20
4. Мелодрамы	52	26	2	50
5. Боевики	50	25	45	5
6. Исторические	64	32	39	25
7. Приключения	43	22	20	23
8. Драмы	29	15	10	19
9. Документальные (Биографические)	31	16	17	14
10. Музыкальные (Мюзиклы)	1	1	1	0
11. Научно-популярные	23	12	13	10
12. Артхаус	16	8	7	9
13. Мультфильмы	23	12	4	19
14. Другое (укажите, что именно)_____	7	4	3	4
3. Какое кино Вы предпочитаете? (можно отметить несколько вариантов ответа)				
1. Современное зарубежное кино	134	67	66	68
2. Зарубежное кино 20 века	58	29	31	27
3. Современное отечественное кино	79	40	44	35
4. Советское кино	108	54	51	57

5. Другое (укажите, что именно)_____	3	2	1	2
4.1 Оцените качество современного ОТЕЧЕСТВЕННОГО КИНО по 5-ти бальной шкале (1- низший балл, 5- высший балл, 0- затрудняюсь ответить)_____ (количество баллов)		3,0 8	3	3,2
4. 2 Оцените качество современного ЗАРУБЕЖНОГО КИНО по 5-ти бальной шкале: (1- низший балл, 5- высший балл, 0- затрудняюсь ответить)_____ (количество баллов)		3,6 5	3,6	3,7
5. Как Вы считаете, что дает просмотр кинофильмов современным людям? (можно отметить несколько вариантов ответа, но не больше 3-х)				
1. Развлечение и удовольствие	160	80	79	81
2. Развитие эрудиции	23	12	14	9
3. Получение представлений о других культурах	55	28	32	23
4. Получение эмоций, недостающих в жизни	70	35	22	48
5. Получение жизненного опыта	27	14	15	12
6. Нравственное развитие	31	16	13	18
7. Возможность сопереживать	23	12	12	11
8. Другое (укажите, что именно)_____	1	1	1	0
6. К каким рекомендациям Вы прислушиваетесь при выборе фильма? (можно отметить несколько вариантов ответа, но не больше 3-х)				
1. Друзей/знакомых/ родственников	114	57	53	61
2. СМИ (реклама, публикации)	64	32	34	30
3. Советам кинокритиков (различным наградам, номинациям)	39	20	21	18
4. Отзывам людей, посмотревших фильм	107	54	50	57
5. Опираюсь в основном на информацию о режиссере\актерском составе	61	31	25	36
6. Полагаюсь на случайный выбор	42	21	24	18
7. Чтобы фильм Вам понравился, в нем должны быть...? (можно отметить несколько вариантов ответа, но не больше 3-х)				
1. Легкий, простой, незамысловатый сюжет	26	13	9	17
2. Известные актеры	26	13	16	10

3. Мастерство режиссера	67	34	31	36
4. Хороший актерский состав	67	34	26	41
5. Хорошая игра актеров	82	41	31	51
6. Информационность, поучительность сюжета	34	17	21	13
7. Яркие характеры персонажей	21	11	11	10
8. Сложный, увлекательный сюжет	98	49	49	49
9. Красивые декорации, костюмы	9	5	1	8
10. Оригинальность киноленты	34	17	19	15
11. Мастерство оператора	18	9	10	8
12. Визуальные эффекты	34	17	31	3
13. Проявление жестокости, сцены насилия	11	6	3	8
14. Другое (укажите, что именно) _____	2	1	2	0
8. Какое значение, по Вашему мнению, имеет кино в жизни современного общества? (можно указать несколько вариантов ответа, но не больше 3-х)				
1. Вид искусства	89	45	41	48
2. Организация массового досуга	138	69	60	78
3. Средство идеологического влияния	53	27	29	24
4. Разновидность бизнеса	67	34	42	25
5. Средство формирования нравственности	31	16	8	23
6. Способ продвижения рекламы	34	17	22	12
7. Средство распространения знаний	19	10	9	10
8. Другое (укажите, что именно) _____	2	1	2	0
9. Как Вы считаете, влияет ли кино на современное общество?				
1. Да	162	81	80	82
2. Нет	9	5	6	3
3. Затрудняюсь ответить	29	14	14	15
10. Какое влияние кино может оказывать?				
1. Скорее, положительное	84	42	42	42
2. Скорее, отрицательное	32	16	16	16
3. Не оказывает влияния	9	5	6	3
4. Затрудняюсь ответить	75	37	36	39
11. Какая информация о кинематографе Вам интересна? (можно отметить несколько вариантов ответа, но не больше 3-х)				

1.История создания кинофильмов	68	35	29	41
2.Биографии режиссеров, операторов, сценаристов	32	17	14	20
3.Технологии создания кино	80	42	48	35
4.Биографии актеров	74	38	31	45
5.Технологии спецэффектов	77	40	55	25
6.История кинематографа	28	15	8	21
7.Другое (укажите, что именно)_____	3	2	2	1
8.Затрудняюсь ответить	7	4	2	5
12. Есть ли киногерои, которым бы Вам хотелось подражать?				
1. Да	94	47	44	50
2. Нет (<u>Переходите к вопросу № 14</u>)	84	42	46	38
3. Затрудняюсь ответить (<u>Переходите к вопросу № 14</u>)	22	11	10	12
13. Что Вас привлекает в этих киногероях? (<i>можно выбрать несколько вариантов ответа, но не больше 3-х</i>)				
1. Стиль одежды, прическа	28	30	16	42
2. Аксессуары, украшения	3	3	0	6
3. Манеры поведения	42	45	42	48
4. Жесты	6	7	5	8
5. Юмор	37	40	49	32
6. Телосложение	14	15	26	6
7. Характер	52	56	58	54
8. Особенности речи	18	19	7	30
9. Поступки	50	54	54	54
10. Другое (укажите, что именно)_____	1	1	0	2
11. Затрудняюсь ответить	0	0	0	0
14. Где Вы предпочитаете смотреть фильмы? (<i>выберите, пожалуйста, только один вариант ответа</i>)				
1. Домашний просмотр (по телевизору/компьютеру)	82	41	49	33
2. В кинотеатре	35	18	11	24
3. Это зависит от фильма	83	41	40	43
15. Как часто вы посещаете кинотеатр? (<i>при варианте ответа 4 перейдите к 17 вопросу</i>)				

1. Несколько раз в неделю	3	2	2	1
2. Несколько раз в месяц	66	33	35	31
3. Несколько раз в год	101	51	42	59
4. Вообще не хожу	30	15	21	9
16. С кем Вы обычно ходите в кинотеатр? (отметьте, пожалуйста, только один вариант ответа)				
1. С семьей	50	25	26	24
2. С друзьями (близким человеком)	111	56	51	69
3. Один\одна	10	5	2	8
17. Укажите основные препятствия для посещения кинотеатров: (можно отметить несколько вариантов ответа, но не больше 2-х)				
1. Нет свободного времени	83	42	44	39
2. Не позволяют финансы	49	25	18	31
3. Предпочитаю смотреть по интернет\ТВ	65	33	37	28
4. Не устраивает кинорепертуар	58	29	28	30
5. Другое (укажите, что именно) _____	10	5	6	4
18. Ваш пол:				
1. Мужской	100	50	100	0
2. Женский	100	50	0	100
19. Укажите, пожалуйста, Ваш возраст:				
1. 18-30	100	50	50	50
2. 31-50	100	50	50	50
20. Укажите уровень Вашего образования:				
1. Основное общее образование	2	1	1	1
2. Среднее общее образование	12	6	7	5
3. Среднее профессиональное образование	54	27	30	24
4. Незаконченное высшее образование (студент)	68	34	29	39
5. Высшее образование	64	32	33	31
6. Другое _____	0	0	0	0
21. Укажите, пожалуйста, Ваше семейное положение:				
1. Замужем\женат	115	57	50	65
2. Не замужем\не женат	85	43	48	37
22. Как Вы оцениваете свое материальное положение:				
1. Отличное (практически ни в чем себе не отказываю)	4	2	2	3
2. Выше среднего (чаще всего не имеем материальных затруднений)	46	23	28	17
3. Среднее (иногда испытываем материальные затруднения)	99	49	50	49
4. Ниже среднего (приходится во многом себе отказывать)	43	21	18	25
5. Очень трудное (едва своди концы с концами)	8	5	2	6

Программа социологического исследования по теме: «Анализ документов с использованием визуального ряда»

Современный кинозритель требует от киноиндустрии все больших достижений. Это касается как усовершенствованных технических приемов, так и новшества и креатива самих идей в кинофильмах. Производители в свою очередь в процессе создания фильма ориентированы на обратную связь со зрителем, они пытаются предугадать реакцию зрителей на ту или иную киноленту. Так, кинематограф и кинозритель находятся в постоянной связи.

В настоящее время для привлечения кинозрителей проводятся крупные рекламные кампании по продвижению кинопроизведений. Демонстрируются трейлеры, осуществляется реклама на телевидении, в Интернете, проводятся встречи с актерами. Немаловажное место в продвижении фильма занимает киноафиша, являющаяся одним из компонентов визуально воспринимаемого пространства города.

Анализируя кинопредпочтения, выяснилось, что зрители при выборе кинофильма для последующего просмотра прислушиваются к рекомендациям друзей и знакомых, а также к отзывам людей, которые посмотрели фильм. Особое внимание киноаудитория уделяет СМИ (реклама, публикации и т.д.). Так же информация о режиссере и актерском составе является немаловажной для современного зрителя.

Таким образом, социологической проблемой становится изучение визуальных факторов, средств и механизмов, влияющих на кинопотребление современного зрителя, а также выявление так называемого «идеального типа» кинофильма, который будет соответствовать потребностям и ожиданиям аудитории кинозрителей.

Исходя из полученных данных анкетирования, были выявлены шесть наиболее предпочтительных жанров для современного зрителя в возрасте от 18 до 30 лет и от 31 до 50 лет. В соответствии с данными жанрами отобраны

кинофильмы за 2016 год, которые получили наиболее высокую оценку среди зрителей.

В исследовании произведен анализ документов (Топ фильмов по оценкам пользователей за 2016 год, киноафиши и флаеры, информация о фильме, т.е. сюжет), размещенных на сайте портала о кино КиноПоиск.⁸⁵ Также произведен анализ кинотрейлеров, выявлены их структурные элементы. В случайном порядке было отобрано 10 отзывов по каждому кинофильму с целью соотношения ожидания кинозрителя и удовлетворения его кинопотребностей и выявлении отличительных элементов и характеристик кинолент.

Целью исследования является изучение визуальных особенностей процесса кинопотребления и факторов (включающих механизмы и средства), влияющих на выбор кинопродукции.

Исходя из цели, можно выделить следующие **задачи исследования**:

- 1) Проанализировать с использованием данных опроса кинопотребление современного зрителя;
- 2) Выявить визуальные факторы, влияющие на выбор кинопродукции среди аудитории зрителей;
- 3) Определить характерные особенности современных средств и механизмов, которые в настоящее время оказывают влияние на выбор кинофильма для просмотра;
- 4) На основе полученных данных дать характеристику «идеального типа» кино, удовлетворяющем потребностям современного зрителя.

Объектом исследования является процесс кинопотребления.

Предметом исследования выступают два компонента в процессе кинопотребления – особенности современной аудитории и механизмы и средства, влияющие на выбор современного зрителя.

⁸⁵ КиноПоиск.ру – портал о кино [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.kinopoisk.ru/> (Дата обращения: 28.04.2017).

Приложение 5

Название кинофильма	Оценка	Событие (сюжет)	Слоган	Киноафиша	Трейлер к кинофильму	Отзывы
<p>1. «Идеальные незнакомцы» (<i>Perfetti sconosciuti</i>)</p> <p>Страна: Италия</p>	7. 702	<p>Семеро закадычных друзей, собравшись за ужином, в шутку начинают игру — читать все смс вслух, а на звонки отвечать по громкой связи. Они и представить себе не могут, какие скелеты вылезут из их шкафов и какие удивительные открытия им предстоит сделать.</p>	«Скелеты в телефонах или что будет, если все прочтут твои смс вслух?»	<p>1) Интерпретативный тип корреляции вербального текста и изображения.</p> <p>2) Использование образа-убеждения: рядовой потребитель (комедийный суперхит европейского проката, заменяет сеанс психотерапии 99% положительных отзывов).</p> <p>3) Акцентирование внимания на слогане «скелеты в телефонах или что будет, если все прочтут твои смс вслух?»</p> <p>4) Акцент на актерском составе и режиссере.</p>	<p><i>Темы, поднимаемые в кинотрейлере:</i> любовь, проблема взаимоотношений в семье, социальный конфликт, дружба.</p> <p><i>Ценностное содержание:</i> семья и дети, любовь, дружба.</p> <p><i>Сюжетно-зрелищные свойства:</i> клиповая манера монтажа, намек на счастливый конец, использование отзывов людей, посмотревших фильм (европейские страны) параллельно повествованию («невероятные повороты в сюжете», «эта игра – почти русская рулетка», «вся изнанка смартфонов – на виду», «до безумия забавно», «заменяет сеанс психотерапии»,</p>	<p>1) За что набрались баллы у этого фильма в моем субъективном представлении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - злободневная тема - приятные актеры - «жизненные» примеры. <p>Главная идея фильма — насколько вы уязвимы, если содержимое вашего телефона станет доступно окружающим? Очень актуальный вопрос, особенно на фоне принимаемых законов в Российской Федерации, на фоне скандалов у западных коллег, связанных с раскрытием информации, хранящейся на телефоне. Однако фильм был бы гораздо тоньше в психологическом плане, если бы такая незатейливая игра привела к проблемам у одного-двух людей за столом, что и просматривалось первую половину фильма. Как оказалось — «косячат» они все, причем со вкусом. Вердикт — отличная идея, средняя реализация.</p> <p>2) Очень интересная итальянская комедия, затрагивающая всем известную и большую тему, а именно то, что люди стали рабами своих телефонов, и именно в них хранят все свои тайны. И если бы каждый имел возможность сыграть в подобную игру, то те или иные тайны</p>

					<p>«самая смешная комедия последнего десятилетия».</p> <p><i>Сцены и эпизоды:</i> человеческие взаимоотношения в семье, человеческие взаимоотношения между влюбленными, юмор.</p>	<p>всплыли бы наружи, ведь каждому есть что скрывать.</p> <p>Хотелось бы выделить идею с альтернативным финалом, который показал, что могло быть, если бы герои не сыграли в игру, а ничего бы не было ,все шло бы своим чередом и жизнь продолжалась, и герои продолжали бы жить и обманывать любимых и близких. В итоге «Идеальные незнакомцы» неплохая игровая трагикомедия с неплохим сюжетом и интересной идеей.</p> <p>3) Противоречивое впечатление. С одной стороны фильм вроде бы простой, но очень сильный — и это несмотря на практически одну локацию. На самом деле трудно написать такой сценарий, чтобы одни и те же персонажи находились в одном и том же месте, занимаясь только болтовней, и чтобы это было интересно. Также интересно обыграны такие проблемы современности, как «гаджетомания», и крах института семьи. Отличная концовка.</p> <p>НО — жесткая пропаганда толерантности убивает все хорошее впечатление. Причем, это не случайность — судя по другим новым итальянским фильмам — это закономерность.</p> <p>4) Идеальная я бы сказал драмеди. В фильме смешение таких жанров как: комедия и драма. У каждого человека есть свои маленькие секреты и не каждый хочет оглашать их общественности. Всего, каких-то пару слов и вот ваш брак летит к чертям, и вроде знакомый с</p>
--	--	--	--	--	---	---

детства человек оказывается совсем не таким каким вы его знаете.

Порой кажется, что даже лучше не знать правды, которая может оказаться довольно жестокой, и ограничиться, например безобидным флиртом на фейсбуке. Я бы скорее дал определение нашим друзьям как знакомые незнакомцы. Если мы врём, недоговариваем что то своим любимым и друзьям, то, что можно говорить про незнакомых и случайных людей в нашей жизни?! В итоге, конечно, каждый сам для себя решает, что лучше горькая правда, или слепое неведение. Ведь всем людям свойственны слабости и пороки. И мы сами можем стать друг для друга, или идеальными лжецами, или идеальными незнакомцами. Мне фильм очень понравился!

5) «Идеальные незнакомцы», как это принято для фильмов подобного жанра, держит напряжение за счет диалогов, камера покидает основное место действия лишь несколько раз вначале картины и уже перед самими титрами. Некоторых героев удалось «перетереть» более чем достаточно, некоторые остались после ужина более-менее «сухими», но режиссер Паоло Дженовезе не пытается расположить зрителя к кому-либо из них. Фильм выворачивает наизнанку большинство самых опасных ситуаций и разговоров, способных разрушить семейные и дружеские отношения. Фильм держится на одном дыхании, есть

					<p>достаточно смешных сцен, чтобы считать этот фильм комедией, но общая идея самой ленты ближе к драме.</p> <p>б) «Идеальные незнакомцы» это достаточно камерное кино на острую социальную тему. Оно не поражает размахом, вместо этого здесь присутствует мощнейший психологический эффект. Диалоги балансирующие на грани чёрного юмора и трагедии, дружеские посиделки медленно переходящие в семейные разборки, всё это — сама жизнь, а метафора, в которую заключают авторы смысл картины только лишний раз подчёркивает, насколько мы все фальшивы. Очень порадовала актёрская игра. Всё было на высоте. Эмоции такие, словно ты вживую наблюдаешь театральную постановку.</p> <p>Красивое музыкальное сопровождение подчёркивающее в основном драматические моменты и экспрессию присущую итальянцам. Конец. На мой взгляд, он вышел просто идеальным, как никогда подчёркивающим основной посыл картины.</p> <p>Фильм далеко не идеален, но он стоящий. Если вы соскучились по острым ощущениям, то попробуйте. Разве вам не интересно, что таится в чужой вселенной?</p> <p>7) Это - фильм бомба. Оригинальный сюжет и динамика. Много смешных моментов. Однозначно в топ любимых.</p> <p>8) Я в восторге от фильма! Смотрится с неподдельным интересом. 10 из 10!</p>
--	--	--	--	--	---

					<p>9) Ближе всего к сюжету «Идеальных незнакомцев» можно считать «Игру в правду», пьесу 2005 года француза Филиппа Лелюша, поставленную в 2007 в «Театре Ателье», а в 2013 вышедшую на экраны. Управляющая идея везде одна и та же — как поведут себя люди, узнав об окружающих правду, всю или хотя бы часть той, которая ранее оставалась скрытой? Разница по большей части в обстоятельствах раскрытия этой правды и, собственно, в тех тайнах, которые раскрываются в процессе «игры». Хотя набор этих тайн тоже стандартен: супружеская измена и другие формы предательства доверия, социально неодобряемое поведение, нарушение закона. Запас сюрпризов и откровений в фильме настолько велик, что их хватит до самого последнего кадра, так что, даже если в какой-то момент показалось, что «дальше всё понятно», стоит отказаться от этой мысли. Советую к просмотру!</p> <p>10) Ни разу не пожалел, что не потратил полтора часа не на сон, а на фильм Паоло Дженовезе. Игра актёров дарит удовольствие. Меткие диалоги не позволяют упустить ни одно слово. Уютная квартира становится арендой для разбитых и униженных сердец. А так удачно подвернувшееся лунное затмение ловко указывает на то, что оно не будет длиться вечно. Альтернативная концовка оставляет достаточно простора, чтобы размышлять над увиденным. Смех, сменяющийся грустью и тоской. Итак, в целом фильм очень понравился.</p>
--	--	--	--	--	--

<p>2. «Прибытие» (Arrival)</p> <p>Страна: США</p>	7.641	<p>Неожиданное появление неопознанных летающих объектов в разных точках планеты повергает мир в трепет. Намерения пришельцев не ясны — вооруженные силы всего мира приведены в полную боевую готовность, а лучшие умы человечества пытаются понять, как разговаривать с непрошеным и гостями. Правительство обращается за помощью к лингвисту Луизе Бэнкс и</p>	«Зачем они прибыли сюда?»	<p>1) Интерпретативный тип корреляции. 2) Использование образа-убеждения: профессионал (от режиссера фильмов «Убийца» и «Пленницы»). 3) Акцент на звездном актерском составе.</p>	<p><i>Темы, поднимаемые в кинотрейлере:</i> загадочные и таинственные явления, социальный конфликт, взаимоотношения между людьми в различных сферах жизнедеятельности (работа, семья, любовь), приключение. <i>Ценностное содержание:</i> сохранение жизни и здоровья, семья, дети, любовь, благородство, верность долгу. <i>Сюжетно-зрелищные свойства:</i> клиповая манера монтажа, смена ритма повествования, сложные спецэффекты, нагнетание угрозы и апокалиптического настроения. <i>Сцены и эпизоды:</i> человеческие взаимоотношения в различных сферах жизнедеятельности (работа, семья, любовь), испытание</p>	<p>1) Фильм спокойный, неторопливый, в приглушенных серо-коричневых тонах. Здесь нет экшна, которого мы ждем от фильма об инопланетных захватчиках — моря огня, разверзнувшейся земли и т. д. Есть драма, в которой инопланетные создания далеко не главные герои. На первом плане человек — его чувства, его возможности. Мы очень немного знаем об окружающем нас мире, не можем предвидеть будущее. И в этом наша беда и наше счастье. Ведь ответить на главный вопрос: «Знай я наперед, что случится в дальнейшем, что же я выберу?» — невероятно сложно. 9 из 10! Обязателен к просмотру! 2) «Прибытие» — это один из лучших фантастических фильмов последнего времени, отличная и глубокая фантастика, на которую не жалко потраченного времени и в будущем есть перспективы на повторный просмотр. 3) Новая картина Дэнни Вильнёва практически безупречна. В качестве заглавной темы была выбрана «On the Nature of Daylight» британского композитора Макса Рихтера. Ранее она использовалась в «Острове проклятых» Мартина Скорсезе, поэтому может показаться знакомой некоторым кинолюбителям. Что очень и очень важно, операторская работа не вызывает восторгов, — более того, ей далеко до прорывной или модной, — но она верной тропой фокусируется на основных деталях, что даёт преимущество картине и ещё больше</p>
---	-------	---	---------------------------	---	--	--

		<p>физику Яну Доннели, чтобы предотвратить глобальную катастрофу и найти общий язык с пришельцами. Отныне судьба человечества находится в их руках.</p>			<p>главным героем риска.</p>	<p>погружает кинозрителя в экранное действо. А цветовая палитра постоянно усиливает эффект трагизма и как будто бы подсказывает: «Грядёт что-то неизбежное». В общем и целом, на выходе каждый получает «свой» фильм. Но шанс того, что он придётся вам по душе, близок к бесконечно большой величине (жаль только, она остаётся неизвестной). 10 из 10!</p> <p>4) После первого получаса просмотра, всё больше начало охватывать ощущение разочарования и обиды, как будто меня пытаются обмануть и уже обманывают. К концу просмотра ощущения превратились в уверенность и досаду на ушлых америкосов, опять наколовших бешеной рекламной компанией, и сляпавших маловразумительную слезогонку для экзальтированных барышень, вместо ожидавшегося научно-фантастического, глубокого и философского кино. Развитие сюжета шаблонное. Персонажи вообще не прописаны, просто массовка. Даже главная героиня, которая по сути является единственным действующим лицом, и та прорисована очень слабо, две-три черты, не более. Видеоряд тёмен, музыка уныла, посыл прост как три копейки, общее впечатление - зря. Одним словом фильм не стоит потраченного на него времени!</p> <p>5) «Прибытие» является ценным фантастическим фильмом, который в дальнейшем займет свое место в кинематографе. И все те хвалебные отзывы и высокие оценки,</p>
--	--	---	--	--	------------------------------	--

которые были представлены на разных кинофестивалях, полностью оправданы. И по сути вторжение пришельцев представлено лишь предлогом для того, чтобы задуматься о сущности человечности, о своем бытие, о смерти и как вопреки страху перед неизведанным остаться человеком. Очень много посланий заложено человечеству в фильме, которые предстоит разгадать зрителям. И если есть возможность смотреть фильм в кинотеатре, то воспользуйтесь ею.

6) В картине нет ни одного лишнего эпизода, плана и кажется даже кадра. Вильнев, экспериментировав с формой три последних фильма, отточил так свой стиль до совершенства. Основанный на рассказе Чена Тэда «История твоей жизни», фильм «Прибытие» повествует о непонимании языка пришельцев и трудностях перевода на язык людей, оказывается в итоге фильмом о недопонимании и неспособности найти общий язык между людьми на Земле. Шедевр ли? В любом случае это решит время. С моей стороны главный упрек к фильму в том, что он мог быть ещё лучше.

7) Выход «Прибытия» я ожидал практически с начала его производства. После показа фильма на Венецианском фестивале и первых рецензий о нём, стало ясно, фильм Дени Вильнёва — главная научно-фантастическая картина 2016-го года. Вильнёв в фильме поднимает главный вопрос от всего человечества: как наладить

					<p>общение с инопланетянами. Кроме взаимоотношения землян с пришельцами поднимается и другой, куда более важный вопрос — отношения землян с землянами. Такой пацифистский посыл важен в одном: как человечество может идти на контакт с иной расой, когда оно не в силах договориться между собой. Едва ли фильм станет классикой научно-фантастического кино начала века, но он точно запомнится как один из лучших фильмов 2016-го года.</p> <p>8) «Прибытие» - это гимн человеку, ценности каждой человеческой жизни. С первых же секунд фильма было видно, что он больше относится к фестивальному кино, чем к мейнстримному. Это и кажущиеся поначалу выбивающимися из повествования флешбеки, длинные сцены, фокусировка камеры на лицах персонажей, особенно героине Эми Адамс, полное отсутствие «экшна» при наличии красивейшей картинке. Завязка у фильма очень быстрая, развязка, полностью меняющая его восприятие, тоже наступает неожиданно, а между ними текуче-медленное повествование, не позволяющее отвести взгляд от экрана. Но, несмотря на всё это, в картине присутствуют более простые киноприёмы, которые немного отягощали фильм, тем не менее, слегка приближая его к рядовому зрителю. Я редко отмечаю музыку к фильмам, но Йохан Йоханнссон, не первый раз работающий с Вильнёвым, прочувствовал атмосферу фильма,</p>
--	--	--	--	--	---

					<p>создал прекрасный саундтрек. Работы оператора и художников-постановщиков помогли в создании красивого визуального ряда. Ну и сам режиссер проделал великолепную работу. Всего первый фильм из Венецианского списка 2016, и уже такие эмоции. «Прибытие» — это лучший из пока просмотренных мною фильмов этого года, и лучшая фантастика последних лет. Вильнёв окончательно раскрылся для меня, как мастер своего дела. Настоятельно не рекомендую пропускать этот кинофильм, потому что просто не представляю, как он может не понравится, при этом умом понимая, что сколько людей, столько и мнений.</p> <p>9) Отличное лирико-философское размышление о судьбе. Если настроены посмотреть приятное дурачество наподобие «Стражей галактики», не идите. Подождите, пока изменится настроение. Этот фильм — грустная, почти медитативная поэзия. Концовка с недюжинной силой ставит перед зрителями насущные экзистенциальные вопросы. Не для любителей типичной фантастики!</p> <p>10) Вы скажете: цель фильма как раз и есть задать вопросы, а ответы должен искать зритель - в том работа его разума и воспитание его чувств и нравственности? Всё так. Но от каждого нового произведения хочется получить новый взгляд. Тем не менее, «Прибытие» настолько выразителен по форме, что одно это есть повод его посмотреть.</p>
--	--	--	--	--	---

<p>3. «По соображениям совести» (Hacksaw Ridge)</p> <p>Страна: Австралия, США</p>	8.086	<p>Медик американской армии времён Второй мировой войны Дезмонд Досс, который служил во время битвы за Окинаву, отказывается убивать людей и становится первым идейным уклонистом в американской истории, удостоенным Медали Почёта.</p>	«Основано на реальной истории»	<p>1) Интерпретативный тип корреляции вербального текста и изображения.</p> <p>2) Использование в афише «звезды» - режиссера (Мэл Гибсон).</p> <p>3) Акцентирование внимания на слогане «основано на реальных событиях».</p>	<p><i>Темы, поднимаемые в кинотрейлере:</i> исторические события, антимилитаризм.</p> <p><i>Ценностное содержание:</i> милосердие и благородство, вера, патриотизм, верность долгу, духовное и нравственное совершенствование.</p> <p><i>Сюжетно-зрелищные свойства:</i> технические трюки, сложные спецэффекты, клиповый монтаж, боевые действия, смена ритма повествования.</p> <p><i>Сцены и эпизоды:</i> боевые столкновения, перестрелки, сцены насилия, испытание риска главным героем, человеческие взаимоотношения между сослуживцами и между влюбленными.</p>	<p>1) Мотивирующий фильм, который затронет все струнки вашей души. Не первый и, надеюсь, не последний раз убеждаюсь в том, что Мэл Гибсон не только отличный актер, но и великолепный режиссер. Вера - единственное оружие на войне. Эта замечательная картина достойна вашего внимания.</p> <p>2) Это однозначно удавшийся фильм Мэла Гибсона. Не без недостатков, но их не замечаешь, не отвлекаешься на них. Фильм полностью погружает в себя и не дает вынырнуть из его атмосферы. Хочется отметить достоверность картины.</p> <p>3) Наверно самая качественная историческая драма последних лет пяти, не лишённая правда недостатков вроде излишнего пафоса и зашкаливающего патриотизма. Посмотреть? Стоит! Разок.</p> <p>4) Этот фильм о чуде человечности в нечеловеческих условиях. Осознаешь, что он совершил великий подвиг. Большой подвиг - остался человеком на войне. Сохранить рассудок, веру там, где этому не место. Совершил действительное чудо на глазах других людей. Дал веру другим. Ставлю на номинацию за спецэффекты и лучшую роль второго плана — роль отца. Второй раз смотреть не стала бы.</p> <p>5) Зрелищная натуралистичная резня – за это огромный плюс! А так фильм не понравился.</p> <p>6) Впечатляющая историческая драма, основанная на реальном подвиге героя японо-</p>
---	-------	--	--------------------------------	--	--	---

					<p>американской войны и первого в своём роде идейного уклониста Дезмонда Досса. Из плюсов: интересный и трогательный сюжет, хорошая игра звёздного актёрского состава, очень эпичные героические саундтреки, которые помогают прочувствовать каждый момент фильма и испытать нужную эмоцию, отличная работа оператора, создающая чуть ли не эффект присутствия, минимум спецэффектов и съёмки на зелёном экране очень порадовали, хорошая постановка боевых сцен, здравая порция старого-доброго армейского юмора и, главное, отсутствие типичной американской пропаганды про то, как США якобы в одиночку выиграли всю Вторую Мировую. Из минусов можно выделить разве что только заштампованность и, следовательно, предсказуемость многих сцен в фильме. Однако смотреть, всё-таки, интересно! В общем, фильм дарит большой заряд мотивации и дополнительную веру в наши идеалы, жизненные ценности и убеждения, от которых никогда не стоит отказываться, ибо ради них мы и живём!</p> <p>7) Фильм понравился - это главное, но в коллекцию любимых не войдет. Были и посильнее. Жаль у нас не снимают (мало снимают) про такие подвиги реальных людей.</p> <p>8) Идея фильма не плоха, но вот желание авторов долго и подробно показывать куски мяса на протяжении 20 минут, а потом еще и еще - удовольствие сомнительное. С какой</p>
--	--	--	--	--	--

					<p>целью смотреть такое кино? Это же не документалка, а развлекательный фильм - и вот тут как раз ни разу не доставляют удовольствие такие вот картинки.</p> <p>9) Тяжелый фильм про войну. Война не бывает красивой. Все снято очень реалистично, актерская работа на высоте. Любители "мясца" будут довольны! Ну а режиссерский талант Мэла Гибсона обсуждению не подлежит.</p> <p>10) Фильм понравился, в целом. Но много пафоса, нелогичности и непонятных действий. Батальные сцены безупречны. Жестко, натуралистично, но в то же время ярко и зрелищно.</p>
--	--	--	--	--	--

<p>4. «Ла-Ла Ленд» (<i>La La Land</i>)</p> <p>Страна: США, Гонконг</p>	8.309	<p>Это история любви старлетки, которая между прослушиваниями подает кофе состоявшимся кинозвездам, и фанатичного джазового музыканта, вынужденного подрабатывать в заштатных барах. Но пришедший к влюбленным успех начинает подтачивать их отношения.</p>	<p>«Бесстрашным мечтателям посвящается...»</p>	<p>1) Интерпретативный тип корреляции. 2) Использование образа-убеждения: профессионал (от режиссера фильма «Одержимость») 3) Основной акцент на звездном актерском составе.</p>	<p><i>Темы, поднимаемые в кинотрейлере:</i> любовь, путь к успеху. <i>Ценностное содержание:</i> любовь, успех в жизни. <i>Сюжетно-зрелищные свойства:</i> спецэффекты, клиповая манера монтажа, смена ритма повествования, намек на счастливый конец. Использование параллельно повествованию вставок: награды и номинации, а также комментарии кинокритиков. <i>Сцены и эпизоды:</i> человеческие взаимоотношения между влюбленными, роскошная жизнь, жизнь мегаполиса, юмор, танцевальные и музыкальные номера.</p>	<p>1) Назвать фильм плохим у меня язык не повернется. Он очень красивый. Великолепная операторская работа, прекрасные декорации, очень понравились костюмы. Нам обещали историю любви, которой герои жертвуют во имя своей мечты, а вот как раз любви я тут и не заметила. Вроде и Стоун и Гослинг сыграли неплохо, да и какая-то химия между ними есть. Но сами персонажи показались мне слишком клишированными, когда знаешь наперед как они себя поведут и что скажут. Фильм понравился 50\50. 2) Скучная сказка. Герои фильма не вызывают никаких эмоций - ни радости, ни переживания. Фильм не вызывает ни положительных, ни отрицательных чувств, а хотелось бы чтобы вызывал, поэтому 5 из 10 только за красоту и декорации. 3) Визуально это произведение искусства. Это вкуснотища — смачное и сочное. Режиссер в визуальном повествовании просто перешел границы дозволенного. Музыка — ну тут и говорить нечего. Я большой поклонник фильмов про музыку и музыкантов. И тут музыка просто шикарна и мурашки по всему телу прописались у меня на весь фильм. Очень ждал этот фильм из-за Эммы Стоун! И она оправдала ожидания. Сам фильм смотрится на одном дыхании. Романтичный, в меру лиричный. Все в нем хорошо, все в нем работает и слажено. И теперь я понимаю, за что дали лучшего режиссера Шазеллу — за то, что все работает как он хотел</p>
--	-------	---	--	--	--	---

					<p>и нет слабых мест.</p> <p>4) Современно, креативно, культурно. Шедевральность «Ла Ла Ленда» признана практически всеми критиками. Однако далеко не всем понятно, в чем она заключается. Режиссеру удастся настолько погрузить зрителя в происходящее, что мы воспринимаем фильм, как жизненную ситуацию, а не красивую историю. Ла Ла Ленд старается быть близким и понятным каждому человеку. Простые, современные герои, с которыми себя легко ассоциировать. Акцент на визуальный язык и режиссуру. Здесь нет никаких философских монологов, как кстати нет и сложного сюжета. Это один большой киноопыт, выводы из которого нужно сделать самому зрителю.</p> <p>5) Очень красочная картина. Хороший актёрский состав (в третий раз мы видим Гослинга и Стоун, играющих влюблённых на экране). Добротное музыкальное сопровождение. Сюжет о взаимоотношениях, не оставляющий равнодушным. Кого-то может над чем-то задуматься. Финал даже заставил прослезиться. Эта картина однозначно должна была получить Оскар. К просмотру (в особенности романтикам) рекомендован. 10 из 10!</p> <p>6) Это фильм для ретроградов, старых (и молодых) романтиков, которые ходят в кино не за спецэффектами, а за ощущениями. Это банальное слово «атмосфера» как нельзя лучше отражает то, что происходит на экране, и в нее</p>
--	--	--	--	--	--

					<p>невозможно не погрузиться целиком. Гуляя вместе с героями по ночному городу вы будете влюбляться вместе с ними и в них, смеяться от неловкости и от счастья, у вас будет замирать сердце и, скорее всего, вы вспомните для себя что-то давно забытое, из детства; то, что делает жизнь настоящей. Если начало фильма очаровывает, в середине вы будете влюблены, то кульминация вас уж точно раздавит; впрочем, так и должно быть с настоящим искусством. Смело идите в кино, не бойтесь стереотипов и кажущегося банальным сюжета — увидите ни на что не похожий, яркий, теплый, волнующий и заставляющий мечтать фильм. Обязательно уговорю всех друзей и знакомых посмотреть этот чудесный фильм!</p> <p>7) «Ла-ла Ленд» — символ того кино, которое люди научились делать на сегодняшний день. Он показывает то, насколько кинематограф продвинулся в своем качестве, немного отодвинув смысл, глубокие диалоги и экстравагантные роли, и уделив больше внимания художеству, операторской работе, звуку и атмосфере. Каждая техническая особенность фильма требует отдельного упоминания, она прекрасна, и прекрасны все те, кто по каждому компоненту фильма проделали свою работу. Мы должны запомнить имена композитора Джастина Гурвина, оператора Линуса Сандгрена и многих других. И разумеется, главный ответственный за все это — Дэмиен Шазелл. Замечательный кинофильм!</p>
--	--	--	--	--	--

					<p>8) Этот фильм ну не как нельзя пропускать, он подарит вам те чувства, которые вы больше испытываете, то ли мечты о великом, то ли о светлой любви, то ли о том, как выбрать свой жизненный путь. Моя настоящая рекомендация идти на этот фильм с парой, потому что лент именно чтобы сходить с девушкой в кино сейчас очень мало, а это именно что прям создана для того чтобы обнять его/ее, и предаться искусству трогательного, романтического кино. Стоит отметить здесь, что «Ла ла ленд» вовсе не типичная мелодрама для женщин, она абсолютно для всех.</p> <p>9) «Ла-Ла Ленд» — светлый вдохновляющий фильм, которым показан к просмотру всем романтикам, всем поклонникам хорошей музыки, всем фанаткам Райана Гослинга (безусловно!). И обязательно всем мечтателям. Сходила бы в кино еще раз на этот фильм!</p> <p>10) Очень доброе, светлое и грустное кино. Постоянно ловил себя на мысли что я улыбаюсь. Светлая, теплая картинка. Отличная игра актеров. Великолепная музыка. Очень удачная интеграция мюзикла 60-ых в современный мир. Тут рядом раритетные автомобили, костюмы, декорации сделанные вручную и смартфоны, планшеты, приусы и драм машины. Очень теплое кино.</p>
--	--	--	--	--	--

<p>5. «Заклятие 2» (The Conjuring 2)</p> <p>Страна: Канада, США</p>	7.079	<p>Фильм основан на случае, с которым столкнулись практикующие исследователи и паранормальных явлений Эд и Лоррейн Уоррены. На этот раз вызов будет из северного пригорода Лондона, где семья, состоящая из четырех детей и матери-одиночки, подвергается нападению потусторонних сил. Супругам предстоит выяснить, какова природа этих</p>	<p>«Новая подлинная история из архива Эда и Лоррейн Уорренов»</p>	<p>1) Интерпретативный тип корреляции. 2) Акцентирование внимания на слогане «новая подлинная история из архива Эда и Лоррейн Уорренов». 3) Использование образа-убеждения: профессионал (от режиссера фильмов «Заклятие» и «Астрал»).</p>	<p><i>Темы, поднимаемые в кинотрейлере:</i> загадочные и таинственные явления, психологические проблемы личности. <i>Ценностное содержание:</i> сохранение жизни и здоровья, семья и дети. <i>Сюжетно-зрелищные свойства:</i> спецэффекты, «клиповая» манера монтажа, нагнетание угрозы. <i>Сцены и эпизоды:</i> паранормальные явления, человеческие взаимоотношения в семье, испытание главными героями риска.</p>	<p>1) Это не обычный безликий ужастик, хотя, на первый взгляд, рассказывает о клише-ных вещах - семье, доме с привидениями. Да, Джеймс Ван и в этот раз показывает нам, что даже о таких изъезженных вещах можно рассказать по-другому. Если говорить в пользу второй части, здесь было больше удачных моментов. Пару раз я подпрыгнула от неожиданности. Но, к сожалению, этого нельзя сказать об общем напряжении и атмосфере. В этом плане первая часть была гораздо сильнее. Был даже момент, когда я заплакала. В таком жанре это вообще нонсенс. К сожалению или счастью, я очень люблю жанр «ужасы». И вот как ужас фильм справляется со своей задачей не в полной мере. Совсем не исключено, что такое мнение сложилось у меня на контрасте с первой частью, однако на данный момент именно «адреналиновыми» эмоциями. 2) Джеймс использует в своих фильмах очень мало спецэффектов, его монстры, призраки, демоны получаются кукольными, как злодей из табакерки, более настоящими и, о, боже, это пугает больше, чем непонятная каша из мертвецов в «Полтергейсте» Гила Кинана! Еще одна фишка Джеймса Вана — это бу-эффекты, а точнее их отсутствие там, где ты этого ждешь, от этого на протяжении всего фильма тебя держит непреодолимое чувство страха и ожидание чего-то, что может сейчас произойти. Фильм действительно страшен, для любителей хороших ужастиков самое то. 10 из 10!</p>
---	-------	---	---	--	--	---

	<p>явлений, полтергейст ли это, или что-то другое, и главное — почему именно этот дом и именно эта семья.</p>				<p>3) Заклятие 2 - это редкий пример того, как продолжение оказывается нисколько не хуже своего предшественника. Очень напряженный, интригующий, завораживающий, пугающий, захватывающий, местами жуткий и смотрящийся на одном дыхании фильм ужасов. Очередная творческая победа Джеймса Вана в излюбленном для него жанре, которую хочется смотреть снова и снова смакуя каждый момент.</p> <p>4) Первое «Заклятие», хоть и не было шедевром, могло впечатлить бодростью и общей складностью повествования, нескудными персонажами. Вторая часть не может похвастать ни первым, ни вторым, ни вообще еще чем-либо. Пожалуйста, не тратьте свое время на данный кинофильм.</p> <p>5) Удивительно забавная мистика, которая пальнула аж второй раз подряд, причем сборы показывают, что и публике интересны нынешние голливудские истории про полтергейст и злых духов. Хорошие актеры, хороший, даже я бы сказал отличный звук. Правдоподобная игра актеров и много страшных пугающих моментов. В целом вторая часть понравилась, даже больше чем предыдущая.</p> <p>6) Я не ждал, такого же качественного и проработанного сценария как это было в первой части, я хотел только одного, что бы фильм меня напугал, да как следует. Какого же было мое удивления, при просмотре второй части, сценарий на том же уровне, а где то на порядок</p>
--	---	--	--	--	---

					<p>выше. Понравилось, что зрителя пытаются запутать и обмануть в плане сюжетной линии. Скажу прямо, спустя два часа после просмотра хотелось снова пересмотреть этот фильм. Уверен, фильм соберет по сборам больше чем первая часть, он этого заслуживает.</p> <p>7) «Заклятие 2» обладает захватывающим сюжетом, отличным актерским составом и атмосферой которая не может не понравится настоящему ценителю фильмов ужасов. Это фильм в котором я не нашла недостатков, и который к просмотру рекомендую.</p> <p>8) Не понравился совсем фильм. Во-первых, создатели не понимают, что может напугать. Во-вторых, сценарий, а именно набор классических штампов, попытка закрутить сюжет. В-третьих, плохая игра актеров. И наконец, монтаж, а именно рывками, невпопад. Однозначно обходите фильм стороной.</p> <p>9) Пошел на фильм по большей части из-за того, что история, описанная в фильме, имеет под собой реальную историю из жизни обычных людей. Ведь, когда в голове держишь, что все эти испытания достались настоящим людям, в происходящее на экране веришь охотнее. Детективный сюжет составляет ядро фильма и вызывает интерес, хотя фильм, по моему мнению, чуть затянут. В целом фильм неплохой, интересный и местами, как и надо пугающий. Советую.</p> <p>10) Качественный ужастик, самое главное снят по реальным событиям, от этого ещё страшнее.</p>
--	--	--	--	--	--

						Отличный фильм в своем жанре.
--	--	--	--	--	--	-------------------------------

<p>6. «Расплата» (The Accountant)</p> <p>Страна: США</p>	7.387	<p>Лента расскажет историю математического гения Кристиана Вульфа, который подрабатывает аудитором для самых опасных преступных организаций. Когда ему на хвост садится отдел по борьбе с преступностью Министерства финансов во главе с Рэем Кингом, Кристиан решает найти себе законопослушного клиента и проводит аудит в компании по</p>	«Просчитывай свои шансы»	<p>1) Дополняющий (комплиментарный) тип корреляции. 2) Акцентирование внимания на слогане «просчитывай свои шансы». 3) Основной акцент на звездном актерском составе. 4) Использование в афише «звезды» (Бен Аффлек).</p>	<p><i>Темы, поднимаемые в кинотрейлере:</i> психологические проблемы личности, борьба с преступностью. <i>Ценностное содержание:</i> сохранение жизни и здоровья, успех в жизни, образование и знание, семья и дети. <i>Сюжетно-зрелищные свойства:</i> клиповый монтаж, нагнетание угрозы, смена ритма повествования. <i>Сцены и эпизоды:</i> человеческие взаимоотношения в семье, человеческие взаимоотношения на работе, боевые столкновения и перестрелки, сцены насилия, победа главного героя, испытание главным героем риска.</p>	<p>1) Расплата - это остросюжетный боевик режиссёра Гэвина О'Коннора по сценарию Билла Дюбюка. Повествует нам о сложной жизни мужчины который не похож на остальных. Главные роли играют Бен Аффлек и Анна Кендрик роли им подошли идеально. У Бена просто зашкаливает харизма, брутальность и мужественность, ни единая мышца на лице не дернулась. Еще в этом фильме присутствует философский подтекст, который заставит пошевелить мозгами. Главный минус картины - это её финал во-первых он предсказуем и во-вторых он просто одно большое стрельбище и из социального-мотивационного фильма, он превращается в безыдейный боевик. И в заключение. Фильм удался интересным фильмом по части истории взаимоотношений героев, их истории, их тайн, их мотивов. Его стоит посмотреть. 2) Отличный боевик, с элементами психологического триллера. Лента полноценная голливудская картина с великолепным актерским и режиссерским составом. 3) Фильм отличный, очень понравился. Пусть он нереальный, пусть где-то факты не соответствуют реальности. Но в целом зритель получит от него удовольствие. 4) Голливуд всегда очень тонко умеет улавливать культурные настроения толпы. Современный же Голливуд наоборот больше стремится к многообразию ситуаций и глубине характеров персонажей. Ведь сейчас очень</p>
--	-------	--	--------------------------	---	---	---

	<p>производству новейшей робототехники, где сотрудница финансового отдела обнаружила «нестыковочку» в миллионы долларов. Но стоит Кристиану взяться за счета и выйти на след, как в деле начинают появляться жертвы.</p>				<p>можно быть сложным, многогранным человеком, простой дуализм не в почете, вот и кино подавай соответствующее. Редкая нынешняя кинодрама обходится без многоплановых героев и недвусмысленных моральных ситуаций, в которых кроется такое количество порой взаимоисключающих понятий, что собрать все воедино становится практически невозможно. «Расплата» Гэвина О'Коннора — как раз такая картина, работающая под порочным лозунгом «чем сложнее и запутанней — тем лучше». И что вдвойне удивительно, эта глупая попытка казаться глубже, чем ты есть на самом деле, только играет ленте на руку. Вы не заскучаете в кинотеатре за эти два часа. А это, наверное, самый главный критерий оценки массового кино. В этом плане картина, в отличие от многих своих конкурентов, идеально выполняет свою работу.</p> <p>5) Шикарный сюжет, без абсурдных моментов, дыр и упрощений. Флешбеки уместны, мотивы понятны, все связано и плавно подводит нас к финалу картины. Некоторые повороты предугадать не трудно, но в отличие от шаблонности комиксовых картин здесь приятно угадывать - ты щелкаешь пальцем, улыбаешься и произносишь «я же говорил». Стильный, жестокий экшен в тему и не на весь хронометраж, местами ненавязчивый юмор (хотя пару раз в голос) - то что надо.</p> <p>6) Запомните этот фильм! Лучшее, что я видел в</p>
--	--	--	--	--	---

					<p>кинотеатре за долгое время. 10 из 10. Два с небольшим часа просидел в полном внимании, не испытывая никаких позывов к зевоте. Фильм - смесь социальной драмы, криминального триллера, остросюжетного боевика и классического детектива.</p> <p>7) Для жанра боевик\драма очень большая редкость, когда снимают не просто проходной фильм, на один раз, а именно качественный, который захочется пересмотреть и далеко не один раз. «Расплата» является одним из таких фильмов и лично я за последние пару лет, честно сказать, давно не получал такого удовольствия от фильма, чего и Вам желаю!</p> <p>8) Фильм без дурацких постановок боев, глупых сцен перестрелок, а действительно с интересной боевой составляющей этого фильма. На протяжении всего фильма, сценаристы добавляли вставок с юности главного героя, которые показывали, как ребёнку больному неврологическими болезнями выжить в этом сложном мире. Это и была составляющая драмы этого фильма. Весь фильм держит вас в напряжении. Стоит смотреть.</p> <p>9) Достойный фильм! Сюжет держит в напряжении! Режиссеру и сценаристу отдельное спасибо за акцент, сделанный на людях с диагнозом аутизм, информируют людей через данный кинофильм.</p> <p>10) Экшена в фильме мало, но он эффектный. Вообще очень радует такое малое количество экшена. Хочется сказать, что «Расплата»</p>
--	--	--	--	--	---

						<p>напоминает фильмы 2000-2007 годов, когда кино не было поставлено на конвейер. В нем, помимо сложного и интригующего сюжета, прекрасных персонажей, отличной морали есть некая атмосфера тех времен. «Расплата» — это настоящий глоток свежего воздуха. Для меня лично данная лента стала возможностью вернуться в мир смелого и оригинального кинематографа. К просмотру обязательно.</p>
--	--	--	--	--	--	--

Афиши к кинофильмам



1. Комедия



2. Фантастика



3. Исторический



4. Мелодрама



5. Ужасы\триллеры



6. Боевик