

Секция «Связи с общественностью и теория коммуникации»

Кино как канал коммуникации

Сиян Кристина Валерьевна

Студент

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Философский факультет, Москва, Россия

E-mail: krista-verloren@rambler.ru

Кино - неотъемлемая часть жизни современного общества. Из всех видов искусства кино теснее всего связано с реальной жизнью. Информация, получаемая во время просмотра фильмов, естественнее всего усваивается человеком, так как кино является синтетическим, аудиовизуальным видом искусства, и процесс восприятия информации из кино очень схож с процессом восприятия информации из окружающей среды.

Сегодня кинематограф выпускает продукт, который будет востребован большим количеством людей. В современном мире кино становится самым массовым искусством.

Влияние кинематографа на массовую аудиторию изучено не полностью, и даже результаты тех исследований, которые уже проведены, на данный момент быстро устаревают и теряют актуальность. С начала XXI века кинематограф стремительно развивается, уделяя внимание не столько своей эстетической стороне, сколько технической; упор идёт на зрелищность; кинематограф стремится привлекать и производить впечатление на всё большие массы людей.

В связи с изменениями, происходящими в киноиндустрии, и большой востребованностью кинопродукта массовой аудиторией, необходимо изучать взаимодействие человека и кинематографа; необходимо исследовать кино в рамках массовой коммуникации, чтобы знать, каким образом кино может воздействовать на общество сейчас и какие у кино как у канала коммуникации перспективы в дальнейшем.

Современное общество и современный кинематограф по идее должны являться "отражателями "зеркалами" друг друга. Кино формирует публику, но при этом кино появляется уже соответствующим ожиданиям публики.

Кино выполняет все функции массовой коммуникации. Особенность кино здесь в том, что во время просмотра фильма зритель ассоциирует себя с героем, словно становится на его место. Сопереживает, "переживая" всё происходящее с героем, как с самим собой. Кино оказывает глубокое эмоциональное и психологическое воздействие на зрителя, а так как кино смотрит огромное множество людей - то, можно сказать, на массового зрителя. Таким образом кино может как повлиять на одного человека - "заставить" его пересмотреть взгляды на мир, жизнь, приоритеты - так и на общество.

Кино вследствие своего огромного психоэмоционального влияния на человека может спровоцировать на то или иное поведение, те или иные поступки; может обострить какие-либо социальные явления; социальное поведение; может ввести что-то в моду (как, например, "вошли в моду" блондинки после фильмов с Мэрилин Монро; может поднять в обществе волну переживаний и осмыслений выраженной им идеи (например, "Матрица идея: наш мир нереален, возможно, нами управляют, а мы просто спим; похожую идею несёт фильм "Начало возможно, прямо сейчас мы находимся во сне и не осознаём этого).

Можно рассматривать кино как канал коммуникации в соответствии с моделью Лассуэла ("Кто говорит? — Что сообщает? — Кому? — По какому каналу? — С каким эффектом?").

Отдельно должно быть рассмотрено то, как влияет кино на конкретные целевые аудитории (на детей; подростков; и т.д.)

Литература

1. Маршал Маклюэн. Понимание медиа: Внешние расширения человека. М: Канон-пресс-Ц, Кучково поле, 2003. 464 с.
2. Зигфрид Кракауэр. Природа фильма: Реабилитация физической реальности, М., Искусство, 1974.
3. Садуль Ж. Всеобщая история кино.- М.: Искусство, 1958.
4. Ключева Л. Б. Теория экранного искусства: Учебн. пособие. М.: ГИТР, 2006. 52 с.
5. Александр Митта. Кино между адом и раем: кино по Эйзенштейну, Чехову, Шекспиру, Куросаве, Феллини, Хичкоку, Тарковскому... М.: Зебра Е, 2005. 480 стр.