

Формирование поведенческих паттернов российской молодежи посредством массового кинематографа

Антонова Алиса Михайловна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

E-mail: alice050898@mail.ru

Специфика такого средства массовой коммуникации, как кинематограф, заключается в том, что кино одновременно отражает реальность и создает ее. М.И.Жабский - современный отечественный социолог - определяет кинематограф как «зеркало и молот преобразования общественной действительности» [3]. С одной стороны, для создателя продукта и зрителя кино является средством постижения общественной реальности. С другой стороны, транслируя эту реальность, кинолента влияет на сознание зрителя и работает как инструмент суггестивного воздействия.

С развитием информационных технологий погруженность человека в медиасреду неуклонно возрастает. В настоящее время кинематограф остается одним из самых востребованных массовых искусств и занимает значительную часть потребляемой медиапродукции. Согласно социологическим опросам, в России просмотр фильмов и сериалов является самой популярной формой проведения досуга [6]. Так, влиянию кинематографа подвержена и российская молодежь, для которой характерны неустоявшиеся нормы должного социального поведения, повышенная внушаемость и впечатлительность. Кинематограф эффективно воздействует на социальные установки и поведенческие паттерны молодых зрителей, поскольку созданные кинопродуктом реальность и образы часто проецируются молодежью на окружающий их мир и личную жизнь. Как результат, кино в некоторой степени заменяет книги и собственный опыт. Данный феномен имеет как свои «плюсы», так и «минусы». Благодаря кино осуществляется обмен культурной информацией, происходит накопление и передача знаний и памяти поколений и пр. Однако зачастую производители фильмов и сериалов выдвигают на первый план коммерческую составляющую продукта, а не ее воспитательный потенциал.

Таким образом, изучение проблемы формирования поведенческих паттернов молодого поколения актуально на сегодняшний день, так как влияние кино на менталитет молодых людей только возрастает. При этом массовое киноискусство по большей части не направлено на формирование ценностей, установок и норм, необходимых для создания зрелой личности и здорового общества. Если не уделять данной проблеме должного внимания, то впоследствии массовый кинематограф рискует стать проводником деструктивных тенденций в обществе и привести к искажению ценностей нации.

Источники и литература

- 1) Азадова С.Н., Хисамутдинова Р.Р. Влияние кино на жизненные ориентации российской молодежи // Серия: Актуальные проблемы развития человеческого потенциала в современном обществе, 2016. — URL: <https://elis.psu.ru/node/387711> (дата обращения: 14.02.2023).
- 2) Михайлова Я.Д. Социальные функции кинематографа / Я. Д. Михайлова. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2018. — № 16 (202). — С. 272-274. — URL: <https://moluch.ru/archive/202/49664/> (дата обращения: 15.02.2023).

- 3) Социология и кинематограф / Под общ. ред. Жабского М. И. — М., 2012 — С.9.
- 4) Тумаева А.И. Кино как форма коммуникаций в молодежной среде / А. И. Тумаева // Социальное неравенство и социальная справедливость в российском обществе: содержательный и коммуникативный аспекты: Сборник научных трудов. Всероссийская научно-практическая конференция, Ульяновск, 29–30 октября 2021 года. — Ульяновск: Ульяновский государственный технический университет, 2021. — С. 325-328.
- 5) Kubrak T. Impact of Films: Changes in Young People’s Attitudes after Watching a Movie. Behav Sci (Basel). 2020 May 2;10(5):86. — URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7288198/> (дата обращения: 14.02.2023).
- 6) Информационное агентство РБК: <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/5d19b6b99a79473724a37508>