

## Репрезентация и продвижение ценностей через кино

Научный руководитель – Сегал Александр Петрович

*Иванюгина Полина Олеговна*

*Студент (магистр)*

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

*E-mail: ivanyugina.polina@gmail.com*

Мы живем в невероятно динамичном взаимозависимом мире, который с каждым днем все больше стремится к глобализации. И в настоящее время данная тенденция привела наш мир к тому, что наравне с фактом обладания ядерного оружия, эффективным способом влияния на другие страны (через влияние на умы людей) становится «мягкая сила» и ее инструменты, например, рассматриваемый в данной работе кинематограф. Нельзя не согласиться с результативностью данного способа воздействия, который способствует достижению нужных целей не столь физическими методами, сколько ментально, влияя на чувства, эмоции и желания людей, проникая в подсознание и навязывая свои идеалы.

Большую роль играют средства массовой коммуникации и с каждым годом их влияние растет. Некоторые исследователи считают, что одним из таких является и кинематограф, который берет на себя функцию трансляции и продвижения ценностных ориентиров. Кино способно на создание новой реальности, помогающей людям забыть о настоящем и отвлечься на искусственное, таким образом, полностью погружая человека в новую вселенную, становится проще навязать определенные ценности, мораль, нравы, нормы и даже идеологию, ведь в этой вселенной это уже не является искусственным, а является настоящим.

Кино может выступать как социальный стабилизатор, обеспечивающий устойчивость общества и поддерживающий его ценностные ориентации, может как катализатор, дающий импульс и ускоряющий определенные процессы в обществе, а может и как социальный ингибитор, который способствует предотвращению или замедлению некоторых процессов в обществе.[2] Кинематограф может выступать посредником между государством и обществом. Его, как и СМИ, часто рассматривают в качестве «четвертой власти», обладающей масштабным и многосторонним влиянием на чувства и сознание граждан.[1]

Предполагается проанализировать каким образом кинематограф транслирует и продвигает ценности какого-либо общества, сообщества, меньшинства, страны и так далее. Также в рамках данной работы будут рассмотрены различные инструменты воздействия через кино.

С одной стороны, в наш век информационных войн, растущего уровня пропаганды и разного рода информационного шума, необходимо знать на уровне здравого смысла, как отделять свои мысли и ценности от насаждаемых, чтобы не стать объектом манипулирования и воздействия, стремясь к способности мыслить критически и анализировать полученную информацию, а с другой стороны, пиар-специалистам полезно понимать как можно продвигать нужную повестку в кино и как кинематограф может стать проводником определенных для конкретного общества тенденций.

Список литературы

- 1) Минасов М.И. Технологии трансляции ценностных установок через продукцию Голливуда в 2000-2023 годах // Минасов М.И. Гуманитарные науки. Москва. 2023. № 13 (2). С. 135-139.

- 2) Михайлова Я. Д. Социальные функции кинематографа // Михайлова Я. Д. Молодой ученый. Казань. 2018. № 16 (202). С. 272-274.