

**Специфика современной киноаудитории: социологический анализ "массового зрителя".**

**Научный руководитель – Ефимова Светлана Александровна**

**Комарова Ирина Андреевна**

*Студент (бакалавр)*

Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, Гуманитарный институт, Кафедра социальной педагогики и психологии, Владимир, Россия

*E-mail: caton167@gmail.com*

С развитием средств массовой коммуникации и постепенной глобализации все более четко очерчивается проблема влияния масс-медиа на общество. С их помощью у каждого отдельного индивида формируется своя картина видения мира, через призму тех установок, что транслируются и пропагандируются в фильмах. Именно кинематограф в настоящее время является одним из самых распространенных и влиятельных масс-медиа, а также представляет собой наиболее популярный вид досуга.

Цель настоящей статьи - анализ методологических оснований «массового зрителя», а также потребителей современного кинематографа.

Данная цель была реализована в следующих задачах: рассмотрено понятие киноаудитории; проанализировано воздействие аудиовизуальной информации на сознание индивидов; представлена типология современной киноаудитории.

Таким образом, объектом исследования выступает киноаудитория, а предметом - особенности ее восприятия кинематографа.

Киноаудиторию представляют как совокупность различных групп, объединенных общими информационными потребностями и общими каналами и способами их удовлетворения. [4, с.123] Следовательно, восприятие самого фильма осуществляется с помощью тех норм и ценностей, которые заложены в сознании у каждого отдельно взятого индивида, но при этом они также соотносятся с нормами и ценностями группы зрителей.

Одной из основных особенностей киноаудитории является направленность на широкий круг зрителей. Само понятие массовости нельзя трактовать как нечто негативное, полное отрицательных аспектов. Для него характерно яркость, эффектность, эмоциональность. [3, с.189]

Если рассматривать кинозрителя с точки зрения пространственно-временной характеристики, то очевидным будет тот факт, что он, находясь физически в одном месте, сознанием погружается в другую реальность. В этот момент разум индивида находится во власти кинообразов, представленных в виде аудиовизуальной информации. Таким образом, зритель в силу своих психологических установок, «сбегает» от мира повседневности в мир фантазий, что в некоторой степени способствует сбалансированию его психико-эмоционального состояния. [3, с. 180]

В этом случае сам кинозритель не в состоянии адекватно воспринимать увиденное, а его рефлексивные способности снижаются. То есть кино притупляет наше сознание так, что все образы воспринимаются аффективно, то есть на основе эмоций. [4, с.124] Следовательно, можно говорить об инфантильном характере массового зрителя.

При создании кинофильма, режиссер во многом ориентируется на восприятие его аудиторией, при этом закладывая в основу так называемый принцип «уподобления» или «перенесения». Он заключается в перенимании индивидом манеры поведения, жестов, разговорной речи экранных героев, тем самым заставляя его думать, что все эти события реальны. [2, с. 41]

В таком случае зритель выступает, своего рода, заказчиком, выдвигающим собственные требования к режиссеру. Именно такая обратная связь во многом определяет, какие идейно-ценностные ориентации будут заложены в фильмах. [2, с. 38-39] Следовательно, при смене господствующей в обществе идеологии, будет изменяться и общественное мнение, а значит, и кинопроизводство в целом.

Зритель воспринимает кинотекст, основываясь на собственном опыте, т.е. рассматривает через призму своих установок, главной из которых является удовлетворение его личных потребностей и интересов. Под установкой здесь понимается бессознательное восприятие повторяющегося действия. [2, с. 40]

Во многом она облегчает понимание кинообразов, но может и отрицательно сказываться на зрителе. Это происходит вследствие изменения наблюдаемого объекта. Поэтому, индивиду приходится преобразовывать старую установку или же формировать новую. Потому и получается, что интерпретация кинообразов у каждого зрителя индивидуальна. [3, с. 178]

Логично возникает вопрос: как такая неоднородная аудитория может сохранять устойчивость в меняющемся обществе? Как уже говорилось ранее, отдельные индивиды обособляются в группы согласно своим интересам и предпочтениям. Каково бы не было количество таких объединений, все они имеют схожие характеристики, которые и позволяют им составлять целостную зрительскую аудиторию.

Многие исследователи данной проблематики пытались типологизировать всю киноаудиторию, чтобы найти отличительные особенности, характеризующие направленность общих интересов и установок каждого зрителя. [1, с. 84] Всего они выделили 4 группы зрителей.

В качестве основы выступили показатели с характерной высокой дифференциацией: социально-демографические характеристики, структурные показатели досуговой деятельности, тематические предпочтения, механизмы поведения и установки кинозрителей и другие. [1, с. 84]

Первая группа представляет собой зрителей, мало интересующихся политическими процессами в стране. Вместо этого они предпочитают просмотр развлекательных программ. Вторая группа имеет схожие характеристики, однако более тяготеет к более серьезным жанрам киноискусства и культурно-просветительским мероприятиям. В обоих случаях основными представителями этих групп является в основном молодежь и люди среднего возраста. [1, с. 84]

Третья группа проявляет высокий интерес к различным новостным передачам. При этом ее основные представители - техническая интеллигенция и сельские жители - имеют довольно консервативные установки. [1, с. 84]

И последняя четвертая группа стоит наравне с первыми двумя типами, однако зрителей более привлекают кинематографические и театральные представления. Характерной особенностью здесь выступает равномерная распределённость по уровню образования и возрасту. [1, с.84-85]

Такого рода типология позволяет более подробно конкретизировать данные о восприятии индивидами различных материалов, распространяемых при помощи средств массовой информации. Благодаря этому становится возможным проследить характерные изменения в специфике «массового зрителя», а также динамику развития социальных процессов.

### Источники и литература

- 1) 1. Василевская Н.С. Киноаудитория в социологическом осмыслении: проблемы и перспективы изучения. // Наукові праці. Соціологія. 2013. №. 199. С. 82-87.

- 2) 2. Ембергенова Д. Значение кинематографа в жизни человека // Богема. 2016. No. 1. С. 38-42
- 3) 3. Кубрак Т.А., Гребенщикова Т.А. Влияние кино на представления молодежи о пожилых людях. // Вестник РУДН. 2018. No. 2. С. 178-191
- 4) 4. Полуэхтова И.А. Исследования аудитории и медиапотребления в цифровой среде: методологические и практические проблемы. // Социология СМИ и массовых коммуникаций. 2016. No. 4. С. 121-129