

Влияние зарубежного кинематографа на молодежь

Научный руководитель – Викторов Александр Шагенович

Журавлева Мария Сергеевна

Студент (магистр)

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

E-mail: girl-krutaya@mail.ru

В своем развитии общество претерпевало множество изменений в структуре, традициях, ценностях и нормах. На процессы трансформации социального пространства влияли как внутренние, так и внешние факторы, основными из которых стали промышленные революции. Итогом трех прошедших промышленных революций, согласно Э. Тоффлеру, стало широкое распространение информатизации как процесса воздействия информационных технологий на социум [4].

Информационные технологии также являются одним из основных объектов глобализации и служат катализатором ее распространения, в первую очередь, в социальной сфере.

Процесс распространения глобализации приводит к появлению в различных обществах одинаковых черт. Одной из таких черт, согласно Ж. Бодрийяру, стало то, что общество стало обществом потребления [1]. Это выражается в следующем: в массовое потребление втягивается абсолютное большинство населения.

Существенной характеристикой современного общества потребления является революция в средствах коммуникации: возникает новое информационное пространство, которое управляется централизованно и потребляется массово. В таком обществе все коммуникационные технологии оказывают влияние на установление и развитие личности.

Новые требования к социуму, смена социальных ролей делают общественное сознание в целом и сознание отдельных социальных групп крайне неустойчивым, подверженным различного рода манипулятивным воздействиям. Закономерным следствием этого является актуализация научного интереса ко всем факторам, определяющим проблему манипуляции сознанием.

В условиях существующей социально-экономической ситуации наиболее подверженной манипуляции сознанием является молодежь, характеризующаяся повышенной внушаемостью и неустойчивостью сознания. Для нынешнего кризиса актуально утверждение В. Д. Лисовского относительно перестройки российского общественного пространства 90-х гг.: «Сегодняшние молодые россияне поставлены в вдвойне экстремальные условия: переворот в социально-экономическом укладе сопровождается кризисом ценностного сознания. Молодым приходится самим решать, что ценнее - обогащение любыми средствами или приобретение высокой квалификации, обеспечивающей способность адаптироваться к новым условиям; отрицание прежних морально-нравственных норм или гибкость, приспособляемость к новой действительности; безграничная свобода межличностных межполовых взаимоотношений или семья как оплот успешного существования» [3].

От выбранных технологий и средств манипуляции зависит успешность преодоления молодым поколением стрессов, обусловленных кризисной ситуацией, и как результат - прохождение успешной социализации. Среди средств манипуляции сознанием одним из наиболее действенных и наименее исследованных является массовый кинематограф. По аналогии с массовой культурой массовый кинематограф не должен «рассматриваться как оценочная, эстетическая категория. Это не просто упрощенное или ухудшенное издание так называемой высокой культуры, а явление совершенно другого порядка». Массовый

кинематограф характеризуется, прежде всего, способом, которым он «создается, распространяется и используется» [2].

Открытие и применение новых технологий в создании и транслировании художественных образов и информации значительно совершенствуют манипулятивные технологии кинематографа. Стремительное распространение Интернета приводит к увеличению доступности кинофильмов, повышению частоты просмотра кинокартин.

В наши дни кинематограф является главным поставщиком копируемых ролевых моделей поведения для мужчин и женщин в возрасте до 30 - 35 лет. По ширине охвата аудитории и одновременно глубине воздействия кино превзошло театр, литературу, живопись, фотографию, комиксы, обогнало мировую музыкальную индустрию. Отрицательным моментом является то, что молодежи предлагается списывание «идеальных» образов с телеэкрана, которые зачастую не являются таковыми в действительности, и это приводит к формированию девиантных моделей поведения.

Таким образом, кинематограф способен выполнять функции контроля над восприятием и побуждением зрителя идентифицироваться с героями фильма, участвовать в процессе формирования мотивации, типов моделей поведения, ценностной системы личности.

Источники и литература

- 1) Бодрийяр, Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры. – М.: Культурная революция; Республика, 2006. – 272 с.
- 2) Захаров, А. В. Массовое общество и культура в России: социально-типологический анализ / А. В. Захаров // Вопросы философии. – 2003. - № 9. – С. 3-16.
- 3) Лисовский, В. Т. Динамика социальных изменений (опыт сравнительных социологических исследований российской молодежи) / В. Т. Лисовский // Социологические исследования. – 1998. - № 5. – С. 98–104.
- 4) Тоффлер, Э. Третья волна / Пер. с фр. и вступ. статья П. Гуревича. – М.: Издательство АСТ, 1999. – 784 с.