

## Влияние страны производства кино на восприятие его содержания российскими зрителями

*Рыбачева Мария Евгеньевна*

*Студент (магистр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Кафедра экономической социологии и маркетинга, Москва, Россия

*E-mail: masharussia1998@yandex.ru*

Эффект страны происхождения изучался и продолжается изучаться многими исследователями. Впервые в академической среде о нем заговорил Р. Скулер. В 1965 году он осуществил исследование, которое подтвердило гипотезу о том, что потребители по-разному относятся к одним и тем же товарам, произведенным в разных странах [2]. Далее проводилось большое количество исследований, изучавших данный эффект: были выделены аспекты понятия «страна происхождения», определены анценденты и модераторы.

С конца XX - начала XXI веков фактор страны производства стал рассматриваться для нематериальных товаров. Лишь небольшое количество исследований изучали данный феномен для продуктов культуры. Еще меньше представлено работ, направленных на исследование влияния страны производства кино на его восприятие аудиторией.

Российский кинозритель, как и кинематограф в целом, прошел серьезное перерождение. Его изменения были обусловлены развитием киноиндустрии, политическими, экономическими и социальными трансформациями общества. Изучение общественного мнения по данному вопросу отражают постоянные изменения в отношениях зрителей к отечественной киноиндустрии. Последние исследования показали рост позитивного отношения к российскому кино, в то же время предпочтение зарубежных кинопродуктов среди респондентов остается высоким. Так, опрос ВЦИОМ в 2021 году показал, что большинство россиян смотрят российские фильмы (60%), на втором месте по популярности находятся американские кинопродукты (36%), на третьем - европейские (26%) [3]. То есть по факту предпочтения между российскими и зарубежными кинокартинами примерно равные.

Стоит отметить, что в основном все современные исследования направлены на изучение различных тенденций изменения зрительских предпочтений, минуя факторы и причины подобного отношения. Таким образом, актуальность и особый научный интерес представляет изучение страны происхождения кино как фактора, влияющего на положительное или отрицательное восприятие кинопродукта. Также большое значение имеет исследование глубинных причин подобного восприятия.

В качестве основного метода исследования был выбран анкетный опрос - метод, позволяющий собрать информацию о субъективном восприятии, склонности, мотивах деятельности и мнении [1]. Выборка составила 388 человек. В нее вошли активные и умеренные зрители кино и сериалов возрастом от 18 лет.

Результаты опроса показали большое значение страны производства при выборе фильма или сериала для просмотра: данный фактор отметили 34% респондентов для кино и 35% для сериалов.

При этом зрители больше предпочитают смотреть зарубежное кино: 79% опрошенных выбирают Голливудские фильмы для просмотра, 62% - европейские и только 35% современные российские. Примерно также зрительские предпочтения распределились относительно сериалов: 78% смотрят американские сериалы, 49% европейские и 36% современные российские.

В ходе исследования были изучены не просто предпочтения российской киноаудитории относительно страны происхождения, но и определено возможное влияние на восприятие

анцендентов и модераторов: пол, возраст, материальное положение, патриотизм и культурная открытость.

### Источники и литература

- 1) Кравченко А. И. Социология: учебник и практикум для академического бакалавриата. Москва: Издательство Юрайт. 2019.
- 2) Schooler R.D. Product bias in the Central American common market // Journal of Marketing Research. 1965. Vol. 2. No. 4. P. 394-397.
- 3) Предпочтения россиян в кино. 2021. Wciom.ru. [Электронный ресурс]. URL: [<https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/predpochtenija-rossijan-v-kino-1>]