

Отзыв

на диссертационное исследование Кожоридзе Георгия Гочевича
«Кинопредпочтения как индикатор социокультурных изменений:
методологические основания и подходы к измерению»,
представленное на соискание ученой степени кандидата социологических наук
по специальности 5.4.1. Теория, методология и история социологии

Диссертация Кожоридзе Г.Г. попадает в ту редкую категорию работ, актуальность которых очевидна не только научному сообществу, но и любому человеку, хотя бы раз за последние полгода пролистывающему ленту социальных сетей. В эпоху, когда «Слово пацана» вызывает споры на федеральных каналах, а алгоритмы TikTok успешнее любого социолога предсказывают наш следующий просмотр, попытка создать строгую методологию анализа кинопредпочтений выглядит не просто своевременной, а спасительной для дисциплины.

Автор справедливо фиксирует парадокс: кино стало главным нарративным двигателем современности, но инструментарий его социологического изучения застрял где-то между «Диалектикой просвещения» Адорно и восторженными отзывами на «КиноПоиске». Особую **актуальность** работе придает попытка совместить два аспекта: во-первых, проследить, как ценности 2000-х (бандитские сериалы как новая мораль) трансформируются в запрос на психотерапию и инклюзивность в 2020-х, а во-вторых — предложить новый метод (виртуальных респондентов), который выглядит как хайп, но, как доказывает автор, может стать рабочим инструментом. С учетом того, что современная молодежь общается с исследователем так же охотно, как с контролером в автобусе, поиск альтернативных каналов сбора данных — задача первостепенной важности.

Новизна работы, без ложной скромности, действительно присутствует, причем как на теоретическом, так и на эмпирическом уровнях. Трехуровневая модель (тематико-нарративный, социально-демографический и ценностно-мировоззренческий уровни) — это не просто компиляция идей Кракауэра и Бурдьё, а работающий конструктор. Автору удалось избежать греха многих культурологов — растворения социологии в искусствоведении. Он четко показывает, как конкретный кадр или сюжетный ход превращается в валидный индикатор социального настроения.

Эмпирическая новизна заключается в попытке верифицировать «зеркальную теорию» кино на материале двух поколенческих срезов. Вывод о переходе от коллективистских ценностей («братство» в «Брате») к индивидуалистским («внутренний конфликт» в «Триггере») не является откровением для внимательного

зрителя, но Кожоридзе впервые придает этому наблюдению строгую форму социологического закона, подкрепленного контент-анализом.

А что до методической новизны, то апробация технологии виртуальных респондентов (ИИ) — это либо будущее социологии, либо её эффектное фиаско. Автор мужественно публикует и успехи (совпадение в 70-80% по общим вопросам), и провалы (ИИ не знает о неприязни к мюзиклам). Эта честность подкупает. Фактически, диссертант предлагает не подменять людей машинами, а использовать ИИ как мощный «пилотажный» инструмент для генерации гипотез.

Достоверность обеспечена корректной выборкой (пусть и небольшой, но качественно описанной), прозрачностью процедур кодирования контент-анализа и отсутствием попыток выдать частные мнения за абсолютную истину.

Выводы диссертации, в целом, обоснованы, хотя и вызывают легкое чувство дежавю у тех, кто знаком с работами Р. Инглхарта о постматериалистических ценностях или исследованиями поколенческих разрывов. Основные положения (смещение к индивидуализму, роль соцсетей, эскапизм как реакция на стресс) логично вытекают из эмпирических данных. Однако степень обоснованности снижается там, где автор пытается перейти от описания к объяснению причин. Например, рост интереса к психологическим темам в кино 2020-х объясняется «процессами индивидуализации», но практически не учитывается коммерческий фактор: стриминги (Netflix, Start) просто научились производить психологические триллеры как самый дешевый способ удержать зрителя у экрана, в отличие от дорогого экшна. Тем не менее, общая логика защиты положений выдержана.

Теоретическая значимость работы заключается в разработке операциональной модели индикаторов. Это не просто статья на тему «как мы любим кино», а готовый методический набор для коллег, которые захотят изучить, скажем, влияние аниме на формирование этических норм или эволюцию образа чиновника в сериалах.

Практическая значимость даже значительнее теоретической. Во-первых, Министерство культуры и продюсерские центры получают инструмент для мониторинга реальных запросов молодежи. Автор честно показывает, что молодежь не хочет морализаторства, она хочет рефлексии и «психологии без мяса». Во-вторых, сама технология «обучения» виртуального респондента на данных реальных фокус-групп (метод «пилот / ИИ / масштабирование») — это ноу-хау, которое может удешевить рыночные исследования на порядок. Маркетологи могут радостно потирать руки, а социологи — задуматься об этичности такого подхода.

Основные положения работы отражены в 13 публикациях, 4 из которых — в журналах из перечня ВАК. Названия статей («Между хайпом и индивидуальностью», «ИИ и социология») выглядят современно и релевантно содержанию. Апробация на конференциях РУДН и МГУ подтверждает, что работа не была написана в вакууме.

Автореферат полностью соответствует тексту диссертации. В нем корректно отражены структура, методология и основные выводы работы. Особо хочется отметить, что в автореферате сохранена та самая «двойственность» выводов (стремление к трендам и их отторжение), которая и составляет главный нерв исследования.

Позвольте высказать несколько замечаний, не снижающих общего высокого уровня работы, но показывающих, что оппонент читал текст внимательно.

1. Проблема с «поколенческой памятью» (методологическая ловушка). Во второй главе автор сравнивает реальные ответы молодежи 2020-х и воспоминания людей 40-50 лет о своей молодости в 2000-х. Это классическая ошибка ретроспекции. Человек в 45 лет помнит не то, что он реально смотрел, а то, что стало культурным мифом («Брат», «Бригада»). Автор сам признает это мимоходом, но из эмпирического анализа этот нюанс как-то быстро исчезает. Насколько мы уверены, что в 2000-х массово не смотрели «Санта-Барбару» и французские комедии, просто сейчас об этом забыли? Гипотеза о тотальном доминировании криминала в предпочтениях выглядит убедительно, но требует оговорки: мы изучаем не столько реальное потребление, сколько сконструированную память поколения. Это стоило бы вынести в отдельный параграф ограничений метода.
2. Терминологическая эклектика. В параграфе 1.2 смешивается в одну группу психоаналитический, социально-критический, деконструктивистский, герменевтический и семиотический подходы. Получается винегрет, где Лакан спорит с Эко, а Бодрийяр подмигивает Деррида. Для кандидатской диссертации такой обзор избыточен и выглядит как демонстрация начитанности, а не как рабочий инструмент. В итоге в практической части используется только социология М.И. Жабского и семиотика в самом простом виде. Остальные «измы» остались за бортом. Лучше бы меньше, да лучше.
3. Странный выбор фильмов для контент-анализа. В таблице 14 «Иван Васильевич» включен как в список 2000-х, так и 2020-х. Но ведь то, что молодежь 2020-х смотрит комедийную классику Гайдая, говорит не о тренде, а о вечности комедии. Включение его в выборку как репрезентативного

фильма «современности» методологически сомнительно: он искажает статистику, так как не отражает современные кинопроцессы, а фиксирует культурную инерцию. С таким же успехом можно было включить «Чебурашку» или «Иронию судьбы». Это следовало бы сделать отдельным кейсом «ностальгического потребления», а не смешивать с «Аватаром» и «Игрой в кальмара».

4. Виртуальные респонденты: предсказуемая кривая. Автор пишет, что ИИ хорошо сгенерировал ответы по второй группе (4.67 из 5), потому что автор «скормил» ему транскрипцию первой части. Но это же тривиально! Это не искусственный интеллект, а умный пересказчик. Настоящая проверка — когда ИИ отвечает на вопросы о группе, данных по которой у него нет. В представленном эксперименте доказано, что ChatGPT умеет делать реферат. Это полезно, но не революционно. А вот первый эксперимент (3.2 из 5) — гораздо честнее. Там ИИ «провалился» на мюзиклах и глубине, и это — главный результат: ИИ пока не замена фокус-группе, а лишь помощник модератора.
5. Остроумие vs наука. Автор использует такие формулировки, как «парадокс выбора», «пузыри фильтров», «клиповое мышление». Это распространенные расхожие выражения, которые сейчас знает любой непрофессионал, рассуждающий о медиа, но не строгие операциональные термины современной науки. В социологии «клиповое мышление» — остроумный и пронизательный, но дискуссионный конструкт, а не верифицированный факт. Возможно, молодежь не «глупеет» (смотрит на скорости 1.5x), а просто экономит время в условиях перегрузки информацией. Вывод о «рефлексивной медиакультуре» (стр. 175) гораздо интереснее, чем жалобы на клиповость молодежи, которые раздаются десятками тысяч ежедневно. Стоило сделать на нем больший акцент.

Несмотря на указанные замечания (которые носят, скорее, характер пожеланий к дискуссии и уточнению метода), диссертационное исследование Кожоридзе Георгия Гочевича является законченной научно-квалификационной работой. В ней содержится новое решение научной задачи — разработка методологических оснований для использования кинопредпочтений в качестве валидного индикатора социокультурных изменений, имеющей важное значение для развития теории и методологии социологии, а также для прикладных исследований в области молодежной и культурной политики.

Работа соответствует требованиям, предъявляемым к диссертациям на соискание ученой степени кандидата социологических наук согласно п. 2.2 раздела II Положения о присуждении ученых степеней в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы», утвержденного ученым советом РУДН протокол № УС-1 от 22.01.2024 г., а ее автор, Кожоридзе Георгий Гочевич, заслуживает присуждения ученой степени кандидата социологических наук по научной специальности 5.4.1. Теория, методология и история социологии.

Официальный оппонент:
доктор филологических наук (10.01.08), профессор
кафедры кино и современного искусства факультета истории искусства
Федерального государственного автономного образовательного учреждения
«Российский государственный гуманитарный университет» (РГГУ)

Марков Александр Викторович

Дата: 06.04.2026

Почтовый адрес: 125047, г. Москва, Миусская площадь, д. 6, РГГУ
Контактный телефон: +7 (495) 250-61-18
Адрес электронной почты: markov.av@rggu.ru

Подпись *Марков А.В.* ЗАВЕРЯЮ
ДИРЕКТОР ДЕПАРТАМЕНТА
ПО УПРАВЛЕНИЮ ПЕРСОНАЛОМ
И СОЦИАЛЬНЫМ ВОПРОСАМ
ВАЗА А.М.
06 АПР 2026
департамент
персоналом
и социальным
вопросам