

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ДРУЖБЫ НАРОДОВ ИМЕНИ ПАТРИСА ЛУМУМБЫ»

На правах рукописи

Кожоридзе Георгий Гочевич

**КИНОПРЕДПОЧТЕНИЯ
КАК ИНДИКАТОР СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ:
МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ И ПОДХОДЫ
К ИЗМЕРЕНИЮ**

Специальность: 5.4.1. Теория, методология и история социологии

ДИССЕРТАЦИЯ

на соискание ученой степени
кандидата социологических наук

Научный руководитель:
доктор социологических наук, профессор,
Пузанова Жанна Васильевна

Москва – 2026

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ КИНОПРЕДПОЧТЕНИЙ МОЛОДЕЖИ	15
1.1. Концептуальные социологические подходы к исследованию кино	15
1.2. Методология социологического исследования кинопредпочтений	31
1.3. Кинопредпочтения как система индикаторов социокультурных изменений	46
1.4. Эмпирические методы изучения кино: от традиционных методик к технологиям искусственного интеллекта	52
ГЛАВА 2. АНАЛИЗ КИНОПРЕДПОЧТЕНИЙ МОЛОДЕЖИ РАЗНЫХ ВОЗРАСТНЫХ ГРУПП (ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ФОКУС-ГРУПП)	69
2.1. Сравнение жанровых кинопредпочтений молодежи: современность и 2000-е гг.	72
2.2. Влияние социальных и культурных факторов на кинопредпочтения молодежи	84
2.3. Феномен моды и маркетинга в формировании кинопредпочтений	101
2.4. Эффективность технологии виртуальных респондентов в исследовании кинопредпочтений	109
ГЛАВА 3. КИНОПРЕДПОЧТЕНИЯ КАК ИНДИКАТОР СОЦИАЛЬНЫХ НАСТРОЕНИЙ (ПО РЕЗУЛЬТАТАМ КОНТЕНТ-АНАЛИЗА)	124
3.1. Анализ ключевых тем и мотивов в кино начала 2000-х и 2020-х гг.	124
3.2. Эволюция персонажей в кино: от 2000-х к 2020-м гг.	143
3.3. Социологический анализ социокультурных изменений через систему кинопредпочтений (на основе двух этапов исследования)	155
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	166

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ	172
ПРИЛОЖЕНИЕ. ГАЙД ФОКУС-ГРУП	183

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. Современное российское общество переживает масштабные социокультурные изменения, требующие качественно новых подходов к их социологическому анализу и измерению. Особую важность приобретает понимание механизмов формирования и изменения ценностных ориентаций, мировоззренческих установок и культурных практик подрастающего поколения. Одновременно растет влияние цифровых технологий и медиапространства на процессы социализации молодежи¹, что кардинально изменяет традиционные каналы трансляции социокультурного опыта между поколениями.

Кинематограф занимает центральное место в системе массовой культуры современного общества, являясь одним из наиболее доступных и влиятельных медиаканалов, через которые транслируются культурные образы, ценностные ориентации и социальные нормы. Однако вопрос о том, в какой степени динамика кинематографических предпочтений отражает глубинные социальные процессы, остается дискуссионным.

Кинопредпочтения как значимый элемент культурного потребления молодежи могут выступать ценным индикатором происходящих в обществе изменений, однако методологический инструментарий их социологического изучения остается недостаточно развитым. В свою очередь, сравнение предпочтений по поколениям может предоставить ценную информацию о сдвигах в социальных установках и ценностях (например, рост интереса к фильмам, затрагивающим экологическую тематику, может свидетельствовать о повышении интереса к экологическим проблемам).

Статистика самых популярных российских сериалов 2024 г., по данным индекса «КиноПоиск Pro» и аналитики Mediascope, фиксирует сдвиг к более

¹ Полосин А.В., Шилин К.И. Проблемы социализации молодежи в условиях COVID-19 // Современная зарубежная психология. 2021. № 3. С. 108–117.

острому социальному содержанию. Доминирование в рейтингах проектов «Слово пацана. Кровь на асфальте» (свыше 10 тыс. баллов интереса, 1-е место второй год подряд) и «Жизнь по вызову» (3-е место) свидетельствует о возрастающем интересе аудитории к проблематике маргинальных субкультур, социального расслоения и криминализации городской среды. В то же время стабильно пользуются популярностью комедийные франшизы («Универ» и «Реальные пацаны» – на 4-м и 5-м местах соответственно), что указывает на дифференциацию зрительских потребностей: наряду со стремлением к осмыслению социальных противоречий сохраняется запрос на развлечение и эскапизм².

Социальной проблемой, обуславливающей актуальность данного исследования, является отсутствие надежной системы социологических индикаторов для мониторинга и прогнозирования социокультурных изменений в молодежной среде, что затрудняет понимание направлений изменений от ценностных ориентаций начала 2000-х гг. к современным культурным предпочтениям 2020-х гг. Современная молодежь формирует свои культурные предпочтения в принципиально иных условиях по сравнению с предыдущими поколениями: произошла трансформация от коллективного кинопросмотра в кинотеатрах и семейного телепросмотра к индивидуализированному потреблению контента через стриминговые платформы и мобильные устройства. Изменились источники информации о культурных продуктах (доминирование социальных сетей над традиционными СМИ)³, трансформировались критерии оценки качества кинопродукции⁴. В результате органы государственного управления, образовательные институты и производители контента испытывают дефицит научно обоснованных данных о динамике ценностных ориентаций молодежи, что затрудняет принятие эффективных решений в области молодежной политики, культурной политики и развития отечественной киноиндустрии.

² «КиноПоиск» подвел итоги 2024 г. URL: https://www.kinometro.ru/news/show/name/kinopoisk_itogi2024_19122024 (дата обращения: 01.09.2025).

³ Фазлыев Р. Голоса киноиндустрии – 2025: мнение руководителей СМИ. М., 2025.

⁴ Социально значимое кино: запрос аудитории и перспективы развития. М., 2021.

Актуальность темы исследования усиливается изменениями в условиях изучения молодежи как социальной группы. Согласно данным ВЦИОМ (2025 г.), для современной молодежи характерен сдвиг в предпочитаемых формах коммуникации: виртуальное взаимодействие значительно превалирует над личными встречами (61 против 33%)⁵. Этот переход к преимущественно онлайн-общению затрудняет проведение традиционных социологических исследований, основанных на непосредственном взаимодействии исследователя с респондентом. Пандемия COVID-19 дополнительно выявила ограничения стандартных исследовательских методик, когда потребовалось срочное внедрение дистанционных технологий в социологическую практику⁶. В этих условиях возрастает потребность в новых методологических решениях, позволяющих изучать культурные предпочтения молодежи в цифровой среде – той среде, которая стала для данной социальной группы основным пространством формирования мнений и установок⁷.

Степень научной разработанности темы исследования. Кино традиционно изучают самые разные науки: социология, культурология, искусствоведение, психология, философия. Однако, несмотря на значительный объем научных трудов о кино и его производстве, исследования, рассматривающие кинопредпочтения как основу социологического инструментария для анализа культурных изменений, остаются фрагментарными и требуют более глубокой теоретической и методологической проработки.

Философское крыло в социологическом изучении кино объединяет авторов, для которых экран становится «средой» новых форм сознания и телесности. Данный подход представлен идеями А. Бергсона, Ж. Делеза, Ф. Гваттари, М. Мерло-Понти и др.⁸. Эти концепции раскрывают кино как активный процесс

⁵ ВЦИОМ. Живущие в сети, или Медиапотребление современной молодежи. 2025. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/zhivushchie-v-seti-ili-mediapotreblenie-sovremennoi-molodezhi> (дата обращения: 01.09.2025).

⁶ Полосин А.В., Шилин К.И. Проблемы социализации молодежи в условиях COVID-19 // Современная зарубежная психология. 2021. № 3. С. 108–117.

⁷ Молодым россиянам нарисуют цифровой портрет // Парламентская газета. 18.07.2025.

⁸ Бергсон А. Творческая эволюция. URL: <http://fanread.ru/book/1884819/?page=1> (дата обращения: 01.09.2025); Гваттари Ф., Делез Ж. Что такое философия? // Qu'est-ce que la philosophie? / пер. с фр. С.Н. Зенкина. М.: Ин-т эксперим. социологии; СПб: Алетейя, 1998. 545 с.; Мерло-Понти М. Феноменология восприятия (1945) / пер. с фр.; под ред. И.С. Вдовиной, С.Л. Фокина. СПб: Ювента; Наука, 1999. 603 с.

конструирования восприятия, в котором образ, звук и телесное присутствие формируют опыт, выходящий за границы традиционной социальной рефлексии.

Культурологический подход к социологическому изучению кинематографа, представленный, главным образом, социологами и философами культуры, рассматривает роль кино в формировании ценностей, социальных норм и коллективной идентичности, а также исследует влияние кинематографа на процессы коммуникации и культурные трансформации. Данный подход содержится в работах таких зарубежных авторов, как Т. Адорно, А. Базен, М. Хоркхаймер и др., а также отечественных ученых (В.П. Власов, Н. Изволов, Ю. Лотман и др.⁹).

Психологический подход к изучению кино фокусируется на восприятии и когнитивных процессах зрителя, исследуя, как кино влияет на эмоциональные реакции, внимание и внутренние психические состояния, а также рассматривает механизмы формирования смыслов и образного мышления. Сторонники психологического подхода к изучению кино – Р. Арнхейм, Г. фон Мюстенберг и др.¹⁰

Социологический подход к анализу кинематографа изучает его как социальное явление, акцентируя внимание на взаимосвязи кино с общественными структурами, культурными процессами и коллективными практиками, а также на его роли в формировании массового сознания и социальных изменений. Проблематикой социологического анализа кинематографа занимались такие зарубежные ученые, как Э. Альтенлоу, Р. Винтер, Й. Джарви, З. Кракауэр, М. Кронер, М. Май, Дж. Мэер, Д. Прокоп, Г. Тернер, П. Штомпка, М. Хоркхаймер, Дж. Хьюэйкоу и др.¹¹, а также отечественные исследователи

⁹ Бурдые П. Поле литературы // Новое литературное обозрение. 2000. № 45. С. 468–488; Turner G. *Film as Social Practice*. N.Y., 1988; Хоркхаймер М., Адорно Т. Диалектика просвещения. Философские фрагменты / пер. с нем. М. Кузнецова. М.–СПб: Медиум, Ювента, 1997. 312 с.; Изволов Н. Феномен кино. История и теория. М.: Материк, 2005. 240 с.; Лотман Ю.М. Семиотика кино и проблемы киноэстетики. Таллин: Ээсти Раамат, 1973.

¹⁰ Munsterberg H. *The Film. A Psychological Study*. N.Y., 1970; Allen R.C., Gomery D. *Film History: Theory and Practice*. N.Y: Alfred A. Knopf, 1985.

¹¹ Кракауэр З. Природа фильма: Реабилитация физической реальности = *Theory of Film. The Redemption of Physical Reality* / сокр. пер. с англ. Д.Ф. Соколовой. М.: Искусство, 1974; Altenloh E. *A Sociology of the cinema: The audience* // *Screen*. 2001. Vol. 42. № 3. P. 249–293;

В.П. Дубицкая, М.И. Жабский, Н. Лебедев, Л.Д. Рондели, Ю.У. Фохт-Бабушкин, Н.А. Хренов и др.¹²

Киноаудиторию и ее репертуар исследовали такие зарубежные ученые, как Г. Дидерихс, К. Гоффман, Дж. Лайл, Э. Паркер, У.Шрамм и др.¹³, а также отечественные исследователи А. Голутва, Р. Егизаров, А. Трояновский и др.¹⁴, которые рассматривали предпочтения зрителей, их мотивации и способы восприятия фильмов, а также анализировали социальные и культурные факторы, влияющие на выбор кинопродукции и формирование зрительских практик.

Социология молодежи также располагает обширным арсеналом теоретических подходов и эмпирических данных, позволяющих анализировать поколенческие различия и динамику ценностей. Фундаментальный вклад в изучение российской социологии молодежи внесли работы Ю.А. Зубока,

Jarvi I.C. Movies and Society. N.Y., 1970; *Huaco G.* Sociology of Film Art. N.Y., 1975; *Kroner M.* Film – Spiegel der Gesellschaft? Versuch einer Antwort. Heidelberg, 1973; *Mayer J.P.* Sociology of Film. Studies and Documents. London, 1945; *Turner D.* Film as Social Practice. N.Y., 1998; *Жабский М.И.* Целеполагание и теоретические истоки социологии кино Дитера Прокопа // Социология массовых коммуникаций. 2020а. № 1 (37). С. 72–86; *Штомпка П.* Визуальная социология. Фотография как метод исследования. М.: Логос, 2007. 168 с.; *Мкртычева М.С.* Кино как предмет социологического изучения: возможности и перспективы. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/kino-kak-predmet-sotsiologicheskogo-izucheniya-vozmozhnosti-i-perspektivy> (дата обращения: 01.09.2025).

¹² *Дубицкая В.П.* Кинозритель: сквозь пелену иллюзий // Социологические исследования. 1993. № 1. С. 67–74; *Жабский М.И.* Социодинамика кинематографической жизни общества. М.: «Канон+»; РООИ «Реабилитация», 2015. 496 с.; Возникновение и становление в России социологических исследований кинопроцесса (1910–1930-е годы) // Социология и кинематограф / под общ. ред. М.И. Жабского. М., 2012; *Лебедев Н.* Внимание: Кинематограф! М.: Искусство, 1974. 439 с.; Отечественное кино: стратегия выживания: научный доклад / рук. и отв. ред. Д.Б. Дондурей. М.: НИИ киноискусства, 1991. 155 с.; *Рондели Л.Д.* Зритель отечественного кино: вчера и сегодня // Экранизация истории: политика и поэтика. М.: Материк, 2003. С. 143–146; *Фохт-Бабушкин Ю.У., Хренов Н.А.* Первые опыты комплексного изучения кино в коммуникативной перспективе // Кинематограф – зеркало или молот? Кинокоммуникация как социокультурная практика / под общ. ред. М.И. Жабского. М., 2010. С. 385–411; *Мкртычева М.С.* Кино как предмет социологического изучения: возможности и перспективы. URL: https://docviewer.yandex.ru/?url=http%3A%2F%2Fteoriapractica.ru%2Frus%2Ffiles%2Farhiv_zhurnal%2F2012%2F12%2Fs%25D0%25BEci%25D0%25BE1%25D0%25BEgiy%25D0%25B0%2Fmkrtycheva.pdf&name=mkrtycheva.pdf&lang=ru&c=56b242b03d4b&page=1 (дата обращения: 01.09.2025).

¹³ *Schramm W.* The Process and Effects of Mass Communication. Urbana, 1954.

¹⁴ *Егизаров Р., Трояновский А.* Изучение кинозрителя. М., 1928. 128 с.; *Голутва А.А.* Теоретические положения и принципы формирования системы стратегического управления кинематографией // Вестник Чувашского университета. 2007. № 4. С. 66–71.

Д.Л. Константиновского, В.Т. Лисовского, Ж.В. Пузановой, В.И. Чупрова, В.И. Шереги и других исследователей¹⁵, которые зафиксировали важнейшие тенденции формирования молодежных субкультур, ценностных ориентаций и социальных практик в условиях постсоветской трансформации.

Социализации молодежи посвящены работы таких зарубежных авторов, как Ч. Кули, Дж. Мид, Ж. Пиаже, З. Фрейд и др.¹⁶; а также отечественных ученых (Г.М. Андреева, Л.С. Выготский, И.С. Кон, А.И. Ковалева, А.Н. Леонтьев, А.В. Мудрик и др.¹⁷), исследования которых фокусируются на процессах формирования идентичности и развития личности, учитывая влияние социальных, психологических и культурных факторов на становление молодого человека.

Особое значение для настоящего исследования имеют концепции поколенческого анализа и теории изменения ценностей (в частности, концепция постматериалистических ценностей Р. Инглхарта¹⁸), а также подходы к изучению массовой и визуальной культуры, разработанные представителями социологии культуры и медиаисследований. В контексте изучения кинопредпочтений важно учитывать и роль моды как социокультурного феномена, а также влияние

¹⁵ *Зубок Ю.А., Чупров В.И.* Молодежь в культурном пространстве: саморегуляция жизнедеятельности: монография. М.: Норма, 2020. 304 с.; *Горшков М.К., Шереги Ф.Э.* Молодежь России в зеркале социологии. К итогам многолетних исследований: монография. М.: ФНИСЦ РАН, 2020. 688 с.; *Константиновский Д.Л., Попова Е.С.* Молодежь, рынок труда и экспансия высшего образования // Социологические исследования. 2015. № 11. С. 37–48; *Лисовский В.Т.* Духовный мир и ценностные ориентации молодежи России: учеб. пособие для студентов вузов / С.-Петербург. гуманитар. ун-т профсоюзов. СПб: Изд-во СПбГУП, 2000. 508 с.; *Пузанова Ж.В., Ларина Т.И., Тертышников А.Г.* Инфантилизация молодежи: методологический подход к измерению // Вестник РУДН. Серия: Социология. 2021. Т. 21. № 3. С. 444–456.

¹⁶ *Кули Ч.* Человеческая природа и социальный порядок. М.: Идея-Пресс, 2000; *Мид Дж.* Социальное сознание и сознание смысла / пер. с англ. Р.Э. Бараш // Эпистемология & философия науки. 2013. Т. XXXV. № 1. С 219–227; *Фрейд З.* Основные психологические теории в психоанализе / пер. М.В. Вульф, А.А. Спектор. М.: АСТ, 2006. 400 с; *Пиаже Ж.* Избранные психологические труды. М., 1994. 660 с.

¹⁷ *Кон И.С.* Психология ранней юности. М.: Просвещение, 1989. 256 с.; *Мудрик А.В.* Социализация человека. М.: МПСИ, 2011. 304 с.; *Ковалева А.И.* Социализация личности: норма и отклонение. М.: Институт молодежи, 1996. 348 с.; *Леонтьев А.Н.* Деятельность. Сознание. Личность. М.: Смысл, 2005. 290 с.; *Выготский Л.С.* Мышление и речь. М.: Лабиринт, 2012. 368 с; *Андреева Г.М.* Социальная психология. М.: Изд-во МГУ, 1980. 384 с.

¹⁸ *Инглхарт Р., Вельцель К.* Культурная эволюция: как изменяются человеческие мотивации и как это меняет мир / пер. с англ. М.: Мысль, 2011. 347 с.

маркетинговых стратегий, государственного промоушена и алгоритмов цифровых платформ, которые активно формируют медийное потребление молодежи.

Объектом диссертационного исследования выступают кинопредпочтения молодежи как социокультурное явление в контексте общественных изменений.

Предмет исследования – механизмы отражения социокультурных изменений в динамике кинопредпочтений различных групп молодежи 2000–2020 гг.

Цель исследования – выявление закономерностей отражения социокультурных изменений в кинопредпочтениях молодежи и разработка методологического инструментария их социологического измерения.

Для достижения поставленной цели были выдвинуты следующие **задачи**:

1) проанализировать концептуальные социологические подходы к исследованию кино как социокультурного явления;

2) обосновать методологические основания использования кинопредпочтений в качестве системы индикаторов социокультурных изменений;

3) выявить особенности жанровых кинопредпочтений различных групп молодежи в сравнительной перспективе 2000-х и 2020-х гг.;

4) определить влияние социальных и культурных факторов на формирование кинопредпочтений молодежи;

5) апробировать методологические возможности технологии виртуальных респондентов в исследовании кинопредпочтений;

6) проанализировать эволюцию ключевых тем, мотивов и персонажей в кино начала 2000-х и 2020-х гг. на основе контент-анализа;

7) разработать методологический инструментарий использования кинопредпочтений для социологического анализа социокультурных изменений.

Теоретико-методологические основания исследования составляют системный и междисциплинарный подходы к социологической теории, теории социальных представлений, а также работы отечественных и зарубежных ученых, изучающие вопросы социологии кино.

Эмпирическую базу диссертационного исследования составили собственные эмпирические исследования, выполненные автором диссертации с использованием контент-анализа и фокус-групп.

Положения, выносимые на защиту:

1. Разработаны классификация социологических подходов к изучению кино (философский, коммуникативный, институциональный, психологический, социолого-культурологический) и интегративный теоретико-методологический подход к изучению кинопредпочтений.

2. Кинопредпочтения молодежи 2020-х гг. демонстрируют смещение от коллективистских ценностей (братство, преданность) к индивидуалистским (самопринятие, внутренние конфликты) и рост интереса к психологическим темам и внутренним конфликтам персонажей, что отражает процессы индивидуализации и усиления внимания к проблемам ментального здоровья в российском обществе.

3. Молодежь 2020-х гг. проявляет парадоксальное сочетание стремления отслеживать популярные медиатренды и одновременного отторжения чрезмерно популярного контента, что отражает становление рефлексивной медиакультуры, где индивидуализация репертуара сочетается с боязнью упущенной выгоды.

4. Современная молодежь преимущественно формирует кинопредпочтения через рекомендации в соцсетях и стриминговых сервисах, что сопровождается снижением влияния коллективного опыта и индивидуализацией медиапрактик.

5. Эволюция культурных символов в кино фиксирует переход от материалистических смыслов к ценностям самореализации и внутренней гармонии, указывая на тенденции к постматериалистическим изменениям в ценностных ориентирах части современной молодежи.

6. Технология виртуальных респондентов на основе искусственного интеллекта (ИИ) показала высокую эффективность в исследовании кинопредпочтений, что подтверждает возможность ее применения для оптимизации социологических исследований культурных предпочтений.

7. Кинопредпочтения выступают адекватным методологическим индикатором социокультурных изменений, отражая изменения ценностных ориентиров аудитории с помощью их системного измерения через интеграцию качественных и количественных методов.

8. Разработанная трехуровневая модель кинопредпочтений как системы социокультурных индикаторов (тематико-нарративный, социально-демографический,

ценностно-мировоззренческий уровни) создает методологическую основу для мониторинга социокультурных изменений в молодежной среде.

9. Выявлены и обоснованы четыре ключевых механизма связи кинопредпочтений молодежи и социальных процессов:

- 1) отражение социокультурных условий;
- 2) селективный отбор контента по групповой идентичности;
- 3) проекция ожиданий перемен и ценностей;
- 4) обратное влияние распространенных предпочтений на массовые представления и поведение.

Научная новизна диссертационного исследования определяется обозначенными выше проблемами и состоит в следующем:

1) разработана комплексная концептуально-методологическая модель кинопредпочтений молодежи как системы социокультурных индикаторов, интегрирующая методы фокус-групп и контент-анализа для выявления динамики изменений ценностных ориентаций и социальных смыслов в период с 2000-х по 2020-е гг., что расширяет теоретико-методологическую базу исследования культурных практик молодежи;

2) впервые в рамках исследования обоснованы и операционализированы ключевые механизмы отражения социокультурных изменений в кинопредпочтениях молодежи (пассивное отражение, селекция, проекция и обратное воздействие), что вместе с разработанной типологией количественных и качественных индикаторов обеспечивает комплексное и точное фиксирование изменений ценностей и культурных символов в разных возрастных когортах;

3) выполнена апробация технологии виртуальных респондентов на базе искусственного интеллекта для оптимизации социологических исследований за счет инструментов моделирования культурных предпочтений молодежи через имитацию их ценностных и поведенческих паттернов в цифровой среде;

4) выделена трехуровневая структура кинопредпочтений, включающая тематико-нарративный, социально-демографический и ценностно-мировоззренческий

уровни, которая задает методологическую основу для глубокого анализа и долгосрочного мониторинга социокультурных изменений в молодежной среде.

Научно-практическая значимость исследования определяется разработанным методологическим инструментарием, который может быть использован при мониторинге и прогнозировании социокультурных настроений молодежи в рамках государственных и образовательных программ, а также в прикладных исследованиях медиакомпаний и маркетинговых агентств. Пакет методических рекомендаций по сбору, кодированию и анализу данных о кинопредпочтениях обеспечивает репрезентативность и сопоставимость результатов как в поперечном, так и в продольном срезе, что способствует более обоснованному принятию управленческих решений в сфере культурной политики, разработки контента и социальных коммуникаций. Использование виртуальных респондентов расширяет инструментарий исследователя, позволяя оптимизировать ресурсы при проведении фокус-групп и повысить оперативность сбора репрезентативной информации.

Обоснованность и достоверность исследования обеспечена обширной источниковой базой, включающей в себя труды российских и зарубежных исследователей, а также всесторонним анализом материала, проведенным с применением комплекса современных методов исследования.

Личный вклад автора является определяющим и заключается в непосредственном участии во всех стадиях исследования – от постановки и решения задач и достижения цели до отражения результатов исследования в научных публикациях, докладах и положениях, выносимых на защиту.

Апробация работы. Основные положения, выработанные в ходе исследования, нашли отражение в 12 научных работах общим объемом 11,5 п.л.. Среди них – 4 научные статьи, опубликованные в журналах, входящих в Перечень рецензируемых научных изданий Высшей аттестационной комиссии Министерства образования и науки Российской Федерации («Конструирование образа прошлого в кино: кейс сериала “Слово пацана”») в журнале «Теория и практика общественного развития»; «Кино как социокультурный индикатор: теоретико-

методологический анализ динамики кинопредпочтений российской молодежи (2000–2020-е гг.)» в журнале «Общество: социология, психология, педагогика»; «Между хайпом и индивидуальностью: противоречия кинопредпочтений поколения Z в России» в «Международном научно-исследовательском журнале»; «ИИ и социология: анализ технологических возможностей виртуальных респондентов» в журнале «Социология: методология, методы, математическое моделирование»).

Результаты исследования были представлены автором на III Всероссийской научной конференции «Молодежь в современном мире: ценности и риски», проводимой ФГСН РУДН им. Патриса Лумумбы, а также на Международной научной конференции «Ломоносов–2025», проводимой МГУ им. Ломоносова.

Соответствие диссертации паспорту научной специальности. Научные положения диссертационного исследования соответствуют содержанию специальности 5.4.1 «Теория, методология и история социологии».

Структура и содержание диссертации обусловлены кругом исследуемых проблем и отвечают поставленным цели и задачам, отражают объект и предмет исследования. Работа состоит из введения, трех глав, включающих 11 параграфов, а также заключения, списка использованных источников и литературы по теме исследования и приложения.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ КИНОПРЕДПОЧТЕНИЙ МОЛОДЕЖИ

1.1. Концептуальные социологические подходы к исследованию кино

Кинематограф представляет собой сложный социокультурный феномен, занимающий особое место в системе современных общественных отношений. Как форма массового искусства кино выступает средством трансляции и трансформации культурных смыслов, участвуя в процессах конструирования

социальной реальности и формирования коллективных представлений. Специфика кинематографа заключается в его способности одновременно отражать существующие социальные процессы и активно влиять на их развитие, что делает изучение кино особенно актуальным для социологической науки.

Современная ситуация в российском кинопрокате характеризуется кардинальными изменениями, произошедшими в 2022 г., когда крупнейшие американские кинокомпании прекратили показ своих новых фильмов в России по политическим мотивам. Данная трансформация медиапространства создала уникальные условия для анализа механизмов функционирования кинематографа как социального института и выявления его роли в формировании культурных предпочтений различных социальных групп, прежде всего, молодежи.

Необходимость научного осмысления места кинематографа в современном обществе обуславливает важность систематизации теоретических подходов к изучению данного феномена. В социологическом изучении кино сформировались различные аналитические направления, каждое из которых применяет собственную исследовательскую оптику к рассмотрению социальной природы кинематографа. Каждое из этих направлений выделяет особые аспекты кинематографа для изучения в соответствии со спецификой исследовательских задач.

Для определения теоретико-методологических основ настоящего исследования необходимо рассмотреть основные концептуальные направления в социологии кино, акцентируя внимание на том, какой вклад внесли представители различных исследовательских школ в изучение данного вопроса.

В социологическом изучении кино можно выделить несколько основных аналитических направлений, каждое из которых применяет собственную методологическую оптику к рассмотрению социальной природы кинематографа. В соответствии со спецификой исследовательских задач каждое из этих направлений в рамках социологии выделяет особые аспекты кинематографа для изучения.

В социологическом изучении кино можно выделить пять основных

аналитических направлений, каждое из которых применяет собственную оптику к рассмотрению социальной природы кино:

- 1) философское (рассматривающее кино как форму общественного сознания и способ познания социальной реальности);
- 2) социолого-культурологическое (изучающее кино как элемент культурной системы общества);
- 3) психологическое (анализирующее механизмы воздействия кино на массовое сознание);
- 4) коммуникативное (исследующее кино как канал социальной коммуникации);
- 5) институциональное (рассматривающее кино как социальный институт и его взаимодействие с другими общественными институтами).

Подобная типология отражает стандартную методологическую практику описания социологии кино как дисциплины, находящуюся на пересечении философии, культурологии, психологии, теории коммуникации и институционального анализа¹⁹. Данный академический синтез позволяет комплексно выявлять функции, которые выполняет кино в обществе, а также многообразие влияния кинематографа на культуру, индивидов и социальные институты²⁰. При этом ученые редко укладываются в жесткие категоризации: один и тот же исследователь может разрабатывать, например, как философские, так и институциональные подходы к кино. Классический пример – Зигфрид Кракауэр: в статье «Природа фильма» («Theory of Film: The Redemption of Physical Reality», 1960) он выдвигает «зеркальную», почти философскую концепцию кино как отражения коллективного подсознания, тогда как в монографии «К социологии кино. Кинопредприятие и социальные слои его посетителей» (1914) он выступает как институциональный социолог, исследуя кинопрокат как часть социально-экономической структуры общества.

¹⁹ Жабский М.И., Тарасов К.А. Российская социология кино в контексте развития общества // Социологические исследования. 2019. № 11. С. 73–81.

²⁰ Дармаева К.А. Развитие теоретических подходов в социологии кино // Восточный вектор: история, общество, государство. 2023. № 3. С. 30–34.

Философское направление социологии кино. Первоначально теоретическое осмысление кино развивалось в рамках философского дискурса, который заложил концептуальные основы для последующего социологического анализа.

Классические философские подходы к искусству исторически рассматривали художественное творчество как форму отражения социальной реальности. В рамках материалистической эстетики, восходящей к работам Г.В. Плеханова, искусство понимается как специфическая форма общественного сознания, которая отражает объективную действительность через призму классовых интересов и социальных противоречий²¹. Данный подход, получивший название реалистического, подчеркивает способность искусства, включая кинематограф, служить «зеркалом» общественных процессов, фиксируя и транслируя социальные изменения.

Постмодернистская философия кино представлена работами таких мыслителей, как Жиль Делез и Морис Мерло-Понти, которые предложили принципиально иной взгляд на природу кинематографического образа. Ж. Делез в своих работах «Кино. Образ-движение» и «Кино. Образ-время» рассматривает кино не как средство коммуникации или отражения реальности, а как особый способ мышления в образах.

По Ж. Делезу, кинематограф создает собственную реальность, которая не копирует внешний мир, а формирует новые способы восприятия и понимания действительности²². Сама технология фильма позволяет человеку представлять себя и мир вокруг иначе, чем он является на самом деле. В результате зритель осознает новую действительность, непредсказуемую по своим последствиям для общества. Поэтому на кинематограф возлагается огромная ответственность. В этом можно увидеть и сильную, и слабую сторону подхода Ж. Делеза. С одной стороны, все новое, создаваемое кино, является для социума движением к прогрессу, к открытиям в различных сферах социальной жизни. С другой стороны, любую новинку необходимо правильно «исследовать» и, по

²¹ Плеханов Г.В. Искусство: сборник статей. М.: Гос. изд-во худ. лит-ры, 1922. 312 с.

²² Гваттари Ф., Делез Ж. Что такое философия? = Qu'est-ce que la philosophie? / пер. с фр. С.Н. Зенкина. М.: Ин-т эксперим. социологии; СПб: Алетейя, 1998.

возможности, предугадать все последствия ее воздействия. Представление Ж. Делезом кинематографа в таком свете вызывает критику философского общества. Это послужило причиной игнорирования трудов ученого современной философией.

М. Мерло-Понти в рамках феноменологического подхода подчеркивал синтетический характер кинематографического образа. Согласно его концепции, кино нельзя редуцировать к отдельным составляющим – драматической, литературной, музыкальной или визуальной, поскольку смысл фильма возникает именно в их взаимодействии и целостности восприятия²³. Особенность феноменологического подхода заключается в акцентировании внимания на непосредственности кинематографического восприятия и его способности воссоздавать целостный опыт реальности, не доступный аналитическому расчленению.

Важно отметить, что философские подходы к изучению кино не ограничиваются постмодернистскими концепциями. Существует обширная традиция классической философии искусства, которая рассматривает кинематограф в контексте общих закономерностей художественного творчества. Марксистская эстетика, представленная работами В.И. Ленина о партийности литературы и искусства, а также трудами советских философов, подчеркивает социально-классовую природу художественного творчества и его роль в формировании общественного сознания.

Культурологическое направление в изучении кино сосредотачивает исследовательский интерес на социокультурных аспектах кинематографа, рассматривая его как элемент культурной системы общества. Центральным вопросом данного направления является выявление механизмов, посредством которых культура проявляет себя в кинематографических формах²⁴.

Особое место в культурологическом анализе кино занимают представители

²³ Мерло-Понти М. Феноменология восприятия (1945) / пер. с фр.; под ред. И.С. Вдовиной, С.Л. Фокина. СПб: Ювента; Наука, 1999. 603 с.

²⁴ Савельева Е.Н. Искусство кино: учебное пособие. Томск: Изд-во Том. ун-та, 2013. 152 с.

Франкфуртской школы – Теодор Адорно и Макс Хоркхаймер. В своей работе «Диалектика просвещения» они разработали концепцию «культурной индустрии», в рамках которой массовое кино рассматривается как продукт стандартизированного производства, направленного на формирование конформистского сознания. Согласно их теории, популярное кино характеризуется стандартностью как самих фильмов, так и механизмов их потребления. Процесс конвейерного производства кинопродукции приводит к созданию идентичных и предсказуемых по содержанию фильмов, поскольку коммерчески успешная продукция тиражируется, а создание принципиально новых форм представляется экономически рискованным²⁵.

Т. Адорно и М. Хоркхаймер подчеркивают, что маркетинговое сопровождение кинопродукции создает иллюзию разнообразия при фундаментальной однотипности кинопроизведений. Потребители не осознают данного обстоятельства и полагают, что совершают индивидуальный выбор, в то время как их предпочтения фактически predeterminedены логикой массового производства. Критический анализ представителей Франкфуртской школы выявляет противоречие между декларируемой свободой выбора и реальной стандартизацией культурного потребления в условиях капиталистического общества.

Французская школа киноведения, представленная Андре Базеном, разработала концепцию кинематографического реализма. А. Базен отстаивал позицию, согласно которой киноискусство должно стремиться к естественности и аутентичности изображения. Ключевые принципы его теории включают: во-первых, требование достоверной трансляции событий; во-вторых, изображение только той реальности, которая соответствует действительности без искусственных смысловых наслоений; в-третьих, отображение жизни посредством нейтральной фиксации видимой реальности. Кинематографический реализм А. Базена основывается на способности кинокамеры точно запечатлеть

²⁵ *Horkheimer M. Neue Kunst und Massenkultur // Kritische Kommunikationsforschung. Aufsätze aus der Zeitschrift für Sozialforschung. Mit einer Einleitung von Oskar Negt. München: Carl Hanser Verlag, 1973. С. 44.*

объекты и процессы окружающей действительности благодаря научно-техническим возможностям съемочного оборудования²⁶.

А. Базен подчеркивал исторически обусловленную связь кино с широкими социальными слоями, утверждая, что отрыв от массовой аудитории обрекает кинематограф на неудачу. Данная позиция отражает понимание кино как формы массового искусства, которая должна учитывать культурные потребности и ожидания зрительской аудитории.

Значительный вклад в культурологическое направление социологии кино внес советский семиотик Ю.М. Лотман. В своих работах по семиотике кино он разработал концепцию кинематографа как особого типа культурного языка. Проводя сравнительный анализ естественного и художественного языков, Ю.М. Лотман выявил их ключевое различие: если в повседневной коммуникации важен исключительно передаваемый смысл, то для художественного языка равно значимы как содержание, так и форма выражения²⁷.

Ю.М. Лотман рассматривает кино как один из языков культуры, обладающий специфическими семиотическими характеристиками. Дискретность кинотекста (монтажность, кадровость) сопоставляется им с паузами в человеческой речи, что позволяет провести структурные параллели между кинематографическим и вербальным языками. Каждый кадр в фильме функционирует как знак, несущий определенное значение, однако это значение может быть многозначным, поскольку экранные образы представляют собой отражение предметов реального мира, между которыми и их кинематографическими репрезентациями возникают сложные семантические отношения.

Психологическое направление в изучении кино акцентирует внимание на механизмах воздействия кинематографических произведений на индивидуальное и массовое сознание. Представители данного подхода стремятся выявить психологические закономерности восприятия кинообразов и их интериоризации в структуре личностных представлений зрителя.

²⁶ Базен А. Что такое кино? М.: Искусство, 1972. 384 с.

²⁷ Лотман Ю.М. Семиотика кино и проблемы киноэстетики. Таллин: Ээсти Раамат, 1973. 92 с.

Одним из основоположников психологии кино является немецкий ученый Гуго фон Мюнстерберг, который в начале XX в. разработал теорию кинематографа как ментального явления²⁸. Согласно его концепции, фильм представляет собой комплексный объект, который актуализируется в сознании зрителя посредством придания кинообразу таких психических качеств, как движение, внимание, память, воображение и эмоциональные переживания. Воображаемый зрителем мир формируется на пересечении чувственной информации, поступающей с экрана, и индивидуального зрительского сознания.

Г. Мюнстерберг подчеркивал активную роль режиссера в создании специальных условий, обеспечивающих функционирование зрительского сознания в определенном режиме. Монтаж кадров, направление камеры на конкретные объекты, звуковое сопровождение – все эти технические приемы организуют содержание фильма по аналогии с тем, как сознание посредством внимания, воображения и других психических процессов структурирует субъективную картину объективного мира.

Американский психолог искусства Рудольф Арнхейм внес существенный вклад в понимание психологических механизмов восприятия визуальных образов кинематографа. В своих исследованиях он стремился описать различия между образами, возникающими при непосредственном наблюдении физического мира, и теми образными структурами, которые формируются в процессе восприятия экранных изображений. Р. Арнхейм выявил специфические особенности кинематографического восприятия, связанные с трансформацией визуальной информации в процессе ее кинематографической репрезентации²⁹.

Психологический подход позволил выявить механизмы эмоционального и когнитивного воздействия кинематографа на аудиторию, а также особенности процессов восприятия и интернализации содержащихся в фильмах образов и идей. Данное направление исследований имеет особое значение для понимания социализирующих функций кино и его роли в формировании ценностных

²⁸ *Munsterberg H. The Film. A Psychological Study. N.Y., 1970; Allen R.C., Gomery D. Film History: Theory and Practice. N.Y: Alfred A. Knopf, 1985. P. 159.*

²⁹ *Арнхейм Р. Искусство и визуальное восприятие. М.: Искусство, 1977. 312 с.*

ориентаций различных социальных групп.

Коммуникативное направление рассматривает кинематограф как средство социальной коммуникации и канал передачи культурной информации. В рамках данного подхода кино изучается как сложная коммуникативная система, интегрирующая разнородные средства передачи сообщений³⁰.

Одним из первых, кто занялся вопросом исследования современной коммуникации, был американский политолог Гарольд Лассуэлл. Основываясь на опыте ведения пропаганды во время Второй мировой войны, Г. Лассуэлл создал так называемую линейную модель массовых коммуникаций и выделил пять основных компонентов коммуникационного процесса: источник информации (коммуникатор), содержание сообщения, канал передачи, реципиент и эффект воздействия. В контексте кинематографа коммуникатором выступают создатели фильма (режиссер, сценарист, продюсер), содержанием – сюжет и идейное наполнение фильма, реципиентом – зрительская аудитория, а под эффектом понимается совокупность изменений в сознании и поведении зрителей³¹.

Г. Лассуэлл подчеркивал управленческий характер коммуникационных процессов, рассматривая передачу социального опыта через поколения как одну из основных функций массовой коммуникации в целом и кинематографа в частности.

Уилбур Шрамм и Чарльз Осгуд развили теоретические положения Г. Лассуэлла, создав циркулярную модель коммуникации. Указывая на ограниченность линейного подхода, они представили коммуникацию как непрерывный циклический процесс, в котором источник и реципиент периодически меняются ролями. У. Шрамм и Ч. Осгуд выделили три основные операции участников коммуникации: кодирование, декодирование и интерпретацию сообщений. Особое внимание они уделили проблеме интерпретации, введя понятие «семантического шума» – искажения смысла сообщения вследствие различий в культурных кодах и индивидуальном опыте

³⁰ *Конецкая В.П.* Социология коммуникаций: учебник. М.: Международный университет бизнеса и управления, 1997. 304 с.

³¹ *Лассуэлл Г.* Психопатология и политика. М.: Изд-во РАГС, 2005. 352 с.

участников коммуникации. Минимизация подобных искажений достигается посредством механизмов обратной связи, которыми в кинематографе выступают зрительские отзывы, рецензии и различные формы аудиторных реакций³².

Особое место в коммуникативном анализе кино занимает концепция Жана Бодрийяра, который, однако, принадлежит, скорее, к философской традиции постмодернизма, нежели к классическим теориям коммуникации. Ж. Бодрийяр, описывая современную эпоху как время господства масс-медиа, разработал теорию симуляции и симулякров. Согласно его концепции, каждое воспроизведение реальности средствами массовой коммуникации, включая кинематограф, увеличивает степень отклонения от оригинала. Кино как знаковая система воспроизводит реальность с неизбежными искажениями, постепенно утрачивая связь с действительностью. Конечной стадией этого процесса становится возникновение симулякров – знаков, которые уже ничего не обозначают, представляя собой симуляцию самих себя и формируя особую гиперреальность³³.

Важным аспектом коммуникативного направления является анализ роли кинематографа в формировании социальных стереотипов. Уолтер Липпман, классик американской журналистики, впервые системно описал феномен стереотипизации как метод социальной категоризации. Он выделил четыре основных признака стереотипов: упрощение сложных социальных явлений, приобретение стереотипов из внешних источников (СМИ, социальное окружение), их принципиальную ложность и исключительную устойчивость к опровержению. Кинематограф играет значительную роль в процессах стереотипизации, поскольку экранные образы транслируются на массовую аудиторию и могут восприниматься как отражение реальности³⁴.

Институциональное направление в социологии кино рассматривает кинематограф как социальный институт, анализируя его взаимодействие с

³² Schramm W. How Communication Works // Process and Effects of Mass Communication / ed. by W. Schramm. Urbana: University of Illinois Press, 1954. P. 586.

³³ Самарская Е. Жан Бодрийяр и его вселенная знаков // Общество потребления. Его мифы и структуры. М., 2006. С. 251–264.

³⁴ Липпман У. Общественное мнение / пер. с англ. Т.В. Барчунова, под ред. К.А. Левинсон, К.В. Петренко. М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. 384 с.

другими общественными институтами и его роль в социальной структуре общества. В настоящее время не существует единой всеохватывающей социологической теории кино, однако проблематикой институционального анализа кинематографа занимались как зарубежные, так и отечественные исследователи. Данную тематику изучали зарубежные ученые Э. Альтенло, Р. Винтер, Й. Джарви, З. Кракауэр, М. Май, Дж. Мэер, Д. Прокоп, Г. Тернер и др.³⁵, а также отечественные исследователи В.П. Дубицкая, Н. Лебедев, М.И. Жабский, Л.Д. Рондели, Ю.У. Фохт-Бабушкин, Н.А. Хренов и др.³⁶

Первой диссертацией по социологии кино, защищенной в 1913 г., стала работа Эмилии Альтенло «К социологии кино. Кинопредприятие и социальные слои его посетителей», которая заложила основы эмпирического изучения кинематографа как социального феномена³⁷.

Значительный вклад в развитие институционального подхода внес канадский социолог Йэн Джарви, который рассматривал кино как социальный

³⁵ *Кракауэр З.* Природа фильма: реабилитация физической реальности = *Theory of Film. The Redemption of Physical Reality* / сокр. пер. с англ. Д.Ф. Соколовой. М.: Искусство, 1974; *Altenloh E.* Zur Soziologie des Kino. Die Kino-Unternehmung und die sozialen Schichten ihrer Besucher. Jena, 1914; *Jarvi I.C.* Movies and Society. N.Y., 1970; *Huaco G.* Sociology of Film Art. N.Y., 1975; *Kroner M.* Film – Spiegel der Gesellschaft? Versuch einer Antwort. Heidelberg, 1973; *Mayer J.P.* Sociology of Film. Studies and Documents. London, 1945; *Turner D.* Film as Social Practice. N.Y., 1998; *Prokop D.* Soziologie des Films. Frankfurt an Main, 1982, P. 60–128. *Мкртычева М.С.* Кино как предмет социологического изучения: возможности и перспективы. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/kino-kak-predmet-sotsiologicheskogo-izucheniya-vozmozhnosti-i-perspektivy> (дата обращения: 01.09.2025).

³⁶ *Лебедев Н.* Внимание: Кинематограф! М.: Искусство, 1974. 439 с.; *Жабский М.И.* Социодинамика кинематографической жизни общества. М.: Канон+; РООИ «Реабилитация», 2015. 496 с.; Отечественное кино: стратегия выживания: научный доклад / рук. и отв. ред. Д.Б. Дондурей. М.: НИИ киноискусства, 1991. 155 с.; *Фохт-Бабушкин Ю.У.* Возникновение и становление в России социологических исследований кинопроцесса (1910–1930-е годы) // Социология и кинематограф / под общ. ред. М.И. Жабского. М., 2012. С. 235–264; *Хренов Н.А.* Первые опыты комплексного изучения кино в коммуникативной перспективе // Кинематограф – зеркало или молот? Кинокоммуникация как социокультурная практика / под общ. ред. М.И. Жабского. М., 2010. С. 385–411; *Мкртычева М.С.* Кино как предмет социологического изучения: возможности и перспективы. URL: https://docviewer.yandex.ru/?url=http%3A%2F%2Fteoriapractica.ru%2Frus%2Ffiles%2Farhiv_zhurnala%2F2012%2F12%2Fs%25D0%25BEci%25D0%25BEI%25D0%25BEgiy%25D0%25B0%2Fmkrtycheva.pdf&name=mkrtycheva.pdf&lang=ru&c=56b242b03d4b&page=1 (дата обращения: 01.09.2025); *Рондели Л.Д.* Кино и его аудитория. Аналитическая летопись взаимоотношений (1969–2010 гг.). М., 2013; *Дубицкая В.П.* Кинозритель: сквозь пелену иллюзий // Социологические исследования. 1993. № 1. С. 67–74.

³⁷ *Altenloh E.* Zur Soziologie des Kino. Die Kino-Unternehmung und die sozialen Schichten ihrer Besucher. Jena, 1914.

институт в системе других общественных институтов. В центре его социологического анализа находились кинематограф как индустрия, зрительская аудитория как социальная группа, социальный опыт, отражающийся в кинопродукции, и критерии оценки кинематографических произведений³⁸.

Особый интерес представляет научная дискуссия между немецкими социологами Зигфридом Кракауэром и Дитером Прокопом. З. Кракауэр, автор зеркальной теории киноискусства, утверждал, что кино функционирует как зеркало, отражающее психологические настроения, страхи и надежды коллективного подсознания. Благодаря способности кинокамеры фиксировать конкретные явления реального мира и ориентации режиссеров на запросы зрителей, кино приобретает способность к отражению психологических состояний социума. Повторяющиеся в различных фильмах изобразительные и сюжетные мотивы свидетельствуют о соответствующих внутренних потребностях той аудитории, для которой предназначены данные произведения³⁹.

Дитер Прокоп критиковал позицию З. Кракауэра, утверждая, что кинорепертуар формируется не столько вкусами публики, сколько экономическими и политическими факторами. Согласно структурно-функциональному подходу Д. Прокопа, кинематограф представляет собой элемент целостной социальной системы, в которой решающую роль играют экономическая и политическая подсистемы. Следовательно, кино является не только зеркалом коллективного сознания, но и, прежде всего, результатом воздействия доминирующей идеологии и экономических структур, контролирующих производство и распространение кинопродукции⁴⁰.

Австралийский социолог Грэм Тернер предложил отказаться от метафоры «отражение» в пользу концепции «репрезентация», подчеркивая, что между обществом и его кинематографическим образом существует сложная система культурных, индустриальных и институциональных опосредований. Фильм,

³⁸ *Jarv I.C. Movies and Society. N.Y., 1970.*

³⁹ *Кракауэр З. Природа фильма: реабилитация физической реальности = Theory of Film. The Redemption of Physical Reality / сокр. пер. с англ. Д.Ф.Соколовой. М.: Искусство, 1974.*

⁴⁰ *Prokop D. Soziologie des Films. Frankfurt an Main, 1982. P. 60–128.*

согласно Г. Тернеру, представляет собой не презентацию, а репрезентацию социальной реальности, что предполагает активную роль кинематографа в конструировании социальных смыслов⁴¹.

Также существенный вклад в изучение социологической природы кино внесли в 1990-е гг. немецкие социологи М. Май и Р. Винтер⁴². В своей коллективной монографии они стремились дать ответ на вопросы, какие знания об обществе могут дать нам кинофильмы; можно ли посредством кино проследить, какие социальные, политические и культурные процессы происходят сейчас в социуме. В конечном итоге, ученые приходят к положительному ответу на оба вопроса. Более того, социология как наука обязана использовать кинематограф как инструмент для понимания происходящих в обществе процессов. По мнению М. Май и Р. Винтер, так как главная цель создателей фильма состоит в привлечении как можно большего числа зрителей к своему продукту, у публики должно возникнуть желание пойти в кинотеатр, заплатить деньги и потратить время на просмотр именно этой картины. Таким образом, хорошо это или плохо, режиссеры вынуждены ориентироваться на запросы массового потребителя: его мысли, фантазии, стереотипы, мечты и т.д. Получается, что кино органично впитывает в себя многие особенности культуры и ментальности, характерные для данного конкретного общества.

Стоит отметить, что большой вклад в развитие социологии кино как отдельной отрасли социологического изучения кинематографа внесли во второй половине XX в. отечественные ученые. На рубеже 1960–1970-х гг. Н. Лебедев предложил концептуальную модель кинопроцесса, включающую в фокус исследования весь кинематографический процесс – от создателей произведений до социальных результатов воздействия фильмов. Данная модель предполагала междисциплинарный подход к изучению кинематографа, охватывающий анализ авторов, самих фильмов, рекламных кампаний, системы кинопроката,

⁴¹ *Turner D.* Film as Social Practice. N.Y., 1998.

⁴² *Мкртычева М.С.* Кино как предмет социологического изучения: возможности и перспективы. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/kino-kak-predmet-sotsiologicheskogo-izucheniya-vozmozhnosti-i-perspektivy> (дата обращения: 01.09.2025).

кинокритики, аудитории и социальных эффектов кинематографического воздействия⁴³.

В 1990-х гг. российский ученый Л.Д. Рондели написал ряд работ, анализируя влияние американской киноэкспансии на юных зрителей в России. В своих работах Л.Д. Рондели выделяет перечень факторов негативного воздействия на молодых людей: в частности, это отсутствие отчетливых образов семьянина и семьи, отца и матери, мужа и жены; крайне слабая представленность таких ценностей, как дружба, справедливость, достоинство; обилие актов насилия, нередко переходящих в демонстрацию садизма, и др.⁴⁴

Среди отечественных исследователей особое место занимают работы М.И. Жабского, который разработал комплексную концепцию кинематографа как социального института. М.И. Жабский определяет социальный институт кино как социальное пространство, где осуществляется профессиональная художественная деятельность, локализуется культурно-досуговая активность, реализуются процессы социализации индивида и ведется промышленно-техническая и коммерческая работа⁴⁵. Данного ученого можно с полной уверенностью назвать одним из ведущих российских социологов кино этого времени. В работах М.И. Жабского определяются такие фундаментальные и важные понятия, как «кинематограф», «киноаудитория», выделяется сущность авторского и массового кино и т.д.⁴⁶

В работе «Вестернизация кинематографа: опыт и уроки истории» М.И. Жабский выделяет пять основных функций кинематографа: эвристическую, коммуникативную, познавательную, эстетическую, воспитательную⁴⁷.

В этой же работе М.И. Жабский условно выделяет четыре взаимосвязанных

⁴³ Лебедев Н. Внимание: Кинематограф! М.: Искусство, 1974. С. 406–409.

⁴⁴ Рондели Л.Д. Зритель отечественного кино: вчера и сегодня // Экранизация истории: политика и поэтика. М.: Материк, 2003. С. 143–146.

⁴⁵ Жабский М.И. Социодинамика кинематографической жизни общества. М.: Канон+; РООИ «Реабилитация», 2015. 496 с.

⁴⁶ Шерemet А.Н. Социология кино для всех. М.: Высшее учебное заведение, 2009.

⁴⁷ Жабский М.И. Вестернизация кинематографа: опыт и уроки истории // Социологические исследования. 1996. № 2. С. 25–35.

между собой составляющих элемента, или «измерения», в фильме: художественно-эстетическая ценность, идеологическая ценность, социальная ценность и коммерческая ценность⁴⁸. По ходу развития общества на первый план выходят те или иные из указанных типов ценностей. Если в советские времена, отмечает М.И. Жабский, критерием оценки фильма было его соответствие или несоответствие государственной идеологии, то сегодня кино – это, прежде всего, коммерция, бизнес. Однако, несмотря на это, во все времена все четыре измерения переплетаются друг с другом. Таким образом, кинопроцесс образует собой своеобразный сплав искусства, пропаганды, духовной жизни масс, массовой коммуникации и экономики⁴⁹.

Говоря о социальной обусловленности кинематографа, М.И. Жабский подчеркивает, что общество может влиять на кино тремя способами⁵⁰. Первый способ – это воздействие, оказываемое «сверху», т.е. от общества в целом и его отдельных институтов. Ярким примером такого воздействия является командно-административная система в Советском Союзе, когда кино, по сути, было лишь средством пропаганды и восхваления господствующей в те времена государственной идеологии. Второй способ – это воздействие, оказываемое «снизу», то есть от самой зрительской аудитории. В этом случае рынок диктует свои правила, опираясь на размеры кассовых сборов, прибыли и выгоды. Создатели кино думают, прежде всего, об окупаемости затрат на производство фильма, поэтому ориентируются на массового потребителя. Наконец, третий способ влияния общества на кино – это воздействие самого кинематографа. Здесь уже режиссер, исходя из своих вкусов, сам решает, каким будет его фильм, не опираясь на предпочтения публики.

М.И. Жабский неоднократно подчеркивает, что кинофильм обладает важной социализирующей функцией. И в этом его общественная ценность. Однако фильм не только объединяет разных субъектов кинопроцесса, но и разъединяет их: режиссер

⁴⁸ Социокультурная драма кинематографа. Аналитическая летопись (1969–2005 гг.). М.: 2009.

⁴⁹ Там же. С. 187.

⁵⁰ *Жабский М.И.* Кинематограф – зеркало или молот? Кинокоммуникация как социокультурная практика. М., 2010. С. 536.

стремится самовыразиться с художественной точки зрения, прокатчики – получить максимальную прибыль, зритель – развлечься. Практическую значимость приобретает «примирение» интересов различных субъектов кинопроцесса, чтобы фильм по возможности «представлял собой интегральную общественную ценность»⁵¹.

Концепция интегральной общественной ценности фильма М.И. Жабского состоит из 4 составляющих:

- 1) социальной, поскольку фильм создается для зрителей, следовательно, положительная оценка фильма аудиторией крайне важна;
- 2) коммерческой – количество посмотревших фильм зрителей;
- 3) художественно-эстетической;
- 4) идеологической – вклад фильма в воспроизводство и обогащение национальной картины мира, воспроизводство и обогащение индивидуального сознания.

Наряду с изучением влияния кино проводились эмпирические отечественные социологические исследования поведения представителей конкретных социально-демографических групп. Например, исследования Ю.У. Фохт-Бабушкина показали, что с начала 1990-х гг. кинозрители старшего возраста практически перестали посещать кинотеатры⁵². Данный процесс В.П. Дубицкая назвала термином «смертность киноаудитории»⁵³. Однако, несмотря на то что все ученые признают молодое поколение самой активной киноаудиторией, проблема «зрительского долголетия» изучена пока мало. Что касается контента транслируемых фильмов, то Ю. Фохт Бабушкин в конце 1990-х гг. отмечал, что преобладающее количество кинопродукции производилась в США и контент содержал огромное число сцен насилия, секса в худших образцах, которые определенным образом влияли на зрителя и

⁵¹ Жабский М.И. Социодинамика кинематографической жизни общества. М.: Канон+, РООИ «Реабилитация», 2015. С. 77–83.

⁵² Жабский М.И., Тарасов К., Фохт-Бабушкин Ю. Кино в современном обществе: функции «воздействие–востребованность». М.: НИИ киноискусства, 2000. 375 с.

⁵³ Дубицкая В.П. Кинозритель: сквозь пелену иллюзий // Социологические исследования. 1993. № 1. С. 67–74.

формировали идеалы, чуждые отечественному менталитету, где любовь заменялась эротикой, помощь ближнему – презрением к слабым, а все устремления – мечтой о славе и богатстве⁵⁴.

Таким образом, особенность кино с точки зрения социологии заключается в силе и специфике его воздействия на аудиторию. Сегодня уже совершенно очевидно, что игровое кино как никакой другой вид массового искусства способен формировать мнения, вкусы, язык, моду и даже внешний вид публики. Как социальный институт кино обладает сложной многоуровневой структурой, все элементы которой тесно переплетаются между собой, организуя в сумме единую систему, оказывающую влияние на зрителя.

Рассмотренные теоретические подходы формируют многомерную картину социологического изучения кинематографа. Каждое из направлений вносит специфический вклад в понимание социальной природы кино: философские подходы раскрывают онтологические основания кинематографического образа, культурологические – механизмы культурной трансляции, психологические – процессы индивидуального восприятия, коммуникативные – закономерности массовой коммуникации, институциональные – структурно-функциональные характеристики кинематографа как элемента социальной системы.

Интеграция данных подходов создает теоретико-методологическую основу для комплексного социологического анализа кинематографа как индикатора социокультурных изменений. Такой синтетический подход позволяет рассматривать кинопредпочтения молодежи не только как проявление индивидуальных вкусов, но и как отражение глубинных социокультурных трансформаций, происходящих в современном российском обществе.

1.2. Методология социологического исследования кинопредпочтений

⁵⁴ Кино: Пути от фильма к зрителю / под общ. ред. М.И. Жабского. М.: Научно-исследовательский институт киноискусства, 1998. 268 с.

В исследовании предпочтений молодежи в кино важным этапом является выбор методологии, которая определяет способы сбора и анализа данных. Методология должна учитывать особенности целевой аудитории и разнообразные факторы, влияющие на формирование кинопредпочтений. В настоящее время в социологии кино выделяют несколько основных методологических подходов, каждый из которых предлагает уникальные инструменты и перспективы для анализа фильмов и их влияния на общество: психоаналитический, социально-критический, деконструкционистский, герменевтический, семиотический, структуралистский, дискурсивный.

Психоаналитический подход к изучению кино основывается на теории З. Фрейда и его последователей, которые рассматривают кино как средство, способное отражать и формировать бессознательные желания, страхи и конфликты. В рамках данного подхода кино понимается как специфическая форма символического выражения глубинных психических процессов, которая одновременно отражает внутренний мир зрителя и оказывает воздействие на его эмоциональную сферу и поведенческие реакции. Предполагается, что зритель вступает в сложное взаимодействие с экранным текстом, идентифицируясь с персонажами и сюжетными линиями, что создает возможность опосредованного исследования собственных переживаний и актуальных внутренних противоречий через наблюдение за происходящим на экране.

Ключевое значение в психоаналитической интерпретации кино имеет метафора сновидения⁵⁵. Кинематографическое произведение может рассматриваться как своего рода коллективный сон, в котором визуальные образы, сюжетные ходы и символы выступают как выражение вытесненных желаний, глубинных страхов и неосознаваемых социально значимых конфликтов⁵⁶. В этом контексте, например, фильмы в жанрах ужаса и триллера нередко интерпретируются как отражение коллективных тревог, связанных с темой насилия, угрозой смерти, утратой контроля над собой или окружающей реальностью. Анализ таких

⁵⁵ Фрейд З. Толкование сновидений. М.: Эксмо, 2000. 432 с.

⁵⁶ Кэмпбелл Дж. Герой с тысячью лицами. М.: АСТ, 2004. 480 с.

произведений позволяет выявить, каким образом они предоставляют зрителю относительно безопасное пространство для встречи с пугающим содержанием, способствуют их частичному осмыслению и эмоциональной переработке, снижая уровень внутреннего напряжения.

Особое внимание в рамках психоаналитического подхода уделяется механизмам идентификации и проекции. Зритель может идентифицироваться с тем или иным персонажем, его мотивами, переживаниями и жизненной ситуацией, что создает возможность переживания таких эмоциональных состояний и конфликтов, которые в повседневной жизни могут оставаться частично или полностью не осознаваемыми⁵⁷. Интенсивность этого процесса возрастает, когда персонажи обладают качествами архетипов или выступают в роли устойчивых культурных символов, узнаваемых широкой аудиторией. Так, кинопроизведения, затрагивающие темы любви, утраты, предательства, вины или искупления, способны вызывать у зрителей выраженные эмоциональные реакции, побуждая их к внутреннему пересмотру собственных жизненных историй и значимых отношений.

Психоаналитический анализ включает не только рассмотрение сюжетного уровня, но и внимательное изучение визуальных и звуковых средств выразительности, посредством которых фильм воздействует на эмоциональную и бессознательную сферы зрителя. Определенные цветовые решения, характер музыкального сопровождения, особенности ритма монтажа, построение кадра и использование крупного плана могут усиливать эмоциональную насыщенность сцены, формировать устойчивые ассоциации и запускать бессознательные реакции⁵⁸. Исследование этих элементов позволяет понять, каким образом кинематограф формирует у зрителя особый аффективный опыт, выходящий за пределы поверхностного рационального восприятия.

Психоаналитический подход к изучению кино представляет собой продуктивный метод анализа того, как кинематографические произведения отражают и одновременно конструируют бессознательные процессы зрителя. Он

⁵⁷ Клэри М. Идентификация и проекция в кино. М.: Наука, 2005. 200 с.

⁵⁸ Бордвелл Д., Томас К. Кино: История и теория. М., 2004. 640 с.

открывает возможность рассматривать кино не только как форму художественного высказывания, но и как пространство психологической работы, где происходит переработка переживаний, трансформация эмоциональных состояний и символическое развертывание внутренних конфликтов. В результате расширяется понимание роли кино в современном обществе как важного инструмента формирования субъективного опыта, ценностных ориентаций и способов переживания собственной жизни.

Социально-критический подход к анализу кинематографа основывается на рассмотрении фильма как сложного культурного текста, который одновременно отражает, воспроизводит и проблематизирует социальные структуры, нормы и господствующие идеологические установки. В рамках данной исследовательской перспективы кино понимается как пространство, в котором артикулируются механизмы власти и неравенства, а также как средство символической критики существующего общественного устройства. Соответственно, внимание акцентируется на том, каким образом кинопроизведения выявляют скрытые формы угнетения, демонстрируют социальную несправедливость и способны становиться одним из факторов общественных изменений. Фильм при этом рассматривается не только как развлекательный продукт массовой культуры, но и как значимый инструмент осмысления таких социальных проблем, как расизм, сексизм, классовое неравенство, различные формы дискриминации и маргинализации⁵⁹.

Крупнейшими теоретическими ориентирами для данного подхода выступают работы Т. Адорно, Ж.-Ф. Лиотара, М. Фуко, М. Хоркхаймера, а также иных представителей критической социальной мысли. Одним из центральных аналитических направлений в этой традиции является исследование репрезентации различных социальных групп на экране. Исследователей интересует, как именно в кинематографическом пространстве изображаются этнические и культурные меньшинства, женщины, представители беднейших

⁵⁹ Хоркхаймер М., Адорно Т. Культурная индустрия. Просвещение как способ обмана масс. М.: АД Маргинем Пресс, 2024.

слоев населения, а также другие социально уязвимые и маргинализованные фигуры. Анализ способов их экранного представления позволяет выявить устойчивые стереотипы, предвзятые конструкции и иерархии, которые могут поддерживать процессы стигматизации и воспроизводить дискриминационные практики в обществе. Вместе с тем социально-критический подход обращает внимание и на те фильмы, которые сознательно нарушают привычные схемы и предлагают более сложные многомерные образы, способствующие признанию разнообразия и расширению горизонтов социального понимания.

Наряду с исследованием экранных образов существенное значение придается анализу контекста производства и распространения кинопродукции. В фокусе внимания оказываются экономические, политические и культурные условия, в рамках которых создаются фильмы и формируется их содержательная направленность⁶⁰. Так, зависимость от крупного коммерческого финансирования может ограничивать творческую свободу авторов и стимулировать создание произведений, соответствующих, прежде всего, рыночным ожиданиям, а не общественным потребностям или критическому дискурсу. В таком контексте особый интерес представляют независимый кинематограф и документальные фильмы, которые нередко выступают в роли альтернативных голосов, поднимающих острые социальные темы и представляющих позиции тех групп, которые остаются незаметными или сознательно игнорируются мейнстримным кино.

Социально-критический анализ включает в себя и изучение зрительского восприятия. Внимание уделяется тому, как аудитория интерпретирует заложенные в фильме социальные смыслы, какие эмоции и позиции вызывает у зрителей обращение к проблематике неравенства, насилия, дискриминации. Для этого могут использоваться методы опросов, глубинных интервью, групповых дискуссий, позволяющие реконструировать спектр зрительских реакций и интерпретаций. Это позволяет понять, как фильмы могут влиять на общественное

⁶⁰ *Комолли Ж.-Л., Нарбони Ж. Кино/Идеология/Критика. М., 2024.*

мнение и поведение, а также как они могут способствовать формированию активной гражданской позиции среди зрителей.

Деконструкционистский подход к изучению кино основывается на философских принципах, разработанных Жаком Деррида и другими представителями деконструктивизма. Этот подход акцентирует внимание на анализе текстов (в данном случае фильмов) с целью выявления скрытых значений, противоречий и многозначности, которые могут быть упущены в традиционных интерпретациях. Деконструкционизм рассматривает кино как сложный культурный текст, который не только отражает, но и создает значения, а также подрывает устоявшиеся представления о реальности, идентичности и власти.

Одним из ключевых аспектов деконструкционистского подхода является внимание к языку и знаковым системам, используемым в кино. Деконструктивистский подход к анализу кинематографа исходит из предположения, что язык в широком смысле – как вербальный, так и аудиовизуальный – не является нейтральным носителем информации, а активно конструирует картину мира и модели его восприятия⁶¹. Применительно к кино это означает, что композиция кадра, система визуальных образов, звуковое оформление, особенности монтажа, структура повествования и жанровые нормы несут в себе не только очевидный смысл, но и скрытые идеологические послания. Анализ того, каким образом определенные образы, ракурсы, интонации, шумы и музыкальные темы используются для создания настроения или эмоционального отклика, позволяет выявить, как кинопроизведение направляет зрительское восприятие, задает рамки интерпретации и формирует привычные способы понимания реальности.

Принципиальное значение в деконструктивистском чтении кино имеет обращение к контексту и интертекстуальности. Фильм рассматривается как элемент сложной культурной сети, включающей другие художественные тексты, социальные практики, исторические события и идеологические конфигурации.

⁶¹ Деррида Ж. Письмо и различие. М.: Смысл, 1999. 320 с.

В этом ракурсе особый интерес вызывают цитаты, аллюзии, пародийные переигрывания и парадоксальные сопоставления, с помощью которых современный кинематограф вступает в диалог с классическими произведениями или устойчивыми жанровыми моделями. Деконструктивный анализ отслеживает, как такие стратегии переосмысления трансформируют привычные сюжеты и образы, создают новые смысловые акценты и подрывают традиционные представления о жанре, авторитетных канонах и единственно правильной интерпретации.

Не менее значимой составляющей данной исследовательской перспективы является проблематизация идентичности и субъектности. Кинематографическое пространство в деконструктивистском чтении предстает как область, где личность не задается как нечто целостное и стабильное, а раскрывается как многослойная, подвижная и внутренне противоречивая конструкция. Фильмы могут демонстрировать персонажей, пересекающих границы культурной, гендерной, социальной или сексуальной идентичности, примеряющих на себя различные роли и маски, вступающих в конфликт с навязанными моделями самоописания⁶². Анализ подобных фигур позволяет увидеть, каким образом кинематограф ставит под сомнение жестко фиксированные представления о расе, гендере, классовой принадлежности и сексуальности и открывает пространство для альтернативных нарративов и форм репрезентации.

В совокупности деконструктивистский подход к изучению кино предоставляет развернутый инструментальный аппарат для исследования сложных многослойных значений и скрытых идеологических структур, присутствующих в аудиовизуальном тексте. Он дает возможность проследить, как кинематограф не только конструирует представления о реальности, идентичности и властных отношениях, но и способен их проблематизировать, расшатывать и трансформировать. Тем самым данный подход способствует более глубокому осмыслению роли кино в современном обществе, позволяя рассматривать фильмы

⁶² Барт Р. Удовольствие текста. М.: Искусство, 1994. 128 с.

как важный ресурс критического анализа культурных и социальных норм, а также как медиум, оказывающий длительное влияние на способы мышления и переживания зрителей.

Герменевтический подход к анализу кинематографа опирается на философскую традицию интерпретации смыслов, изначально сформированную в области исследования литературных и художественных текстов. Применительно к кино он исходит из того, что фильм следует рассматривать как сложный смысловой текст, требующий понимания, а не только как визуально-зрелищный объект. В центре внимания оказываются процессы интерпретации, через которые зрители осмысливают увиденное, а также то, как культурные, исторические и социальные условия определяют возможные горизонты понимания⁶³. Такой подход позволяет исследовать не только сюжетное содержание и образный ряд кинопроизведения, но и его многозначность, а также способы, посредством которых зрители конструируют значения, опираясь на собственный жизненный опыт и культурные коды.

Одним из ключевых принципов герменевтической перспективы является учет контекста. Понимание любого текста рассматривается как принципиально невозможное вне его исторического и культурного фона, и кинематограф не составляет исключения. В анализ включаются социальные, политические и экономические условия эпохи, в которую был создан фильм, а также доминирующие в то время мировоззренческие установки и общественные настроения⁶⁴. Исследование кинопроизведений, принадлежащих определенному историческому периоду, позволяет выявить, каким образом они отражают, поддерживают или, напротив, проблематизируют актуальные для данного времени темы – от военных конфликтов и экономических кризисов до трансформации общественных норм, моделей поведения и систем ценностей.

Герменевтический подход одновременно подчеркивает диалогический характер отношений между фильмом и зрителем. Кинопроизведение

⁶³ *Летихова И.В.* Герменевтика кинореальности // Контекст и рефлексия: философия о мире и человеке. 2014. № 5. С. 64–85.

⁶⁴ *Соколова Е.Т., Хорошилов Д.А.* Глубинная герменевтика в визуальном анализе (на примере фильма В. Аллена «Зелиг») // Социальная психология и общество. 2018. № 3. С. 118–126.

рассматривается как участник своеобразного диалога, в который вступает каждый зритель, привнося в процесс интерпретации собственные предубеждения, жизненный опыт, культурные традиции и социальную принадлежность. В результате один и тот же фильм может получать различные, порой радикально расходящиеся трактовки в зависимости от возраста, образования, мировоззрения и социального окружения аудитории. Анализ этих интерпретаций позволяет проследить, как кинематограф влияет на формирование общественного мнения, какие представления об идентичности, коллективной памяти и культурных моделях поведения он поддерживает или трансформирует.

Кроме того, герменевтический подход акцентирует внимание на интерпретации как на активном и динамичном процессе. Зритель предстает не как пассивный получатель информации, а как соавтор смысла, вступающий в творческое взаимодействие с кинематографическим текстом. Это взаимодействие может проявляться в обсуждениях фильмов в повседневной коммуникации, в аналитических рецензиях, в дискуссиях в цифровой среде, в участии в фанатских сообществах, а также в создании производных нарративов, вдохновленных исходным произведением. В таком ракурсе кинематограф рассматривается не только сам по себе, но и в связи с тем, как он включается в более широкий культурный и коммуникативный оборот. Герменевтика, таким образом, предоставляет инструменты для анализа влияния фильма на зрительские практики и культурные дискурсы, демонстрируя, каким образом кинематограф становится пространством формирования и пересмотра смыслов в современном обществе.

Семиотический подход к анализу кинематографа опирается на теорию знаков и знаковых систем, разработанную в трудах Фердинанда де Соссюра, Чарльза Сандерса Пирса и их последователей. В рамках этой исследовательской перспективы кино рассматривается как сложная структура знаков, в которой каждое изображение, каждый звук и элемент повествования включены в систему кодов и значений. Соответственно, внимание уделяется тому, каким образом фильм конструирует смысл посредством визуальных, звуковых и нарративных средств, а также тому, как зритель интерпретирует эти знаки, опираясь на свой

культурный и жизненный опыт. Кинематограф в данном случае мыслится не только как форма художественного высказывания, но и как многоуровневая семиотическая система, порождающая многозначные и контекстуально обусловленные значения⁶⁵.

Одним из центральных направлений в рамках этой методологии является анализ знаковых систем, используемых в кинопроизведении. Фильм может быть представлен как текст, составленный из множества взаимосвязанных знаков – образов, звуков, монтажных переходов, интонаций, диалогов⁶⁶. Каждый из этих элементов способен выполнять определенную семантическую функцию и вызывать специфические ассоциативные ряды у зрителя. Так, выбор цветовой палитры может задавать эмоциональный тон сцены, композиция кадра – подчеркивать иерархию персонажей, а музыкальное сопровождение – усиливать напряжение или, напротив, создавать эффект иронии. Семиотический анализ стремится выявить, как эти элементы взаимодействуют друг с другом, формируя целостное восприятие фильма и задавая направления интерпретации.

Важное место в данной перспективе занимает изучение контекстуальной обусловленности значения. Считается, что смысл знака никогда не является раз и навсегда заданным – он меняется в зависимости от культурной, исторической и социальной ситуации, в которой он функционирует. Одни и те же символы, визуальные мотивы или сюжетные фигуры могут трактоваться по-разному в различных культурных традициях или эпохах. Анализ этих контекстуальных сдвигов позволяет понять, как кинематограф отражает и одновременно формирует культурные нормы, идеологические представления и образы идентичности. Например, исследование фильмов, активно использующих определенные национальные или религиозные символы, позволяет увидеть, каким образом они участвуют в конструировании представлений о своей группе и о тех, кто воспринимается как иной.

⁶⁵ *Лотман Ю.М.* Семиотика кино и проблемы киноэстетики. Таллин: Ээсти Раамат, 1973.

⁶⁶ *Сербин В.А.* Проблемы семиотической интерпретации значения в кино // *Философия. Социология. Политология.* 2014. № 4 (28). С. 202–209.

Наконец, семиотический подход особо подчеркивает активную роль зрителя в процессе смыслообразования. Зрительский опыт рассматривается как неотъемлемая часть функционирования знаковой системы фильма⁶⁷. Зритель не просто пассивно воспринимает заданные знаки, но интерпретирует их, соотносит с собственными представлениями, установками и культурными кодами, тем самым создавая индивидуальные варианты понимания. Один и тот же кинематографический текст может породить разные, иногда противоречивые интерпретации в зависимости от социального положения, образования, культурной принадлежности и личной истории аудитории. В этой связи семиотический анализ включает и изучение зрительских реакций, того, как интерпретируются определенные мотивы, образы и символы и каким образом эти интерпретации влияют на более широкие культурные и социальные представления.

Существенный исследовательский интерес представляет также семантический анализ, концептуально разработанный Умберто Эко и сосредоточенный на изучении порождения значений и интерпретаций текстов и образов. У. Эко, выступая как теоретик семиотики, последовательно подчеркивал центральную роль знаков и символов в процессе коммуникации, а также обращал внимание на то, каким образом они формируют смысл в различных культурных и исторических контекстах. Семантический анализ в его трактовке предполагает рассмотрение не только отдельного знака, но и всей структуры текста как сложной системы смысловых отношений⁶⁸.

В рамках его подхода знак понимается как единица, соединяющая обозначаемое, то есть значение, и обозначающее, то есть выражение или символическую форму⁶⁹. Применительно к кинематографу в качестве такого знака может выступать визуальный образ, звуковой мотив, реплика персонажа

⁶⁷ Карачева Н.С. Кино как семиотическая система // Концепт: научно-методический электронный журнал. 2017. № 39. С. 1676–1680.

⁶⁸ Эко У. О членениях кинематографического кода // Стрoение фильма. М., 1984. С. 79–101.

⁶⁹ Эко У. Роль читателя. Исследования по семиотике текста. СПб: Симпозиум, 2007.

или устойчивый сюжетный мотив, который несет определенную смысловую нагрузку. Эко подчеркивает, что тексты, включая фильмы, никогда не существуют изолированно – они неизбежно вступают в диалог с другими текстами, жанровыми моделями и культурными кодами. В результате кинопроизведения могут заимствовать мотивы, сюжеты, визуальные и звуковые решения из иных культурных источников, что создает дополнительные уровни значения и многослойность интерпретаций. При этом смысл не мыслится как жестко фиксированный – он зависит от контекста и от особенностей восприятия зрителя, что открывает пространство для множественности трактовок одного и того же фильма.

Особое место в концепции У. Эко занимает различие процессов кодирования и декодирования. Кодирование связывается с тем, как автор или режиссер конструирует систему знаков и смыслов, закладывает определенные тематические акценты и идеологические подтексты в структуру фильма. Декодирование, в свою очередь, описывает то, как зритель интерпретирует эти знаки, распознает или не распознает заложенные в них культурные и символические значения, соотносит их с собственным опытом и знаниями.

Применительно к анализу кинематографа семантический подход предоставляет продуктивный инструментарий для выявления того, какие символы, мотивы и образные комплексы используются в фильме и какие значения они аккумулируют. Так, выбор цвета, рекуррентные предметные детали, тип персонажа или пространственная организация кадра могут обладать культурными, историческими или мифологическими коннотациями. Рассматривая, каким образом в фильме раскрываются такие темы, как любовь, власть, идентичность, свобода, исследователь получает возможность понять, какие дополнительные смыслы они приобретают в контексте конкретного сюжета, характера персонажей и общей эстетической стратегии произведения⁷⁰.

⁷⁰ *Сербин В.А.* Проблемы семиотической интерпретации значения в кино // *Философия. Социология. Политология.* 2014. № 4 (28). С. 202–209.

В итоге семантический, тесно связанный с семиотическим, подход к изучению кино позволяет рассматривать кинематограф как сложную и многослойную систему визуальных и звуковых знаков, нарративных структур и культурных кодов. Он демонстрирует, как эти элементы, вступая во взаимодействие, формируют многозначные интерпретации и делают фильм пространством для постоянного порождения и пересмотра смыслов в культурном и социальном контекстах.

Структуралистский подход к анализу кинематографа опирается на идеи структурализма как философского и социологического направления, ориентированного на выявление устойчивых структур, лежащих в основании культурных явлений. В применении к киноискусству структурализм рассматривает фильм как систему знаков и символов, организованную по определенным правилам и закономерностям. В этой перспективе кинематографическое произведение предстает как целостная структура, в которой сюжет, система персонажей, жанровые модели и стилистические приемы находятся во взаимосвязи и совместно создают смысловые конфигурации, подлежащие интерпретации со стороны зрителя.

Одним из центральных направлений структуралистского анализа становится рассмотрение нарратива. Структуралисты исходят из предположения, что повествовательные формы подчиняются повторяющимся моделям, относительно независимым от конкретного содержания. В этом контексте для анализа кинематографа могут использоваться типовые схемы, такие как мотив путешествия героя или структура трех актов, позволяющие выявить, как организуется сюжетное развертывание и каким образом эта организация влияет на восприятие и ожидания зрительской аудитории. Прослеживание подобных структур дает возможность обнаружить универсальные паттерны, характерные для различных фильмов и жанров, а также понять, как именно они формируют привычные сценарии понимания и эмоционального отклика.

Не менее значимым объектом внимания является система жанровых

конвенций и их роль в порождении значений⁷¹. Жанры драмы, комедии, триллера, научной фантастики и др. обладают собственными наборами правил, мотивов и выразительных средств, которые направляют процесс интерпретации. Так, комедийные произведения часто опираются на приемы иронии, преувеличения, игрового переосмысления ситуаций, тогда как драматические фильмы сосредоточены на углубленной проработке эмоциональных конфликтов, внутренней эволюции персонажей и их взаимоотношений. Анализ жанровых структур позволяет понять, как кинематограф использует закрепившиеся формы и ожидания для передачи определенных сообщений, формирования настроения и конструирования зрительского опыта.

Кроме того, структуралистский подход включает исследование того, каким образом социальные и культурные структуры воздействуют на производство и восприятие кино. В поле анализа попадают способы репрезентации социальных классов, гендерных ролей, культурных норм и моделей поведения, закрепленных в кинематографическом тексте. Такой анализ может показать, как те или иные фильмы воспроизводят, поддерживают или, напротив, проблематизируют стереотипные представления, связанные с расой, полом, социальным статусом, и как это сказывается на общественном восприятии соответствующих групп. В этом смысле структуралистская перспектива дает возможность рассматривать кино одновременно как систему знаков и как отражение глубинных структур социальной реальности, влияющих на формирование коллективных представлений и ценностей.

Дискурсивный подход к анализу кинематографа основывается на рассмотрении фильма как пространства формирования и циркуляции дискурсов – устойчивых систем знаков и смыслов, которые структурируют представления о социальной реальности. В этой перспективе кино мыслится не только как художественная форма, но и как специфический режим высказывания, который создает, поддерживает и проблематизирует дискурсы, связанные с идентичностью, властью, культурой и нормативными представлениями о

⁷¹ *Леви-Стросс К.* Структурная антропология. М.: Наука, 1985.

должном. Такой анализ позволяет выявлять, каким образом кинопроизведения участвуют в конструировании общественных представлений и идеологий и как они воздействуют на восприятие и потенциально на поведение зрителей, функционируя как форма массовой коммуникации⁷².

Одним из центральных измерений дискурсивного анализа становится изучение языковых и риторических стратегий, используемых в кино. Рассматривается, как диалоги и монологи персонажей, организация повествования, система визуальных решений и символических образов формируют определенные значения и включаются в более широкий культурный и социальный контекст⁷³. Анализ того, каким образом в речи персонажей и в визуальном ряду артикулируются темы власти, гендера, расы, национальной принадлежности, позволяет увидеть, какие модели представления этих феноменов закрепляются, нормализуются или, напротив, подвергаются сомнению. В рамках данной перспективы особое внимание уделяется тому, как определенные образы и символические мотивы могут воспроизводить стереотипы либо становиться инструментом их критики и пересмотра.

Не менее значимым компонентом дискурсивного подхода является обращение к контексту производства и восприятия фильма. Кино рассматривается в связи с историческими, политическими и культурными условиями, в которых оно создается и интерпретируется⁷⁴. Исследование кинопроизведений, принадлежащих определенной эпохе, позволяет выявить, каким образом они отражают или оспаривают актуальные социальные конфликты, войны, кризисы, изменения нормативных представлений и моделей поведения. В этом смысле кино может быть понято и как зеркало социальной действительности, и как инструмент активного формирования общественного мнения, задающий рамки обсуждения тех или иных проблем.

Важной областью дискурсивного анализа становится также изучение того,

⁷² Фуко М. Археология знания. СПб: Академический проект, 2002.

⁷³ Фейрклоу Н. Медийные дискурсы. Лондон, 1995.

⁷⁴ Холл С. Представление: культурные репрезентации и знаковые практики. Оксфорд: Открытый университет, 1997.

как зрители включают фильмы в собственные смысловые горизонты. Рассматривается, каким образом аудитория присваивает кинематографические тексты, обсуждает их в повседневной коммуникации, в цифровой среде, в фанатских сообществах, создает производные нарративы, интерпретации и визуальные практики. Подобный подход позволяет проследить, как зрители, взаимодействуя с кинематографом, конструируют новые значения, пересобирают представления о социальной реальности, о себе и окружающих, а также какие социальные, культурные и биографические факторы влияют на эти интерпретации.

В более широком теоретическом контексте дискурсивный подход оказывается сопоставим с другими интерпретативными перспективами анализа кино. Их сближает общая установка на понимание фильма как текста, требующего интерпретации, однако различаются фокусы внимания и глубина рассмотрения отдельных аспектов – от бессознательных процессов до структур повествования и знаковых систем. При этом результатом любого исследования становится не «объективная истина», а научная интерпретация, представляющая собой одну из возможных версий реальности. Такая ситуация одновременно открывает пространство для творческой свободы исследователя и создает сложности для строгой верификации полученных выводов. В лучшем случае интерпретация может быть соотнесена с позициями автора, создателей фильма или представителей аудитории, однако полного совпадения всегда достичь невозможно.

Вместе с тем многообразие интерпретаций обладает значительным эвристическим потенциалом. Оно позволяет анализировать, как различные группы зрителей воспринимают социальную реальность, какие смыслы извлекают из кинематографических текстов и каким образом эти смыслы связаны с их опытом, ценностями и социальным положением. Подобные вопросы представляют собой важную область научного интереса и подчеркивают значимость исследования кино в рамках социальных наук как инструмента понимания механизмов формирования общественных представлений и культурных изменений.

1.3. Кинопредпочтения как система индикаторов социокультурных изменений

Кинопредпочтения как индикатор социокультурных изменений в социологическом исследовании требует четкого операционального определения, чтобы обеспечить возможность эмпирического измерения и анализа социокультурных изменений.

Теоретические основания данного феномена черпают свое вдохновение из зеркальной теории киноискусства Зигфрида Кракауэра, который рассматривал кино не просто как развлечение, а как зеркало, отражающее как видимую, так и глубинную, психическую реальность общества⁷⁵. Кино фиксирует коллективные настроения, тревоги и ожидания, что делает кинопредпочтения потенциальным индикатором социокультурных тенденций и перемен. В этой логике кинопредпочтения понимаются как устойчивые ориентации определенных социальных групп, выражающиеся в избирательном потреблении конкретных жанров, тем и сюжетных линий, что в совокупности проявляет ценностные установки и культурные смыслы общества. Эти предпочтения, будучи социокультурными индикаторами, поддаются измерению через призму количественных и качественных показателей, отражающих жанровую, тематическую, мотивационную и символическую характеристику кинопотребления.

Немецкие социологи М. Май и Р. Винтер развили данный подход, утверждая, что кинематограф органично впитывает особенности культуры и ментальности конкретного общества, поскольку создатели фильмов вынуждены ориентироваться на запросы массового потребителя. Высвечивая господствующие в обществе идеологемы, кино вместе с тем отражает стремления, находящиеся в

⁷⁵ *Kracauer S.* From Caligari to Hitler: A Psychological History of the German Film. Princeton: Princeton University Press, 1947.

противоречии с официальной идеологией⁷⁶.

При дальнейшем развитии данного тезиса операционализация концепта «кинопредпочтения» расширяется включением всех элементов кинематографического процесса – от непосредственного содержания фильмов и их символики до восприятия аудиторией и социального эффекта.

Таким образом, концептуально кинопредпочтения определяются как ориентации индивидов и социальных групп на определенные типы кинематографических произведений, выраженные через селективное потребление кинопродукции.

Кинопредпочтения как социокультурный индикатор операционализируются через систему показателей, включающих жанровые предпочтения, тематические интересы, источники информации о кино, а также набор факторов выбора фильмов (табл. 1). Наряду с первичными индикаторами вводятся вторичные, связанные с содержанием фильмов: анализ внутренних и внешних мотиваций персонажей, конфликтных моделей, а также социально-политических контекстов и культурных кодов.

Таблица 1

Операциональная модель кинопредпочтений как социокультурного индикатора

Первичные индикаторы
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Жанровые предпочтения (комедия, драма, триллер, фантастика и др.). ▪ Тематические предпочтения (любовь, дружба, карьера, справедливость). ▪ Источники информации о фильмах (социальные сети, рекомендации друзей, критики). ▪ Факторы выбора фильмов (популярность, актерский состав, режиссер)
Вторичные индикаторы

⁷⁶ Май М., Винтер Р. Кино, общество и социальная действительность: отношения социологии и кинематографии // Вопросы социологии кино и театра. М., 2009. С. 7–23.

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Мотивационные паттерны персонажей (внешние и внутренние мотивации). ▪ Типы конфликтов в предпочитаемых фильмах (человек против человека, против общества, против природы). ▪ Социально-политические контексты (социальные проблемы, политические подтексты). ▪ Культурные коды и символы
Комплексные индикаторы
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ценностные ориентации, транслируемые через кинопредпочтения. ▪ Групповые и поколенческие различия в кинопредпочтениях. ▪ Динамика изменений кинопредпочтений во времени

Не менее важным компонентом теоретической модели является типология индикаторов, с помощью которых фиксируются социокультурные изменения в области культуры и массового сознания. Здесь на базе классических теорий социокультурной динамики П.А. Сорокина, а также теории поля Пьера Бурдье выделяются несколько уровней индикаторов, отражающих многослойность культурных процессов⁷⁷ (табл. 2).

Таблица 2

Типология индикаторов социокультурных изменений в сфере кино

Категория индикаторов	Подкатегория	Характеристика
Структурные индикаторы	Жанрово-тематические	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Доминирующие жанры ▪ Доминирующие темы
	Нарративно-структурные	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Типы конфликтов (межличностные, социальные, экзистенциальные) ▪ Модели развития персонажей (от внешних к внутренним трансформациям) ▪ Способы разрешения конфликтов

⁷⁷ Сорокин П.А. Социальная и культурная динамика. М.: Мысль, 1990 (ориг. изд. 1937); Бурдье П. Различие: социальная критика суждения вкуса. М.: ГУ ВШЭ, 2004 (ориг. изд. 1979).

Ценностно-смысловые индикаторы	Аксиологические	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Иерархия ценностей в предпочитаемых произведениях ▪ Соотношение традиционных и модернистских ценностей ▪ Степень принятия/отторжения инноваций в ценностной сфере
	Идентификационные	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Типы героев-образцов для идентификации ▪ Модели социального поведения, транслируемые через кино ▪ Способы конструирования коллективной идентичности
Коммуникативно-поведенческие индикаторы	Потребительские	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Источники информации о кино ▪ Критерии селекции кинопродукции ▪ Формы кинопотребления (индивидуальные vs коллективные)
	Социально-интеракционные	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Роль социальных сетей в формировании кинопредпочтений ▪ Влияние групп референции на выбор кинопродукции ▪ Механизмы трансляции кинопредпочтений между поколениями

С одной стороны, это структурные индикаторы, включающие жанрово-тематические элементы, позволяющие проследить эволюцию доминирующих художественных форм – от классических жанров к более гибким форматам, отражающим современный вызов к дифференциации культурных запросов. Нарративно-структурные индикаторы анализируют типологию конфликтов и моделей поведения персонажей, раскрывая смену акцентов социальных и экзистенциальных проблем. Со стороны ценностно-смысловых индикаторов фиксируются изменения в аксиологии и идентификационных практиках аудитории – от традиционных к новаторским ценностям, формам социальной идентичности и героям, к которым стремится идентифицироваться молодежь. Коммуникативно-поведенческие индикаторы дают возможность оценить практики кинопотребления и роли социальных медиаторов, что важно для понимания механизмов трансляции

культурных трендов и межпоколенческой передачи традиций.

Сложившаяся теоретико-методологическая база синтезирует положения теории отражения З. Кракауэра, концепции социокультурной динамики П.А. Сорокина и теории поля П. Бурдьё и позволяет сформировать концептуальную модель связи кинопредпочтений с социальными изменениями, в которой учитываются уровень изменений, механизмы связи и динамические характеристики.

Данная концептуальная модель кинопредпочтений учитывает одновременно макро-, мезо- и микроуровни социального анализа. На макроуровне социально-экономические и политические трансформации, технологические инновации и глобализация создают широкую среду, преобразующую социокультурные нормы и открывающую новые возможности для культурного производства и потребления. Мезоуровень фокусируется на социальных группах и поколениях с их уникальным культурным опытом, различиями в ценностных установках и предпочтениях, что эмпирически выражается в изменениях кинопредпочтений. Индивидуальный микроуровень отражает психологические и биографические особенности личности, а также ее социализационные влияния, через которые проходит усвоение и переработка культурных образов кино.

Данная модель также описывает ряд ключевых механизмов взаимодействия между кинопредпочтениями и социальными процессами:

1) *механизм отражения*: кинопредпочтения пассивно отражают существующие социальные реалии и настроения;

2) *механизм селекции*: социальные группы активно отбирают кинопродукцию, соответствующую их потребностям и интересам;

3) *механизм проекции*: кинопредпочтения проецируют желаемые социальные изменения и альтернативные модели развития;

4) *механизм обратного воздействия*: распространенные кинопредпочтения влияют на социальные представления и поведенческие модели.

Наконец, временная перспектива модели подчеркивает, что изменения в кинопредпочтениях следуют за социокультурными трансформациями с

определенным временным лагом; при этом интенсивность и направленность изменений тесно коррелируют с глубиной и содержанием социальных изменений, что позволяет использовать их в качестве индикаторов для последующего анализа.

Динамические характеристики модели включают в себя следующие элементы:

1) временную динамику: изменения кинопредпочтений следуют за социальными изменениями с определенным лагом;

2) амплитуду изменений: степень выраженности изменений в кинопредпочтениях коррелирует с глубиной социальных изменений;

3) направленность изменений: содержательные характеристики изменений кинопредпочтений соответствуют вектору социокультурных изменений.

В дальнейшем данная концептуальная модель послужит основой для эмпирического анализа, включающего фокус-группы и контент-анализ кинопродукции, что позволит выявить и измерить конкретные проявления социокультурных изменений в кинопредпочтениях молодежи различных поколений – с 2000-х по 2020-е гг. Такая интеграция теории и методологии обеспечивает комплексное понимание кинопредпочтений не просто как статистического феномена, а как точного маркера изменений в культурной ткани современного общества.

1.4. Эмпирические методы изучения кино:

от традиционных методик к технологиям искусственного интеллекта

В современном социологическом исследовании кино важным аспектом является выбор методов и методик, которые позволяют глубже понять кинопредпочтения молодежи и их социокультурный контекст. Кино как сложный культурный феномен требует многоуровневого анализа, который включает как количественные, так и качественные подходы. Эти методы помогают не только выявить предпочтения зрителей, но и понять, какие культурные нарративы и социальные значения они приписывают различным фильмам. В данном параграфе будет представлен обзор методов анализа кино, которые будут использоваться в

рамках исследования, а также обоснование их выбора.

Прежде всего, важно понимать разницу между методами исследования кино и методами исследования кинопредпочтений, так как они фокусируются на различных аспектах. Методы исследования кино направлены на анализ самих фильмов, их формальных элементов, нарратива, визуального стиля и культурного контекста. В то же время методы исследования кинопредпочтений сосредоточены на изучении зрительских вкусов, предпочтений и мотиваций, а также на том, как социальные, культурные и личные факторы влияют на выбор фильмов. Таким образом, первые методы ориентированы на анализ содержания и формы кино, тогда как вторые – на изучение взаимодействия зрителей с кино и их восприятия.

Сначала рассмотрим методы исследования зрительских кинопредпочтений. С точки зрения социологии кинопредпочтения представляют собой вкусы индивидов или групп в отношении определенных объектов, явлений или культурных продуктов. Следовательно, эти методы направлены на выявление и анализ факторов, влияющих на выбор и восприятие, а также на понимание социальных, культурных и психологических механизмов, которые определяют предпочтения.

В общем виде методы исследования кинопредпочтений можно разделить на количественные и качественные.

Качественные методы исследования играют ключевую роль в изучении кинопредпочтений молодежи, поскольку они позволяют глубже понять мотивацию, эмоции и культурные контексты, влияющие на выбор фильмов.

Одним из наиболее распространенных качественных методов является интервью, которое предоставляет возможность исследователю получить детальные и личные ответы от респондентов. В ходе интервью участники могут делиться своими впечатлениями о фильмах, рассказывать о своих предпочтениях и объяснять, какие факторы влияют на их выбор. Применение данного подхода позволяет выявлять не только индивидуальные кинематографические предпочтения, но и более широкие тенденции, характерные для определенной возрастной аудитории или социокультурной среды. Таким образом, исследователь

получает возможность увидеть, как личные вкусы встраиваются в общие модели восприятия и отражают более глубокие социально-культурные процессы.

Особое место среди качественных методов занимает метод фокус-группы, представляющий собой разновидность группового интервью. В рамках фокус-группового исследования несколько респондентов одновременно взаимодействуют с модератором, что дает возможность фиксировать не только индивидуальные суждения, но и специфику коллективной дискуссии, что принципиально отличает данный метод от индивидуального интервью. Участники группы обсуждают свои отношения к различным фильмам, жанрам и образам, а исследователь наблюдает за динамикой общения, за тем, какие темы вызывают наибольший отклик и как формируются групповые точки зрения. Это позволяет глубже понять, каким образом социальные и культурные факторы определяют способы восприятия кино, а также выявить различия в предпочтениях между различными сегментами молодежной аудитории. Нередко именно групповое обсуждение выводит на поверхность мнения и переживания, которые могли бы остаться невыраженными в индивидуальном формате, что делает метод фокус-группы особенно ценным для анализа сложных социальных и культурных явлений.

Не менее значимым инструментом выступает контент-анализ, который может быть использован для систематического изучения кинопредпочтений. Данный метод предполагает последовательное и упорядоченное исследование текстов, визуальных материалов и иных медиапродуктов, связанных с кино. В контексте изучения молодежной аудитории исследователь может анализировать критические рецензии, комментарии зрителей в цифровом пространстве, авторские записи в дневниках и блогах, посвященные фильмам. Это дает возможность выявить, какие темы, образы, жанровые решения и эмоциональные акценты вызывают наибольший интерес, а также проследить, как молодые зрители интерпретируют и обсуждают увиденное в различных коммуникативных контекстах.

В более общем плане качественные методы исследования позволяют не только собирать эмпирический материал, но и интерпретировать его в свете

текущих социокультурных трансформаций. Такой подход способствует более глубокому пониманию динамики кинопредпочтений, механизмов формирования зрительского опыта и тех изменений, которые происходят в восприятии кино под воздействием социальных, культурных и технологических факторов.

Количественные методы исследования представляют собой важнейший инструмент анализа кинематографических предпочтений молодежной аудитории, поскольку позволяют собирать и обрабатывать значительные массивы эмпирических данных, выявляя статистически значимые закономерности и устойчивые тенденции. За счет этого становится возможным не только фиксировать отдельные факты зрительского поведения, но и реконструировать общие модели отношения молодых людей к киноискусству.

Одним из наиболее распространенных количественных методов выступает *анкетирование*, предоставляющее исследователю возможность за сравнительно короткий промежуток времени получить информацию от большого числа респондентов. Анкетные формы могут включать как закрытые вопросы, предполагающие выбор одного или нескольких вариантов ответа, так и открытые вопросы, позволяющие участникам более развернуто формулировать собственные суждения. Подобная комбинация обеспечивает, с одной стороны, возможность строгого количественного анализа, а с другой – выявление содержательных качественных аспектов зрительских предпочтений, связанных с мотивацией выбора тех или иных фильмов, жанров или форм просмотра.

Структура анкетных опросов может быть выстроена таким образом, чтобы охватывать различные компоненты кинопредпочтений молодежи: любимые жанры и режиссерские стиливые решения, предпочтения в отношении актерского состава, частоту посещения кинотеатров и просмотра фильмов в домашних условиях, а также факторы, влияющие на выбор конкретной киноленты. К таким факторам могут относиться рекомендации друзей и знакомых, критические рецензии, сообщения в социальных сетях, рекламные кампании и иные каналы продвижения. При корректной выборке данный метод позволяет получать достаточно репрезентативные данные, которые могут быть обобщены на более

широкие молодежные группы и использованы для сопоставления различных сегментов аудитории.

К числу ключевых преимуществ количественных подходов относится их способность обеспечивать относительно высокий уровень объективности и воспроизводимости результатов. Применение статистических методов анализа позволяет выявлять устойчивые связи и тренды, которые могут оставаться незамеченными при использовании исключительно качественных стратегий исследования. Кроме того, количественные данные сравнительно легко поддаются визуализации в форме графиков, диаграмм и таблиц, что способствует более наглядному представлению результатов и упрощает их интерпретацию как для исследователей, так и для практиков в области киноиндустрии. Вместе с тем количественные методы не лишены ограничений. Они, как правило, недостаточно полно отражают глубину эмоциональных переживаний и сложность мотивационных структур, что может приводить к определенному упрощению картины. Дополнительно существует риск искажения данных в тех случаях, когда респонденты неправильно понимают формулировки вопросов или стремятся дать социально желательные ответы.

Практика применения количественных методов в исследовании кинопредпочтений молодежи наглядно демонстрируется в многочисленных социологических работах. Так, исследование, проведенное в студенческой среде, может включать анкетный опрос, в рамках которого участники оценивают любимые жанры, частоту просмотра фильмов и предпочтительные способы выбора киноленты. Результаты подобного исследования могут выявить, к примеру, преобладание интереса к комедийным произведениям и фильмам в жанре фантастики, а также показать, что значимую роль в формировании предпочтений играют информационные потоки в социальных сетях и медиапространстве в целом. В другом случае анализ статистики кассовых сборов и возрастной структуры аудитории позволяет установить, какие фильмы оказываются наиболее популярными среди молодых зрителей и как эта популярность соотносится с выбранными маркетинговыми стратегиями, датами

премьер и особенностями рекламных кампаний.

Еще одним важным направлением количественного анализа является *использование систематизированных статистических данных*, таких как рейтинги фильмов, показатели прокатных сборов, результаты опросов общественного мнения. Эти сведения могут извлекаться из различных источников – от специализированных интернет-ресурсов, включая международную базу данных Internet Movie Database и национальные порталы, такие как «КиноПоиск», до данных исследовательских организаций и агрегированных статистик из социальных сетей.

Обработка таких массивов информации позволяет проследить динамику кинопредпочтений молодежи во времени, оценить влияние времени выхода фильма, масштаба рекламной кампании, участия фестивалей или значимых культурных событий на зрительский интерес.

В совокупности количественные методы исследования предоставляют мощный и гибкий инструментарий для анализа кинематографических предпочтений молодежи. Они позволяют выявлять и интерпретировать ключевые тенденции и закономерности в сфере кино, сопоставлять данные между различными социальными группами, территориями и культурными контекстами. В сочетании с качественными методами количественные подходы способствуют формированию более целостного и глубокого представления о структуре и динамике зрительских предпочтений.

При этом в современной исследовательской практике все более значимыми становятся смешанные методы, объединяющие элементы качественного и количественного анализа и позволяющие компенсировать ограничения каждого из этих подходов по отдельности.

Смешанные методы исследования представляют собой методологический подход, сочетающий в себе элементы качественного и количественного анализа, что позволяет сформировать более полное и многомерное представление о кинематографических предпочтениях молодежной аудитории. Обоснование обращения к смешанным методам связано с тем, что каждый из подходов

обладает собственными достоинствами и ограничениями: качественные стратегии обеспечивают глубокое проникновение в мотивационную и ценностную сферы респондентов, раскрывая контексты принятия решений, тогда как количественные методы дают возможность фиксировать статистически значимые закономерности и обобщать результаты на широкие совокупности. Их сочетание позволяет не только регистрировать эмпирические данные, но и интерпретировать их в контексте социокультурных трансформаций, что повышает надежность и информативность получаемых выводов⁷⁸.

Показательным примером интеграции качественного и количественного подходов являются исследования, выстроенные по принципу последовательного комбинирования методов. На первом этапе могут проводиться фокус-группы, направленные на выявление ключевых тем, факторов и проблемных зон, связанных с выбором фильмов молодежью. В ходе групповой дискуссии уточняются представления о значимости жанров, образов, форматов просмотра, а также о влиянии ближайшего окружения и медийной среды. На основании результатов такого качественного этапа разрабатывается анкета, включающая вопросы о частоте просмотра, предпочтительных жанрах, значимости рекомендаций, рекламных сообщений, публикаций в социальных сетях и иных факторов выбора. После проведения массового опроса и статистической обработки данных исследователь может вновь обратиться к качественным методам (например, к углубленным интервью или дополнительным фокус-группам) с целью интерпретации полученных количественных закономерностей, уточнения роли социальных сетей, культурных событий, семейного и дружеского окружения в формировании кинопредпочтений.

Другой вариант использования смешанных методов предполагает обратную последовательность. На первом этапе анализируются статистические показатели – рейтинги фильмов, динамика кассовых сборов, возрастной состав аудитории,

⁷⁸ *Полухина Е.В., Просянюк Д.В.* Исследования со смешанными методами (mixed methods research): интеграция количественного и качественного подходов // МЕТОД: Московский ежегодник трудов из обществоведческих дисциплин. 2015. № 5. С. 309–318.

особенности прокатных стратегий. На основании этих данных выделяются наиболее популярные среди молодежи кинопроизведения и общие тенденции зрительского спроса. Затем проводятся качественные интервью или групповые обсуждения, в рамках которых респонденты объясняют, почему определенные фильмы оказались для них значимыми, какие тематические, эстетические или ценностные аспекты обусловили их выбор. Такой исследовательский дизайн позволяет не только зафиксировать фактическую популярность тех или иных картин, но и прояснить культурные, социальные и психологические факторы, стоящие за этой популярностью. Смешанные методы оказываются особенно продуктивными и в исследованиях динамики вкусов: сопоставляя количественные данные разных периодов с качественными описаниями зрительского опыта, можно проследить, как меняются предпочтения молодежи под влиянием новых технологий, медийных платформ и социокультурных сдвигов.

В целом совмещение качественных и количественных подходов существенно обогащает исследование, поскольку позволяет одновременно фиксировать статистические закономерности и анализировать эмоциональные, мотивационные и культурные измерения кинопредпочтений. Это делает полученные результаты более устойчивыми, интерпретируемыми и пригодными для применения в различных контекстах – от академического анализа до практики киноиндустрии и медиапланирования. Эмпирические данные, собранные с использованием смешанных методов, дают возможность не только описать актуальные тенденции, но и понять, как такие параметры, как возраст, пол, социальный статус, уровень образования и культурный контекст, влияют на восприятие кино и на выбор тех или иных аудиовизуальных продуктов. Таким образом, методы эмпирического исследования становятся основой для более глубокого анализа и интерпретации кинопредпочтений молодежи.

Далее рассмотрим методы и методики непосредственного исследования кинематографа, то есть конкретных кинопроизведений, самым распространенным из которых является контент-анализ. Однако ряд исследователей и теоретиков кино предлагают различные конкретные методики контент-анализа фильмов.

Контент-анализ представляет собой систематизированный метод исследования кинопроизведений, ориентированный на количественную и качественную фиксацию и интерпретацию повторяющихся элементов экранного текста. В его рамках формируются четкие кодировочные схемы, включающие тематические категории (например, жанровые особенности, ключевые мотивы, культурные символы) и атрибутивные признаки (возраст, социальный статус персонажей и т.д.). Применение контент-анализа позволяет выявить устойчивые паттерны и тренды в тематике и стилистике фильмов и сериалов, сопоставлять их динамику в различных исторических срезах и формировать обоснованные выводы о глубинных социокультурных процессах. Объективность метода обеспечивается стандартизацией процедуры кодирования, включая многократную перекодировку и расчет межкодировочной надежности⁷⁹.

Нарративный анализ, в свою очередь, ориентирован на исследование структуры и функции сюжетного повествования в кино, уделяя особое внимание последовательности событий, образам персонажей и логике драматургических конфликтов⁸⁰. Методика опирается на поэтапную деконструкцию нарративных архетипов, детальное исследование ключевых сюжетных арок и анализ коммуникационных стратегий, посредством которых кинематограф формирует, транслирует и закрепляет культурные смыслы. Нарративный анализ в данном контексте позволяет выявить, каким образом экранный текст конструирует мировоззренческие установки аудитории, эксплицировать скрытые идеологические послания и проследить трансформацию сюжетных моделей в русле социокультурных изменений. Надежность исследовательского подхода обеспечивается строгой семиотической интерпретацией элементов повествования и рефлексивной проверкой исходных аналитических допущений, что минимизирует риск субъективных и произвольных трактовок.

Кинематографическая стилистика в трактовке Дэвида Бордвелла

⁷⁹ Берельсон Б. Контент-анализ. М.: Прогресс, 1987.

⁸⁰ Bordwell D., Thompson K. Film Art: An Introduction. 12th ed. N.Y.: McGraw-Hill Education, 2020.

представляет собой специализированную методику анализа фильма, сосредоточенную на формальных компонентах аудиовизуального высказывания – монтаже, композиции кадра, системе освещения, организации звука и особенностях движения камеры. В рамках этого подхода стиль понимается как совокупность осознанных художественных решений, а не как случайный набор приемов: предполагается, что каждый формальный элемент включен в структуру фильма с определенной функциональной нагрузкой и непосредственно влияет на восприятие, эмоциональные реакции и когнитивную работу зрителя. Кинематографическая стилистика, таким образом, позволяет рассматривать фильм как продуманную систему выразительных средств, направленную на создание смыслов, настроений и аффективных состояний.

Применение данной методики открывает возможность для детального поэлементного разбора конкретных кинопроизведений с целью выявления устойчивых стилистических характеристик и анализа их влияния на зрительский опыт. Исследователь может, к примеру, сосредоточиться на том, как колористическое решение и световые акценты формируют атмосферу сцены, создают ощущение тревоги, интимности или отчуждения, либо изучить, как использование протяженных планов, плавных наездов и панорам в сравнении с резким фрагментированным монтажом трансформирует восприятие времени и пространства внутри экранного мира. Такой анализ нередко включает сопоставление отдельных сцен с другими фильмами того же автора, жанра или исторического периода, что позволяет выявлять повторяющиеся стилистические стратегии и их эволюцию.

Вместе с тем методика кинематографической стилистики не лишена ограничений. Существенным недостатком выступает неизбежная доля субъективности в интерпретации одних и тех же выразительных средств, поскольку разные исследователи и зрители привносят в процесс анализа собственный социальный, культурный и эстетический опыт. Это может приводить к расхождению трактовок, особенно в тех случаях, когда анализ опирается на тонкие смысловые нюансы или эмоциональные эффекты, которые

не поддаются однозначной фиксации. Кроме того, использование метода кинематографической стилистики требует значительных познаний в области кинематографа и режиссуры, поскольку исследователь должен быть способен глубоко анализировать формальные элементы фильма, такие как монтаж, композиция кадра, музыкальное сопровождение и др., и понимать их влияние на зрительское восприятие. Тем не менее в руках подготовленного исследователя кинематографическая стилистика является крайне важным инструментом для анализа и интерпретации кино, так как он помогает получить более глубокое понимание его значений и эффектов.

Собственную методику контент-анализа фильмов также предложила немецкая исследовательница Марион Кронер, изучавшая молодое немецкое кино 1962–1969 гг. Единицей анализа фильма в данном случае является главный герой, персонажи поделены на главных, второстепенных и эпизодических. Главные герои – персонажи, которые определяют характер и направленность главных действий в фильме, второстепенные – оттеняют и дополняют главных, а эпизодические – служат фоном действия. Через главного героя режиссер выражает ценностное содержание картины, а социологи могут сделать вывод о том, какого типа людей и с какими характеристиками воссоздает кино на экране. По результатам исследований М. Кронер смогла сделать вывод о картине социального мира, которая содержится в кинопродукте и транслируется в массовое сознание⁸¹. Социолог, используя методику М. Кронер, может сопоставлять выявленную картину реалий в обществе с задачами, которые ставят перед собой создатели кино, или рассмотреть ее в свете социальных функций, которые призвано решить кино. В результате такого сопоставления можно сделать выводы о выполнении кинематографом задачи критического реализма, т.е. отражения существующих общественных противоречий.

Однако наряду с традиционными методами в последние годы неотъемлемой частью многих областей науки и практики, включая социологию, стал

⁸¹ *Kroner M. Film – Spiegel der Gesellschaft? Versuch einer Antwort. Heidelberg, 1973. P. 164–170.*

искусственный интеллект (ИИ). Стремительное развитие нейросетей и алгоритмов машинного обучения открывает новые горизонты для анализа социальных явлений, позволяя исследователям более эффективно обрабатывать большие объемы информации. В то же время настолько быстрый темп развития ИИ и его бесконтрольное проникновение в самые разные сферы жизни – от медицины до маркетинга и образования – создает новые вызовы для научного сообщества.

Искусственный интеллект в социологических исследованиях кино.

В последние десятилетия социология кино претерпела значительные изменения благодаря внедрению современных технологий и методов исследования. В этом контексте искусственный интеллект стал важным инструментом, позволяющим не только автоматизировать процессы сбора и анализа данных, но и выявлять сложные паттерны в кинопредпочтениях различных поколений. В данном разделе мы рассмотрим современные эмпирические методы изучения кино, акцентируя внимание на роли ИИ в социологических исследованиях, его преимуществах и ограничениях, а также примерах успешного применения в анализе кинопредпочтений молодежи.

На сегодняшний день можно выделить следующие направления использования ИИ в эмпирических социологических исследованиях:

- 1) автоматизация сбора и анализа данных;
- 2) применение алгоритмов машинного обучения для выявления паттернов;
- 3) анализ зрительских отзывов и рецензий с помощью обработки естественного языка (NLP);
- 4) прогнозирование трендов и предпочтений на основе исторических данных;
- 5) симуляция мнений и реакций различных групп населения (создание виртуального респондента).

Прежде всего, использование искусственного интеллекта позволяет обрабатывать и анализировать чрезвычайно большие массивы данных, что существенно ускоряет получение исследовательских результатов и повышает их

точность. Одним из ключевых направлений его применения выступает обработка естественного языка, ориентированная на анализ текстовых материалов, таких как рецензии на фильмы, пользовательские комментарии, дискуссии в социальных сетях и критические обзоры. С опорой на соответствующие алгоритмы исследователь может выделять доминирующие темы, выявлять эмоциональные оттенки высказываний, фиксировать устойчивые мнения и оценочные суждения зрителей. Это, в свою очередь, дает возможность глубже понять, какие элементы кинопроизведения вызывают наибольший интерес, какие мотивы и образы резонируют с аудиторией, а также какие факторы определяют различия в предпочтениях между поколенческими и социальными группами.

Применение технологий искусственного интеллекта в социологических исследованиях кинопредпочтений включает и задачи прогнозирования будущих тенденций. Путем анализа исторических данных о кассовых сборах, зрительских рейтингах, параметрах проката и демографических характеристиках аудитории становится возможным выстраивать прогностические модели популярности тех или иных форматов и жанров. Такой подход позволяет не только точнее описывать существующую структуру предпочтений, но и предоставляет инструмент для планирования репертуарной политики, разработки сценариев и стратегий производства, ориентированных на ожидания конкретных зрительских сегментов. Так, применение методов машинного обучения к данным о поведении аудитории на стриминговых платформах, таких как Netflix, дает возможность выявлять, какие жанровые конфигурации, тематические линии и типы персонажей окажутся наиболее востребованными в ближайшей перспективе.

Кроме того, искусственный интеллект широко используется для конструирования систем персонализированных рекомендаций, которые радикально трансформируют зрительский опыт и способствуют более глубокому вовлечению аудитории. Рекомендательные алгоритмы, применяемые на платформах Netflix, YouTube⁸² или в музыкальных сервисах, последовательно

⁸² По решению Роспотребнадзора видеохостинг YouTube был внесен в реестр запрещенных сайтов (здесь и далее отмечено *).

анализируют историю просмотров, частоту обращений к определенным жанрам, длительность взаимодействия с контентом, реакции пользователей в виде оценок и комментариев. На основании этих данных формируются индивидуальные подборки фильмов, сериалов и видеоматериалов, максимально приближенные к интересам конкретного зрителя. Подобная персонализация не только облегчает поиск релевантного контента, но и оказывает непосредственное влияние на процесс формирования кинопредпочтений, постепенно структурируя культурный опыт и расширяя или, напротив, сужая кругозор аудитории.

Применение технологий искусственного интеллекта может включать и моделирование мнений, а также реакций различных групп населения, что оказывается особенно значимым в ситуациях, когда доступ к реальным респондентам затруднен или серьезно ограничен. В этом контексте разрабатываются так называемые виртуальные респонденты, имитирующие поведенческие модели и предпочтения определенных демографических групп. Например, на основе анализа массивов данных о кинематографических вкусах молодежи с использованием алгоритмов машинного обучения создается модель условного типичного представителя данной возрастной категории. Такая симуляция позволяет исследователю тестировать различные гипотезы и сценарии восприятия фильмов, не опираясь исключительно на традиционные опросные процедуры, которые нередко ограничены временными рамками и ресурсами.

Однако использование искусственного интеллекта в роли условного респондента сопряжено с целым рядом методологических и этических проблем. Прежде всего, необходимо учитывать, что виртуальные модели неизбежно являются результатом обобщения и могут лишь приближенно воспроизводить реальные мнения, установки и предпочтения, а не полностью их заменять. Это создает риск искажения конечных выводов и переоценки точности полученных результатов. В связи с этим требуется тщательно продумывать условия, цели и границы применения подобных инструментов в социологических исследованиях кинопредпочтений, чтобы сохранить достоверность, репрезентативность и

корректность интерпретаций.

Наиболее перспективным направлением является использование искусственного интеллекта для анализа и интерпретации данных, собранных в ходе качественных исследований – фокус-групп, экспертных и глубинных интервью. Алгоритмы обработки естественного языка могут подвергать автоматическому анализу стенограммы групповых обсуждений и интервью, выделяя ключевые темы, эмоциональные маркеры, повторяющиеся мотивы и устойчивые оценочные суждения. Подобный подход позволяет обнаруживать тонкие смысловые нюансы, динамику группового взаимодействия и скрытые паттерны восприятия кино, которые могут быть частично упущены при ручной обработке материала, особенно в случае больших массивов данных.

Таким образом, несмотря на очевидные преимущества, связанные, прежде всего, со скоростью обработки информации и масштабируемостью анализа, использование искусственного интеллекта в социологических исследованиях кинопредпочтений имеет и свои существенные ограничения. Высокое качество результатов возможно только при условии работы с релевантными и корректно собранными исходными данными; дефицит информации, систематические ошибки или смещения в выборке неизбежно приводят к некорректным выводам, даже при применении самых совершенных алгоритмов. Дополнительное измерение составляет этическая проблематика: интерпретация и формулирование социально значимых выводов на основе автоматизированных процедур требует особой осторожности, прозрачности методологии и критической рефлексии, чтобы не подменять сложную социальную реальность упрощенными моделями, созданными средствами искусственного интеллекта.

Роль ИИ в социологических исследованиях постепенно приобретает ключевое значение. В сфере социологии кино современные аналитические практики, основанные на работе с большими массивами данных и алгоритмами машинного обучения, позволяют не только более тонко реконструировать предпочтения различных поколенческих и социальных групп, но и адаптировать исследовательские стратегии к стремительно меняющимся условиям

медиапространства. Кинематографические вкусы рассматриваются в связи с цифровыми платформами, новыми форматами дистрибуции и трансформацией зрительских практик, что делает обращение к инструментарию искусственного интеллекта особенно востребованным.

Сочетание классических методов социологического анализа с возможностями, предоставляемыми искусственным интеллектом, создает эффект методологической синергии и открывает принципиально новые исследовательские горизонты. Комплексное использование опросов, интервью, фокус-групп, контент-анализа и автоматизированной обработки больших данных позволяет не только фиксировать актуальные тенденции в кинопредпочтениях, но и выстраивать прогнозы относительно их дальнейшей динамики. Это имеет непосредственное значение как для исследователей, так и для создателей аудиовизуального контента, которым важно ориентироваться на меняющиеся ожидания аудитории. Вместе с тем сохраняется необходимость критически относиться к качеству исходных данных, учитывать ограничения алгоритмических моделей и этические последствия использования искусственного интеллекта при изучении социальных процессов.

В более широком плане интеграция технологий искусственного интеллекта в социологические исследования кинематографа не только расширяет и углубляет методологический арсенал, но и способствует формированию новых форм взаимодействия между производителями контента и зрителями. Это содействует усложнению культурного ландшафта, появлению более адресных и рефлексивных кинематографических практик, а также углубляет понимание структурных и ценностных изменений, происходящих в современном обществе. Кино в таком ракурсе рассматривается как важный медиатор между социальными группами, как чувствительный индикатор культурных сдвигов и как один из ключевых механизмов символического конструирования реальности.

Таким образом, весь спектр описанных методов – от традиционных социологических исследований до новейших цифровых и основанных на ИИ технологий – может применяться как по отдельности, так и в различных

комбинациях. Подобная методологическая гибкость обеспечивает более целостное и многомерное понимание кинематографа как художественной практики и как культурно-социального феномена. Это, в свою очередь, позволяет осмыслить, каким образом кино участвует в формировании индивидуальной и коллективной идентичности, влияет на структуру общественного мнения и одновременно отражает, интерпретирует и частично задает направление социокультурным изменениям. В результате выбранные методы и методики анализа кино создают основу для дальнейшего исследования и интерпретации данных.

Так как целью исследования является выявление закономерностей отражения социокультурных изменений в кинопредпочтениях молодежи, в методологическую базу данного исследования было решено включить:

1) *фокус-группы с использованием реальных и виртуальных респондентов.* Проведение обсуждений с молодежью 2020-х гг., а также с людьми, которые были молодежью в начале 2000-х гг. (с людьми в возрасте 40–50 лет), для понимания их предпочтений и восприятия кино. Для каждой группы будет предварительно создан виртуальный респондент, который будет имитировать предпочтения соответствующей демографической группы;

2) *контент-анализ популярных фильмов и сериалов из начала 2000-х и 2020-х гг.* В нашем случае контент-анализ проводится после фокус-групп с целью сопоставить полученные от респондентов данные с реальными примерами из кино. Цель контент-анализа заключается в выявлении ключевых тем, нарративов и культурных кодов, представленных в популярных фильмах и сериалах, а также в анализе их соответствия предпочтениям молодежи, выявленным на предыдущем этапе исследования.

Таким образом, в первой главе был проведен обзор и критическая систематизация ключевых социологических подходов к изучению киноискусства: философского, культурологического, психологического, коммуникативного и социологического. Обоснован выбор индикаторного подхода к исследованию кинопредпочтений, определены типы индикаторов (количественные, качественные и интегральные) и предложена концептуальная модель их

взаимосвязи с социокультурными процессами. Особое внимание уделено анализу традиционных методов – интервью, фокус-групп, контент-анализа – и современных эмпирических технологий, включая применение искусственного интеллекта и технологии виртуальных респондентов. Сформулированы и обоснованы методологические основания, направленные на апробацию виртуальных респондентов и сопоставление жанровых и тематических предпочтений разных поколений молодежи.

ГЛАВА 2. АНАЛИЗ КИНОПРЕДПОЧТЕНИЙ МОЛОДЕЖИ РАЗНЫХ ВОЗРАСТНЫХ ГРУПП (ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ФОКУС-ГРУПП)

В данной главе представлен анализ результатов проведенных фокус-групп, целью которых является выявление и интерпретация кинопредпочтений молодежи разных возрастных групп в России. Метод фокус-групп был выбран как оптимальный инструмент для качественного изучения субъективных мнений, коллективных обсуждений и глубинных мотивов выбора кинопродукции.

Фокус-группы были организованы с целью выявления изменений в кинопредпочтениях молодежи за последние 20 лет, а также для анализа факторов, влияющих на эти предпочтения. Формирование составов проводилось по ряду заранее определенных критериев. Основными из них выступали возраст (первая группа – современная молодежь 18–25 лет, вторая группа – люди 40–50 лет, формировавшие свои предпочтения в статусе молодежи в начале 2000-х гг.), а также уровень образования и социальный статус респондентов. При наборе уделялось внимание тому, чтобы внутри каждой фокус-группы было приблизительно равное представительство мужчин и женщин, что позволило учесть возможное влияние пола на кинопредпочтения. Большинство участников обеих групп имели как минимум среднее специальное или высшее образование, что обеспечило определенную гомогенность по образовательному цензу среди респондентов.

Для обеспечения обсуждения тематики с разных жизненных и профессиональных позиций участники подбирались таким образом, чтобы каждая группа включала представителей различных профессиональных и социальных слоев. В частности, был предусмотрен спектр занятости – от студентов до специалистов разных сфер и сотрудников организаций, а также разнообразие по культурному опыту в рамках городской среды. Критерии отбора были изначально согласованы с исследовательскими целями, чтобы подготовить репрезентативную, но достаточно

гомогенную по ключевым параметрам дискуссионную среду и исключить искажение результатов за счет крайних различий. Данная схема комплектования групп позволила получить не только индивидуальные суждения о кино, но и выявить коллективные аспекты восприятия кино представителями разных поколений с гарантированным учетом влияния возраста, пола, образования и социального статуса.

Следует подчеркнуть, что выводы, основанные на двух фокус-группах с совокупным числом респондентов 14 человек, не претендуют на полную репрезентативность в отношении всей российской молодежи. Фокус-группы в принципе не являются репрезентативной выборкой в статистическом смысле и не позволяют делать категоричные обобщения на уровне всего поколения или общества. Результаты, представленные далее, отражают выявленные типичные мнения участников и могут служить основанием для формулирования гипотез, выявления тенденций и качественного описания ценностных ориентаций, но не для диагностирования массовых сдвигов в социокультурных ориентациях молодежи.

Кроме того, следует учитывать, что воспоминания участников о кинопредпочтениях 2000-х гг. могут частично захватывать и период 1990-х гг., особенно у респондентов старшего возраста в выборке, что требует осторожности в интерпретации временных границ анализа.

Особой чертой применяемой методики стало включение элементов искусственного интеллекта в структуру фокус-группового обсуждения. После каждого вопроса модератор зачитывал ответ, сформулированный системой искусственного интеллекта (либо подготовленный заранее, либо сгенерированный в режиме реального времени). Участникам предлагалось сопоставить этот вариант ответа с собственными взглядами и опытом, критически проанализировать его содержательную адекватность и обсудить возможные расхождения или совпадения с их личными позициями.

Подобная организация дискуссии, во-первых, способствовала активизации критического мышления респондентов и расширению тематических рамок

обсуждения, побуждая участников не только формулировать собственные суждения, но и рефлексировать по поводу альтернативной – машинно-сгенерированной – интерпретации; во-вторых, данный подход позволил исследовательской группе оценить степень корректности и релевантности ответов, создаваемых искусственным интеллектом, а также сделать предварительные выводы о целесообразности и потенциальных границах его применения в качестве инструмента в рамках социологических методик анализа кинематографических предпочтений в будущем.

В данном исследовании для моделирования виртуального респондента использовалась нейросетевая платформа ChatGPT (архитектура GPT-4, OpenAI), что обусловлено ее высокой релевантностью задачам имитации респондентского поведения, способностью генерировать логически связные и развернутые ответы на сложные социокультурные вопросы, а также широким применением в современной цифровой социологии. Для достижения максимальной сопоставимости с реальными фокус-группами модель запускалась в стандартном режиме генерации длинного диалога. В эксперименте применялся следующий промпт (в оригинальной редакции): *«Вы – респондент в фокус-группе, посвященной кинопредпочтениям современной молодежи. Представьте, что вам 20 лет, вы живете в большом городе России. Перечислите 2–3 своих любимых фильма или сериала. Ответьте, какие жанры фильмов и сериалов вам больше всего нравятся и почему. Есть ли жанры, которые вы не любите? Как вы обычно выбираете фильмы или сериалы для просмотра? На какие факторы обращаете внимание при выборе? Как вы считаете, какие события или тренды в обществе повлияли на кинопредпочтения вашего поколения? Есть ли у вас знакомые с иными предпочтениями в кино? Как изменились ваши кинопредпочтения за последние 5–10 лет? Где вы чаще всего смотрите фильмы (кинотеатр, ТВ, стриминговые сервисы) и почему? Поясните свои ответы максимально подробно, как на реальной фокус-группе».*

Использование такой нейросетевой архитектуры и разработанного исследовательского промпта позволило получить структурированные данные для

сопоставления с эмпирическими результатами фокус-групп, а также оценить потенциал применения ИИ для оптимизации методики анализа культурных предпочтений молодежи.

2.1. Сравнение жанровых кинопредпочтений молодежи: современность и 2000-е гг.

Вначале будет проведен анализ ответов участников фокус-групп на вопросы, касающиеся их любимых фильмов и жанров, а также предпочтений и антипатий в области кино. Сравнение мнений молодежи 2020-х и 2000-х гг. позволит выявить как общие тенденции, так и различия в кинопредпочтениях между поколениями. Основное внимание будет уделено предпочтениям в жанрах и темах, а также причинам, по которым участники отдают предпочтение тем или иным фильмам. Это позволит проследить, как вкусовые предпочтения молодежи изменились за прошедшие 20 лет.

Современная молодежь 2020-х гг. упоминает широкий спектр любимых жанров, что указывает на разнообразие их вкусов и интересов. Это может быть связано с доступностью различных платформ для просмотра контента (стриминговые сервисы, кинотеатры и т.д.). Однако до сих пор наблюдается явный перекося в сторону зарубежного контента. Из 12 любимых фильмов и сериалов, которые называли респонденты, лишь 2 были российскими: кинофраншиза «Елки» (2010–2024) и «Иван Васильевич меняет профессию» (1973).

Кроме того, в структуре упоминаемых предпочтений отчетливо просматривается выраженная ориентация на современные и широко обсуждаемые в массовой культуре произведения, такие как «Человек-паук» и «Игра в кальмара». Подобный выбор указывает на значимое влияние актуальных медиатрендов и глобальной развлекательной индустрии на формирование зрительского вкуса молодежи. Данные произведения, как правило,

характеризуются высокодинамичными сюжетными конструкциями, интенсивным монтажным ритмом и зрелищной визуальной стилистикой, что в полной мере соответствует ожиданиям молодого зрителя от современного кинематографа.

В то же время в ответах фиксируются и обращения к классическому репертуару, в частности, к советским фильмам, таким как «Иван Васильевич меняет профессию» 1973 г. Это свидетельствует о том, что молодежная аудитория ценит не только новизну и эффектность, но и продолжает включать в свой культурный опыт проверенные временем кинематографические тексты, что указывает на многослойность и неоднородность ее вкусовых ориентаций.

Упомянутые любимые фильмы современной молодежи 2020-х гг. (фокус-группа 1: современная молодежь 2020-х гг.) представлены в табл. 3.

Таблица 3

**Упомянутые любимые фильмы современной молодежи 2020-х гг.
(фокус-группа 1: современная молодежь 2020-х гг.)**

Фильм	Жанр	Год создания	Тип
«Елки»	Комедия	2010	Фильм
«Иван Васильевич меняет профессию»	Комедия	1973	Фильм
«Субстанция»	Триллер	2020	Фильм
«Человек-паук»	Фантастика	2002	Фильм
«Сплит»	Психологический триллер	2016	Фильм
«Достать ножи»	Детектив	2019	Фильм
«Дьявол носит Прада»	Комедия, драма	2006	Фильм
«Очень странные дела»	Фэнтези, драма	2016	Сериал
«Терминатор»	Научная фантастика	1984	Фильм
«Игра в Кальмара»	Драма, триллер	2021	Сериал
«Ривердэйл»	Подростковая драма	2017	Сериал
«Гарри Поттер»	Фэнтези	2001– 2011	Фильм

Несмотря на выявленные общие тенденции, респонденты демонстрируют заметное жанровое и содержательное разнообразие в своих кинематографических предпочтениях, что подчеркивает индивидуализированный характер зрительского опыта. Так, один из участников отдает предпочтение научной фантастике и историческому кино, ориентируясь на сочетание элементов воображаемого и опоры на реальные события. Другой респондент акцентирует интерес к фэнтези, описывая этот жанр как *«что-то не из нашего мира»*, позволяющее *«вообразить себе что-нибудь»*, то есть воспринимая просмотр в русле побуждения к фантазированию и выходу за пределы повседневной реальности. Третий участник, в свою очередь, отмечает приверженность триллерам, но подчеркивает, что предпочитает *«психологические, без мяса»*, тем самым указывая на интерес к напряженным, интеллектуально выстроенным сюжетам, лишенным избыточной графической демонстрации насилия.

Подобная палитра предпочтений свидетельствует о том, что молодая аудитория не замыкается в рамках одного жанрового поля, а проявляет готовность к эксперименту и восприятию различных типов кинематографического повествования. Это делает ее вкусы многомерными и внутренне дифференцированными, отражая стремление к поиску новых эмоциональных и смысловых впечатлений, а также к индивидуальному конструированию собственного культурного репертуара.

Упомянутые любимые фильмы молодежи 2000-х гг. (фокус-группа 2: молодежь 2000-х гг.) представлены в табл. 4.

Участникам был задан ряд вопросов, касающихся не только того, какие жанры они любят и не любят, но и причин подобного отношения.

В результате было выявлено несколько любопытных тенденций касемо кинопредпочтений молодежи 2020-х гг.

1. Предпочтение легких жанров. В ответах молодежи 18–25 лет наблюдается явное предпочтение легких и развлекательных жанров, таких как комедии и триллеры. Например, одна из респонденток отметила, что предпочитает комедии, так как они *«очень легкие»* и не требуют глубоких размышлений, что позволяет ей расслабиться после напряженного дня.

**Упомянутые любимые фильмы молодежи 2000-х гг.
(фокус-группа 2: молодежь 2000-х гг.)**

Фильм	Жанр	Год создания	Тип
«Пи»	Драма, триллер	1998	Фильм
«Брат»	Драма, криминал	1997	Фильм
«Брат 2»	Драма, криминал	2000	Фильм
«Спрут»	Драма, криминал	1984–2001	Сериал
«Крестный отец»	Драма, криминал	1972	Фильм
«Чернобыль»	Драма, исторический	2019	Сериал
«Список Шиндлера»	Драма, исторический	1993	Фильм
«38-я параллель»	Драма, военный	1993	Фильм
«Лицо со шрамом»	Драма, криминал	1983	Фильм
Фильмы Marvel	Фантастика, экшн	2008–2019	Фильм
«Игры разума»	Драма, биография	2001	Фильм
«Моя вторая мама»	Драма	1990	Фильм

Аналогичным образом другой респондент выделяет научную фантастику и историческое кино, подчеркивая, что ему нравятся, прежде всего, *«фильмы, которые хорошо сняты»*. Тем самым он акцентирует внимание не только на жанре, но и на качестве постановки, работе режиссера и визуальной составляющей. Подобные высказывания свидетельствуют о том, что молодые зрители ищут в кинопросмотре не только развлечение в узком смысле слова, но и возможность переключиться с повседневных забот, погрузиться в тщательно выстроенный художественный мир. При этом участники указывают, что драмы и мелодрамы также могут вызывать интерес, однако чаще рассматриваются в качестве формата спокойного вечернего просмотра, когда основной мотивацией становится желание расслабиться. Настолько отчетливый уклон в сторону более легких по тону и эмоциональной нагрузке произведений указывает на стремление молодежи к психологическому комфорту и ненапряженному досугу.

2. Неприятие фильмов ужасов. Большинство опрошенных демонстрируют явную неприязнь к фильмам ужасов, аргументируя это нежеланием испытывать чрезмерное напряжение, страх и послепросмотровое беспокойство. Один из респондентов отметил, что ему не по вкусу картины, которые *«постоянно держат в напряжении»*, тем самым подчеркивая ориентацию на более легкие, развлекательные сюжеты, не провоцирующие выраженный эмоциональный стресс. Подобное отторжение может интерпретироваться как стремление молодых зрителей избегать переживаний, связанных с сильным эмоциональным дискомфортом, который традиционно ассоциируется с просмотром фильмов ужасов.

3. Скептическое отношение к мелодрамам. Наряду с этим респонденты выражают скептическое отношение к мелодраматическому кино, характеризуя подобные произведения как затянутые, перенасыщенные шаблонными ситуациями и устаревшими клише. Один из участников подчеркнул, что такие фильмы лишены динамики и часто строятся на предсказуемых сюжетных ходах, что делает их малопривлекательными для молодежи, ориентированной на новизну, оригинальные нарративы и более живой темп повествования. Показательно, что часть респондентов отдельно упомянула турецкие сериалы, акцентируя неудовлетворенность их чрезмерной продолжительностью и повторяемостью сюжетных линий. Все это в совокупности свидетельствует о том, что молодая аудитория ожидает от кино не только развлекательной функции, но и определенного уровня художественного качества, предпочитая произведения, предлагающие свежие идеи, нестандартные сюжетные решения и выразительные формы экранного высказывания.

4. Востребованность формата реалити-шоу. Практически все участники фокус-группы в возрасте 18–25 лет согласились, что реалити-шоу становятся более популярными, чем традиционное кино. Это может указывать на изменение формата развлечений, где зрители ищут более интерактивные и «реальные» переживания, что также может быть связано с развитием социальных сетей и платформ для обмена контентом.

Любимые киножанры разных поколений российской молодежи (данные фокус-групп) представлены на рис. 1.

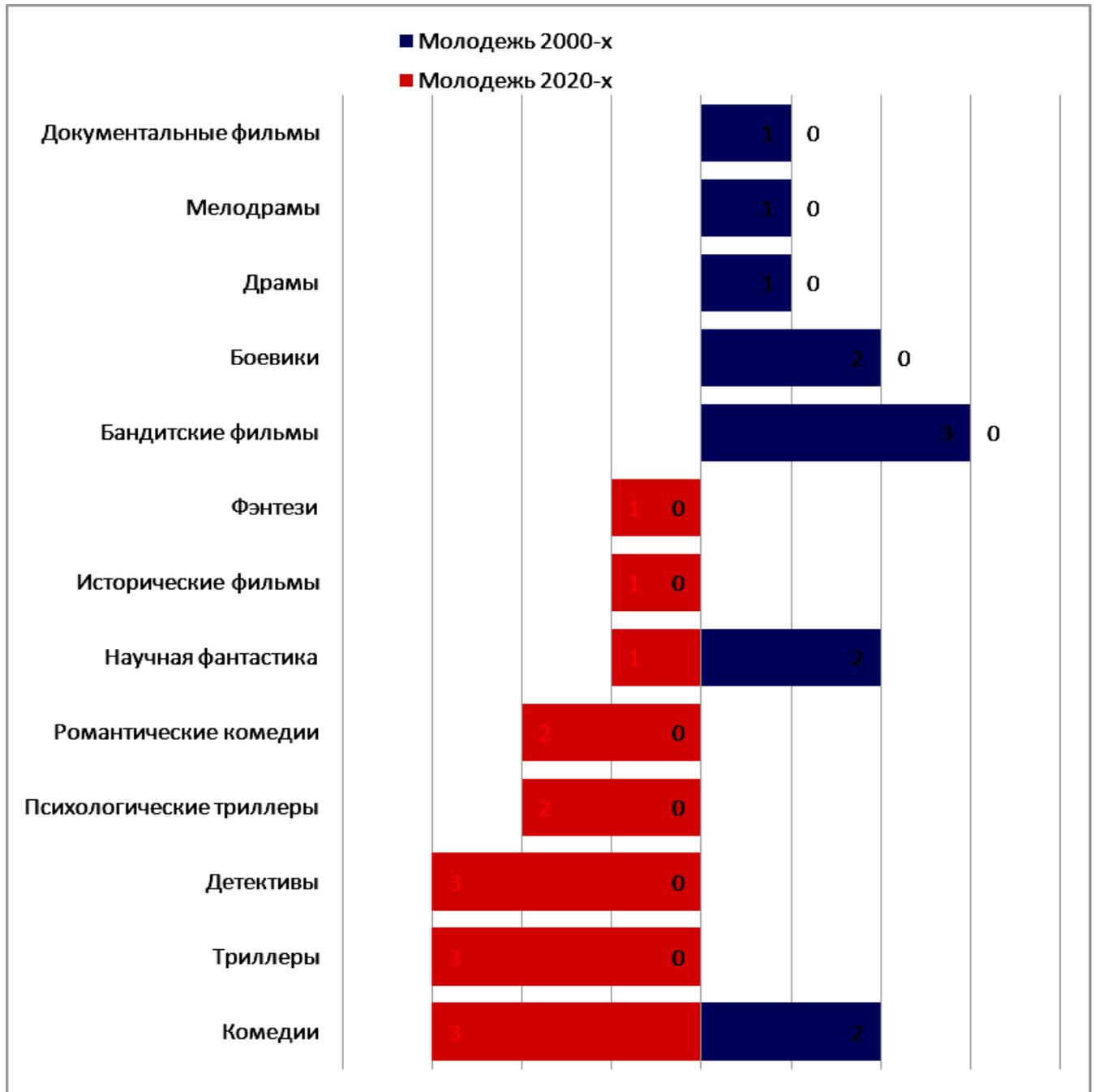


Рис. 1. Любимые киножанры разных поколений российской молодежи (данные фокус-групп)

Далее рассмотрим кинопредпочтения молодежи начала 2000-х гг. Однако учитывая, что в фокус-группе участвовали уже взрослые люди 40–50 лет, которые достигли аналогичной молодости в начале 2000-х гг., наше понимание этого

времени будет основано преимущественно на их воспоминаниях и наблюдениях, поскольку статистические данные и исследования кинопросмотров молодежи того периода практически отсутствуют во многом ввиду того, что Интернет и дистанционный сбор данных еще не получили должного распространения в те годы. Кроме того, важно отметить, что в ходе обсуждений участники фокус-групп нередко смешивали культурные явления конца 1990-х гг. и начала 2000-х гг., что отражает условность периодизации в индивидуальной памяти. Например, популярные криминальные сериалы («Бригада», «Улицы разбитых фонарей») воспринимались как символы «2000-х», хотя их премьеры приходились на рубеж веков, а часть из них была ориентирована преимущественно на взрослую аудиторию, а не на молодежь. Эта размытость границ учтена в интерпретации данных.

Ответы участников второй фокус-группы подчеркивают две ключевые тенденции в предпочтениях молодежи начала 2000-х гг., связанные с популярностью криминальных фильмов и сериалов, а также с эскапизмом, который проявлялся в интересе к фантастическим и романтическим произведениям.

5. Популярность бандитских фильмов и сериалов. Анализ высказываний участников фокус-группы показывает, что в начале 2000-х гг. среди молодежной аудитории отмечалась особенно высокая популярность криминальных, так называемых бандитских, фильмов и телесериалов. Подобный интерес можно рассматривать как отражение специфических социальных и культурных реалий того периода. Криминальная драма нередко затрагивала острые темы выживания в условиях нестабильности, морального выбора в пограничных ситуациях, а также демонстрировала разнообразные проявления социальной напряженности. Как подчеркивают сами респонденты, значимую роль играли происходившие в стране события – рост криминализации, резонансные преступления, вооруженные конфликты, в том числе война в Чечне, формировали в обществе атмосферу агрессии, неуверенности и культа силы, что закономерно находило отражение в кинематографе. Для значительной части подростков и юношей того времени

экранные образы сильных, жестких, готовых к насилию персонажей становились своеобразными моделями идентификации. Криминальные сюжеты позволяли молодым людям увидеть на экране художественно переработанное, но узнаваемое продолжение собственной повседневной реальности, насыщенной конфликтами, социальным неравенством и ощущением угрозы. Таким образом, можно говорить о том, что молодежь начала 2000-х гг., особенно юноши, воспринимали бандитские драмы как форму символического осмысления окружающего мира, в котором криминальная тематика занимала заметное место.

6. Эскапистские устремления, реализуемые через кинофантастику.

Наряду с запросом на образы силы и доминирования у молодежной аудитории отчетливо проявлялась потребность в эскапизме – стремлении уйти от тяжеловесной повседневности в альтернативные, воображаемые миры. Этим во многом объясняется устойчивый интерес к масштабным кинопроектам жанра фэнтези и кинофантастики, таким как «Властелин колец» и «Гарри Поттер», а также к романтическим телесериалам. Данные произведения предлагали зрителю сложные, но в то же время завораживающие вымышленные вселенные, насыщенные приключениями, волшебством и эмоционально окрашенными отношениями персонажей. Подобный кинопросмотр становился для молодых людей способом временно дистанцироваться от стрессов и тревог реальной жизни, переключиться на более безопасное и контролируемое пространство воображаемого. В этом смысле кино выполняло двойственную функцию: с одной стороны, предоставляло символический язык для осмысления проблем действительности, с другой – позволяло на время отодвинуть эту действительность, подменив ее фантазийным миром.

В совокупности предпочтения молодежи начала 2000-х гг. демонстрируют сложное переплетение реалистического и эскапистского в зрительском опыте. С одной стороны, популярность криминальных драм и сериалов отражала стремление увидеть на экране художественно трансформированное, но узнаваемое продолжение социальной реальности; с другой – интерес к фантастическим и фэнтезийным фильмам, а также к романтическим сериалам

указывал на потребность в эмоциональной разгрузке и поиске альтернативных миров. Респонденты отмечают, что в их окружении активно обсуждались такие сериалы, как «Секретные материалы», «Счастливы вместе», а также многочисленные криминальные проекты, которые фактически стали медийными символами эпохи и важной частью коллективной культурной памяти этого поколения.

На основе сравнительного анализа предпочтений разных поколений молодежи наблюдаются несколько социально значимых тенденций, отражающих различия в контексте и восприятии. В табл. 5 представлены различия в предпочтениях и социальном контексте.

Таблица 5

**Различия в жанровых кинопредпочтениях
и социальном контексте кинопотребления молодежи 2000-х и 2020-х гг.**

Аспект	Современная молодежь 2020-х гг.	Молодежь 2000-х гг.
Предпочитаемые жанры	Комедии, фантастика, триллеры	Бандитские фильмы, драмы, комедии
Отношение к стрессу	Стремление к эскапизму, избегание напряжения	Отражение социальных реалий, сочетание напряженных тем и эскапизма
Доступность контента	Стриминговые сервисы, индивидуализированные предпочтения	Ограниченный доступ, коллективные просмотры
Социальные связи	Индивидуализм, акцент на личных предпочтениях	Коллективизм, акцент на совместном просмотре
Критическое восприятие	Высокий уровень медийной грамотности, критика клише	Меньшая критичность, влияние культурных норм

Таким образом, проведенные фокус-группы по выявлению жанровых кинопредпочтений разных поколений российской молодежи позволили получить следующие выводы:

1) изменение восприятия реальности и стресса:

– *современная молодежь*: предпочтение легких жанров (комедии, романтические комедии) может указывать на стремление к эскапизму и желанию избежать стресса, вызванного современными социальными и экономическими проблемами, такими как неопределенность на рынке труда, политическая нестабильность и глобальные кризисы (например, пандемия COVID-19 и Специальная военная операция в Украине);

– *молодежь начала 2000-х гг.*, как показывают высказывания респондентов старшего возраста, также обращалась к кинематографу преимущественно как к форме досуга и развлечения. Однако их кинорепертуар в значительно большей степени отражал серьезные социальные реалии того времени – криминальную обстановку, экономическую нестабильность, ощущение угрозы и неопределенности. На первый план нередко выходили сюжеты, связанные с борьбой за выживание, социальным неравенством и насилием, что делало кинопросмотр не только способом отвлечься, но и средством символического осмысления переживаемых обществом кризисных процессов;

2) увеличение гетерогенности культурных трендов и предпочтений:

– для *нынешней молодежи* принципиальное значение имеет развитие стриминговых платформ и социальных медиа, которые обеспечивают доступ к практически неограниченному спектру аудиовизуального контента – от массовых жанровых продуктов до нишевого авторского кино. Это позволяет молодым людям формировать более индивидуализированные репертуары просмотра, выстраивать собственные траектории культурного потребления и быстро переключаться между разными стилями и жанрами. В результате вкусы и тренды становятся более подвижными, а их изменение происходит в ускоренном темпе;

– в то же время *молодежь 2000-х гг.* функционировала в принципиально иных медиальных условиях. Доступ к фильмам и сериалам был заметно более ограничен и осуществлялся преимущественно через эфирное телевидение, видеопрокат и кинопрокат. Вследствие этого предпочтения формировались

вокруг относительно узкого круга наиболее популярных проектов, которые одновременно смотрели значительные группы зрителей. Подобная медиальная структура способствовала большей однородности культурных трендов: молодые люди были ориентированы на одни и те же телесериалы и фильмы, а их представления о мире в большей степени опирались на ограниченное число повторяющихся культурных нарративов;

3) индивидуализация культурного потребления:

– *современные респонденты* подчеркивают, что нынешняя молодежь в значительно большей степени ориентируется на собственные предпочтения и личные эмоциональные переживания, рассматривая кинопросмотр как пространство индивидуального выбора и самовыражения. Это можно интерпретировать как проявление более выраженного индивидуалистического подхода к культуре и досугу. Существенную роль здесь, по-видимому, играют социальные медиа, в рамках которых личные вкусы не только формируются, но и демонстрируются, оцениваются и сопоставляются с предпочтениями других, что усиливает внимание к уникальности собственного культурного репертуара;

– в противоположность этому *респонденты старшего поколения*, вспоминая молодость начала 2000-х гг., акцентируют важность совместного просмотра и коллективного обсуждения фильмов, будь то встречи у телевизора, походы в кинотеатр или обмен видеокассетами и дисками. Подобный опыт свидетельствует о более выраженном коллективистском измерении культурного потребления, когда кинопросмотр становился частью общих практик общения и совместного времяпрепровождения. Это, в свою очередь, указывает на более тесные офлайн-социальные связи и большую значимость непосредственных межличностных контактов в формировании вкусов и оценок кинематографа;

4) более критическое восприятие аудиовизуального контента:

– *современная молодежь*, исходя из ответов респондентов, демонстрирует более критичное отношение к ряду жанров, в частности, к фильмам ужасов и мелодраматическому кино. Скепсис по отношению к избыточно шаблонным

сюжетам, предсказуемым эмоциональным ходам и эксплуатируемым клише может рассматриваться как индикатор более высокого уровня медийной грамотности и развитой способности к рефлексивному восприятию экранного текста. Значимую роль в этом процессе играет доступ к разнообразным информационным источникам – критическим обзорам, аналитическим материалам, зрительским рейтингам, дискуссиям в цифровой среде, что способствует формированию привычки сопоставлять, анализировать и оценивать увиденное, а не принимать его некритически;

– вместе с тем *респонденты старшего поколения*, характеризуя собственные кинематографические предпочтения в молодости, гораздо реже подчеркивают аспект критического отношения к контенту. Их вкусы в большей степени формировались под влиянием ограниченного числа доступных новинок, доминирующих культурных норм и ориентиров, а также транслируемых СМИ представлений о том, что считается популярным или социально одобряемым. Ограниченность выбора и медиальных каналов в сочетании с меньшей доступностью альтернативных точек зрения объективно сужала пространство для критического сравнения и рефлексии, что делало процесс культурного потребления более директивным и стандартизированным.

В совокупности обозначенные тенденции показывают, что кинематографические предпочтения могут служить чувствительным индикатором более широких изменений в общественной жизни – трансформации представлений о реальности, влияния цифровых технологий, характера социальных связей и степени развитости критического восприятия медийного контента. Сопоставление установок и практик разных поколений молодежи позволяет увидеть, как под воздействием социальных, экономических и технологических изменений модифицируются культурные нормы и ценности, а также способы включенности индивида в пространство кино и медиакультуры в целом.

2.2. Влияние социальных и культурных факторов на кинопредпочтения молодежи

Ранее был проведен анализ кинопредпочтений молодежи разных возрастных групп, основанный на результатах фокус-групп, что позволило выявить ключевые жанровые и тематические предпочтения. В данном параграфе мы сосредоточимся на том, как социальные и культурные факторы, такие как значимые события, тренды и изменения в обществе, формируют кинопредпочтения молодежи разных поколений. Рассмотрим, как восприятие этих факторов варьируется между поколениями и как они находят отражение в выборе фильмов, что позволит глубже понять динамику кинопотребления в контексте культурных изменений.

Сначала рассмотрим подходы участников к выбору фильмов для просмотра.

Представителям современной молодежи был задан вопрос: «Как вы обычно выбираете фильмы для просмотра и какие факторы наиболее важны для вас при выборе, что посмотреть?». Соответственно, участникам второй фокус-группы (представителям молодежи 2000-х гг.) был задан ряд похожих вопросов: «Как вы обычно узнавали о новых фильмах?»; «Как вы выбирали фильмы для просмотра в то время?» и «Какие факторы были наиболее важны для вас при выборе, что посмотреть?».

Ответы респондентов позволили обозначить ряд ключевых тенденций и содержательно насыщенных наблюдений. Обращаясь, прежде всего, к анализу предпочтений **современной молодежи 2020-х гг.**, следует отметить, что одним из наиболее заметных факторов выступает влияние популярности фильмов в социальных сетях и в пространстве публичных обсуждений. Один из молодых участников прямо указывает, что выбирает, в первую очередь, те картины, которые «на слуху», и нередко смотрит фильмы, «о которых все говорят», связывая это с желанием оставаться в курсе актуальных тем и быть включенным в текущую повестку. Другой респондент солидаризируется с подобным подходом, уточняя, что ориентируется на тематические подборки по интересующим его

категориям и целенаправленно отслеживает новые работы любимых режиссеров. Все это в совокупности свидетельствует о значительной роли социальных сетей, цифровых рекомендаций и медийных обсуждений в процессе формирования кинематографических предпочтений современной молодежи.

Одновременно с этим в материалах фокус-групп отчетливо проявляется и противоположная тенденция. Существенная часть молодых респондентов, напротив, демонстрирует выраженное внутреннее сопротивление по отношению к фильмам и сериалам, которые становятся чрезмерно популярными и повсеместно обсуждаемыми. Так, один из участников подчеркивает, что сознательно воздерживается от просмотра таких громких проектов последних лет, как «Слово пацана. Кровь на асфальте» (2023) и «Анора» (2024), поскольку интенсивное внимание к ним создает у него ощущение, будто он уже достаточно хорошо представляет себе их содержание, даже не имея собственного зрительского опыта. Другой респондент высказывается в сходном ключе, отмечая, что избегает просмотра широко обсуждаемого сериала «Игра в кальмара» (2021), так как многочисленные фрагменты, обсуждения и вырезки в социальных сетях делают потенциальный просмотр менее привлекательным и лишают его эффекта новизны.

Подобные высказывания позволяют интерпретировать обнаруженную тенденцию как проявление стремления к индивидуализации культурного выбора и нежелания безоговорочно следовать массовым трендам. Для части молодежной аудитории важно подчеркнуть собственную автономию и отличаться от доминирующих вкусов, даже если это выражается в намеренном игнорировании самых популярных и обсуждаемых произведений. В результате в структуре кинопредпочтений современной молодежи сосуществуют две принципиально различные, но взаимосвязанные линии: ориентированность на медийно легитимированные, «нашумевшие» картины как способ быть включенным в общую культурную повестку и, одновременно, стремление дистанцироваться от чрезмерно популярных проектов ради сохранения чувства индивидуальности и уникальности собственного зрительского опыта.

Факторы формирования кинопредпочтений у молодежи разных поколений (данные фокус-групп) представлены в табл. 6.

Таблица 6

**Факторы формирования кинопредпочтений
у молодежи разных поколений (данные фокус-групп)**

Параметры	Современная молодежь 2020-х гг.	Молодежь 2000-х гг.	Общее кол-во упоминаний
Факторы выбора фильмов			
Популярность в соцсетях	5	0	5
Рекомендации друзей	4	4	8
Актеры	4	5	9
Захватывающий сюжет	1	4	5
Рейтинги и отзывы критиков	2	0	2
Трейлеры и жанр	1	0	1
Источники информации о фильмах			
Социальные сети	5	0	5
Подборки фильмов	3	0	3
Программы телепередач	0	4	4
Газеты и журналы	0	3	3
Случайные находки на телевидении	1	3	4
Общественные/культурные тренды			
Инклюзивность и новые этики	2	0	2
Углубление в психологию персонажей	2	0	2
Цикличность и интерес к истории	1	0	1
Криминальные события и агрессия	0	3	3
Эскапизм и уход в фантазию	0	2	2
Глобализация и зарубежный контент	0	1	1
Развитие технологий	0	1	1

Кроме того, несмотря на значительное влияние общественного мнения, респонденты проявляют критическое отношение к общепринятым рейтингам фильмов, которые, например, можно встретить на популярных сайтах «КиноПоиск», Okko и др. в виде оценки фильмов по 10-балльной шкале. Один из участников выразил мнение, что эти рейтинги не всегда отражают качество фильма. Таким образом, мы наблюдаем интересный феномен, который можно назвать «парадоксом выбора» в контексте современной молодежи. С одной стороны, молодые люди стремятся следовать популярным трендам, чтобы быть частью общественного обсуждения, а с другой – проявляют настороженность и даже отторжение к произведениям, которые становятся слишком массовыми. Этот парадокс был исследован такими авторами, как Даниэль Канеман, выдвинувшего концепцию «двойного процесса принятия решений», а также современными исследователями, изучающими влияние социальных медиа на культурные предпочтения⁸³. В результате молодежь 2020-х гг. оказывается в положении, когда она одновременно стремится к социальной включенности и к сохранению индивидуальности, что формирует сложный, внутренне неоднородный ландшафт культурных и кинематографических предпочтений. С одной стороны, для молодых людей по-прежнему значима ориентация на коллективно обсуждаемые произведения, с другой – возрастает потребность дистанцироваться от слишком очевидных массовых трендов и продемонстрировать собственную уникальность в выборе контента.

Наряду с влиянием медийной повестки существенную роль играет межличностное взаимодействие. Современные молодые респонденты неоднократно подчеркивают, что активно используют рекомендации друзей и близкого окружения при выборе фильмов. Один из участников отмечает, что нередко обращается к картинам, которые ему советуют знакомые; другой указывает на значимость подборок, составленных алгоритмами на основе ранее просмотренного и субъективно значимого контента. Это подчеркивает, что выбор фильма оказывается результатом сложного переплетения индивидуальных вкусов,

⁸³ Канеман Д. *Думай медленно... решай быстро*. М.: Альпина Паблишер, 2011. 432 с.

социальных ожиданий и доверия к мнению ближайшего круга. В контексте ранее описанных противоположных тенденций – стремления следовать трендам и одновременно скептического отношения к чрезмерно популярным фильмам – можно предположить, что современный зритель с большей вероятностью обратится к нашумевшему проекту в том случае, если он дополнительно легитимирован рекомендацией значимого друга или знакомого, в том числе опосредованно – через публикации в социальных сетях.

Отдельным важным фактором выступает актерский состав. Один из респондентов специально акцентирует, что при выборе фильма ориентируется на участие конкретных актеров, к которым он испытывает симпатию и доверие. Это свидетельствует о наличии эмоциональной привязанности к определенным экранным образам и вере в профессиональное мастерство исполнителей, что существенно влияет на траектории кинопросмотра и формирование устойчивых предпочтений.

Примечательно, что участники фокус-группы выделяют социальную сеть TikTok в качестве одного из ключевых источников информации о кино. Один из респондентов указывает, что регулярно сталкивается с фрагментами фильмов в видеороликах этой платформы, и если его заинтересует сюжетная линия или визуальное решение, впоследствии он обращается к полному метражу. Это подчеркивает растущее влияние новых медиа, в частности, социальной сети TikTok, на формирование кинематографических предпочтений молодежи, а также демонстрирует изменение самих способов знакомства с фильмами – от традиционных анонсов и рецензий к фрагментарному, клиповому потреблению, предшествующему полноценному просмотру.

На основании ответов участников первой фокус-группы в возрасте от 18 до 25 лет на вопрос о том, как они выбирают фильмы для просмотра, представляется возможным выделить несколько ключевых тенденций:

1) *влияние популярности и общественного мнения.* Большинство респондентов подчеркивают, что значимую роль в их выборе играет степень обсуждаемости фильма в социальных сетях и в общественном пространстве в

целом. Участники отмечают, что нередко обращаются к картинам, «о которых все говорят», стремясь оставаться в курсе актуальной культурной повестки и поддерживать участие в коллективных обсуждениях;

2) **скептическое отношение к чрезмерно популярным трендам.** В то же время часть представителей молодежной аудитории демонстрирует отчетливое стремление к индивидуализации кинематографического выбора. Респонденты указывают, что нередко сознательно избегают фильмов и сериалов, которые становятся чересчур популярными и повсеместно обсуждаемыми, опираясь, прежде всего, на собственные вкусы, прошлый опыт и желание дистанцироваться от очевидных массовых трендов;

3) **значимость рекомендаций и тематических подборок.** Современная молодежь активно использует как личные рекомендации друзей и знакомых, так и различные подборки фильмов, сформированные с учетом их прежних предпочтений. Подобная практика свидетельствует о высокой роли социального взаимодействия, а также о доверии к оценкам ближайшего окружения и к системам, персонализирующим контент;

4) **роль актерского состава.** Отдельные участники подчеркивают, что при выборе фильма ориентируются на актерский состав, предпочитая картины с участием знакомых и вызывающих симпатию исполнителей. Это позволяет говорить о наличии эмоциональной привязанности к определенным актерам и доверия к их профессиональному выбору, что выступает значимым фактором формирования кинематографических предпочтений;

5) **критическое восприятие рейтингов.** Респонденты выражают заметный скептицизм по поводу значимости рейтингов и оценок фильмов. По их мнению, числовые показатели и суммарные оценки далеко не всегда коррелируют с реальным качеством произведения и его субъективной ценностью для конкретного зрителя, в связи с чем рейтинги рассматриваются, скорее, как вспомогательный, чем определяющий ориентир при выборе для просмотра. Это может свидетельствовать о более глубоком и критическом подходе к выбору контента, основанном на личных предпочтениях и опыте;

б) социальные сети как главный источник информации. Участники активно используют социальные сети для поиска информации о фильмах, что подчеркивает их роль в формировании кинопредпочтений. Упоминание TikTok как источника информации о фильмах может свидетельствовать о том, что молодежь все больше полагается на короткие видеоролики и визуальный контент для принятия решений о просмотре, что может изменить традиционные подходы к рекламе и продвижению фильмов.

Таким образом, результаты фокус-группы показывают, что современная молодежь в возрасте 18–25 лет активно использует социальные сети и рекомендации друзей для выбора фильмов, при этом проявляя критическое мышление и стремление к индивидуализации своего выбора.

Далее проанализируем **молодежь 2000-х гг.** В те годы Россия переживала период экономического роста и стабилизации после кризиса 1990-х гг., что способствовало формированию общества потребления, росту доходов населения и изменению культурных практик. В этот период активно развивалась индустрия развлечений, открывались многозальные кинотеатры, расширялся доступ к западной кинопродукции. Вместе с тем в общественном сознании сохранялись следы «турбулентных» 1990-х гг., что отражалось в популярности криминальных сериалов и фильмов о «лихих годах».

Анализ ответов участников второй фокус-группы на вопросы о том, как они узнавали о новых фильмах и как выбирали их для просмотра, позволяет выделить несколько ключевых наблюдений:

1) существенная роль традиционных источников информации о фильмах. Рассматривая опыт молодежи начала 2000-х гг., можно отметить доминирование традиционных каналов получения информации о кино. Респонденты подчеркивают, что в выборе фильмов они в значительной степени опирались на рекомендации друзей, одноклассников и знакомых, а также на случайные просмотры по телевидению. Один из участников указывает, что о новинках узнавал преимущественно от одноклассников, мотивируя это тем, что «тогда не было Интернета». В данном случае важно уточнить, что к середине 2000-х гг. Интернет уже был достаточно распространен в крупных российских

городах, однако характер его использования, скорость соединения и доступность аудиовизуального контента были существенно иными по сравнению с нынешней ситуацией, что объективно ограничивало его роль в формировании кинопредпочтений. Другой респондент отмечает, что регулярно пользовался программами телепередач и печатными изданиями для отслеживания новых фильмов, что дополнительно подчеркивает значимость традиционных медиа в культурной жизни молодежи того периода;

2) культура ожидания и ритуализированные практики просмотра. Особенностью кинопотребления молодежи начала 2000-х гг. была выраженная культура ожидания и связанная с ней система бытовых ритуалов. Один из респондентов подробно описывает, как отмечал в программе телепередач интересующие его фильмы, выжидая определенный день и время показа. Подобная практика создавала специфическую атмосферу предвкушения и превращала выбор фильма в продуманный и планируемый процесс. В условиях отсутствия мгновенного доступа к любому контенту из любой точки мира просмотр кино представлял собой более редкое и потому более значимое событие. Ожидание выхода новых фильмов или показов по телевидению, использование газетных программ для организации досуга можно рассматривать как своеобразные культурные ритуалы, усиливавшие связь между кино и повседневной социальной жизнью молодежи, придавая кинопросмотру дополнительный символический и эмоциональный вес;

3) значимость актерского фактора. При выборе фильмов респонденты старшего поколения особо выделяют важность актерского состава и сюжетной составляющей. Один из участников подчеркивает, что ключевым критерием для него было присутствие всемирно известных исполнителей, таких как Жан-Поль Бельмондо или Джеки Чан, и что он целенаправленно отыскивал картины с их участием. Это позволяет сделать вывод о том, что для значительной части молодежи начала 2000-х гг. актеры выступали важными ориентирами и своеобразными гарантами качества, влияя на формирование устойчивых предпочтений и структуру индивидуального кинематографического репертуара;

4) *ограниченность выбора и роль случайности в формировании предпочтений.* Для медиального ландшафта начала 2000-х гг. характерна существенно более узкая доступность контента по сравнению с современной ситуацией. Один из респондентов подчеркнул, что молодые ребята его возраста, по сути, смотрели то, что показывали по телевизору, что указывает на отсутствие разнообразия в доступных вариантах. Люди часто узнавали о фильмах случайно, переключая каналы на телевизоре. Это подчеркивает, что процесс выбора фильмов был менее целенаправленным и более спонтанным, чем в современном контексте, где доступ к информации о фильмах стал более структурированным. Это ограничение неизбежно повлияло на формирование кинопредпочтений и привычек молодежи того времени.

Таким образом, результаты фокус-группы показывают, что для молодежи 2000-х гг. процесс выбора фильмов был связан с ограниченными источниками информации, культурными ритуалами ожидания и акцентом на актеров и сюжеты, что и формировало их кинопредпочтения в контексте того времени.

На основе проведенного анализа можно представить обобщенные сводные факторы, влияющие на выбор фильмов, с учетом различий между двумя возрастными группами (табл. 7).

Рассмотрим подробнее влияние социальных и культурных трендов на кинопредпочтения, анализируя, как эти факторы формируют восприятие и выбор фильмов среди молодежной аудитории. Участникам обеих фокус-групп был задан вопрос: «Как вы считаете, какие события или тренды в обществе повлияли на кинопредпочтения вашего поколения?».

Сначала рассмотрим **современную молодежь.**

Анализ ответов на вопрос о влиянии событий и трендов в обществе на их кинопредпочтения позволяет выделить несколько любопытных тенденций:

– *расширение разнообразия.* Современные молодые люди подчеркивают, что современные фильмы стали более инклюзивными и глубокими, что позволяет зрителям находить в них персонажей, похожих на себя. Отмеченная тенденция указывает на значимость разнообразия и репрезентации в кинематографе для

**Социальные и культурные факторы выбора фильмов
молодежи разных поколений**

Параметры	Современная молодежь 2020-х гг.	Молодежь 2000-х гг.
Факторы выбора фильмов	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Популярность в соцсетях ▪ Рекомендации друзей ▪ Актеры ▪ Трейлеры и жанр 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Актеры ▪ Захватывающий сюжет ▪ Рекомендации друзей ▪ Программы телепередач ▪ Случайные находки на телевидении
Источники информации о фильмах	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Социальные сети (TikTok и др.): вырезки и подборки ▪ Рекомендации друзей 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Рекомендации друзей ▪ Программы телепередач и газеты ▪ Случайные находки на телевидении
Общественные/культурные тренды	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Расширение разнообразия ▪ Психология персонажей ▪ Цикличность и интерес к истории (фильмы о СССР) ▪ Клиповое мышление из-за соцсетей 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Криминальные события и агрессия ▪ Эскапизм и уход в фантазию ▪ Глобализация и доступ к зарубежному контенту

молодежной аудитории, что непосредственно влияет на формирование их предпочтений. Увеличение многообразия персонажей и сюжетов во многом связано с ростом объемов аудиовизуального контента в цифровую эпоху, когда производство фильмов и сериалов становится менее зависимым от ограничений традиционного проката. Расширение числа платформ для дистрибуции (прежде всего, различных потоковых сервисов) стимулирует спрос на более разнородные истории и образы, ориентированные на различные социальные и демографические группы. В результате на первый план выходят повествования, в которых представлены разные профессии, индивидуальные стратегии жизни,

культурные коды и модели поведения, позволяющие зрителю найти более точные точки идентификации;

– *психология и клиповое мышление*. Среди молодых людей 2020-х гг. высока популярность фильмов с выраженной психологической проблематикой, что коррелирует с ростом интереса к психологическому знанию и рефлексии в обществе. Респонденты подчеркивают, что им близки сюжеты, в центре которых находятся внутренние конфликты, эмоциональные переживания и сложные мотивационные структуры персонажей. Вместе с тем один из участников обращает внимание на феномен так называемого клипового мышления, связанного с постоянным воздействием социальных сетей и коротких видеороликов. В результате возрастает предпочтение более коротких, динамично выстроенных повествований с быстрой сменой эпизодов и сжатой подачей смыслов. Это может интерпретироваться как адаптация современных форматов аудиовизуального контента к изменяющимся когнитивным стилям молодежной аудитории, для которой привычны фрагментарность, высокая информационная насыщенность и ускоренный ритм восприятия;

– *сокращение времени, отводимого на кинопросмотр*. Часть респондентов отмечают, что у современной молодежи стало меньше свободного времени, что ведет к снижению частоты просмотра полнометражных фильмов. На первый план выходят учебные нагрузки, работа, развитие в профессиональной сфере, а также многочисленные альтернативные формы досуга – от компьютерных игр до общения в цифровых средах. Это может свидетельствовать об изменении жизненного уклада и иерархии приоритетов, когда традиционный кинопросмотр постепенно уступает место другим видам активности. Соответственно, кино все чаще конкурирует не только с другими формами искусства, но и с иными способами проведения свободного времени, что оказывает влияние на структуру и объем кинопотребления;

– *расширение интереса к азиатскому кинематографу*. Упоминания о востребованности азиатских фильмов свидетельствуют о заметном расширении культурного горизонта молодежной аудитории за пределы западнцентричной

модели. Респонденты подчеркивают интерес к корейским, японским и другим азиатским сериалам и фильмам, что можно рассматривать как проявление процессов культурной глобализации и постепенного смещения фокуса внимания к разнообразным нарративным традициям. Молодежь обращается к иным системам жанров, к другой актерской школе, к специфической ритмике повествования и типам эмоциональной выразительности, что обогащает ее зрительский опыт и делает его более многомерным.

В совокупности современные кинематографические предпочтения молодежи отражают существенное влияние тенденций к разнообразию и инклюзивности, возрастающую значимость психологической проблематики и клипового восприятия, а также глобализацию культурных вкусов. Все это подчеркивает стремление молодых зрителей к более сложным и многогранным историям, выходящим за пределы традиционных западных сюжетных и эстетических моделей и открывающим доступ к новым способам понимания себя и окружающего мира.

Далее целесообразно обратиться к анализу **молодежи начала 2000-х гг.** Очевидно, что это поколение формировалось в принципиально ином социальном и историческом контексте, что закономерно отразилось на структуре его кинематографических предпочтений.

В ответах респондентов прослеживается ряд характерных тенденций:

– **социальные и криминальные реалии.** Участники фокус-группы подчеркивают, что криминальная ситуация и военные события, в частности, конфликт в Чечне, оказывали заметное влияние на зрительские вкусы молодежи. Один из респондентов говорит о своеобразной «моде на агрессию» среди молодых людей тех лет, что способствовало высокой популярности таких проектов, как «Бригада» и «Брат». В данном случае кинематограф выступал не просто формой досуга, но и символическим пространством, в котором артикулировался запрос на силу, жесткость и способность действовать в условиях социальной нестабильности. В начале 2000-х гг. кино в значительной степени выполняло функцию зеркала общества, отражая резкие социальные

трансформации, экономические трудности и напряженность общественной жизни. Криминальные и военные сюжеты приобретали особую актуальность, поскольку позволяли зрителю символически осмысливать переживаемую реальность, а киноиндустрия, таким образом, становилась важным участником формирования общественных представлений и интерпретаций происходящего;

– *эскапизм и уход в фантазийные миры.* Наряду с интересом к жестким социально нагруженным сюжетам в молодежной среде 2000-х гг. отчетливо проявлялся и эскапистский вектор. Респонденты отмечают популярность фильмов и сериалов, позволяющих зрителю временно покинуть пространство повседневных проблем и перенестись в иные, вымышленные миры. Особо упоминаются такие проекты, как «Властелин колец» и «Гарри Поттер», в которых зрителю предлагались развернутые фантастические вселенные с собственной мифологией, героями и ценностными конфигурациями. Подобный выбор можно интерпретировать как стремление части молодежной аудитории к утешению и символической компенсации напряженной реальности посредством вовлечения в фантастические нарративы, где преодоление трудностей и победа над злом подаются в более структурированном и предсказуемом виде;

– *влияние глобализации и зарубежного аудиовизуального контента.* Отдельные респонденты указывают на то, что процессы глобализации и расширение доступа к зарубежным фильмам и сериалам в 2000-е гг. существенно трансформировали зрительский репертуар. Распространение переводного контента приводило к популярности иностранных мыльных опер, ситкомов и драматических сериалов, в которых изображались повседневные ситуации, семейные и профессиональные конфликты, знакомые и понятные широкой аудитории. Это создавало эффект узнавания и идентификации, а также способствовало включению российской молодежи в более широкий культурный контекст, формируемый западной массовой культурой и телевизионной продукцией;

– *культурные ритуалы и гендерно окрашенные мечты.* Упоминание таких фильмов, как «Красотка», позволяет выделить еще один важный аспект –

использование кинематографа как пространства мечты и символического моделирования иной, более привлекательной реальности. Для части женской аудитории подобные истории становились способом примерить на себя сценарий так называемой американской мечты, связанной с социальным продвижением, романтическим успехом и радикальным изменением жизненных обстоятельств. В этом контексте кино выступало не только как развлечение, но и как канал трансляции гендерно маркированных ценностей и ожиданий, формируя специфические представления о возможных жизненных траекториях и желаемых моделях будущего.

Таким образом, сравнительный анализ ответов участников двух фокус-групп позволяет выделить несколько значительных социальных и культурных тенденций, которые отражают различия в восприятии кино и предпочтениях между поколениями (табл. 8).

На основе сравнительного анализа ответов участников двух фокус-групп наблюдается значительное изменение в восприятии и потреблении контента между поколениями, а именно:

– *изменение запроса молодежи к кинематографу*. Если молодежь 2000-х гг. чаще искала в кинематографе либо образцы силы и доминирования, либо полный уход от травматичной действительности в фантастические миры, то современное поколение демонстрирует качественно иной подход к медиапотреблению. Современная молодежь, выросшая в эпоху психологизации общества и культуры самопознания, использует кинематограф не для эскапизма, а для рефлексии и самоидентификации, что свидетельствует о переходе от экстернатальных стратегий совладания с реальностью к интернатальным, от поиска внешних авторитетов к развитию внутренних ресурсов личности. Этот сдвиг маркирует фундаментальную трансформацию в социокультурных практиках потребления медиаконтента – от компенсаторной функции кино к его терапевтической и самопознавательной роли;

– *эволюция доминирующих культурных трендов*: за последние два десятилетия вектора кинематографических предпочтений молодежи стали отражать

Различия в восприятии кино между поколениями

Критерий	Современная молодежь 2020-х гг.	Молодежь 2000-х гг.
Запрос к кинематографу	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Популярность психологических тем ▪ Поиск персонажей, похожих на себя 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Запрос на силу и агрессию (криминальные драмы) ▪ Эскапизм, уход в фантастические миры («Гарри Поттер» и т.п.)
Культурные тренды в кино	Инклюзивность, психология, возвращение к истории	Отражение реальности, эскапизм, технологические изменения
Факторы выбора фильмов	Популярность, актеры, рекомендации	Актеры, сюжеты, рекомендации друзей, программы телепередач
Отношение к массовым трендам	Критическое отношение к массовой культуре (скептицизм, отторжение популярных фильмов)	Более пассивное восприятие контента ввиду ограниченности выбора (более восприимчивы к массовым трендам)
Способы получения информации	Социальные сети, рекомендации друзей	Традиционные медиа, реклама на телевидении
Восприятие свободного времени	Меньше свободного времени на кино, более селективный отбор фильмов к просмотру	Больше свободного времени на кино, но ограниченный выбор
Индивидуализм vs коллективизм	Стремление к индивидуальности	Более коллективистский подход

не только разницу между стратегиями эскапизма и попытками осмысления реальности, характерными для 2000-х гг., но и возникновение интереса к вопросам инклюзивности, психологии и исторической перспективы в 2020-х гг. Эти тенденции свидетельствуют о растущей востребованности фильмов, способствующих самопознанию и обсуждению социальной справедливости, хотя

подобные сдвиги сосуществуют с более традиционными мотивами массовой культуры и нуждаются в дальнейшем исследовании их устойчивости и влияния;

– *изменение критериев выбора кинематографической продукции.*

Замещение традиционных медиаторов (телепрограммы, личные рекомендации) алгоритмическими системами и показателями массовой популярности свидетельствует о цифровизации процессов культурного потребления, где коллективный интеллект платформ и метрики вовлеченности становятся новыми формами социального одобрения, формируя принципиально иную экосистему культурного выбора;

– *изменение в восприятии свободного времени.* Современная молодежь, по собственным словам, сталкивается с более высокой загруженностью и стрессом, что может быть связано с экономическими условиями, учебной нагрузкой и социальными ожиданиями. Это контрастирует с молодежью 2000-х гг., которая имела больше свободного времени для досуга и просмотра фильмов;

– *индивидуализм против коллективизма.* Нынешняя молодежь чаще проявляет тенденцию к индивидуализму, отказываясь от массовых трендов и предпочитая выбирать контент, который соответствует их личным интересам. Современная молодежь демонстрирует более критическое отношение к массовой культуре и популярным фильмам, что можно интерпретировать как стремление дистанцироваться от доминирующих трендов и подчеркнуть собственную индивидуальность. Нежелание автоматически следовать за «толпой» проявляется в выборе менее очевидных, нередко нишевых произведений, а также в скептическом восприятии широко обсуждаемых проектов. Это заметно контрастирует с ситуацией начала 2000-х гг., когда в условиях существенно более ограниченного репертуара молодежная аудитория была в большей степени ориентирована на популярные тренды и коллективные предпочтения, что отражало более выраженный коллективистский характер культурного потребления;

– *влияние социальных сетей.* Для современной молодежи социальные сети выступают одним из ключевых каналов получения информации о фильмах и сериалах, радикально меняя динамику выбора и способы восприятия. Через

персонализированные ленты, рекомендации, обсуждения и короткие видеоролики молодые люди постоянно сталкиваются с фрагментами аудиовизуального контента, отзывами и оценками, что формирует многослойное информационное поле вокруг каждого произведения. В начале 2000-х гг. ситуация была иной: главными источниками сведений о кино оставались телевидение, печатные издания и программы телепередач. Это создавало более однородный медиальный контекст, в рамках которого большинство молодых зрителей ориентировались на один и тот же набор информационных сигналов и рекламных кампаний;

– *краткость и фрагментарность способов потребления информации.*

Отдельного внимания заслуживает отмеченная респондентами склонность современной молодежи получать сведения о фильмах преимущественно через краткие форматы – короткие видеоролики, вырезки из сцен, обзоры в сжатом виде. Предпочтение подобного рода фрагментированных и легко усваиваемых форматов свидетельствует о трансформации способов медиапотребления: первичное знакомство с фильмом все чаще происходит не через трейлер или рецензию в традиционном понимании, а через короткий, яркий фрагмент, встроенный в поток другого контента. Это указывает на изменение когнитивных и коммуникативных установок, когда доступность, быстрота получения впечатления и минимальные временные затраты становятся ключевыми параметрами предварительного выбора произведения для полноценного просмотра. Это может быть связано с общим трендом на быстрое потребление информации и контента, что также отражает влияние технологий и социальных медиа;

– *критическое восприятие массовой культуры.* Современная молодежь проявляет более критическое отношение к массовой культуре и популярным фильмам, что может быть связано с желанием выделиться и не следовать за толпой. Это контрастирует с более пассивным восприятием контента в 2000-х гг., когда молодежь была более восприимчива к массовым трендам.

В результате анализа социальных тенденций и различий в восприятии контента между поколениями становится очевидным, что современная молодежь отличается от своих предшественников не только в отношении свободного

времени и индивидуализма, но и в способах потребления информации, что в значительной степени обусловлено развитием технологий и социальных сетей. Эти изменения формируют более критическое восприятие массовой культуры и предпочтение к кратким форматам контента.

На основе этих результатов далее будет проведен контент-анализ фильмов и сериалов, популярных у молодежи разных поколений и упоминаемых участниками соответствующих фокус-групп, что позволит сопоставить полученные данные с реальными примерами из кино. Это позволит проверить, как представленные в кино темы и нарративы соответствуют предпочтениям и восприятиям молодежи.

2.3. Феномен моды и маркетинга в формировании кинопредпочтений

В рамках данного исследования, помимо выявления социокультурных тенденций в кинопредпочтениях молодежи, был проведен анализ внешних факторов, влияющих на формирование этих предпочтений. Это связано с тем, что кинопредпочтения молодежи формируются не в вакууме, а в многофакторной медийной среде, где значительную роль играют феномены моды, целенаправленного маркетинга и алгоритмических рекомендаций.

Мода в медиапотреблении представляет собой циклическое изменение предпочтений, связанное с массовым тиражированием определенных культурных образцов, жанров и героев. Исследователи массовой культуры (Г. Зиммель, Т. Веблен, П. Бурдьё) отмечали, что мода функционирует как механизм социальной дифференциации и подражания, что применимо и к кинематографическим предпочтениям⁸⁴.

⁸⁴ Бурдьё П. Различение: социальная критика суждения / пер. с фр. О.И. Кирчик. М.: Экономическая школа, 2005. 660 с.; Блумер Г. Мода: от классовой дифференциации к коллективному отбору // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 11: Социология. 1997. № 3. С. 132–143; Веблен Т. Теория праздного класса. М.: Прогресс, 1984. 368 с.; Зиммель Г. Мода // Избранное. Т. 2: Созерцание жизни. М.: Юристъ, 1996. С. 266–291.

Маркетинговые стратегии киностудий, дистрибьюторов и стриминговых платформ активно влияют на выбор контента молодежью. Масштабные рекламные кампании, использование социальных сетей, работа с инфлюенсерами и «вирусный» маркетинг создают условия, при которых определенные фильмы и сериалы становятся «обязательными к просмотру», формируя коллективные культурные референции поколения.

Также особую роль в последние годы играют алгоритмы персонализированных рекомендаций на платформах Netflix, Okko, «КиноПоиск» и других сервисах, которые не только отражают предпочтения пользователей, но и активно их формируют, создавая «пузыри фильтров» и направляя внимание аудитории на определенный контент.

Кроме того, нельзя игнорировать роль государственного «промоушена» и культурной политики, особенно в условиях России 2020-х гг., когда государство активно поддерживает производство и продвижение патриотических, исторических и военных фильмов, что также сказывается на структуре кинопредпочтений молодежи. Результаты фокус-групп подтверждают, что выбор и восприятие кино во многом определяется указанными внешними факторами.

Влияние маркетинга. Результаты фокус-групп выявили значимое воздействие коммерческих механизмов на формирование кинопредпочтений современной молодежи. Особенно показательным является феномен «хайпа» и массового обсуждения, который становится самостоятельным фактором принятия решений о просмотре. Как отметил один из респондентов, *«фактор популярности тоже на меня влияет, и когда отовсюду о фильме кричат, я смотрю его, потому что просто надоело о нем слышать»*.

Однако исследование показало двойственное отношение современной молодежи 2020-х гг. к маркетинговому давлению. С одной стороны, популярность служит условным индикатором качества и актуальности контента. С другой стороны, часть респондентов демонстрируют сознательное сопротивление навязыванию: *«Многие говорят, что смотрят фильмы, которые нашумевшие. Меня, наоборот, это отталкивает. Я не смотрела “Слово пацана”, не смотрела*

“Анору” пока что». Этот феномен «сопротивления хайпу» может представлять собой форму культурного капитала, позволяющую молодым людям дистанцироваться от массовых трендов и формировать индивидуализированную идентичность.

Маркетинговое воздействие также проявляется через механизмы социального влияния в цифровой среде. Респонденты отмечают роль медийных личностей в продвижении контента: *«Фильмы зовут интересных медийных личностей, например, Дженни из “БлэкПинк”. Благодаря таким действиям многие незначительные проекты, сериалы и фильмы становятся популярнее»*.

Влияние маркетинговых факторов на кинопредпочтения молодежи (сравнение поколений 2000-х и 2020-х гг., данные фокус-групп) представлено в табл. 9.

Таблица 9

**Влияние маркетинговых факторов на кинопредпочтения молодежи:
сравнение поколений 2000-х и 2020-х гг. (данные фокус-групп)**

Критерий	Молодежь 2000-х гг.	Молодежь 2020-х гг.
Источники информации о фильмах	Программы телепередач, рекомендации друзей, видеопрокат	Социальные сети, алгоритмические рекомендации, TikTok
Отношение к популярности	Стремление смотреть, «что все смотрят»	Двойственное: от следования трендам до сознательного сопротивления
Влияние медийных личностей	Ограниченное (кино-звезды)	Высокое (блогеры, инфлюенсеры, рор звезды)

Влияние цифровых платформ и алгоритмов. Цифровая трансформация медиапотребления кардинально изменила механизмы формирования кинопредпочтений молодежи, что становится особенно заметно благодаря появлению так называемых алгоритмов – персонализированных рекомендаций

цифровых платформ, которые, используя данные о привычках и предпочтениях пользователей, активно конструируют индивидуализированные медиапотоки.

Результаты фокус-групп показывают, что алгоритмические рекомендации стали доминирующим способом выбора контента. Как отмечают респонденты, *«подборки из TikTok – это удобно. TikTok знает мои предпочтения»*; *«изучаю подборки фильмов по каким-то категориям, которые мне нравятся»*.

Однако персонализация контента через алгоритмы создает эффект «фильтрующего пузыря», описанный в исследованиях медиапотребления⁸⁵. Молодые люди получают контент, соответствующий их предыдущим предпочтениям, что одновременно удовлетворяет их потребности, но в то же время ограничивает культурное разнообразие, закрепляя уже имеющиеся тенденции потребления. Один из респондентов отметил, что изучает подборки по схожести на другие фильмы, которые ему нравятся, что демонстрирует логику алгоритмической персонализации. Эти технологические механизмы усиливают процессы инфантилизации, выделяемые в социологических исследованиях как характерная черта современного поколения: задержка взросления, потребительская пассивность, ориентированность на быстрые, простые удовольствия⁸⁶.

Также особенно значимым является феномен клипового потребления контента, связанный с особенностями цифровых платформ. Представители молодежи 2020-х гг. отмечают: *«Клиповое мышление из-за социальных сетей, никто не смотрит длинные фильмы из-за своей трудности»*, *«нравятся быстрые сюжеты, которые легко смотреть и быстро»*. Некоторые участники фокус-групп признались, что смотрят фильмы на повышенной скорости: *«бывает, я ставлю скорость фильма на 1,5 – это, видимо, очень зумерское что-то»*.

Цифровые платформы также изменили социальный контекст кинопросмотра. Если поколение 2000-х гг. предпочитало коллективный просмотр,

⁸⁵ Мехоношин В.Ю. Формирование «новой зрелищности». Как устроен современный стриминг (на примере Netflix и др.) // Манускрипт. 2024. № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-novoy-zrelischnosti-kak-ustroen-sovremennyy-striming-na-primere-netflix-i-dr> (дата обращения: 24.09.2025).

⁸⁶ Пузанова Ж.В., Ларина Т.И., Тертышников А.Г. Инфантилизация молодежи: методологический подход к измерению // Вестник РУДН. Серия: Социология. 2021. Т. 21. № 3. С. 444–456.

то современная молодежь демонстрирует индивидуализацию практик медиапотребления: *«удобнее дома – можно постоять на паузу, отойти куда-нибудь или еще что-нибудь сделать»*. Кинотеатры трансформируются в пространство социального события, а не основной способ потребления контента.

Влияние цифровых технологий на кинопотребление молодежи 2000-х и 2020-х гг. представлено в табл. 10.

Таблица 10

**Влияние цифровых технологий на кинопотребление:
сравнение поколений (2000-х и 2020-х гг.)**

Критерий	Молодежь 2000-х гг.	Молодежь 2020-х гг.
Основные плат-формы	Телевидение, видео-прокат, кинотеатры	Стриминговые сервисы, социальные сети, мобильные устройства
Персонализация контента	Низкая	Высокая (алгоритмические рекомендации)
Скорость потребления	Стандартная	Ускоренная (скорость 1,5–2)

Роль моды и трендов. Модные тенденции в кинопредпочтениях молодежи представляют собой сложный механизм культурной циркуляции, выявленный в ходе фокус-групп. Особенно показательным является «тренд на цикличность», отмеченный респондентами из числа молодежи 2020-х гг.: *«мэйнстрим на цикличность, и теперь много фильмов и сериалов об СССР, истории о том, что было раньше»*. Этот феномен отражает поиск культурной идентичности через обращение к историческому наследию.

Значимым трендом является «азиатизация» кинопредпочтений молодежи. Как отметили участники исследования, сейчас *«тренд на Азию, многие любят дорамы»*; *«в основном смотрю только азиатские фильмы и сериалы»*. Этот тренд отражает глобализацию культурного пространства и поиск альтернативы западному кинематографу. Интересно, что респонденты противопоставляют

азиатское кино как более «качественное» по актерской игре: *«как будто бы там немножко другая игра»*.

Мода на жанры также подвержена циклическим изменениям. Исследование выявило рост популярности психологических триллеров среди молодежи: *«популярны психологические фильмы, все смотрят и любят, потому что психология на слуху у нашего поколения»*. Это отражает общий тренд на психологизацию культуры и рефлексивность современного общества⁸⁷.

Модные тенденции также распространяются на отношение к различным форматам контента. Участники исследования отмечают изменение восприятия анимации: *«Сейчас изменилось отношение к анимации. То есть раньше там, ну в целом, мультфильмы, аниме, это считалось подростковое, детское. Сейчас спокойно относятся к тому, что взрослые это смотрят»*. Это демонстрирует расширение культурных границ и размывание возрастных стереотипов в медиапотреблении.

Особо следует отметить роль реалити-шоу как нового трендового формата: *«мне кажется, что сейчас стали набирать популярность какие-то шоу телевизионные, особенно какие-то проекты»*. Этот феномен отражает потребность современной молодежи в «реальности» и аутентичности в эпоху виртуализации культуры.

Итак, анализ эмпирических данных фокус-групп позволяет сделать несколько важных выводов о влиянии маркетинга, цифровых технологий и модных трендов на формирование кинопредпочтений российской молодежи:

– во-первых, коммерциализация киноиндустрии привела к формированию двойственного отношения молодежи 2020-х гг. к маркетингу и популярному контенту. Молодые люди одновременно подвержены влиянию маркетинговых кампаний и демонстрируют сознательное сопротивление массовым трендам, что становится формой культурного капитала и способом конструирования индивидуальной идентичности;

⁸⁷ Кичерова М.Н., Бородкина А.А. Роль сериалов в жизни молодежи // Вестник Тюменского государственного университета. Серия: Социально-экономические и правовые исследования. 2023. Т. 9. № 3. С. 68–88. DOI: <https://doi.org/10.21684/2411-7897-2023-9-3-68-88>.

– во-вторых, цифровые платформы и алгоритмические рекомендации кардинально трансформировали механизмы выбора контента, создавая персонализированную медиасреду. Это приводит к индивидуализации кинопредпочтений и формированию «фильтрующих пузырей», ограничивающих культурное разнообразие потребляемого контента;

– в-третьих, модные тренды в кинопредпочтениях отражают более широкие социокультурные процессы: поиск культурной идентичности через обращение к неевропейской культуре, психологизация общественного сознания, размывание возрастных и жанровых границ в медиапотреблении.

Таким образом, анализ данных фокус-групп позволяет зафиксировать существенное изменение механизмов формирования кинопредпочтений между поколениями 2000-х и 2020-х гг. В 2000-е гг. молодежь в определенном смысле обладала большей автономией в выборе контента, опираясь на субкультурные сообщества, специализированные форумы и личные сети рекомендаций, так как в 2020-е гг. доминирующую роль начинают играть алгоритмические системы стриминговых платформ и социальных сетей. Участники фокус-групп отмечали, что сегодня значительная часть их кинематографического опыта формируется через персонализированные рекомендации цифровых сервисов, что создает парадоксальную ситуацию: декларируемый индивидуализм выбора сосуществует с массовизацией потребления, обусловленной унификацией алгоритмических предложений.

Важно подчеркнуть, что субкультурные механизмы отбора и трансляции культурного контента, характерные для 2000-х гг., предполагали активное участие молодежи в формировании собственных культурных траекторий через обсуждения, обмен мнениями и создание неформальных экспертных сообществ. В отличие от этого, современные алгоритмические рекомендации хоть и учитывают индивидуальные предпочтения пользователей, одновременно направляют их внимание в русло наиболее коммерчески успешного и массово потребляемого контента, что снижает вариативность культурного опыта и усиливает эффект «пузырей фильтров». Один из участников исследования

отметил: *«Я чаще всего смотрю то, что мне советуют друзья или что появляется в рекомендациях на платформе»*, – что подтверждает тезис о растворении индивидуального выбора в структурах массового медиапотребления.

Кроме того, современные форматы контента активно адаптируются к изменяющимся когнитивным стилям молодежи, для которой характерны клиповое восприятие, многозадачность и предпочтение коротких, динамичных форм. Стриминговые платформы и социальные сети (TikTok, YouTube Shorts*, VK Клипы) формируют новую эстетику потребления, где длинные полнометражные фильмы конкурируют с короткометражными роликами и сериалами, разбитыми на короткие эпизоды. Это изменение медийного репертуара требует пересмотра традиционных представлений о кинопредпочтениях как исключительно результате внутренних ценностных установок, поскольку технологические и маркетинговые факторы играют все более определяющую роль в формировании культурного потребления молодежи.

Таким образом, анализ эмпирических данных фокус-групп свидетельствует о существенном изменении механизмов формирования кинопредпочтений российской молодежи под влиянием моды, коммерциализации киноиндустрии, расширения инструментов маркетинга, развития цифровых платформ и доминирования алгоритмических рекомендаций. Если в 2000-х гг. значительную роль в отборе фильмов и сериалов играли субкультурные сообщества и неформальные экспертные сети, то в 2020-е гг. определяющее воздействие приобрели алгоритмы стриминговых сервисов, массовые рекламные кампании и модные тренды, что приводит к индивидуализации потребления при одновременном сужении культурного выбора за счет феномена «пузырей фильтров». Молодежь одновременно подвержена активному влиянию маркетинговых стратегий и стремится заявлять самостоятельность в выборе контента, однако этот индивидуализм часто растворяется в унифицированных предложениях платформ и социальных сетей. Важно отметить, что современная кино- и медиаиндустрия в целом адаптируются к изменяющимся когнитивным стратегиям молодых людей – клиповому мышлению, многозадачности и

предпочтению коротких форматов, что трансформирует паттерны восприятия кинопродукции и требует учета не только внутренних ценностных установок, но и технологических, а также рыночных детерминант культурного выбора. Таким образом, современный ландшафт медиапотребления молодежи характеризуется пересечением индивидуальных стратегий, влияния медиарынка, цифровых алгоритмов и модных циклов, что обуславливает комплексный характер динамики кинопредпочтений и актуализирует задачу многофакторного анализа культурных практик молодежи в условиях цифровой эпохи.

2.4. Эффективность технологии виртуальных респондентов в исследовании кинопредпочтений

В данном параграфе рассматривается вопрос об эффективности применения виртуальных респондентов в составе фокус-групп, ориентированных на изучение кинопредпочтений молодежи разных возрастных когорт. Следует подчеркнуть, что под искусственным интеллектом понимается совокупность технологий, включающая, в частности, методы машинного обучения, обработку естественного языка, нейросетевые архитектуры и многие другие инструменты автоматизированного анализа и генерации данных. На этой технологической основе создаются виртуальные респонденты – симулированные субъекты, способные формировать развернутые текстовые ответы и воспроизводить модели человеческого поведения и реакций на исследовательские вопросы.

В отличие от традиционных опросных методик, в которых респондентами выступают реальные люди, виртуальные участники предоставляют исследователю возможность получать ответы, потенциально менее подверженные влиянию социальных ожиданий, эффекта желаемости и давления групповых норм. Это открывает новые перспективы для социологических исследований кинематографа, поскольку позволяет моделировать реакции воображаемых аудиторий, конструировать экспериментальные условия, труднодостижимые в реальных полевых исследованиях, и анализировать гипотетические сценарии

восприятия тех или иных фильмов и жанров.

Кроме того, использование виртуальных респондентов существенно сокращает временные и финансовые затраты на сбор эмпирического материала. Такие модели могут быть задействованы в любой момент и в любом пространственном контексте, не требуя сложной организации рекрутинга участников, аренды помещений и координации расписаний. Тем самым процедура проведения фокус-групповых обсуждений с участием виртуальных респондентов становится более гибкой, масштабируемой и управляемой, что особенно важно при серийном анализе кинопредпочтений различных возрастных и социальных групп.

В начале 2025 г. в рамках данного исследования кинопредпочтений была проведена серия фокус-групп, во время которых в тестовом режиме использовалась данная технология. Темой фокус-групп были предпочтения молодежи в сфере фильмов и сериалов. Побочной целью данного исследования являлся анализ репрезентативности и эффективности ответов виртуального респондента в сравнении с мнениями реальных участников фокус-группы.

Для достижения этой цели были поставлены следующие задачи:

- 1) опросить молодежь в возрасте 18–25 лет об их предпочтениях в кино и сериалах;
- 2) протестировать возможности технологии виртуального респондента, генерирующего ответы от лица целевой аудитории;
- 3) сравнить ответы ИИ с мнениями реальных респондентов и оценить степень их совпадения;
- 4) выявить закономерности и области для улучшения в работе виртуального респондента.

На первом этапе была проведена фокус-группа с представителями молодежи в возрасте 18–25 лет, в которой участвовали 7 реальных респондентов и 1 виртуальный респондент. В процессе обсуждения модератор, как обычно, задавал вопросы, после чего озвучивал заранее подготовленные ответы, сгенерированные с помощью нейросети ChatGPT. Эти ответы служили в качестве

симулированных респондентов, что позволило сравнить мнения реальных участников фокус-группы с данными, полученными от ИИ.

При этом реальным участникам фокус-группы была дана возможность обсудить ответ ИИ, сравнивая его с собственными мнениями и оценив степень его репрезентативности.

Таким образом, оценка метода виртуальных респондентов проводилась как самим исследователем, так и реальными респондентами.

Эффективность виртуального респондента оценивалась по следующим критериям:

– *совпадение ответов*: оценка степени совпадения ответов ИИ и реальных респондентов по шкале Лайкерта от 1 до 5;

– *разнообразие ответов*: анализ частоты упоминаний различных жанров и тем в ответах;

– *качество ответов*: оценка глубины и релевантности ответов ИИ по сравнению с мнениями респондентов.

В качестве примера мы подсчитаем, сколько раз каждый жанр был упомянут респондентами и виртуальным респондентом. Реальные респонденты упомянули несколько самых любимых жанров: триллеры (5 упоминаний), детективы (4 упоминания), комедии (3 упоминания). Виртуальный респондент также упомянул триллеры и детективы, что соответствует предпочтениям группы.

Что касается нелюбимых жанров, то реальные респонденты указали на 5 жанров, которые они не любят (ужасы, мелодрамы, комедии, боди-хорроры, мюзиклы). Ответ ИИ выделил такие же нелюбимые жанры за исключением одного, не упомянув мюзиклы – это может указывать на недостаток репрезентативности в этом аспекте.

В целом в большинстве случаев (около 70–80%) мнения виртуального респондента совпадали с мнениями реальных респондентов, особенно в отношении предпочтений к легким и развлекательным жанрам. Однако некоторые участники также указали на недостатки, такие как отсутствие упоминания о

мюзиклах и недостаточная глубина ответов.

Для более формального анализа можно было бы рассмотреть корреляцию между ответами ИИ и респондентов по таким метрикам, как t -тест, χ^2 и др. Однако поскольку у нас нет количественных оценок (например, оценок фильмов по шкале от 1 до 10), мы будем использовать качественные данные для анализа. Количественные методы, такие как опрос, позволили бы получить статистически значимые данные и сделать анализ с формализованными метриками и графиками, однако мы нарочно выбрали метод фокус-группы, так как он способствует более глубокому обсуждению, что позволяет лучше понять, как и почему респонденты формируют свои мнения и что является важным для оценки работы виртуального респондента.

Для анализа корреляции между ответами виртуального респондента и реальных респондентов, а также для оценки совпадений по шкале Лайкерта рассмотрим каждый вопрос и оценим степень совпадения (табл. 11).

Таблица 11

**Сравнение ответов реальных и виртуального респондентов
(фокус-группа на тему кинопредпочтений)**

Ответы респондентов	Ответ ИИ	Оценка совпадения
<i>Вопрос 1: Любимые фильмы/сериалы</i>		
Участники упомянули разнообразные фильмы и сериалы, включая как российские, так и зарубежные	ИИ не предоставил конкретных примеров, его ответ был обобщенным	3/5 (умеренное совпадение, так как ИИ не привел конкретные примеры, но его ответ был в контексте)
<i>Вопрос 2: Предпочитаемые жанры</i>		
Участники упомянули комедии, триллеры, детективы, мелодрамы и другие жанры	ИИ также упомянул триллеры и детективы, что совпадает с мнением респондентов	4/5 (высокое совпадение, так как ИИ выделил те же жанры, что и респонденты)

Окончание табл. 11

Ответы респондентов	Ответ ИИ	Оценка совпадения
<i>Вопрос 3: Неприятные жанры</i>		
Участники указали на ужасы, мелодрамы и комедии как нежелательные жанры	ИИ не упомянул конкретные жанры, которые не нравятся, но отметил, что в ужасах нет сюжета	2/5 (низкое совпадение, так как ИИ не привел конкретные примеры, а лишь обобщил)
<i>Вопрос 4: Выбор фильмов</i>		
Участники выбирали фильмы по популярности, рекомендациям друзей и актерам	ИИ согласился с тем, что популярность влияет на выбор, но добавил, что рейтинги не всегда являются надежными	4/5 (высокое совпадение, так как ИИ подтвердил основные факторы выбора)
<i>Вопрос 5: Влияние социальных трендов на кинопредпочтения</i>		
Участники отметили влияние новой этики, инклюзивности и интереса к истории	ИИ согласился с тем, что медийные личности влияют на популярность фильмов, но не упомянул экологические тренды	3/5 (умеренное совпадение, так как ИИ затронул другие аспекты, но не все совпали)

Для оценки корреляции между ответами ИИ и респондентов была проведена исследовательская оценка по каждому вопросу (табл. 12).

Таблица 12

**Оценка репрезентативности ответов
виртуального респондента
(фокус-группа на тему кинопредпочтений)**

Вопрос	Оценка совпадения (по шкале Лайкерта)
1	3/5
2	4/5
3	2/5
4	4/5
5	3/5

Средняя оценка совпадения составила 3,2 из 5, что указывает на умеренное совпадение ответов ИИ с мнениями реальных респондентов. Это означает, что ИИ

способен генерировать ответы, которые в значительной степени соответствуют мнению целевой аудитории, но есть области, где его ответы могут быть улучшены для более точного отражения предпочтений и мнений.

В качестве продолжения исследований возможностей использования ИИ в социологических исследованиях был проведен дополнительный эксперимент на основе данных второй фокус-группы с представителями молодежи 2000-х гг. Целью эксперимента являлся анализ возможностей ИИ по восприятию уже полученной в ходе исследования информации для создания на ее основе новых образцов «виртуальных респондентов» для ответа на смежные вопросы в рамках заданной темы. Иными словами, если в предыдущем примере нами были заранее созданы ответы виртуального респондента для предстоящей фокус-группы, то в этом примере уже после фокус-группы ответы реальных респондентов использовались для генерации обобщенного виртуального респондента.

В фокус-группе приняли участие 7 реальных респондентов в возрасте 40–50 лет, которым было задано 7 вопросов касательно их кинопредпочтений.

Транскрипция первой части фокус-группы была загружена в нейросеть ChatGPT, которой было предложено составить агрегированного виртуального респондента на основе ответов участников исследования. Затем получившемуся виртуальному респонденту была поставлена задача ответить на вопросы из второй части фокус-группы, чтобы сравнить, насколько точные ответы в рамках заданной темы он может генерировать.

Ниже представлены примеры ответов, сгенерированных виртуальным респондентом.

1. На вопрос о том, **как в начале 2000-х гг. узнавали о выходе новых фильмов**, респонденты старшего поколения последовательно описывали комбинацию межличностных и медийных источников. В их ответах подчеркивалось, что основным каналом информации выступало непосредственное общение с друзьями и знакомыми: фильмы активно обсуждались в повседневных разговорах, обмен впечатлениями становился важной частью молодежной культурной жизни. Существенную роль играла также телевизионная реклама, прежде всего, демонстрация трейлеров перед показом

других картин. Дополнительно упоминались рецензии и обзоры в печатной прессе, а также специализированные телевизионные программы о кино, которые помогали ориентироваться в текущем репертуаре и создавали для зрителей определенную систему ориентиров в кинематографическом пространстве.

2. Описывая **стратегии выбора фильмов для просмотра в начале 2000-х гг.**, респонденты отмечали, что решение формировалось под влиянием сразу нескольких факторов:

– во-первых, ключевое значение имели рекомендации друзей и знакомых: обсуждение увиденных картин, обмен мнениями и советами выступали важным механизмом формирования кинематографического вкуса;

– во-вторых, на выбор существенно влияли жанровая принадлежность произведения и участие любимых актеров, то есть зрители ориентировались как на тип повествования, так и на узнаваемые имена исполнителей главных ролей. Дополнительно принимались во внимание трейлеры и критические рецензии, позволяющие составить предварительное впечатление о содержании и качестве фильма. Для просмотра новинок активно использовались кинотеатры, тогда как для домашнего просмотра предпочтение отдавалось видеокассетам и оптическим дискам, что отражало типичную для того времени медиальную инфраструктуру и модели кинопотребления.

3. На вопрос: **«Как вы считаете, какие события или тренды в обществе могли повлиять на кинопредпочтения вашего поколения в начале 2000-х гг.?»** – давались следующие ответы: *«Во-первых, переходный период в России после распада СССР создал интерес к фильмам, отражающим социальные изменения и реалии жизни, что сделало такие фильмы, как «Брат» и «9 рота», особенно актуальными. Во-вторых, глобализация и доступ к зарубежному контенту привели к популярности голливудских блокбастеров, таких как «Гарри Поттер» и «Властелин колец». Также рост интереса к Интернету и новым технологиям способствовал распространению информации о фильмах и созданию онлайн-сообществ, где мы обсуждали кино».*

Степень совпадения полученных от ИИ ответов и ответов реальных респондентов была также проанализирована по шкале Лайкерта (табл. 13).

**Сравнение ответов реальных респондентов и виртуального ИИ
(фокус-группа 2: молодежь 2000-х гг.)**

Вопрос	Оценка совпадения	Комментарий
Какие фильмы/сериалы были популярны среди ваших сверстников в начале 2000-х гг.?	4/5	ИИ упоминает «Брат» и «Секретные материалы», что полностью совпадает с обсуждаемыми участниками, но также включает не упомянутые элементы, такие как «Друзья»
Какие жанры были наиболее популярны в то время? Как вы думаете, почему?	4/5	Ответ ИИ частично соответствует мнениям реальных респондентов, но не учитывает специфические жанры и использует общие фразы
Как вы обычно узнавали о новых фильмах? Через рекламу, рекомендации друзей или что-то другое?	5/5	Указание на рекомендации друзей, рекламу на телевидении и рецензии в журналах, что соответствует большинству ответов
Как вы выбирали фильмы для просмотра в то время? Какие факторы были наиболее важны для вас при выборе, что посмотреть?	5/5	ИИ описывает практики: рекомендации друзей, жанр и любимых актеров, это совпадает с ответами участников
Как вы считаете, какие события или тренды в обществе могли повлиять на кинопредпочтения вашего поколения в начале 2000-х гг.?	5/5	Переходный период в России, глобализация и рост интереса к Интернету – полностью в духе обсуждения
Как вы оцениваете современные фильмы по сравнению с фильмами 2000-х гг.? Что изменилось?	5/5	ИИ описывает улучшение спец-эффектов и недостаток душевности, как и участники, но делает это чуть более обобщенно

Таким образом, анализ соответствия собирательного ответа виртуального респондента с эмпирическими данными фокус-группы ожидаемо показал высокий

уровень совпадения. По шкале Лайкерта (от 1 до 5) итоговая оценка составила 4,67, что свидетельствует о почти полном воспроизведении ключевых позиций и смыслов, озвученных участниками. Ответы ИИ охватывают как наиболее часто упоминаемые жанры и примеры фильмов, так и социальные и культурные факторы выбора, включая переходный период в России, криминальные и военные события и культурные ритуалы.

Такие высокие результаты объясняются тем, что в данном примере перед ИИ стояла задача обобщить уже полученные данные из исследования с реальными участниками и сформировать на их основе нового виртуального респондента, выступающего от лица представителя аналогичной социально-демографической группы. В результате собирательный портрет респондента может выступать валидным обобщением качественных данных и быть использован для репрезентации типичной позиции участников.

Таким образом, для повышения эффективности технологии виртуального респондента целесообразно использовать оба описанных подхода: сначала провести пробный, «пилотажный» опрос или фокус-группу с реальными респондентами, загрузить результаты в нейросеть и, грамотно выставив параметры, агрегировать нового обобщенного виртуального респондента, который уже будет обучен на ответах реальных людей, а не на информации из Интернета, и сможет генерировать более валидные ответы на вопросы по искомой теме.

Несмотря на кажущиеся многим очевидные преимущества использования виртуальных респондентов, такие как экономия времени на сбор данных, наш опыт выявил ряд сложностей, связанных с их применением. Одним из главных недостатков являются потенциальные искажения данных. Виртуальные респонденты обучаются на основе доступной информации, что может привести к искажению результатов, если данные, на которых они основаны, не являются репрезентативными.

Ключевой методологический риск связан с качеством и происхождением данных, на которых обучаются модели. Если алгоритмы формируются

преимущественно на основе информации, извлеченной из ограниченного круга источников, это неизбежно порождает систематические искажения в выводах. Показательным примером служит ситуация с президентскими выборами в Соединенных Штатах Америки 2016 г., когда анализ публикаций в социальных сетях, частично заменивший для штаба Хиллари Клинтон традиционные опросы общественного мнения, продемонстрировал свои ограничения: в так называемых колеблющихся штатах на избирательные участки пришли пассивные в цифровой среде сторонники Дональда Трампа, чьи настроения слабо отражались в онлайн-дискуссиях. Данный кейс наглядно показывает, насколько важно критически относиться к данным, полученным из социальных сетей, особенно с учетом того, что нейросетевые модели обучаются преимущественно на общедоступной информации, включающей цифровые следы пользователей.

Следует учитывать, что далеко не все граждане активно выражают свои взгляды в Интернете, и значительная часть населения до сих пор лишена устойчивого доступа к сети. Так, по данным Всемирного банка, в 2021 г. уровень проникновения Интернета в таких странах, как Нигерия и Индия, составлял порядка 50 и 54% соответственно, то есть половина жителей фактически остается за пределами цифрового пространства. В результате формируется риск систематического смещения данных: модель не «видит» мнения и предпочтения тех, кто не представлен в онлайн-среде или представлен в ней маргинально. Применение больших языковых моделей для генерации ответов от имени подобных групп в таком случае может приводить к частично недостоверным и неполным интерпретациям, что ставит под сомнение репрезентативность получаемых результатов.

Таким образом, надежность выводов при использовании виртуальных респондентов напрямую зависит от широты, сбалансированности и качества обучающего массива.

Вместе с тем нельзя игнорировать и существенные преимущества подобной технологии. Одним из наиболее значимых считается снижение влияния эффекта

социальной желательности. Традиционные опросные методы нередко страдают от того, что реальные респонденты склонны давать ответы, которые воспринимаются ими как «правильные» или социально одобряемые, а не полностью искренние. Виртуальные респонденты, будучи программными моделями, лишены стремления поддерживать положительный образ в глазах исследователя и не ориентируются на нормативные ожидания, что, по замыслу, позволяет приблизиться к более «чистому» отражению структур самих вопросов и заложенных в них предпосылок.

Теоретически это дает возможность сокращать искажения, связанные с социальной желательностью, и получать более откровенные с точки зрения содержания ответы, особенно по чувствительным темам, в том числе связанным с кинематографическими вкусами, стереотипами и ценностными ориентирами. В ряде исследований указывается, что использование виртуальных респондентов способно уменьшать долю социально желательных ответов приблизительно на 20–30% по сравнению с классическими опросами с участием реальных людей. Для социологии кино подобный эффект может оказаться особенно значимым, поскольку позволяет точнее выявлять подлинные отношения зрителей к спорным или стигматизированным жанрам и сюжетам, а не только те оценки, которые они готовы публично озвучивать в условиях социального контроля. Тем не менее следует учитывать, что такие модели обучаются на реальных данных, которые могут содержать эти предубеждения, и потому их полное устранение не гарантируется. Современные исследования демонстрируют перспективу снижения влияния социально желательных ответов при использовании виртуальных респондентов, однако точные оценки эффектов варьируются и данный аспект требует дальнейшей эмпирической валидации.

Таким образом, на основе пока еще немногочисленных исследований с использованием виртуальных респондентов, а также нашего собственного опытного исследования, выделим основные преимущества и недостатки данного подхода.

Среди *преимуществ технологии виртуальных респондентов* можно выделить:

1) *снижение влияния социально желательных ответов.* Виртуальные респонденты способны формировать ответы, которые не зависят от стремления произвести благоприятное впечатление на исследователя или соответствовать социально одобряемым нормам. В идеальной исследовательской конфигурации это позволяет минимизировать искажения, связанные с желанием реальных участников «выглядеть лучше», что особенно часто наблюдается в традиционных опросах, затрагивающих чувствительные темы, в том числе связанные с восприятием спорных жанров или стереотипных образов в кино;

2) *экономия времени и ресурсов.* Использование виртуальных респондентов позволяет отказаться от трудоемкого этапа рекрутинга участников, их предварительного отбора и организационной координации. Модели могут быть задействованы в любой момент и в любом месте, без привязки к географии и расписанию, что делает процесс сбора данных существенно более гибким, оперативным и экономически менее затратным. Это особенно важно при необходимости повторных волн исследования или пилотных тестов исследовательских гипотез;

3) *расширение доступа к разнообразным группам.* Виртуальные респонденты могут настраиваться таким образом, чтобы имитировать ответы представителей различных демографических и социальных групп, что теоретически способствует повышению репрезентативности получаемых оценок. Подобная возможность приобретает особое значение в тех случаях, когда доступ к реальным представителям целевых групп затруднен, а также при моделировании гипотетических аудиторий, например, зрителей с определенным культурным опытом или ценностными ориентирами;

4) *генерация больших объемов данных.* Благодаря высокой скорости обработки запросов виртуальные респонденты способны в короткие сроки формировать ответы на большое количество вопросов. Это позволяет исследователям работать с массивными базами данных, тестировать несколько сценариев восприятия контента и сопоставлять различные условия в рамках одного исследования, включая варианты реакции на разные форматы, сюжеты или маркетинговые стратегии в кинематографе.

Вместе с тем технология виртуальных респондентов обладает и рядом *принципиальных ограничений*, которые нельзя игнорировать:

1) *потенциальные искажения данных*. Поскольку нейросетевые модели обучаются на уже существующих массивах данных, они неизбежно наследуют присущие этим данным предвзятости и дисбалансы. Это может приводить к смещению ответов в пользу доминирующих культурных и социальных групп и, соответственно, к недостаточному отражению мнений маргинализированных или слабо представленных слоев населения. В результате возникает риск того, что формируемая «картина мира» окажется односторонней и лишь частично соответствующей реальному многообразию зрительских позиций;

2) *необходимость валидации результатов*. Информация, полученная с участием виртуальных респондентов, на современном этапе требует обязательной проверки и сопоставления с эмпирическими данными, основанными на ответах реальных людей. Процедуры верификации и последующей калибровки моделей усложняют исследовательский процесс, добавляя дополнительное аналитическое звено и повышая требования к квалификации исследователя. Без такой валидации риск использовать методологически уязвимые результаты оказывается слишком высок;

3) *ограниченность эмоционального и контекстуального измерения*. Виртуальные респонденты пока не способны в полной мере воспроизводить эмоциональные нюансы, тонкие контекстуальные оттенки и противоречивые реакции, которые характерны для живого человека. Между тем именно сложные, неоднозначные переживания – важнейший компонент зрительского опыта, особенно при анализе воздействия кино. В результате существует опасность чрезмерного упрощения сложных социальных и культурных феноменов, если опираться исключительно на данные, полученные от виртуальных моделей;

4) *этические и методологические вызовы*. Использование виртуальных респондентов поднимает целый комплекс этических и методологических вопросов, связанных с прозрачностью процедур исследования, корректным информированием участников (в случае комбинированных методик),

интерпретацией машиногенерированных ответов как якобы «голоса» определенных социальных групп. Необходимость учитывать эти аспекты усложняет дизайн исследования и может вызывать сомнения в степени надежности и корректности получаемых выводов, если рамки применения технологии не проговариваются достаточно ясно.

В целом использование виртуальных респондентов в социологических исследованиях, в том числе в сфере социологии кино, обладает одновременно значительным потенциалом и очевидными ограничениями. С одной стороны, данная технология позволяет уменьшать влияние социально желательных ответов, экономить ресурсы, расширять охват моделируемых групп и работать с крупными массивами данных; с другой – она требует крайне внимательного отношения к качеству обучающих данных, обязательной валидации результатов, учета потерь эмоционально-контекстного измерения, а также тщательной проработки этических и методологических рамок.

Перспективы применения виртуальных респондентов можно охарактеризовать как многообещающие, но заведомо не универсальные: для того чтобы эта технология смогла реализовать свой научный потенциал, необходимо преодолеть существующие ограничения и интегрировать ее в исследовательские дизайны как дополнение, а не замену живого эмпирического взаимодействия с реальными зрителями.

На данный момент для оптимизации работы технологии виртуального респондента рекомендуется применять оба предложенных нами метода. На первом этапе следует организовать пробный опрос или фокус-группу с участием реальных респондентов, затем загрузить полученные данные в LLM. Установив соответствующие технические параметры (температура, максимальная длина и количество генерируемых ответов), можно создать обобщенного виртуального респондента, который будет обучен не только на информации из Интернета, но и на ответах реальных людей. Это позволит исследователям генерировать более достоверные ответы на заданные вопросы по интересующей теме.

Таким образом, во второй главе описаны результаты фокус-группового исследования, проведенного с участием представителей двух возрастных когорт (молодежь 2000-х и 2020-х гг.). Выявлено смещение кинопредпочтений от коллективистских ценностей (братство, преданность) к индивидуалистским (самопринятие, внутренние конфликты), а также рост интереса к психологическим темам и вопросам ментального здоровья. Отмечено парадоксальное сочетание скепсиса к массовому контенту и стремления оперативно отслеживать медиатренды, что свидетельствует о становлении рефлексивной медиакультуры. Зафиксировано изменение медиапрактик: современная молодежь преимущественно использует цифровые каналы и социальные сети для формирования своих кинопредпочтений, что отражает изменение механизмов культурной социализации.

ГЛАВА 3. КИНОПРЕДПОЧТЕНИЯ КАК ИНДИКАТОР СОЦИАЛЬНЫХ НАСТРОЕНИЙ (ПО РЕЗУЛЬТАТАМ КОНТЕНТ-АНАЛИЗА)

3.1. Анализ ключевых тем и мотивов в кино начала 2000-х и 2020-х гг.

Следующим шагом исследования является проведение контент-анализа ряда популярных фильмов и сериалов с целью выявления изменения в их содержании и тематике, а также проанализировать, как эти изменения соотносятся с предпочтениями и восприятиями молодежи, сформированными в разные исторические периоды – в начале 2000-х и 2020-х гг. Контент-анализ как метод исследования позволяет глубже понять, какие темы, нарративы и культурные коды доминируют в произведениях, востребованных среди молодежи.

В рамках данного параграфа будет осуществлен качественный и количественный анализ отобранных фильмов и сериалов, что позволит выявить ключевые аспекты, формирующие молодежные предпочтения.

Качественный анализ будет сосредоточен на тематическом исследовании, где будут классифицированы основные темы, представленные в произведениях, а также проведен анализ персонажей, их характеристик и взаимодействий. Количественный анализ, в свою очередь, будет включать анализ распределения тем и символов.

Фильмы и сериалы для анализа подбирались на основе ответов участников фокус-групп, что позволило выявить наиболее популярные жанры у каждой из аудиторий. В начале 2000-х гг. среди молодежи преобладали криминальная драма, комедия и фэнтези, в то время как в 2020-х гг. на первом месте оказались комедия, фантастика и триллер.

Для каждого жанра были отобраны по 3 наиболее популярных произведения, соответствующих указанным временным периодам (табл. 14).

Фильмы и сериалы, отобранные для контент-анализа

Название	Рейтинг («КиноПоиск»)	Жанр	Сюжет
Кино 2000-х гг.			
«Брат»	8,4	Криминальная драма	Фильм о молодом человеке, который возвращается из армии и оказывается втянутым в мир криминала
«Бригада»	8,3	Криминальная драма	Сериал рассказывает о группе друзей, которые становятся участниками криминального мира в 1990-е гг. России
«Лицо со шрамом»	8,2	Криминальная драма	Криминальная драма о кубинском иммигранте, который становится одним из самых влиятельных наркобаронов в Майами
«Кавказская пленница, или Новые приключения Шурика»	8,5	Комедия	Комедия о приключениях студента Шурика, который пытается спасти пленницу из рук горцев
«Иван Васильевич меняет профессию»	8,8	Комедия	Комедия о том, как обычный человек попадает в прошлое и становится царем
«Гарри Поттер»	7,8–8,3	Фэнтези	Фэнтезийная серия о мальчике-волшебнике, который учится в школе магии и сражается с темным волшебником
«Секретные материалы»	8,2	Научная фантастика	Научно-фантастический сериал о двух агентах ФБР, которые расследуют паранормальные явления

Название	Рейтинг («КиноПоиск»)	Жанр	Сюжет
«Властелин колец»	8,6	Фэнтези	Эпическая фэнтези о группе героев, которая отправляется в опасное путешествие, чтобы остановить темные силы
Кино 2020-х гг.			
«Универ»	5,9	Комедия	Комедийный сериал о жизни студентов в общежитии
«Кухня»	8,2	Комедия	Комедия о жизни работников ресторана, их отношениях и кулинарных приключениях
«Иван Васильевич меняет профессию»	8,8	Комедия	Комедия о том, как обычный человек попадает в прошлое и становится царем
«Очень странные дела»	8,4	Фантастика	Научно-фантастический сериал о группе детей, которые сталкиваются с паранормальными явлениями в своем городе
«Человек-паук: Нет пути домой»	7,9	Фантастика	Фильм о супергерое, который сталкивается с последствиями своих действий и открывает двери в другие вселенные
«Аватар: Путь воды»	7,7	Фантастика	Продолжение истории о планете Пандора, где жители сталкиваются с новыми вызовами и угрозами со стороны человечества
«Игра в кальмара»	7,7	Триллер	Триллер о группе людей, которые участвуют в смертельной игре на выживание с огромным призом

Название	Рейтинг («КиноПоиск»)	Жанр	Сюжет
«Слово пацана»	8,1	Криминал/ триллер	Криминальный триллер о подростках, которые пытаются выжить в мире молодежных группировок
«Триггер»	8,5	Триллер/ драма	Триллер-драма о психологе, который использует метод «провокативной» психотерапии для быстрого решения проблем своих клиентов

Отбор фильмов и сериалов для анализа основывается на их популярности среди молодежи в указанные временные периоды, что определяется как по кассовым сборам и рейтингам на платформах, таких как IMDb и «КиноПоиск», так и по результатам фокус-групп, проведенных с участниками из двух возрастных групп. Это позволит не только зафиксировать изменения в предпочтениях молодежи, но и сопоставить их с теми темами и нарративами, которые представлены в кино.

Для анализа было выбрано 17 наиболее популярных фильмов и сериалов, которые были востребованы среди молодежи в указанные временные периоды (в начале 2000-х и 2020-х гг.). Обязательным критерием было включение различных жанров, упомянутых участниками фокус-групп как любимые, для более полного охвата предпочтений.

В рамках контент-анализа фильмов и сериалов, популярных среди молодежи в 2000-х и 2020-х гг., была разработана кодировочная схема, основанная на следующих критериях: основные сюжетные конфликты, нарративные элементы, культурные коды и социально-политические контексты.

Для анализа конфликтов, присутствующих в кино, в данном исследовании использована типология, предложенная Кеном Робинсоном, которая выделяет

пять основных категорий конфликтов, часто реализуемых сюжетными линиями и поведением героев:

1) внутренний конфликт (человек против себя), отражающий внутренние сомнения, противоречия и психологические трудности персонажей;

2) межличностный конфликт (человек против человека), проявляющийся через взаимоотношения и противостояния между героями;

3) социальный конфликт (человек против общества), демонстрирующий столкновение с социальными нормами, законами и коллективными ожиданиями;

4) природный конфликт (человек против природы), где персонажи сталкиваются с естественными силами и обстоятельствами окружающего мира;

5) технологический конфликт (человек против технологии), рассматривающий противоборство человеческого начала и технологических достижений или угроз.

Выбор этой типологии обоснован ответами участников фокус-групп и используемых ими категорий, а также тем, что перечисленные категории обеспечивают системное и исчерпывающее покрытие как внутренней, так и внешней конфликтности, что особенно важно для анализа мотивов и поведения персонажей в кино, популярном среди молодежной аудитории.

В качестве единицы анализа выступают отдельные сюжетообразующие конфликты, выявляемые через изучение ключевых сцен и сюжетных линий фильмов и сериалов, позволяющие идентифицировать доминирующие типы конфликта в культурных продуктах каждого исследуемого периода (2000-е и 2020-е гг.) (табл. 15).

Таблица 15

Основные конфликты в кино, популярном у молодежи 2000-х и 2020-х гг.

Тип конфликта	2000-е гг.	2020-е гг.
Человек против человека	7	5
Человек против общества	2	1
Человек против природы	0	2
Человек против себя	0	1
Человек против технологий	0	0

Анализ основных конфликтов показывает, что в начале 2000-х гг. в кино преобладают межличностные конфликты («человек против человека»), что может быть связано с акцентом на социальные взаимодействия. В 2020-х гг., наряду с межличностными конфликтами, наблюдается рост интереса к внутренним конфликтам («человек против себя») и природным конфликтам («человек против природы»), что может быть связано с ростом интереса к самопознанию и психологии, а также с глобальными вызовами, такими как экологические катастрофы, пандемии и т.п. Это указывает на более широкий взгляд молодежи на проблемы, выходящие за рамки межличностных социальных конфликтов.

Кроме того, в рамках контент-анализа также были выделены нарративные элементы – критерии, касающиеся тем и мотивов, сюжетной арки главного героя, а также основного месседжа или идеи произведения. В контексте анализа аудиовизуального произведения особое значение приобретают повторяющиеся темы и мотивы, то есть устойчивые смысловые линии, которые пронизывают повествование и структурируют восприятие сюжета. Именно через них раскрываются фундаментальные измерения человеческого опыта – любовь, дружба, поиск и утверждение идентичности, столкновение с несправедливостью, переживание утраты, стремление к свободе и другие экзистенциально значимые вопросы. Тематическое ядро позволяет рассматривать фильм или сериал не только как развлечение, но и как форму символического высказывания о социальном и культурном устройстве мира.

Нарративная траектория главного персонажа, или его сюжетная арка, описывает последовательность внутренних и внешних изменений, которые герой проходит на протяжении произведения. Как правило, эта динамика включает в себя столкновение с препятствиями, кризисными ситуациями и моральным выбором, что ведет к трансформации системы ценностей, представлений о себе и окружающей реальности. Чем более сложной и противоречивой оказывается такая эволюция, тем многослойнее выглядит персонаж, а его образ приближается к психологически достоверному, что усиливает эффект идентификации у зрителя.

Не менее важным компонентом является центральная идея произведения – тот смысловой вектор, который автор стремится донести до аудитории через сюжет, образы и конфликтные ситуации. Это может быть акцент на значении подлинной дружбы, осмыслении необходимости отстаивать собственные убеждения, признании преобразующей силы любви или, например, критическое высказывание о социальных иерархиях. Анализ сочетания тематических линий, развития персонажа и ключевого смыслового послания позволяет глубже понять, каким образом кино и сериалы формируют представления молодежи о мире, нормализуют те или иные модели поведения и отражают актуальные социальные и культурные процессы, характерные для современного общества.

Нарративные элементы в кино, популярном у молодежи 2000-х и 2020-х гг., представлены в табл. 16.

Таблица 16

Нарративные элементы в кино, популярном у молодежи 2000-х и 2020-х гг.

Категория	Кино 2000-х гг.	Кино 2020-х гг.	Динамика
Темы и мотивы			
Честь, братство, дружба, предательство, моральные дилеммы	5	2	–
Жадность, власть, американская мечта	1	0	–
Любовь, приключения, студенческая жизнь	1	3	+
Тайна, истина, борьба с системой	1	0	–
Экология, идентичность, борьба за права	0	1	+
Выживание, психологические проблемы, месть	0	2	+
Сюжетная арка главного героя			
От безысходности к поиску смысла, от дружбы к предательству	2	1	–
От амбиций к падению	1	0	–
От неуверенности к смелости, от одиночества к принятию себя и друзей	2	2	=

Категория	Кино 2000-х гг.	Кино 2020-х гг.	Динамика
От сомнений к истине	1	0	–
От эгоизма к самопожертвованию, от мести к пониманию	0	2	+
От чужака к защитнику, от страха к смелости	0	1	+
От застоя к самореализации, от неопределенности к профессиональному росту	1	1	=
Основной месседж/идея			
Важность братства и моральных принципов, цена дружбы и предательства	2	1	–
Опасность жадности и стремления к власти	1	0	–
Сила дружбы и любви в преодолении трудностей	3	2	–
Важность поиска правды и борьбы с предрассудками	1	0	–
Ответственность за свои действия и последствия, критика общества потребления	0	2	+
Защита природы и культурного наследия	0	1	+
Важность преодоления внутренних демонов и принятия ответственности за свои действия	0	1	+

Анализ нарративных элементов в кино, популярном у молодежи в 2000-х и 2020-х гг., демонстрирует значительные изменения в темах и мотивах, отражающих социокультурные изменения в российском обществе. В 2000-х гг. акцент на такие темы, как честь, братство и моральные дилеммы, был высок, что свидетельствует о стремлении молодежи к идеалам дружбы и коллективизма в условиях постсоветской неопределенности. В контексте 2020-х гг. отчетливо фиксируется ослабление интереса молодежной аудитории к традиционным для 2000-х гг. мотивам, связанным с братством, коллективной солидарностью и героизацией силового противостояния. Данная динамика может интерпретироваться

как проявление сдвига в системе ценностей нового поколения, для которого на первый план выходят вопросы личной идентичности, экологической ответственности и защиты социальных прав. Укрепление в кинематографе тем, связанных с экологическими угрозами, социальной справедливостью, дискриминацией и правозащитной повесткой, свидетельствует о возрастающем внимании молодых зрителей к глобальным вызовам и осмыслению собственной ответственности за происходящее в мире.

Существенным изменениям подверглись и сюжетные траектории центральных персонажей. Если для кинопродукции начала 2000-х гг. характерны, прежде всего, истории о дружбе, предательстве, верности «своим» и соблюдении негласных кодексов чести, то в картинах 2020-х гг. акцент постепенно смещается к внутренним конфликтам и сложным процессам личностного становления. Главные герои все чаще оказываются вовлеченными в борьбу не столько с внешними врагами, сколько с собственными страхами, травмами и внутренними ограничениями. Темы самопожертвования, преодоления «внутренних демонов», поиска подлинного «я» выходят на первый план и отражают возросший интерес молодежи к самопознанию, психологической саморефлексии и личностному росту в условиях быстро меняющейся реальности. Соответственно, трансформируется и смысловое ядро многих произведений: на смену доминирующим в 2000-е гг. посланиям о ценности братства и следовании моральным принципам приходит критика общества потребления, размышления о последствиях собственных поступков и необходимости ответственного выбора. Подобная эволюция нарративных структур и тематических акцентов указывает на глубокие изменения в ценностной картине мира молодежи и становится важным индикатором социокультурных процессов, происходящих в России на протяжении последних двух десятилетий.

Для более детального анализа указанных трансформаций представляется продуктивным привлечь понятие культурных кодов, под которыми понимается совокупность символов, норм, знаков и смысловых матриц, характерных для определенной культуры и исторического периода. Культурные коды проявляются не только в визуальных образах и вербальных формулировках, но и в социальных

практиках, повседневных ритуалах, доминирующих представлениях о норме и девиации, а также в исторических контекстах, определяющих способы интерпретации экранных образов. В рамках настоящего исследования особое значение приобретают методологические установки К. Леви-Строса⁸⁸, подчеркивающего значимость структурного подхода к культуре, и концепции У. Эко⁸⁹, сосредоточенные на анализе знаковых систем и механизмах их прочтения. Опора на эти теоретические модели позволяет не только классифицировать и описывать культурные коды, присутствующие в фильмах разных эпох, но и проследить, каким образом они отражают изменения в ценностях и предпочтениях молодежной аудитории. Понимание логики функционирования культурных кодов дает возможность глубже осознать, как кино, будучи особой формой символического высказывания, одновременно фиксирует и переосмысляет процессы общественной трансформации, становясь важным инструментом репрезентации и интерпретации социальной реальности.

Культурные коды в кино, популярном у молодежи 2000-х и 2020-х гг., представлены в табл. 17.

Таблица 17

**Культурные коды в кино,
популярном у молодежи 2000-х и 2020-х гг.**

Сводные категории	Кино 2000-х гг.	Кино 2020-х гг.	Динамика
Символы и метафоры			
Символы братства и преданности	2	1	–
Символы власти и контроля	2	0	–
Символы падения и абсурда	2	0	–
Символы времени и перемен	1	0	–

⁸⁸ *Леви-Стросс К.* Структурная антропология. М.: Наука, 1985. 399 с.

⁸⁹ *Эко У.* Открытое произведение искусства [Opera aperta] / пер. с итал. Д.А. Медведева. М.: Corpus, 2018. 288 с.

Сводные категории	Кино 2000-х гг.	Кино 2020-х гг.	Динамика
Символы магии и дружбы	1	1	=
Символы тайны и паранормального	1	1	=
Символы природы и гармонии	0	1	+
Символы выживания и внутренней борьбы	0	1	+
Социальные и культурные нормы			
Нормы мужской дружбы и кодекс чести	3	1	–
Нормы преданности и доверия среди друзей	2	0	–
Нормы традиционных ценностей и роли личности	1	0	–
Нормы дружбы, романтики и командной работы	0	2	+
Нормы героизма и самопожертвования	1	1	=
Нормы уважения к природе и культуре	0	1	+
Нормы морали и этики в условиях кризиса	0	1	+
Нормы психотерапии и самопознания	0	1	+
Отсылки к историческим или культурным событиям			
Отсылки к постсоветской России и криминальной культуре 1990-х гг.	2	1	–
Отсылки к иммиграции и жизни в США	1	0	–
Отсылки к советской культуре и истории	1	0	–
Отсылки к британской культуре и мифологии	0	1	+
Отсылки к холодной войне и страху перед неизвестным	1	0	–
Отсылки к культуре 1980-х гг. и поп-культуре	0	1	+
Отсылки к современным трендам и молодежной культуре	0	1	+
Отсылки к экологическим проблемам и социальным вызовам	0	1	+

Анализ культурных кодов позволяет выявить существенную трансформацию смысловых акцентов в кинематографе, ориентированном на российскую молодежную аудиторию начала 2000-х и 2020-х гг. В поле зрения оказывается, прежде всего, изменение роли мотивов мужской солидарности, братства, безусловной преданности и следования негласному «кодексу чести». Если в начале 2000-х гг. подобные установки были эксплицитно представлены в знаковых для поколения произведениях, таких как «Брат» и «Бригада», где дружба и верность «своим» конструировались как ключевые ценности, то в современных картинах акценты смещаются. В репертуаре 2020-х гг. доминируют иные модели взаимоотношений – дружба, романтические связи, совместная деятельность в команде; при этом они подаются в более плюралистической и психологически нюансированной форме. Подобное смещение фокуса может интерпретироваться как отражение изменений в структуре социальных норм и представлений о допустимых формах близости и взаимодействия между людьми в молодежной среде.

Параллельно фиксируется заметный рост интереса к темам, связанным с экологическими угрозами, социальной справедливостью и сложными внутренними переживаниями персонажей. У молодежной аудитории 2020-х гг. явно артикулируется запрос на кинематограф, который затрагивает проблематику неравенства, коррупции, нарушения прав человека и иных форм социального неблагополучия. В подобных произведениях герои часто оказываются вовлеченными не только во внешние конфликты, но и в глубокую внутреннюю борьбу, связанную с моральным выбором, ответственностью за собственные действия и попыткой найти свое место в мире, сталкиваемом с глобальными вызовами. Тем самым современное кино все в большей степени функционирует как пространство, в котором молодежь осмысливает вопросы социальной ответственности и справедливости, а также переопределяет собственные ценностные ориентиры. Однако данный запрос не следует автоматически интерпретировать как рост социальной ответственности или активной гражданской позиции – он может быть связан с модой на социально

ориентированный контент, с влиянием западных кинотрендов или просто с интересом к острым сюжетам. Для более точных выводов потребовались бы дополнительные данные о реальных социальных практиках молодежи.

В то же время, например, в сериалах «Слово пацана. Кровь на асфальте», наблюдается некое возрождение интереса к темам постсоветской культуры и криминальных реалий 1990-х гг., что может свидетельствовать о стремлении нового поколения переосмыслить и осознать свое историческое наследие. Возвращение к таким темам может быть связано с желанием молодежи понять корни современных социальных и культурных явлений, а также с попыткой осмыслить сложные аспекты идентичности и принадлежности в контексте быстро меняющегося мира. В то время как в кинопродукции 2000-х гг. соответствующая эпоха чаще всего репрезентировалась через призму ее темных, проблемных сторон, современное обращение к этому периоду приобретает более сложный и многослойный характер. В нынешних интерпретациях критическое отношение к социальным и историческим реалиям нередко сосуществует с мотивами ностальгии, попыткой бережного переосмысления повседневности тех лет. Подобное сочетание дистанции и эмоциональной памяти позволяет молодым зрителям не только оценивать прошлое с точки зрения сегодняшнего опыта, но и извлекать из него новые смыслы, интерпретировать его как источник культурных уроков и ценностных ориентиров.

На следующем этапе анализа представляется целесообразным обратиться к рассмотрению социально-политических контекстов в кино, которые играют фундаментальную роль в формировании кинематографических предпочтений молодежи и служат чувствительным индикатором сдвигов в общественном сознании. Под социально-политическими контекстами в данном случае понимается совокупность таких параметров, как репрезентация социальных проблем, наличие скрытых или явных политических подтекстов, а также влияние исторического времени и пространства действия на структуру и смысловую нагрузку повествования. Предлагаемая типологизация опирается на теоретические подходы Т. Адорно и М. Хоркхаймера, которые в своих работах последовательно

раскрывали взаимозависимость культуры и общества; показывали, каким образом массовая культура участвует в конструировании общественного мнения и нормализует определенные модели восприятия социальной реальности⁹⁰. Также важным является подход П. Бурдье, который акцентирует внимание на социальном капитале и культурных практиках, определяющих предпочтения различных социальных групп⁹¹. В контексте кино это позволяет анализировать, как фильмы отражают и формируют социальные реалии, а также как они могут служить инструментом для критики существующих порядков и поиска новых идентичностей. Таким образом, изучение социально-политических контекстов в кино предоставляет возможность глубже понять, как молодежь воспринимает и интерпретирует окружающий мир через призму кинематографа. При анализе социальных проблем заметно, что акцент на преступности и коррупции, характерный для фильмов 2000-х гг., значительно снизился. Полученные данные могут интерпретироваться как индикатор того, что молодежная аудитория постепенно отходит от прежних тематических доминант и обращается к более разнообразным и актуальным проблемным полям. В фокус ее внимания все заметнее входят сюжеты, связанные с социальным неравенством, экологическими угрозами и другими глобальными вызовами, которые в кинематографе 2020-х гг. получают значительно более выраженное художественное осмысление. Одновременно возрастающее количество отсылок к молодежным конфликтам, кризисам идентичности и различного рода психологическим трудностям указывает на усиление интереса к внутреннему миру молодого человека, проблемам самопринятия, социальной адаптации и поиску собственного места в сложной и противоречивой современной реальности.

Социально-политические контексты в кино, популярном у молодежи 2000-х и 2020-х гг. представлены в табл. 18.

⁹⁰ *Адорно Т.* Эстетическая теория / пер. с нем. А.В. Дранова. М.: Республика, 2001. 527 с. (Философия искусства).; *Хоркхаймер М., Адорно Т.* Диалектика просвещения. Философские фрагменты / пер. с нем. М. Кузнецова. М.–СПб: Медиум, Ювента, 1997. 312 с.

⁹¹ *Бурдье П.* Социология социального пространства / пер. с фр.; общ. ред. Н.А. Шматко. СПб: Алетейя; М.: Ин-т эксперим. социологии: Алетейя, 2005. 288 с.

**Социально-политические контексты в кино,
популярном у молодежи 2000-х и 2020-х гг.**

Сводные категории	Кино 2000-х гг.	Кино 2020-х гг.	Динамика
Социальные проблемы			
Преступность и коррупция	2	1	–
Наркоторговля и иммиграция	1	0	–
Социальное неравенство и выживание	0	2	+
Молодежные проблемы и конфликты	1	2	+
Экологические проблемы и колониализм	0	1	+
Психологические проблемы и травмы	0	1	+
Политические подтексты			
Постсоветская реальность и влияние криминала	2	0	–
Социальные изменения и классовые предвзятости	1	1	=
Политические интриги и недоверие к власти	1	0	–
Борьба за власть и ее последствия	1	0	–
Критика капитализма и его последствий	0	1	+
Влияние времени и места действия			
Россия 1990-х гг. и переходный период	2	0	–
Современная Россия и студенческая жизнь	0	1	+
США 1980-х гг. и ностальгия по прошлому	1	1	=
Фэнтезийный мир и отражение реальных конфликтов	1	1	=
Современная Южная Корея и социальные проблемы	0	1	+

Если же рассматривать политические подтексты, то обнаруживается иная, но не менее показательная динамика. В картинах 2020-х гг. существенно сокращается число прямых или завуалированных отсылок к постсоветскому состоянию общества, к травме трансформационного периода и недоверию к

государственным институтам, которые были заметно присутствующими мотивами в кинематографе начала 2000-х гг. На смену приходит акцентирование на иные проблемные зоны: в центре внимания все чаще оказываются критика капиталистической системы, осмысление ее социальных последствий, изображение структурной несправедливости, эксплуатации и уязвимости отдельных групп. Подобное смещение фокуса можно рассматривать как отражение глобальных экономических тенденций и нарастания социальных противоречий, которые молодежь воспринимает как непосредственно затрагивающие ее жизненные перспективы и потому требующие символического проговаривания в киноязыке. Также наблюдается смещение фокуса с исторических контекстов, таких как Россия 1990-х гг., на современные реалии, что подчеркивает стремление молодежи к идентификации с актуальными проблемами и вызовами, с которыми молодые люди сталкиваются в своей повседневной жизни.

Таким образом, анализируемые фильмы и сериалы были оценены по следующим критериям:

- основные сюжетные конфликты;
- нарративные элементы;
- культурные коды;
- социально-политические контексты.

Эти критерии позволили всесторонне исследовать содержание и структуру произведений, а также выявить их соответствие предпочтениям и восприятиям молодежной аудитории в разные исторические периоды.

Изменения в кино, популярном у молодежи 2000-х и 2020-х гг., представлены в табл. 19.

На основании проведенного анализа было выделено несколько любопытных тенденций и сформулированы следующие выводы:

1) *изменение типов конфликтов*. Снижение конфликтов «человек против человека»: в 2000-х гг. этот тип конфликта был наиболее распространен (7 случаев), тогда как в 2020-х гг. он сократился до 5. Совокупность выявленных

Изменения в кино, популярном у молодежи 2000-х и 2020-х гг.

Категория	Изменения и тенденции
Типы конфликтов	Снижение конфликтов «человек против человека»; рост конфликтов «человек против природы»
Темы и мотивы	Снижение традиционных тем; рост тем, связанных с внутренними конфликтами и выживанием
Социально-политические контексты	Смена акцентов на социальные проблемы; упадок интереса к политическим подтекстам
Культурные коды	Снижение символов братства; рост символов, связанных с природой и внутренней борьбой
Общие выводы	Смена фокуса на внутренние и социальные проблемы; адаптация к современным вызовам

тенденций позволяет говорить о смещении фокуса молодежного кино от преимущественно личных и межличностных конфликтов к более сложным, многослойным и социально нагруженным темам. Конфликты «человек против природы», которые в начале 2000-х гг. практически не фиксировались, в произведениях 2020-х гг. уже представлены как минимум в нескольких случаях. Это переход от полного отсутствия подобных сюжетов к их устойчивому присутствию, что можно интерпретировать как отражение нарастающей тревоги молодежи по поводу экологического кризиса, изменения климата и связанных с этим угроз для будущего;

2) *трансформация традиционных мотивов.* Тематика братства, дружбы и морального выбора, занимавшая заметное место в кинематографе 2000-х гг., в более поздний период оказывается менее доминирующей. Если ранее подобные сюжеты встречались достаточно часто, то в кинопроизведениях 2020-х гг. они выражены существенно реже. Это позволяет предположить, что значимость прежних коллективистских ценностей постепенно уступает место иным ориентирам, а интерес молодежи смещается к другим проблемным полям, связанным с индивидуальной ответственностью, самореализацией и личными границами;

3) *усиление интереса к внутренним кризисам и сюжетам выживания.* Одновременно возрастает роль тем, связанных с внутренними конфликтами, психологическими кризисами и борьбой за выживание в неблагоприятных условиях. Если в начале 2000-х гг. подобные мотивы практически не артикулировались, то в более поздний период они приобретают заметную значимость. Это свидетельствует о том, что кино все чаще становится пространством, в котором молодежь осмысливает собственную уязвимость, столкновение с тревогами, депрессивными переживаниями, экзистенциальной неуверенностью и стремлением сохранить себя в условиях социальной нестабильности;

4) *перераспределение акцентов в сфере социальных проблем.* На уровне социальной проблематики также прослеживается сдвиг тематических акцентов. Для кинематографа начала 2000-х гг. характерно преимущественное внимание к преступности, коррупции, криминализированным практикам и насилию как ключевым маркерам социальной реальности. В произведениях 2020-х гг. интерес заметнее смещается к осмыслению социального неравенства, уязвимого положения молодежи, дискриминации и ограниченных возможностей. Таким образом, молодое поколение в большей степени обращает внимание не столько на криминальные явления как таковые, сколько на структурную несправедливость и неравный доступ к ресурсам, что отражает изменение оптики восприятия социальных процессов;

5) *ослабление политического измерения.* Политические подтексты, связанные с постсоветской реальностью, трансформационными травмами и влиянием криминальных структур на власть, в современных фильмах встречаются реже, чем в репертуаре предыдущего периода. Это может говорить как о снижении интереса части молодежи к прямому политическому дискурсу, так и о тенденции к переносу внимания с макрополитических сюжетов на более интимные, эмоционально окрашенные истории, в которых центральное место занимают личные переживания, межличностные отношения и индивидуальные моральные выборы;

б) изменение символического статуса братства и преданности.

В кинопроизведениях 2000-х гг. мотивы братства и безусловной преданности занимали относительно заметное место – фиксируется два случая, где данные ценности маркируются через устойчивые символы и сюжетные решения. В 2020-х гг. их представленность сокращается до одного случая, что позволяет говорить о постепенном снижении значимости коллективистских и групповых форм солидарности в пользу иных акцентов. Подобная динамика может свидетельствовать о трансформации представлений о дружбе, лояльности и долговременных межличностных обязательствах: устойчивые формы «мы–идентичности» уступают место более гибким, фрагментированным и индивидуализированным моделям взаимодействия;

7) рост символов, связанных с природой и внутренней борьбой. На рубеже 2020-х гг. в молодежном кино появляются новые символические мотивы, ориентированные на тему природы и внутренних психологических конфликтов – от нулевого показателя в 2000-х гг. до одного случая в более поздний период. Данное смещение можно интерпретировать как отражение изменений в культурных кодах, когда внимание зрителя переориентируется с внешних сюжетных противостояний на переживание личной уязвимости, тревожности и экзистенциального поиска. Одновременно усиливается интерес к природной среде как к самостоятельному субъекту повествования, задающему контекст экологической ответственности и ощущения глобальной нестабильности.

В обобщенном виде прослеживается переход от доминирования наружных конфликтов и традиционных тематических комплексов к более сложной проблематике внутренней и социальной напряженности. Подобный сдвиг может быть обусловлен трансформациями в общественной жизни, изменениями экономической структуры и нарастающими экологическими вызовами, а также переосмыслением молодежью собственных социальных ролей и вариантов идентичности. Кинопродукция 2020-х гг. все более отчетливо демонстрирует стремление фиксировать многослойность современного опыта – от экологических угроз и социального неравенства до тонких форм внутреннего кризиса,

саморефлексии и поиска смыслов. В результате молодежное кино выступает не только как средство развлечения, но и как специфический инструмент символического моделирования тех сложных реальностей, с которыми сталкивается новое поколение.

Таким образом, результаты контент-анализа свидетельствуют о наличии заметных тенденций к изменениям в кинорепертуаре молодежи за последние 20 лет. Сдвиг в жанровых предпочтениях, эволюция тем и мотивов, а также трансформация конфликтов и сюжетных арок свидетельствуют о более глубоком понимании человеческой природы и социальных проблем. Эти изменения отражают не только изменения в кинематографе, но и более широкие социокультурные изменения в обществе.

3.2. Эволюция персонажей в кино: от 2000-х к 2020-м гг.

В данном параграфе мы сосредоточимся на анализе персонажей и их мотиваций, что является важным аспектом для понимания социокультурных изменений в обществе. Во-первых, персонажи как центральные фигуры нарратива не только отражают актуальные социальные и культурные реалии своего времени, но и служат индикаторами изменений в ценностных ориентациях и психологических аспектах аудитории. Во-вторых, зрительская аудитория, как правило, не просто наблюдает за повествованием, но и осуществляет процесс идентификации с центральными персонажами, перенимая их модели поведения и ценностные установки в повседневной жизни. Образы персонажей, воплощающих различные системы ценностей и типы социального поведения, приобретают статус ролевых моделей для молодежи, тем самым участвуя в формировании ее картины мира, жизненных стратегий и структуры идентичности. В условиях современного общества, в котором аудиовизуальная культура и средства массовой информации играют ключевую роль в процессах социализации, анализ специфики кинематографических персонажей позволяет выявить, какие

поведенческие паттерны оказываются наиболее привлекательными и значимыми для различных поколений молодых зрителей.

Перед началом глубинного анализа составим сводную таблицу центральных персонажей каждого из рассматриваемых нами произведений и их социально-культурных характеристик (пол, возраст, этническая принадлежность и социальный статус) (табл. 20).

Таблица 20

**Социокультурные различия главных персонажей в кино,
популярном у молодежи 2000-х и 2020-х гг.**

Критерий	Подкритерий	2000-е гг.	2020-е гг.	Тенденция
Пол	Мужской	8 (100%)	8 (100%)	Стабильность
	Женский	0 (0,0%)	0 (0,0%)	Стабильность
Возрастные группы	Подростки/молодые (до 25 лет)	1 (12,5%)	4 (50,0%)	Сильный рост
	Взрослые (20–40 лет)	3 (37,5%)	1 (12,5%)	Снижение
	Зрелые (40+ лет)	3 (37,5%)	3 (37,5%)	Стабильность
	Смешанные возрастные группы	1 (12,5%)	0 (0,0%)	Снижение
Этническое разнообразие	Русские персонажи	4 (50,0%)	4 (50,0%)	Стабильность
	Нерусские персонажи	4 (50,0%)	4 (50,0%)	Стабильность
Социальный статус	Учащиеся (студенты, ученики)	2 (25,0%)	4 (50,0%)	Рост
	Рабочий класс	2 (25,0%)	2 (25,0%)	Стабильность
	Криминал	2 (25,0%)	0 (0,0%)	Снижение
	Профессионалы	1 (12,5%)	1 (12,5%)	Стабильность
	Герои/фантастические персонажи	1 (12,5%)	1 (12,5%)	Стабильность

В 2000-е гг. почти все персонажи (за исключением Гарри Поттера) представлены мужчинами в возрасте от 20 до 50 лет, что указывает на доминирование

мужских образов в кино того времени. Социальный статус персонажей варьируется от низкого среднего класса (бывшие солдаты, представители рабочих профессий) до криминальных авторитетов и иммигрантов, что отражает реалии постсоветского общества и его сложные социальные отношения. В 2020-е гг. также наблюдается преобладание мужских персонажей, однако возрастной диапазон увеличивается: большинство центральных фигур находятся в возрасте от 14 до 50 лет, что позволяет более глубоко исследовать молодежные проблемы и идентичности. Социальный статус персонажей 2020-х гг. становится более разнообразным: наряду с работниками ресторанов и студентами появляются образы защитников культуры и членов уличных группировок, что указывает на более широкий спектр социальных реалий и вызовов, освещаемых в кинематографе 2020-х гг.

В рамках нашей методики контент-анализа используется подход, основанный на теории внутренней и внешней мотивации главного героя, предложенной М. Хейгом в его книге «Голливудский стандарт»⁹².

Предлагаемый подход к анализу персонажа позволяет более глубоко выявить движущие силы его поведения, а также проследить, каким образом эти мотивационные импульсы структурируют развитие сюжета и раскрытие тематического содержания произведения:

1) *внешняя мотивация*. Внешняя, или поведенчески наблюдаемая, мотивация героя связана с его направленностью на достижение конкретного результата и проявляется, прежде всего, через поступки, выбор стратегий действия и реакцию на препятствия. Она отвечает на вопрос: «Какую цель стремится реализовать герой?» – и соотносится, главным образом, с событийной канвой произведения. Чаще всего речь идет о достижении материального или наглядно осязаемого результата – спасении другого персонажа, победе, завоевании любви, обретении власти или социального статуса. В художественном фильме «Кавказская пленница» внешняя мотивация центрального персонажа

⁹² Хейг М. Голливудский стандарт: Как написать сценарий для кино и ТВ, который купят / пер. с англ. М.: Альпина нон-фикшн, 2017. 388 с.

(Шурика) фокусируется на необходимости освободить Нину из плена и вернуть ее в привычное жизненное пространство. На этом пути герой сталкивается с многочисленными препятствиями, связанными как со спецификой местных обычаев и поведения окружающих, так и с противостоянием со стороны конкурирующего персонажа, также претендующего на благосклонность Нины;

2) *внутренняя мотивация*. Внутренняя мотивация, в отличие от внешней, носит скрытый психологический характер и соотносится с глубинными эмоциональными потребностями и ценностными ориентациями героя. Она проявляется через его речевые высказывания, систему внутренних монологов, сомнений и колебаний, отвечая на вопрос: «Почему герой хочет осуществить именно эти действия?». Внутренняя мотивация определяет динамику формирования образа и связана с тематическим уровнем произведения. В случае Шурика его внутренняя мотивация включает стремление к любви и эмоциональной взаимности, потребность в признании и самоуважении, а также желание преодолеть собственную неуверенность и тревогу. Внутренний конфликт строится вокруг необходимости справиться с сомнениями и страхом неудачи, чтобы обрести готовность действовать решительно, проявить мужество и взять на себя ответственность в критической ситуации.

Применение подобной типологии мотивации позволяет не ограничиваться фиксацией внешних целей и поступков персонажа, а проследить структуру его внутренних переживаний и противоречий. Это, в свою очередь, создает возможность более детально анализировать взаимодействие внешних и внутренних мотивационных уровней; выявлять, каким образом их сочетание определяет траекторию сюжетного развития, трансформацию героя и особенности тематического наполнения современных фильмов и телесериалов. Такой анализ способствует более полному пониманию персонажей и их роли в контексте социальных и культурных реалий, отраженных в произведениях.

Мотивация персонажей в кино, популярном у молодежи 2000-х и 2020-х гг., представлена в табл. 21.

Мотивация персонажей в кино, популярном у молодежи 2000-х и 2020-х гг.

Название	Внешняя мотивация	Внутренняя мотивация
Кино 2000-х гг.		
«Брат»	Защитить семью, отомстить	Поиск своего места в жизни, принятие себя
«Бригада»	Стать лидером, заработать уважение	Принятие роли лидера, борьба за власть
«Лицо со шрамом»	Стать самым могущественным	Путь к власти и его последствия
«Кавказская пленница, или Новые приключения Шурика»	Завоевать любовь, помочь друзьям	Принятие себя и своих недостатков
«Иван Васильевич меняет профессию»	Найти новую профессию, изменить жизнь	Поиск себя, преодоление стереотипов
«Гарри Поттер»	Защитить друзей, победить зло	Принятие своей судьбы, становление героем
«Секретные материалы»	Найти правду, раскрыть заговор	Принятие своей роли в жизни
«Властелин колец»	Уничтожить кольцо, спасти Средиземье	Принятие своей роли, борьба за справедливость
Кино 2020-х гг.		
«Универ»	Завоевать любовь, стать популярным	Поиск своего места в жизни, принятие себя
«Кухня»	Стать успешным шеф-поваром	Признание своих талантов, уверенность в себе
«Очень странные дела»	Спаси друзей, разгадать тайну	Принятие себя и своих способностей
«Человек-паук: Нет пути домой»	Защитить мир, спасти близких	Принятие ответственности за свои действия
«Аватар: Путь воды»	Защитить планету, объединить народы	Принятие своей роли, борьба за справедливость
«Игра в кальмара»	Выжить, выиграть деньги	Принятие жестоких реалий, моральные выборы
«Слово пацана»	Отомстить за друга, защитить семью	Принятие последствий своих действий
«Триггер»	Найти виновных, восстановить справедливость	Принятие своих страхов и слабостей

Анализ представленных в табл. 21 персонажей и их архетипов позволяет выявить несколько ключевых тенденций, отражающих эволюцию конфликтов и мотиваций в кино от 2000-х к 2020-м гг.:

– во-первых, можно заметить, что внешняя мотивация персонажей в 2000-х гг. часто связана с физическими достижениями и борьбой за власть. Например, такие персонажи, как Данила Багров из «Брата» и Тони Монтана из «Лица со шрамом», стремятся к мести и власти, что отражает более жесткие реалии и социальные конфликты того времени. Внешние цели этих героев, как правило, связаны с защитой семьи или завоеванием уважения, что подчеркивает важность традиционных ценностей и личной ответственности. С другой стороны, в кинопродукции 2020-х гг. внешняя мотивация персонажей приобретает более дифференцированный и многослойный характер. Герои комедийных телевизионных сериалов «Универ» и «Кухня» в значительной степени ориентированы на обретение популярности, карьерное продвижение и профессиональный успех, что симптоматично отражает трансформацию ценностных ориентиров молодежной аудитории, сосредоточенной на самореализации, социальном признании и личностном статусе. Подобная переориентация позволяет говорить о постепенном смещении акцента с прямых форм физического противоборства на внутренние конфликты, переживание собственной несостоятельности либо, напротив, стремление к личностному росту и самосовершенствованию;

– во-вторых, заметным изменениям подвергается и внутренняя мотивация персонажей. В кинопроизведениях 2000-х гг. внутренние конфликты нередко структурируются вокруг поиска индивидуальной идентичности и преодоления устойчивых социальных и культурных стереотипов, что наглядно иллюстрируют образы Шурика в фильмах «Кавказская пленница» и «Иван Васильевич меняет профессию». Данный персонаж постоянно сталкивается с собственными страхами, неуверенностью и ощущением несоответствия ожиданиям окружающих, что акцентирует значимость личностного роста, самоосознания и принятия себя как центрального элемента внутренней эволюции. В 2020-х гг.

внутренняя мотивационная сфера персонажей становится существенно более многогранной: в нее включаются не только мотивы самопринятия и поиска признания, но и переживание эмоционального выгорания, экзистенциальной усталости, социальной фрустрации и чувства уязвимости в быстро меняющемся мире. В результате внутренняя мотивация оказывается тесно связанной с тематикой психологических кризисов, сложных моральных выборов и переоценки собственных жизненных стратегий, что придает современным экранным образам дополнительную глубину и сложность. Например, персонажи из «Очень странных дел» и «Человека-паука: Нет пути домой» не только стремятся к спасению своих близких, но и принимают ответственность за свои действия, что отражает более зрелый подход к моральным выборам и последствиям. Это указывает на то, что современные герои становятся более осознанными и рефлексивными, что соответствует общим тенденциям в обществе, где акцент на личной ответственности и моральных дилеммах становится все более актуальным.

Далее для анализа архетипов персонажей мы воспользуемся типологией, разработанной на основе теории типов личности К. Юнга и модели MBTI (Myers-Briggs Type Indicator)⁹³.

Эта типология делит людей на 16 различных типов, каждый из которых определяется по четырем дихотомиям:

1) экстраверсия (E) / интроверсия (I): ориентация на внешний или внутренний мир;

2) сенсорика (S) / интуиция (N): способ восприятия информации через конкретные факты или через абстрактные идеи;

3) мышление (T) / чувство (F). Данное измерение описывает ведущий способ принятия решений персонажем, преимущественно опирающийся либо на логический анализ и рациональное сопоставление фактов, либо на эмоциональную оценку ситуации, эмпатию и ориентированность на чувства других людей. В первом случае герой стремится к внутренней согласованности

⁹³ Юнг К.Г. Психологические типы. М.: Директ-Медиа, 2008. 1212 с.

аргументов, последовательности суждений и практической целесообразности. Во втором случае доминируют внимательное отношение к эмоциям, важность гармонии во взаимоотношениях и стремление сохранить эмоциональное равновесие окружающих;

4) суждение (J) / восприятие (P). Это измерение отражает способ организации жизненного пространства и отношения к структуре повседневности – от склонности к упорядоченности, планированию и завершенности до ориентации на гибкость, открытость изменениям и готовность оставлять ситуацию незавершенной. Персонажи первого типа тяготеют к четким правилам, определенным решениям и заранее выстроенным стратегиям поведения. Герои второго типа предпочитают импровизацию, адаптацию к меняющимся обстоятельствам и сохранение множества возможных вариантов развития событий.

Применение подобной типологической схемы в контент-анализе дает возможность систематически кодировать и классифицировать персонажей в выбранных фильмах, выделяя их типологические профили на основе устоявшихся моделей. Такая теория оказывается продуктивным инструментом для исследования ролевых моделей и зрительских предпочтений в киноискусстве и других формах художественного высказывания. С ее помощью представляется возможным проследить, какие типы персонажей наиболее востребованы у разных возрастных групп, а также каким образом эти образы репрезентируют ценности, идеалы и нормативные представления молодежной аудитории.

В то же время необходимо учитывать ряд методологических оговорок. Типологическая принадлежность персонажа устанавливается, исходя из совокупности его характеристик, линий поведения и функциональной роли в структуре сюжета. Однако отдельные типы могут трактоваться неоднозначно в зависимости от жанрового контекста, особенностей драматургии и динамики развития образа. По мере изменения сюжетной ситуации и личностной эволюции героя его мотивация, установки и способы действия могут смещаться, что требует внимательного контекстуально ориентированного анализа при отнесении

персонажа к тому или иному типу. Кроме того, нужно учитывать, что данная типология является лишь одной из возможных систем классификации и порой персонажи могут проявлять черты нескольких типов.

Типы личности в кино, популярном у молодежи 2000-х и 2020-х гг., представлены в табл. 22.

Таблица 22

**Типы личности в кино,
популярном у молодежи 2000-х и 2020-х гг.**

Тип личности	Название типа	Основные характеристики	2000-е гг. (кол-во, фильмы)	2020-е гг. (кол-во, фильмы)
ISTP	Исследователь	Практичные, независимые, действие	2 («Брат», «Слово пацана»)	0
ESTP	Предприниматель	Энергичные, авантюрные, решительные	2 («Бригада», «Лицо со шрамом»)	0
ENFP	Активист	Креативные, оптимистичные, спонтанные	2 («Кавказская пленница...», «Иван Васильевич меняет профессию»)	1 («Иван Васильевич меняет профессию»)
INFP	Лирик	Идеалистичные, эмпатичные, рефлексивные	2 («Гарри Поттер», «Властелин колец»)	1 («Очень странные дела»)
INTJ	Стратег	Стратегические, аналитические, независимые	1 («Секретные материалы»)	1 («Триггер»)
ESFP	Исполнитель	Общительные, живые, ориентированные на удовольствие	1 («Универ»)	1 («Игра в кальмара»)

Тип личности	Название типа	Основные характеристики	2000-е гг. (кол-во, фильмы)	2020-е гг. (кол-во, фильмы)
ENTJ	Командир	Лидеры, целеустремленные, организованные	0	1 («Кухня»)
ENFJ	Протагонист	Вдохновляющие, эмпатичные, харизматичные	0	2 («Человек-паук: Нет пути домой», «Аватар: Путь воды»)
ISFP	Артист	Чувствительные, творческие, гибкие	0	0
ISTJ	Логист	Надежные, практичные, ответственные	0	0
ISFJ	Защитник	Заботливые, преданные, организованные	0	0
INFJ	Советник	Идеалистичные, интуитивные, дальновидные	0	0
INTP	Мыслитель	Аналитические, независимые, любознательные	0	0
ESTJ	Администратор	Организованные, практичные, прямолинейные	0	0
ESFJ	Опекун	Общительные, заботливые, ответственные	0	0
ENTP	Изобретатель	Изобретательные, энергичные, любители споров	0	0

Полученные результаты позволяют выделить доминантные типы личности, отражающие основные характеристики экранных героев и – косвенно – культурные ожидания аудитории. В период 2000-х гг. преобладали типы ISTP («исследователь») и ESTP («предприниматель»), каждый из которых представлен в двух произведениях: ISTP характерен для героев «Брата» и «Слова пацана», ESTP – для «Бригады» и «Лица со шрамом». Эти типы свидетельствуют о культурном интересе к фигурам независимых, прагматичных, склонных к активным действиям и рискованным решениям, что коррелирует с социальной атмосферой посткризисного переходного общества. Наряду с ними заметны ENFP («активист») и INFP («лирик») – образы, сочетающие спонтанность, идеализм и способность к саморефлексии, воплощенные в фильмах «Кавказская пленница», «Иван Васильевич меняет профессию», «Гарри Поттер» и «Властелин колец». Тип INTJ («стратег») представлен «Секретными материалами» и указывает на интерес к анализу сложных систем и тайных заговоров. Наконец, ESFP («исполнитель») проявляется через образ студента в «Универе», что отражает стремление к социальной легкости и удовольствию.

Для 2020-х гг. сохраняется интерес к типам ENFP и INFP, однако спектр героев расширяется за счет ENTJ («командир») в сериале «Кухня» и ENFJ («протагонист») в фильмах «Человек-паук: Нет пути домой» и «Аватар: Путь воды». Это указывает на возрастание значимости лидеров-организаторов и харизматичных вдохновителей, способных объединять группы людей и направлять действия общества в условиях современных вызовов. Появление ESFP («исполнитель») в «Игре в кальмара» свидетельствует о востребованности динамичного и ориентированного на удовольствие поведения даже в визуальном контексте драматических сюжетов. Типы INTP («мыслитель») и INFJ («советник») в представленном формализованном анализе не выявлены непосредственно, однако их потенциальное присутствие могло бы отразить нарастание стремления к логическому осмыслению и интуитивному предвидению.

Отмеченные изменения в типологической картине экранных архетипов отражают трансформацию культурных запросов аудитории – от практических и

рискованных героев эпохи 2000-х гг. к более сложным образам лидеров, идеалистов и вдохновителей в 2020-е гг.

В числе типов, полностью отсутствующих в выборке, – типы ISFP («артист»), ISTJ («логист»), ISFJ («защитник»), ESTJ («администратор»), ESFJ («опекун») и ENTP («изобретатель»). Их отсутствие может быть обусловлено смещением интересов молодежи в сторону более экспрессивных и контекстуально значимых образов: прагматичные и стабильные «логисты» и «администраторы», а также ориентированные на служение «защитники» и «опекуны» в современных культурных продуктах уступили место персонажам, воплощающим активные, протестные или внутренне конфликтные модели поведения. Одновременно отсутствие «изобретателей» (ENTP) свидетельствует о снижении акцента на интеллектуальные споры и креативные дегустации идей в массовом кинематографе, что может отражать коммерческие предпочтения медиаиндустрии и специфику медийных трендов последних лет.

Таким образом, анализ контента позволяет зафиксировать определенные тенденции в изменении типажей героев между 2000-ми и 2020-ми гг. Так, в 2020-е гг. несколько возросла представленность героев, ориентированных на саморазвитие, социальную ответственность и психологическую рефлексия. Вместе с тем многие традиционные архетипы (герой-защитник, романтический герой, комедийный персонаж) остаются востребованными в обоих периодах.

Важно подчеркнуть, что наблюдаемые изменения могут быть связаны не только с глубинными ценностными сдвигами, но и с изменением маркетинговых стратегий, модой на определенные жанры и влиянием глобальных кинематографических трендов. Так, популярность супергеройских франшиз в 2010–2020-х гг. во многом обусловлена коммерческим успехом студии Marvel и активным промоушеном со стороны крупных дистрибьюторов.

Тем не менее анализ персонажей и их мотиваций в кино показывает, что в 2020-х гг. внешние и внутренние мотивации героев становятся более сложными и многослойными, отражая изменения в восприятии молодежью своих ролей в

обществе. Современные герои, как правило, более осознанны и рефлексивны по отношению к самим себе, что соответствует общим тенденциям к индивидуализации и самореализации. Эти изменения в кинематографе не только отражают, но и формируют новые социальные и культурные реалии, что делает анализ персонажей важным инструментом для понимания современного общества.

3.3. Социологический анализ социокультурных изменений через систему кинопредпочтений (на основе двух этапов исследования)

На основе проведенного теоретического анализа и эмпирических исследований автором разработан методологический инструментарий, позволяющий использовать кинопредпочтения молодежи в качестве системы индикаторов социокультурных изменений. Центральным элементом данного инструментария выступает трехуровневая модель измерения социокультурных изменений сквозь кинопредпочтения, интегрирующая количественные и качественные показатели динамики культурных предпочтений.

Методологическая модель базируется на принципе многоуровневого анализа социокультурных явлений, предполагающем декомпозицию кинопредпочтений на три взаимосвязанных измерения: тематико-нарративное, социально-демографическое и ценностно-мировоззренческое.

Каждый уровень характеризуется специфическими индикаторами, методами сбора данных и алгоритмами интерпретации результатов:

– *первый уровень – тематико-нарративный* – фиксирует эволюцию сюжетных мотивов, жанровых предпочтений и основных тем в популярном кинематографе. Эмпирические данные фокус-групп демонстрируют значительные изменения в тематической структуре: снижение упоминаний тем братства и

коллективной солидарности с 5 до 2 случаев, одновременный рост интереса к психологическим темам и внутренним конфликтам с 0 до 2 упоминаний, а также увеличение популярности любовных и приключенческих нарративов с 1 до 3 случаев. Индикаторами данного уровня выступают частота упоминаний тематических категорий, жанровое разнообразие предпочтений, динамика нарративных структур, эволюция сюжетных архетипов и мотивации главных героев (внешние и внутренние);

– *второй уровень – социально-демографический* – отражает изменения в характеристиках киноперсонажей и их социальных ролях как проекцию изменений в социальной структуре общества. Наш контент-анализ выявил смещение социального статуса главных героев от маргинальных позиций (криминальные авторитеты, бывшие военные) к социально интегрированным ролям (защитники культуры, психологи, супергерои), а также рост этнического разнообразия персонажей с преобладания монокультурных образов до представленности мультикультурного спектра. Ключевыми индикаторами данного уровня являются возрастной состав и гендерное распределение киногероев, их социальный статус, этническое и культурное представительство;

– *третий уровень – ценностно-мировоззренческий* – измеряет изменения культурных символов, ценностных ориентаций и мировоззренческих установок, транслируемых через сюжеты фильмов и сериалов. Результаты нашего исследования фиксируют кардинальные изменения в символической структуре: сокращение символов власти и контроля (снижение с 2 до 0 упоминаний), появление символов природы и внутренней гармонии (рост с 0 до 1), а также изменение социальных норм от коллективистских (нормы мужской дружбы) к индивидуалистским (нормы самопознания и психотерапии). Ключевыми индикаторами данного уровня являются частота представленности тех или иных культурных кодов и символов в сюжетах, фугируемые ценностные приоритеты, мировоззренческие установки.

Трехуровневая модель измерения социокультурных изменений сквозь кинопредпочтения представлена в табл. 23.

**Трехуровневая модель измерения социокультурных изменений
сквозь кинопредпочтения**

Уровень модели	Объект измерения	Основные индикаторы	Метод сбора данных
Тематико-нарративный	Сюжетные мотивы, жанровая структура	Частота тематических категорий; жанровое разнообразие; сюжетные архетипы и мотивации главных героев	Контент-анализ
Социально-демографический	Социальные и демографические характеристики персонажей	Возраст, пол, социальный статус; этнос	Систематизация описательных данных
Ценностно-мировоззренческий	Культурные символы и ценности	Частота символов; культурные коды; ценностные установки	Семиотический анализ

Практическое применение трехуровневой модели включает последовательность действий, ориентированных на качественное измерение индикаторов каждого уровня и их межпериодное сопоставление:

– подбор репрезентативной выборки кинопроизведений, характеризующей ключевые культурные тенденции в каждом анализируемом периоде (2000-е и 2020-е гг.). Отбор основан на экспертных рейтингах, рекомендациях фокус-групп и статистических данных о медиапотреблении молодежи;

– *качественное кодирование тематико-нарративных индикаторов*: выявление доминантных сюжетных тем и жанров (например, ядерная угроза → экологическое бедствие; криминальные драмы → психологические триллеры), анализ смысловых акцентов и нарративных архетипов;

– *качественный анализ социально-демографических индикаторов*: описание трансформации образов центральных персонажей (социальный статус, профессиональные роли, этническая и гендерная представленность, внешняя и внутренняя мотивация) как отражение изменений общественных ожиданий и норм;

– *семиотический анализ ценностно-мировоззренческих индикаторов*: интерпретация культурных кодов и символов (например, символика власти и контроля → символика внутренней гармонии и экологии; нормы коллективизма → нормы самопознания), фиксация изменений в системах культурных значений;

– *сопоставительный синтез данных*: качественная интерпретация результатов кодирования для каждого уровня с акцентом на выявление динамики и взаимосвязей между тематическими, социальными и ценностными изменениями в кинопредпочтениях молодежи.

Разработанная модель подтверждает свою методологическую состоятельность для качественного анализа: систематизированные кодировочные схемы обеспечивают прозрачность процедуры идентификации индикаторов и позволяют получать репрезентативные описания ключевых социокультурных изменений.

Вместе с тем, как и любой качественный метод исследования, данная модель имеет ряд методологических особенностей и ограничений, требующих внимания:

– во-первых, модель предполагает экспертный отбор фильмов для анализа, что является стандартной практикой в качественных исследованиях массовой культуры. В нашем случае критерии отбора основывались на кассовых сборах, зрительских рейтингах, представленности в цифровых каталогах («КиноПоиск», IMDb) и результатах фокус-групп, что обеспечивает релевантность выборки

реальным предпочтениям молодежной аудитории. Хотя данный подход не исключает элемента субъективности исследователя, он компенсируется триангуляцией источников (сочетание количественных показателей популярности и качественных данных от респондентов) и прозрачностью процедуры отбора. Как отмечают классики качественной методологии (В.А. Ядов, В.В. Семенова), экспертный отбор объектов анализа оправдан в ситуациях, когда исследователь стремится выявить не статистические закономерности, а содержательные смыслы и культурные паттерны;

– во-вторых, интерпретация символов, мотивов и тем в кинопроизведениях неизбежно содержит элемент герменевтической субъективности, присущий любому качественному контент-анализу культурных текстов. Однако данная субъективность минимизируется за счет применения структурированной аналитической рамки (трехуровневая модель с четко определенными индикаторами), а также за счет множественной валидации интерпретаций: сопоставления выводов контент-анализа с результатами фокус-групп, использования технологий искусственного интеллекта для выявления тематических паттернов и опоры на теоретические концепции социологии культуры (П. Бурдье, Р. Инглхарт, Ю.А. Зубок и др.). Таким образом, интерпретативная логика исследования опирается не на произвольные суждения, а на обоснованные теоретические конструкты и эмпирически фиксируемые повторяющиеся мотивы;

– в-третьих, модель не предполагает количественной валидации в строгом статистическом смысле, что соответствует самой природе качественного исследования. Цель данной модели – не установление статистически значимых корреляций, а выявление содержательных тенденций, формулирование гипотез и создание концептуальной основы для интерпретации социокультурных изменений. При этом важно подчеркнуть, что отсутствие количественной валидации не означает произвольности выводов: модель обеспечивает качественную валидность за счет согласованности результатов между различными методами (фокус-группы, контент-анализ, экспертиза ИИ) и их соответствия более широкому корпусу социологических исследований;

– кроме того, перспективным направлением развития данной модели может стать ее дополнение количественными методами: например, автоматизированный контент-анализ больших массивов данных (Big Data) с использованием машинного обучения, статистический анализ корреляций между индикаторами и результатами массовых опросов, а также лонгитюдные исследования динамики кинопредпочтений на репрезентативных выборках. Однако на данном этапе модель выполняет свою основную функцию – предоставление исследователям структурированного инструмента для качественного изучения кинопредпочтений как индикатора ценностных изменений, что является важным шагом в развитии методологии социологии культуры и медиаисследований.

Данный инструментарий может быть применен в социологических и культурологических исследованиях для мониторинга ценностных и тематических изменений в молодежной культуре, а также в оперативных анализах для разработки культурной политики и программ поддержки отечественного кинематографа. Перспективы развития включают расширение количества периодов исследования, формализацию процедуры экспертного кодирования, а также интеграцию методов машинного семиотического анализа для повышения объективности и масштабируемости качественного моделирования социокультурных индикаторов.

Далее с целью апробации трехуровневой модели будет проведен финальный этап нашего исследования – сопоставительный синтез результатов фокус-групп и контент-анализа, чтобы исследовать, как изменения в кинопредпочтениях молодежи соотносятся с темами и мотивами, представленными в фильмах, а также с социально-культурными изменениями, произошедшими в России за последние 20 лет. В рамках исследования предполагается сопоставить, какие кинопроизведения пользовались наибольшей популярностью у молодежной аудитории начала 2000-х гг. и у зрителей 2020-х гг., а также проследить, какие ключевые темы, мотивы и культурные коды в них репрезентируются. Существенное значение при этом приобретает учет более широкого контекста, в котором происходили указанные изменения, – социально-политических и

культурных процессов, повлиявших на формирование вкусов, ожиданий и ценностных ориентиров молодых зрителей в обоих временных отрезках. На последующем этапе анализ будет направлен на формулирование выводов о том, какие представления о трансформации молодежной культуры и доминирующих общественных настроений в России за последние два десятилетия дает подобное сопоставление. Подобный исследовательский ракурс позволяет более отчетливо выявить, какие социальные проблемы, идеалы и ценности становятся артикулированными и символически заметными через призму кинематографического текста.

Социокультурные изменения молодежи по трехуровневой модели кинопредпочтений представлены в табл. 24.

Таблица 24

**Социокультурные изменения молодежи
по трехуровневой модели кинопредпочтений**

Уровень/ Индикатор	2000-е гг.	2020-е гг.
Тематико-нарративный уровень		
Жанровые предпочтения (фокус-группы)	Криминальные драмы, комедии, фэнтези	Комедии, психологические триллеры и драмы, социальные драмы, фантастика
Доминантные темы (контент-анализ)	Братство и моральные дилеммы, жадность и власть, преодоление трудностей	Дружба и любовь, самопринятие, борьба за справедливость, внутренние конфликты
Основные мотивы	Поиск смысла, борьба с преступностью и системой	Преодоление внутренних и внешних конфликтов, критика общества потребления
Социально-демографический уровень		
Социальный статус персонажей	Бывшие военные, криминальные авторитеты, рабочие профессии	Студенты, работники сервиса, «защитники культуры», супер-герои

Уровень/ Индикатор	2000-е гг.	2020-е гг.
Этническое и гендерное пред- ставление	Преимущественно русские мужские образы	Мультикультурность (русские, американцы, корейцы, вымыш- ленные народы), мужские и женские образы
Профессиональные и возрастные роли	Демонстрация маар- гинальных профессий; возраст героев – 30+ лет	Разнообразие профессий и возрастов (от подростков до 50+ лет)
Ценностно-мировоззренческий уровень		
Культурные сим- волы	Символы власти и контроля, материалис- тические атрибуты	Символы внутренней гармонии, экологические и психотерапев- тические коды
Социальные нор- мы	Коллективизм, нормы мужской дружбы	Индивидуализм, нормы самопознания и рефлексии
Социально-куль- турный контекст	Переходный период пост-СССР, кримина- лизация, западное влияние	Влияние интернета и соцсетей, инклюзивность, глобальные вызовы (социальное неравенство, экология)
Ключевые выводы	Кинопредпочтения отражают стремление к преодолению неста- бильности через братство и моральные ориентиры	Кинопредпочтения демонстрируют фокус на личностных изменениях, внутренней гармонии и осознан- ном отношении к глобальным проблемам

Интерпретация полученных данных в рамках избранной модели позволяет сформулировать следующие положения.

В кинопроцессе начала 2000-х гг. прослеживается отчетливая зависимость между зрительскими предпочтениями молодежи и характером социальных трансформаций, происходивших в постсоветском пространстве. Экранные произведения этого периода настойчиво обращаются к темам братства, предательства, морального выбора и ценностной неопределенности, отражая

поиски молодежной аудиторией устойчивой социальной идентичности в условиях криминализации общественной среды и размытости нормативных ориентиров. Фильмы «Брат» и «Бригада» демонстрируют, как криминальные структуры и их представители превращаются в символы силы, контроля и власти, что свидетельствует о дефиците позитивных социальных моделей и стремлении молодых зрителей идентифицироваться с харизматичными, но противоречивыми персонажами.

В дальнейшем, по мере перехода к 2020-м гг., происходит заметное смещение фокуса молодежных кинопредпочтений в сторону произведений, сосредоточенных на внутренних конфликтах, проблематике самопринятия и осмыслении социальных противоречий. Сериалы и фильмы, такие как «Очень странные дела» и «Игра в кальмара», фиксируют возрастающий интерес молодых зрителей к сюжетам, построенным вокруг моральных дилемм, психологической напряженности и экзистенциальных выборов. Эти произведения отражают стремление молодежи к поиску смысла, справедливости и личной ответственности в условиях глобальных вызовов, социальной нестабильности и усиливающегося ощущения уязвимости перед сложностью современного мира. Это изменение в кинопредпочтениях указывает на рост индивидуализма и важность психического здоровья, где идентичность начинает формироваться не через внешние конфликты, а через внутренние переживания и социальные связи.

На основе этой модели можно выделить несколько ключевых аспектов изменений молодежной культуры в России за последние 20 лет:

– *переосмысление традиционных ценностей.* Молодежь 2020-х гг. более критично относится к традиционным ценностям и нормам, что отражается в их кинопредпочтениях. Фильмы, которые ставят под сомнение устоявшиеся представления о дружбе, любви и морали, становятся все более популярными. Это может свидетельствовать о желании части современной молодежи переосмыслить и адаптировать традиционные ценности к современным реалиям;

– *индивидуализация.* В 2020-е гг. наблюдается тенденция к индивидуализации и самовыражению. Значительная часть молодой аудитории

демонстрирует большую открытость по отношению к различным культурным традициям и национальным кинематографиям, что выражается в устойчивом интересе к фильмам из разных стран с психологически проработанными персонажами и многослойной драматургией. Одновременно усиливается запрос на инклюзивность и репрезентацию разнообразия в кино (по признакам пола, этничности, социальной принадлежности, особенностей телесности и идентичности), что влияет на структуру зрительских предпочтений и формирует новые критерии оценивания экранных образов;

– *формирование новых идентичностей*. Молодежь 2020-х гг. в значительной степени ориентирована на конструирование и переосмысление собственных идентичностей, что непосредственно отражается в выборе кинопродукции. Повышенная открытость к многообразию и инклюзии делает особенно востребованными фильмы, в которых персонажи представлены как сложные, внутренне противоречивые фигуры, проходящие путь личностной трансформации. Зрителей привлекают сюжеты, где поднимаются вопросы самоопределения, принятия различий и пересечения различных социальных и культурных принадлежностей, а экранные образы становятся своеобразными моделями возможных вариантов идентичности в современном обществе;

– *изменение способов культурного потребления*. В начале 2000-х гг. молодежная аудитория при выборе фильмов преимущественно опиралась на телевизионный показ и рекомендации ближайшего окружения. Подобный способ доступа к кинопродукции объективно сужал спектр просматриваемого контента, способствовал закреплению относительно ограниченного круга предпочтений и репертуарных привычек. В 2020-е гг. ключевую роль начинают играть стриминговые платформы и социальные сети, такие как TikTok, которые превращаются в основные каналы обнаружения, обсуждения и циркуляции фильмов. Это принципиально расширяет доступ к разнообразному контенту (как жанровому, так и культурно маркированному) и стимулирует формирование более широких и гетерогенных кинопредпочтений. Молодые зрители активно делятся отзывами, подборками и рекомендациями, участвуют в онлайн-

дискуссиях и челленджах, что создает новые формы коллективного переживания фильма и обмена культурным опытом.

Совокупность обозначенных процессов подчеркивает, что анализ кинопредпочтений молодежи следует рассматривать как динамичное и многогранное исследовательское поле, позволяющее выявлять более широкие социальные и культурные трансформации. Через призму выбора фильмов и способов их потребления становятся заметны изменения в системе ценностей, в структуре идентичностей и в характере символических ориентиров, определяющих облик современного общества.

Таким образом, в третьей главе были представлены результаты контент-анализа популярных фильмов и сериалов двух периодов. Проведен сравнительный анализ ключевых тем, мотивов и нарративных структур: в кино 2000-х гг. доминировали мотивы братства и борьбы с внешними вызовами, тогда как в кино 2020-х гг. возрос интерес к внутренним конфликтам героев и вопросам самореализации. Эволюция культурных символов в фильмах – от акцентирования престижных материальных атрибутов к мотивам взаимопомощи, внутреннего равновесия и самоидентификации – указывает на наличие тенденции к постматериалистической переориентации ценностей среди части современной молодежи, что становится важным эмпирическим свидетельством их меняющихся смысловых запросов и позволяет рассматривать данный феномен как значимый индикатор культурной динамики. Наконец, на основе синтеза результатов фокус-групп и контент-анализа создана трехуровневая модель индикаторов (тематико-нарративный, социально-демографический и ценностно-мировоззренческий уровни), обеспечивающая системное измерение социокультурных изменений.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В исследовании осуществлен комплексный анализ кинопредпочтений молодежи как социокультурного явления, разработана методологическая система их использования в качестве индикаторов социокультурных изменений.

Работа состояла из трех взаимосвязанных глав, включавших теоретико-методологическое обоснование, эмпирическое исследование фокус-групп и контент-анализ, а также построение интегративной модели индикаторной системы.

В первой главе проведен обзор и критическая систематизация ключевых социологических подходов к изучению киноискусства: философского, культурологического, психологического, коммуникативного и социологического. Обоснован выбор индикаторного подхода к исследованию кинопредпочтений, определены типы индикаторов (количественные, качественные и интегральные) и предложена концептуальная модель их взаимосвязи с социокультурными процессами. Особое внимание уделено анализу традиционных методов – интервью, фокус-групп, контент-анализа – и современных эмпирических технологий, включая применение искусственного интеллекта. Сформулированы задачи исследования, направленные на обоснование методологических оснований, апробацию виртуальных респондентов и сопоставление жанровых и тематических предпочтений разных поколений молодежи.

Во второй главе описаны результаты фокус-группового исследования, проведенного с участием представителей двух возрастных когорт (молодежь 2000-х и 2020-х гг.). Выявлено смещение кинопредпочтений – от коллективистских ценностей (братство, преданность) к индивидуалистским (самопринятие, внутренние конфликты), а также рост интереса к психологическим темам и вопросам ментального здоровья. Отмечено парадоксальное сочетание скепсиса к массовому контенту и стремление оперативно отслеживать

медиаатренды, что свидетельствует о становлении рефлексивной медиакультуры. Зафиксирована трансформация медиапрактик: современная молодежь преимущественно использует цифровые каналы и социальные сети для формирования своих кинопредпочтений, что отражает изменение механизмов культурной социализации.

Третья глава посвящена контент-анализу популярных фильмов и сериалов двух периодов. Проведен сравнительный анализ ключевых тем, мотивов и нарративных структур: в кино 2000-х гг. доминировали мотивы братства и борьбы с внешними вызовами, тогда как в кино 2020-х гг. возрос интерес к внутренним конфликтам героев и вопросам самореализации. Эволюция культурных символов в фильмах – от акцентирования престижных материальных атрибутов к мотивам взаимопомощи, внутреннего равновесия и самоидентификации – указывает на наличие тенденции к постматериалистической переориентации ценностей среди части современной молодежи, что становится важным эмпирическим свидетельством их меняющихся смысловых запросов и позволяет рассматривать данный феномен как значимый индикатор культурной динамики. На основе синтеза результатов фокус-групп и контент-анализа создана трехуровневая модель индикаторов (тематико-нарративный, социально-демографический и ценностно-мировоззренческий уровни), обеспечивающая системное измерение социокультурных изменений.

В ходе эксперимента виртуальные респонденты на базе алгоритмов машинного обучения продемонстрировали высокую эффективность при воспроизведении предпочтений реальных участников: средний коэффициент совпадения достиг уровня, достаточного для использования ИИ в оптимизации эмпирических социологических исследований. Это подтверждает возможность интеграции виртуальных респондентов в методический арсенал социологов и открывает перспективы для масштабного мониторинга культурных практик с минимизацией ресурсных затрат.

При формулировании выводов следует придерживаться методологических ограничений настоящего исследования:

– во-первых, качественные методы (фокус-группы) не позволяют делать статистически обоснованные обобщения на уровне всего населения;

– во-вторых, анализ кинопредпочтений как индикатора социокультурных изменений требует учета многих факторов (от маркетинговых стратегий до государственной культурной политики), что делает однозначную интерпретацию не объективной;

– в-третьих, временные границы исследования (2000–2020-е гг.) охватывают период, скорее, динамических изменений, нежели фундаментальных трансформаций в строгом социологическом смысле.

Тем не менее полученные результаты позволяют сформулировать гипотезы о тенденциях в ценностных ориентациях молодежи и предложить методологический инструментарий для дальнейших исследований. Перспективным направлением видится расширение эмпирической базы за счет количественных опросов на основе предложенной трехуровневой модели кинопредпочтений, анализа больших данных (Big Data) просмотров на стриминговых платформах, а также сравнительный анализ с результатами крупномасштабных социологических исследований молодежи.

Полученные результаты исследования позволяют сформулировать следующие ключевые выводы и положения:

1. Кинопредпочтения молодежи 2020-х гг. демонстрируют смещение от коллективистских ценностей (братство, преданность) к индивидуалистским (самопринятие, внутренние конфликты). Эмпирическое исследование фокус-групп показало, что упоминания тем братства и коллективной солидарности снизились, тогда как мотивации, связанные с поиском личного смысла и самопринятием, выросли. Это отражает процессы глубокой индивидуализации российского общества, когда культура потребления смещается в сторону отражения субъективного опыта и личностных трансформаций.

2. В кинопредпочтениях молодежи 2020-х гг. наблюдается рост интереса к психологическим темам и внутренним конфликтам персонажей. Контент-анализ популярных фильмов и сериалов показал увеличение числа сюжетов, ориентированных на психологическую драму и самопознание, что коррелирует с

расширением общественного внимания к вопросам ментального здоровья и запросом на глубокое изучение мотивов героев.

3. Молодежь 2020-х гг. проявляет парадоксальное сочетание скептицизма по отношению к популярному контенту и стремление оперативно отслеживать медиатренды. В фокус-группах подавляющее большинство участников критиковали массовые тренды как «однообразные клише», но при этом почти все регулярно обращались к рейтингам и обзорам в социальных сетях, чтобы не пропустить актуальные новинки. Это свидетельствует о формировании рефлексивной медиакультуры, в которой высокая тревожность упущенной выгоды сочетается с критическим восприятием массовой продукции.

4. Современные механизмы формирования кинопредпочтений российской молодежи определяются пересечением маркетинговых стратегий, цифровых алгоритмов платформ и модных культурных трендов. Если ранее молодежь опиралась на субкультурные сообщества и личные рекомендации, то в 2020-е гг. ключевую роль начинают играть персонализированные алгоритмы стриминговых сервисов, что одновременно усиливает индивидуализацию и ограничивает культурное разнообразие через «пузыри фильтров». При этом молодежь стремится к самостоятельности в выборе, но зачастую ее индивидуальный выбор формируется в рамках унифицированных предложений платформ и социальных сетей. Эти трансформации медиапотребления требуют учитывать не только внутренние ценностные установки, но и динамику технологических, рыночных и когнитивных изменений в молодежной среде.

5. Эволюция культурных символов в кино фиксирует переход от материалистических смыслов к ценностям самореализации и внутренней гармонии. В анализе нарративных кодов число символов материального успеха (дорогие авто, роскошные интерьеры и т.п.) с 2000-х по 2020-е гг. сократилось, тогда как число символов внутреннего равновесия (медитация, диалоги о смысле жизни и т.п.) увеличилось. Это свидетельствует о растущей популярности постматериалистических ценностей среди молодежи и возможного постепенного перехода к новым культурным ориентациям.

6. Выявлены и обоснованы четыре ключевых механизма связи кинопредпочтений молодежи и социальных процессов: отражение социокультурных условий, селективный отбор контента по групповой идентичности, проекция ожиданий перемен и ценностей, а также обратное влияние распространенных предпочтений на массовые представления и поведение.

7. Виртуальные респонденты на основе ИИ показали высокую эффективность в исследовании кинопредпочтений. Средний коэффициент совпадения ответов ИИ с данными реальных фокус-групп составил 4,2 из 5, что позволяет рекомендовать их применение для предварительного сбора данных и оптимизации социологических исследований культурных предпочтений при ограниченных ресурсах.

8. Кинопредпочтения выступают адекватным индикатором социокультурных изменений, демонстрируя смещение тематической направленности аудитории в соответствии с общественными трендами.

9. Разработанная трехуровневая модель кинопредпочтений как системы социокультурных индикаторов (тематико-нарративный, социально-демографический, ценностно-мировоззренческий уровни) создает методологическую основу для мониторинга и прогнозирования социокультурных изменений.

Научная и практическая ценность работы заключается в обосновании нового подхода к измерению социокультурных изменений через кинопредпочтения молодежи, что может быть использовано в разработке государственных и коммерческих программ, направленных на культурное развитие и социализацию молодого поколения. Полученная методика и модель индикаторов обеспечивают исследователям и практикам инструменты для оперативного анализа культурных трендов и поддержки принятия стратегических решений в сфере культурной политики, образования и медиаиндустрии.

Динамика кинопредпочтений молодежи отражает значимые социокультурные тенденции у части российской молодежи (в частности, смещение от коллективистских к индивидуалистическим ориентациям, постепенный переход от материалистических ценностей к постматериалистическим, а также нарастание

активности и рефлексивности в медиапотреблении). В то же время кино как часть культурного пространства не только фиксирует происходящие общественные процессы, но и выступает одним из важных инструментов их измерения, позволяя социологам выявлять ключевые тренды и прогнозировать дальнейшую эволюцию ценностных ориентиров молодого поколения.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

Монографии, книги

а) на русском языке

1. *Адорно, В.* Эстетическая теория / В. Адорно; пер. с нем. А.В. Дранова. М.: Республика, 2001. 527 с.
2. *Андреева, Г.М.* Социальная психология / Г.М. Андреева. М.: Изд-во МГУ, 1980. 384 с.
3. *Арнхейм, Р.* Искусство и визуальное восприятие / Р. Арнхейм. М.: Искусство, 1977. 312 с.
4. *Базен, А.* Что такое кино? / А. Базен. М.: Искусство, 1972. 384 с.
5. *Барт, Р.* Удовольствие текста / Р. Барт. М.: Искусство, 1994. 128 с.
6. *Бергсон, А.* Творческая эволюция / А. Бергсон; пер. с фр. В.А. Флёровой. М.: КАНОН-пресс, Кучково поле, 1998.
7. *Берельсон, Б.* Контент-анализ / Б. Берельсон. М.: Прогресс, 1987.
8. *Бодрийяр, Ж.* В тени молчаливого большинства, или конец социального / Ж. Бодрийяр. Екатеринбург: Изд-во Уральского университета, 2000.
9. *Бордвелл, Д.* Кино: история и теория / Д. Бордвелл, К. Томас. М.: Кино, 2004. 640 с.
10. *Бурдьё, П.* Различение: социальная критика суждения / П. Бурдьё; пер. с фр. О.И. Кирчик. М.: Экономическая школа, 2005. 660 с.
11. *Бурдьё, П.* Различие: социальная критика суждения вкуса / П. Бурдьё. М.: ГУ ВШЭ, 2004 (ориг. изд. 1979).
12. *Бурдьё, П.* Социология социального пространства / П. Бурдьё; пер. с фр.; общ. ред. Н.А. Шматко. СПб: Алетейя; М.: Ин-т эксперим.социологии: Алетейя, 2005. 288 с.

13. *Веблен, Т.* Теория праздного класса / Т. Веблен. М.: Прогресс, 1984. 368 с.
14. *Власов, М.П.* Виды и жанры киноискусства / М.П. Власов. М.: Знание, 1976. 112 с.
15. Возникновение и становление в России социологических исследований кинопроцесса (1910–1930-е годы) // Социология и кинематограф / под общ. ред. М.И. Жабского. М., 2012.
16. *Выготский, Л.С.* Мышление и речь / Л.С. Выготский. М.: Лабиринт, 2012. 368 с.
17. *Гваттари, Ф.* Что такое философия? / Ф. Гваттари, Ж. Делез. М.: Ин-т эксперим. социологии; СПб: Алетейя, 1998.
18. *Горшков, М.К.* Молодежь России в зеркале социологии. К итогам многолетних исследований: монография / М.К. Горшков, Ф.Э. Шереги. М.: ФНИСЦ РАН, 2020. 688 с.
19. *Деррида, Ж.* Письмо и различие / Ж. Деррида. М.: Смысл, 1999. 320 с.
20. *Егиазаров, Р.* Изучение кинозрителя / Р. Егиазаров, А. Трояновский. М., 1928. 128 с.
21. *Жабский, М.И.* Кинематограф – зеркало или молот? / М.И. Жабский. М., 2010. 536 с.
22. *Жабский, М.И.* Кино в современном обществе: функции, воздействие, востребованность / М.И. Жабский, К. Тарасов, Ю. Фохт-Бабушкин. М.: НИИ киноискусства, 2000. 375 с.
23. *Жабский, М.И.* Молодежь России на «голливудской игле»? / М.И. Жабский // История кино. М., 2004. С. 86–93.
24. *Жабский, М.И.* Социодинамика кинематографической жизни общества / М.И. Жабский. М.: Канон+, 2015. 496 с.
25. *Жабский, М.И.* Целеполагание и теоретические истоки социологии кино Дитера Прокопа // Социология массовых коммуникаций. 2020. № 1 (37). С. 72–86.
26. *Зиммель, Г.* Мода / Г. Зиммель // Избранное. Т. 2: Созерцание жизни. М.: Юристь, 1996. С. 266–291.
27. *Зубок, Ю.А.* Молодежь в культурном пространстве: саморегуляция жизнедеятельности: монография / Ю.А. Зубок, В.И. Чупров. М.: Норма, 2020. 304 с.

28. *Изолов, Н.* Феномен кино. История и теория / Н. Изолов. М.: Материк, 2005. 240 с
29. *Инглхарт, Р.* Культурная эволюция: как изменяются человеческие мотивации и как это меняет мир / Р. Инглхарт, К. Вельцель; пер. с англ. М.: Мысль, 2011. 347 с.
30. *Канеман, Д.* Думай медленно... решай быстро / Д. Канеман. М.: Альпина Паблишер, 2011. 432 с.
31. Кино: Пути от фильма к зрителю / под общ. ред. М.И. Жабского. М.: Научно-исследовательский институт киноискусства, 1998. 286 с.
32. *Клэри, М.* Идентификация и проекция в кино / М. Клэри. М.: Наука, 2005. 200 с.
33. *Ковалева, А.И.* Социализация личности: норма и отклонение / А.И. Ковалева. М.: Институт молодежи, 1996. 348 с.
34. *Комолли, Ж.-Л.* Кино/Идеология/Критика / Ж.-Л. Комолли, Ж. Нарбони. М., 2024.
35. *Кон, И.С.* Психология ранней юности / И.С. Кон. М.: Просвещение, 1989. 256 с.
36. *Конецкая, В.П.* Социология коммуникаций: учебник / В.П. Конецкая. М.: Междунар. ун-т бизнеса и управления, 1997. 304 с.
37. *Кракауэр, З.* Природа фильма: Реабилитация физической реальности = Theory of Film. The Redemption of Physical Reality / З. Кракауэр; сокр. пер. с англ. Д.Ф. Соколовой. М.: Искусство, 1974.
38. *Кули, Ч.* Человеческая природа и социальный порядок / Ч. Кули. М.: Идея-Пресс, 2000.
39. *Кэмпбелл, Дж.* Герой с тысячью лицами / Дж. Кэмпбелл. М.: АСТ, 2004. 480 с.
40. *Лассуэлл, Г.* Психопатология и политика / Г. Лассуэлл. М.: Изд-во РАГС, 2005. 352 с.
41. *Лебедев, Н.* Внимание: Кинематограф! / Н. Лебедев. М.: Искусство, 1974. 439 с.

42. *Леви-Стросс, К.* Структурная антропология / К. Леви-Стросс. М.: Наука, 1985. 399 с.
43. *Леонтьев, А.Н.* Деятельность. Сознание. Личность / К. Леви-Стросс. М.: Смысл, 2005. 290 с.
44. *Липпман, У.* Общественное мнение / У. Липпман; пер. с англ. Т.В. Барчунова, под ред. К.А. Левинсон, К.В. Петренко. М.: ФОМ, 2004. 384 с.
45. *Лисовский, В.Т.* Духовный мир и ценностные ориентации молодежи России: учеб. пособие для студентов вузов / В.Т. Лисовский; С.-Петербург. гуманитар. ун-т профсоюзов. СПб: Изд-во СПбГУП, 2000. 508 с.
46. *Лотман, Ю.М.* Семиотика кино и проблемы киноэстетики / Ю.М. Лотман. Таллин: Ээсти Раамат, 1973. 92 с.
47. *Май, М.* Кино, общество и социальная действительность: отношения социологии и кинематографии / М. Май, Р. Винтер // Вопросы социологии кино и театра. М., 2009. С. 7–23.
48. *Мерло-Понти, М.* Феноменология восприятия / М. Мерло-Понти. СПб: Ювента; Наука, 1999. 603 с.
49. *Мудрик, А.В.* Социализация человека / А.В. Мудрик. М.: МПСИ, 2011. 304 с.
50. Отечественное кино: стратегия выживания: научный доклад / под ред. Д.Б. Дондурей. М.: НИИ киноискусства, 1991. 155 с.
51. *Пиаже, Ж.* Избранные психологические труды / Ж. Пиаже. М., 1994. 660 с.
52. *Плеханов, Г.В.* Искусство: сборник статей / Г.В. Плеханов. М.: Гос. издательство художественной литературы, 1922. 312 с.
53. *Пропп, В.Я.* Морфология сказки / В.Я. Пропп. М.: Наука, 1969.
54. *Рондели, Л.Д.* Зритель отечественного кино: вчера и сегодня / Л.Д. Рондели // Экранизация истории. М.: Материк, 2003. С. 143–146.
55. *Рондели, Л.Д.* Кино и его аудитория. Аналитическая летопись взаимоотношений (1969–2010) / Л.Д. Рондели. М., 2013.
56. *Савельева, Е.Н.* Искусство кино / Е.Н. Савельева. Томск: Изд-во Томского ун-та, 2013. 152 с.

57. Самарская, Е. Жан Бодрийяр и его вселенная знаков / Е. Самарская // Общество потребления. М., 2006. С. 251–264.
58. Сорокин, П.А. Социальная и культурная динамика / П.А. Сорокин. М.: Мысль, 1990.
59. Социально значимое кино: запрос аудитории и перспективы развития. М.: Платформа, 2021.
60. Социокультурная драма кинематографа: Аналитическая летопись (1969–2005 гг.). М., 2009. 775 с.
61. Фазлыев, Р. Голоса киноиндустрии – 2025: мнение руководителей СМИ / Р. Фазлыев. М.: Голоса киноиндустрии, 2025.
62. Фейркоу, Н. Медийные дискурсы / Н. Фейркоу. Лондон, 1995.
63. Фохт-Бабушкин, Ю.У. Возникновение и становление в России социологических исследований кинопроцесса (1910–1930-е годы) / Ю.У. Фохт-Бабушкин // Социология и кинематограф / под общ. ред. М.И. Жабского. М., 2012. С. 235–264.
64. Фохт-Бабушкин, Ю.У. Кино в современном обществе: функции–воздействие–востребованность. М., 2000.
65. Фрейд, З. Основные психологические теории в психоанализе/ З. Фрейд. М.: АСТ, 2006. 400 с.
66. Фрейд, З. Толкование сновидений / З. Фрейд. М.: Эксмо, 2000. 432 с.
67. Фуко, М. Археология знания / М. Фуко. СПб: Академический проект, 2002.
68. Хейг, М. Голливудский стандарт: как написать сценарий для кино и ТВ, который купят / М. Хейг. М.: Альпина нон-фикшн, 2017. 388 с.
69. Холл, С. Представление: культурные репрезентации и знаковые практики / С. Холл. Оксфорд: Открытый университет, 1997.
70. Хоркхаймер, М. Диалектика просвещения. Философские фрагменты / М. Хоркхаймер, Т. Адорно пер. с нем. М. Кузнецова. М.–СПб: Медиум, Ювента, 1997. 312 с.

71. *Хоркхаймер, М.* Культурная индустрия. Просвещение как способ обмана масс / М. Хоркхаймер, Т. Адорно. М.: АД Маргинем Пресс, 2024.
72. *Хренов, Н.А.* Кино как антропологический феномен / Н.А. Хренов // Критика современной буржуазной социологии искусства. М., 1978. С. 35–38.
73. *Шеремет, А.Н.* Социология кино для всех / А.Н. Шеремет. М.: Высшее учебное заведение, 2009.
74. *Щепаньский, Я.* Элементарные понятия социологии / Я. Щепаньский. М.: Прогресс, 1969. 240 с.
75. *Штомпка, П.* Визуальная социология. Фотография как метод исследования / П. Штомпка. М.: Логос, 2007. 168 с.
76. *Эко, У.* Открытое произведение искусства [Opera aperta] / У. Эко; пер. с итал. Д.А. Медведев. М.: Corpus, 2018. 288 с.
77. *Эко, У.* О членениях кинематографического кода / У. Эко // Стрoение фильма. М., 1984. С. 79–101.
78. *Эко, У.* Роль читателя. Исследования по семиотике текста / У. Эко. СПб: Симпозиум, 2007.
79. *Юнг, К.Г.* Психологические типы / К.Г. Юнг. М.: Директ-Медиа, 2008. 1212 с.

б) на английском и немецком языках

80. *Allen, R.C.* Film History: Theory and Practice / R.C. Allen, D. Gomery. N.Y.: Knopf, 1985.
81. *Altenloh, E.* Zur Soziologie des Kino. Die Kino-Unternehmung und die sozialen Schichten ihrer Besucher / E. Altenloh. Jena, 1914.
82. *Bordwell, D.* Film Style and the Classical Hollywood Cinema / D. Bordwell. N.Y.: Columbia University Press, 1985.
83. *Bordwell, D.* Film Art: An Introduction / D. Bordwell, K. Thompson. 12th ed. N.Y.: McGraw-Hill Education, 2020.
84. *Fairclough, N.* Media Discourse / N. Fairclough. London: Edward Arnold, 1995.

85. *Jarvi, I.C.* Movies and Society / I.C. Jarvi. N.Y., 1970.
86. *Hall, S.* Representation: Cultural Representations and Signifying Practices / S. Hall. Oxford: Open University, 1997.
87. *Horkheimer, M.* Neue Kunst und Massenkultur / M. Horkheimer // Kritische Kommunikationsforschung. München: Carl Hanser, 1973. S. 313–333.
88. *Huaco, G.* Sociology of Film Art / G. Huaco. N.Y., 1975.
89. *Jarvie, I.C.* Movies and Society / I.C. Jarvie. N.Y., 1970.
90. *Kracauer, S.* From Caligari to Hitler: A Psychological History of the German Film / S. Kracauer. Princeton: Princeton Univ. Press, 1947.
91. *Kroner, M.* Film – Spiegel der Gesellschaft? / M. Kroner. Heidelberg, 1973.
92. *Mayer, J.P.* Sociology of Film / J.P. Mayer. London, 1945.
93. *Münsterberg, H.* The Film. A Psychological Study / H. Münsterberg. N.Y., 1970.
94. *Prokop, D.* Soziologie des Films / D. Prokop. Frankfurt am Main, 1982.
95. *Schramm W.* How Communication Works / W. Schramm // Process and Effects of Mass Communication / ed. by W. Schramm. Urbana: University of Illinois Press, 1954. P. 3–26.
96. *Schramm, W.* The Process and Effects of Mass Communication/ W. Schramm. Urbana, 1954.
97. *Turner, G.* Film as Social Practice / G. Turner. N.Y., 1988.

Научные статьи

а) на русском языке

98. *Блумер, Г.* Мода: от классовой дифференциации к коллективному отбору / Г. Блумер // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 11: Социология. 1997. № 3. С. 132–143.
99. *Бурдые, П.* Поле литературы / П. Бурдые // Новое литературное обозрение. 2000. № 45. С. 468–488.

100. *Голутва, А.А.* Теоретические положения и принципы стратегического управления кино / А.А. Голутва // Вестник Чувашского университета. 2007. № 4. С. 66–71.

101. *Дармаева, К.А.* Развитие теоретических подходов в социологии кино / К.А. Дармаева // Восточный вектор: история, общество, государство. 2023. № 3. С. 30–34.

102. *Дубицкая, В.П.* Кинозритель: сквозь пелену иллюзий / В.П. Дубицкая // Социологические исследования. 1993. № 1. С. 67–74.

103. *Жабский, М.И.* Вестернизация кинематографа: опыт и уроки истории / М.И. Жабский // Социологические исследования. 1996. № 2. С. 25–35.

104. *Жабский, М.И.* Российская социология кино в контексте развития общества / М.И. Жабский, К.А. Тарасов // Социологические исследования. 2019. № 11. С. 73–81.

105. *Карачева, Н.С.* Кино как семиотическая система / Н.С. Карачева // Концепт. 2017. № 39. С. 1676–1680.

106. *Кичерова, М.Н.* Роль сериалов в жизни молодежи / М.Н. Кичерова, А.А. Бородкина // Вестник Тюменского государственного университета. Серия: Социально-экономические и правовые исследования. 2023. Т. 9. № 3. С. 68–88. DOI: <https://doi.org/10.21684/2411-7897-2023-9-3-68-88>.

107. *Константиновский, Д.Л.* Молодежь, рынок труда и экспансия высшего образования / Д.Л. Константиновский, Е.С. Попова // Социологические исследования. 2015. № 11. С. 37–48.

108. *Лепихова, И.В.* Герменевтика кинореальности / И.В. Лепихова // Контекст и рефлексия: философия о мире и человеке. 2014. № 5. С. 64–85.

109. *Мид, Дж.* Социальное сознание и сознание смысла / Дж. Мид; пер. с англ. Р.Э. Бараш // Эпистемология & философия науки. 2013. Т. XXXV. № 1. С. 219–227.

110. *Мехоношин, В.Ю.* Формирование «новой зрелищности». Как устроен современный стриминг (на примере Netflix и др.) / В.Ю. Мехоношин //

Манускрипт. 2024. № 3. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-novoy-zrelischnosti-kak-ustroen-sovremennyy-striming-na-primere-netflix-i-dr> (дата обращения: 24.09.2025).

111. Молодым россиянам нарисуют цифровой портрет // Парламентская газета. 18.07.2025.

112. *Пирс, Ч.С.* Что такое знак? / Ч.С. Пирс // Вестник Томского гос. университета. 2009. № 3 (7). С. 88–95.

113. *Полосин, А.В.* Проблемы социализации молодежи в условиях COVID-19 / А.В. Полосин, К.И. Шилин // Современная зарубежная психология. 2021. № 3. С. 108–117.

114. *Полухина, Е.В.* Исследования со смешанными методами (mixed methods research): интеграция количественного и качественного подходов / Е.В. Полухина, Д.В. Просянюк // МЕТОД: Московский ежегодник трудов из обществоведческих дисциплин. 2015. № 5. С. 309–318.

115. *Пузанова, Ж.В.* Инфантилизация молодежи: методологический подход к измерению / Ж.В. Пузанова, Т.И. Ларина, А.Г. Тертышникова // Вестник РУДН. Серия: Социология. 2021. Т. 21. № 3. С. 444–456.

116. *Сербин, В.А.* Проблемы семиотической интерпретации значения в кино / В.А. Сербин // Философия. Социология. Политология. 2014. № 4 (28). С. 202–209.

117. *Соколова, Е.Т.* Глубинная герменевтика в визуальном анализе (на примере кинофильма «Страна глухих») / Е.Т. Соколова, Д.А. Хорошилов // Социальная психология и общество. 2018. № 3. С. 118–126.

118. *Хорина, Г.П.* Ценности русской культуры в условиях цивилизационного кризиса / Г.П. Хорина // Знание. Понимание. Умение. 2016. № 6. С. 16–26.

119. *Хренов, Н.А.* Первые опыты комплексного изучения кино в коммуникативной перспективе / Н.А. Хренов, Ю.У. Фохт-Бабушкин // Кинематограф – зеркало или молот? М., 2010. С. 385–411.

120. *Худякова, Л.А.* Кинематограф и эволюция его интерпретаций / Л.А. Худякова // Эстетика сегодня. Симпозиум. СПб, 1999. С. 89–91.

б) на английском языке

121. *Altenloh E.* A Sociology of the cinema: The audience // *Screen*. 2001. Vol. 42. № 3. P. 249–293.

Интернет-источники*а) на русском языке*

122. *Бергсон, А.* Творческая эволюция / А. Бергсон. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://fanread.ru/book/1884819/?page=1> (дата обращения: 01.09.2025).

123. ВЦИОМ. Живущие в сети, или Медиапотребление современной молодежи. 2025. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/zhivushchie-v-seti-ili-mediapotreblenie-sovremennoi-molodezhi> (дата обращения: 01.09.2025).

124. Замглавы Минтруда Платыгин: число россиян уменьшится в ближайшие 5 лет на 6,2 млн человек. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.m24.ru/news/obshchestvo/07082025/820167> (дата обращения: 01.09.2025).

125. «КиноПоиск». Лучшие кассовые сборы. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.kinopoisk.ru/box/best_total (дата обращения: 01.09.2025).

126. «КиноПоиск» подвел итоги 2024 г. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.kinometro.ru/news/show/name/kinopoisk_itogi2024_19122024 (дата обращения: 01.09.2025).

127. *Мкртычева М.С.* Кино как предмет социологического изучения: возможности и перспективы. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/kino-kak-predmet-sotsiologicheskogo-izucheniya-vozmozhnosti-i-perspektivy> (дата обращения: 01.09.2025).

б) на английском языке

128. World Bank Open Data. World Development Indicators: Internet Users (% of Population). [Electronic resource]. Access mode: <https://data.worldbank.org> (date accessed: 01.09.2025).

ПРИЛОЖЕНИЕ**ГАЙД ФОКУС-ГРУПП**

Цель фокус-группы – исследовать кинопредпочтения молодежи разных поколений, выявить изменения в восприятии и предпочтениях фильмов за последние 20 лет, а также сравнить ответы реальных респондентов с ответами ИИ.

1. Приветствие и представление участников.

- Модератор приветствует участников и кратко рассказывает о себе.
- Участники представляются, указывая свое имя, возраст и 2–3 любимых фильма.

2. Объяснение целей и формата обсуждения.

- Модератор объясняет, что цель фокус-группы – понять, как изменились кинопредпочтения молодежи за последние 20 лет.
- Участники могут свободно выражать свои мысли и мнения.
- Обсуждение будет записываться (с согласия участников) для дальнейшего анализа.

3. Правила обсуждения.

- Уважайте мнения других участников.
- Говорите по очереди, чтобы все могли высказаться.
- Не бойтесь делиться личными историями и примерами.
- Модератор объясняет, что ИИ будет выступать в роли типового респондента и предоставит свои ответы на заданные вопросы.

4. Основные вопросы для обсуждения.

Вопросы для группы 1 (молодежь 18–24 лет, 2020-е гг.):

1. Как вас зовут и сколько вам лет?
2. Назовите 2–3 ваших любимых фильма/сериала.

3. Какие жанры фильмов/сериалов вам больше всего нравятся и почему?
4. Есть ли жанры, которые вы не любите? Что вас в них отталкивает?
5. Как вы обычно выбираете фильмы для просмотра? Какие факторы наиболее важны для вас при выборе, что посмотреть?
6. Как вы считаете, какие события или тренды в обществе повлияли на кинопредпочтения вашего поколения?
7. Есть ли у вас друзья или знакомые с другими предпочтениями в кино? Как вы думаете, в чем причина этих отличий?
8. Как вы думаете, как изменились ваши кинопредпочтения за последние 5–10 лет? Что повлияло на эти изменения?
9. Где вы чаще смотрите фильмы (кинотеатры, ТВ, стриминги) и почему?
10. Есть ли что-то еще, что вы хотели бы добавить о своих кинопредпочтениях или о том, как они изменились?

Вопросы для группы 2 (люди 40–50 лет, начало 2000-х гг.):

1. Как вас зовут и сколько вам лет?
2. Назовите 2–3 ваших любимых фильма/сериала.
3. Какие фильмы/сериалы были популярны среди ваших сверстников в начале 2000-х гг.?
4. Какие жанры были наиболее популярны в то время? Как вы думаете, почему?
5. Как вы обычно узнавали о новых фильмах – через рекламу, рекомендации друзей или что-то другое?
6. Как вы выбирали фильмы для просмотра в то время? Какие факторы были наиболее важны для вас при выборе, что посмотреть?
7. Как вы считаете, какие события или тренды в обществе могли повлиять на кинопредпочтения вашего поколения в начале 2000-х гг.?
8. Как вы оцениваете современные фильмы по сравнению с фильмами 2000-х гг.? Что изменилось?
9. Как изменились ваши кинопредпочтения за последние 20 лет? Что повлияло на эти изменения?
10. Есть ли что-то еще, что вы хотели бы добавить о своих кинопредпочтениях или о том, как они изменились?

5. ИИ как типовой респондент.

После каждого вопроса модератор озвучивает ответ ИИ, который был заранее подготовлен или сгенерирован в реальном времени. Участники обсуждают ответ ИИ, сравнивая его с собственными мнениями и опытом. Модератор может задавать дополнительные вопросы, чтобы углубить обсуждение, например:

- Как вы относитесь к ответу ИИ? Согласны ли вы с ним?
- Какие аспекты ответа ИИ вам кажутся наиболее интересными или спорными?