

*Ковалева Т.А. Исследование кинокультуры у современной молодежи // Академия педагогических идей «Новация». Серия: Студенческий научный вестник. – 2017. – № 08 (август). – АРТ 386-эл. – 0,2 п.л. - URL: <http://akademnova.ru/page/875550>*

**РУБРИКА: ПЕДАГОГИКА И ПСИХОЛОГИЯ**

УДК 159.923

**Ковалева Татьяна Алексеевна**

2-й курс магистратуры, кафедра психологической антропологии

*Научный руководитель:* Ковалева Н.Б., к.психол.н., доцент

ФГБОУ ВПО «Московский педагогический государственный университет»

г. Москва, Российская Федерация

e-mail: [zarnizza@mail.ru](mailto:zarnizza@mail.ru)

**ИССЛЕДОВАНИЕ КИНОКУЛЬТУРЫ У СОВРЕМЕННОЙ  
МОЛОДЕЖИ**

*Аннотация:* В статье представлены результаты исследования возрастных особенностей кинокультуры подростков и юношей на основе методики «Трудный выбор».

*Ключевые слова:* кинопредпочтения, понимание, коммуникативно-модельная ситуация, рефлексивно-позиционный подход, субъектность.

**Kovaleva Tatiana**

The second year of the master course

Department of Psychological Anthropology

Supervisor: N. Kovaleva, PhD, Associate Professor

FGBOU VPO Moscow State Pedagogical University

Moscow, Russian Federation

## **THE STUDY OF CINEMA CULTURE MODERN YOUTH**

*Abstract:* The article presents the results of the study of age characteristics of the film culture of adolescents and young men on the basis of the method "Difficult Choice".

*Keywords:* movies preferences; communicative-model situation, reflexive-positional approach, subjectivity.

Одной из центральных образовательных задач, связанных с развитием личности, является формирование культурных опор для позиционного самоопределения и становления субъектности учащихся старшего школьного возраста. Большое значение в личностном развитии играет, как известно, культурная среда [2; 6; 9; 12], которая в современности задается медиатекстами и продукцией киноиндустрии [1; 3; 5; 8]. По данным различных исследований [4; 7; 10; 11] учащиеся подросткового и юношеского возраста смотрят кинофильмы практически ежедневно, по 2-3 фильма в неделю. С точки зрения ученых, средний и младший школьный возраст – время сензитивное для формирования личностной позиционности, идентичности, индивидуального стиля мышления, творчества, а также переосмысления многих понятий и активного самоопределения в социуме. Однако по мнению специалистов, информационные потоки — например, рекламные акции — образуют «ветер, который буквально сносит голову», так как у большинства участников этого процесса нет культурных средств, позволяющих ориентироваться в потоках информации и управлять ими [5]. Современной задачей в формировании культуры понимания киноязыка становится решение проблемы восприятия визуального образа, раскрытия смысла медиатекста, а также создание способов навигации в бескрайних

объемах информации. Варианты решения этой задачи позволят молодым людям не только легко определять, что выбрать для просмотра, но и как увиденное осознать и сделать фактом собственной социокультурной жизни.

Нами предпринято небольшое исследование динамики изменений отношения к художественным фильмам подростков от 10 до 14 лет, а также юношей (старше 14). Эксперимент строился на основе коммуникативно-модельной ситуации «Трудный выбор» Н.Б.Ковалевой[4]. Методика позволяет выявить параметры отношения подростков и юношей к фильмам в ответах на три вопроса:

1. Как выбрать фильм по названию?

В ответах выявляются контекстные и жанровые предпочтения при выборе фильма для просмотра и, самое главное, функциональное место фильма в жизни — для чего я его смотрю? Контекстность позволяет выявить некоторые скрытые и явные нормативные признаки «хорошего» фильма для просмотра.

2. Как определить наиболее яркий эпизод фильма или какие эпизоды мне нравятся больше всего?

В ответах проявляются «вкусовые» предпочтения, каноны хорошего фильма и собственные ожидания.

3. Что посоветовать режиссеру?

Этот рефлексивный вопрос является наиболее значимым с точки зрения наличия субъектного отношения к выбору и просмотру фильмов. Анализ ответа позволяет выявить способ присутствия реципиента в социокультурной сфере, уровень его позиционности, а также дополнительную информацию о вкусовых предпочтениях, особенностях самосознания, парадоксальности позиции и других характеристик индивидуальности.

Проанализировав ответы представителей разных возрастных групп, мы зафиксировали несколько выводов.

### **Младшие подростки 10-12 лет**

Подростки относятся к кинофильмам как к развлечению, предпочитают фильмы по голливудскому канону — с хорошим темпом, счастливым концом, сделанные ярко и красочно, иногда с юмористическим сюжетом. В советах режиссеру младшие подростки в основном воспроизводят клише взрослых, опрос воспринимается как отдельный и не связанный «с только что просмотренным фильмом». При этом более половины участников готовы к участию исследовании, то есть им интересно обсуждение фильмов. Также у них проявляется желание «быть как все», они подвержены влиянию и предпочитают разнообразные жанры: приключения, детективы, фантастика и фэнтези. Основной вывод — младшие подростки занимают потребительскую позицию, относятся к фильму как к развлечению, они не готовы к содержательному обсуждению и рефлексии.

### **Средние и старшие подростки 13-14 лет**

Реципиенты этой группы демонстрируют схожие ответы на первые два вопроса, что и в младшей группе. В их жанровых предпочтениях появляются мелодрамы, фильмы про любовь. У некоторых участников появляется критерий осмысленности, а также отношение к фильму в форме подросткового протеста — «фильм отстой, я буду делать свое».

Основные отличия с первой группой выявляются в ответах на третий вопрос. Во-первых, ответ участников второй группы встроен в систему заданий и является комментарием к только что просмотренному фильму. Во-вторых, в 80% случаев им фильм нравится, более того, вызывает восторг, хотя изредка встречается алогичная критика (в двух случаях). Пример: это

самое лучшее название фильма в мире, поэтому нужно внимательнее выбирать название.

В целом мы фиксируем, что подростки среднего и старшего возраста относятся к фильмам как к развлечению, они получают от них удовольствие. Кроме того, в этой группе формируется культура «лайк-отношений»: участники часто ставят оценочные высказывания («мне нравится», «я в восторге», «это замечательно»). Творческая позиция в данной группе не встречается, критерий осмысленности проявился лишь однажды. Обсуждения ведутся, используя оценочные высказывания. Основная цель просмотра фильмов: развлечение, получение удовольствия, позитивное настроение. Представители этой группы — всеядные и активные потребители кинопродукции.

### **Юношество 15-17 лет**

В ответах участников происходит расслоение. Около 40% участников демонстрируют осознанное отношение как к выбору фильмов, так и к остальным заданиям. В ответах группы много описания запомнившихся сцен, участники пытаются конструировать свои эпизоды, чтобы разрешить парадоксы фильма, они умеют объяснить позицию по выбору фильма, проанализировать его и сформировать неожиданные трактовки, для них фильм является частью культурного целого. Например, один их участников обосновывает выбор фильма «Время собирать камни» тем, что это «фильм об объединении» и подробно объясняет значимость этой темы в современной культуре. Интересно, что такие «продвинутые участники» поддерживают индивидуальный путь режиссера. Также в ответах на задание «дать совет режиссеру» мы видим реплики, побуждающие к противостоянию толпе и следованию своему пути: «Снимать, как чувствует, от сердца!», «Не обращать внимание на крики!», «Продолжать в том же

духе!». Такие высказывания демонстрируют не только эмпатию и выход за рамки потребительской позиции, но и осознание сложности профессионального пути кинорежиссера, работающего в эпоху индустрии развлечений, которая зачастую диктует нормы, опрокидывающие любые попытки серьезного творчества.

В некоторых случаях фиксируется критерий иронии. Например, вначале под видом самого яркого эпизода предьявляется кадр, в котором «человек бежит по пляжу и собирает камни», а затем в качестве совета предлагает «воспользоваться моей идеей», тем самым демонстрируя высокий уровень рефлексии и свободу в высказывании.

В то же время, примерно половина участников, хотя и высказывает более взрослое целостное отношение к ситуации, остается в сугубо потребительской позиции и понимает кино именно как развлечение. В качестве ярких эпизодов предлагается «пропажа камней» или «придавливание героя валуном», в качестве обоснования – «интересное название»; в советах режиссеру звучат подростковые реплики: «Больше спецэффектов!», «Сделать фильм повеселее, а то слишком пафосно», «Снимать лучше!». Встречаются и чисто протестные формы: «Снять фильм о песке! Кончай снимать — это не твоё! Больше камней!» и так далее.

Таким образом, 40 % участников демонстрирует те же ходы, что и младшие подростки, то есть внесубъектное потребительское отношение к кинопродукции. Еще 20% демонстрируют промежуточную позицию, проявляя большую основательность и креативность в ответах, они все же не выходят на уровень субъектности и позиционности.

## **Выводы**

Сопоставление полученных данных с данными исследования, проводившимися ранее на студенческой аудитории по той же методике, показывает значимое различие в ответах [4]. Только 11% из 100 опрошенных студентов РГГУ и МПГУ проявили позиционность и субъектность в своих кинопредпочтениях. Также и по данным других исследователей [7; 10; 12] можно констатировать, что для современного поколения молодежи характерно потребительское несубъектное отношение к просмотру фильмов. Проявление позиционного отношения к киноискусству и субъектный характер кинопредпочтений, зафиксированный у 40 % старшеклассников, в данном исследовании, по-видимому, являются результатом участия в программах детского лагеря «Родничок». Эти программы построены на основе рефлексивно-позиционных технологий, с использованием медиагерменевтики [5]. Старшие участники с первых дней пребывания в лагере попали в группу сценарного факультета, в рамках которого осваивали киноязык и снимали собственное кино. Темой кино являлись их ответы на проблематику, заданную ведущими на смене и актуализируемую за счет просмотра и совместного творческого осмысления ярких фильмов, позволяющих по-новому взглянуть на проблему выбора собственного пути в жизни. Выход за рамки пилотажного эксперимента и сравнительный анализ результатов «Трудного выбора», проведенного на различных группах учащихся старших классах, открывает отличные перспективы для дальнейшего исследования.

## **Список использованной литературы:**

1. Асмолов А.Г. Психология современности: вызовы неопределенности, сложности и разнообразия // Психологические исследования: электронный научный журнал. 2015. Т. 8. № 40. С. 1.

2. Выготский Л.С. Психология развития человека. М.: Смысл», 2005. 1136 с.
3. Дженнингз Б., Томпсон С. Основы воздействия СМИ. М.: Изд. дом «Вильямс», 2004.
4. Ковалева Н.Б. Исследование субъектности культурных предпочтений студентов первых курсов на основе рефлексивно-позиционного подхода // Вестник Челябинского пед. университета. 2016. №1. С. 39-45
5. Ковалева Н.Б. Медиаобразовательные перспективы рефлексивно-позиционного развития личности и способностей учащихся // Медиаобразование. 2017. № 1. С. 9-25.
6. Ковалева Н.Б. Принципы и методы развития креативности в теории и практике непрерывного образования в России и США // Гуманистические тенденции в развитии непрерывного образования взрослых в России и США / Под ред. М.В. Кларина, И.Н. Семенова. М.: ИТПиМИО РАО, 1994. С. 89-110.
7. Поличко А. Киноязык, объясненный студенту. Художественно-педагогические диалоги. Главы из книги. Часть 3. М., 2004. С.
8. Савчук В. В. Медиафилософия. Приступ реальности. СПб. 2013. 338 с.
9. Слободчиков В. И. Антропология образования - как предчувствие смысла // Наука и школа. 2015. № 6. С. 138-142.
10. Смирнов В.М., Смотрова Т.Н. Роль кинематографа в становлении субъективной картины жизненного пути личности // Психология образования в XXI веке: теория и практика. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://psyjournals.ru/education21/issue/54472\\_full.shtml](http://psyjournals.ru/education21/issue/54472_full.shtml)
11. Федоров А.В. Обладает ли современная молодежь стихийно сформированным высоким уровнем медиакомпетентности? // Медиаобразование, 2014. № 2. С. 82-89
12. Эльконин Б.Д. Введение в психологию развития (в традиции культурно-исторической теории Л.С. Выготского). М.: Тривола, 1994. 168 с.

*Дата поступления в редакцию: 27.08.2017 г.*

*Опубликовано: 30.08.2017 г.*

*© Академия педагогических идей «Новация». Серия «Студенческий научный вестник», электронный журнал, 2017*

*© Ковалева Т.А., 2017*