

Секция «Социологическое исследование современности: теории, методы, результаты»

**Кинотеатр как инструмент социального воздействия в контексте идеи
Паноптикума**

Бояркина Валентина Витальевна

Студент (бакалавр)

Иркутский государственный университет, Институт социальных наук, Кафедра
социальной философии и социологии, Иркутск, Россия

E-mail: boyarkina.valentina@bk.ru

По результатам исследования «Опрос молодежи: досуговые и интернет-практики» Фонда «Общественное мнение», кинотеатры являются наиболее популярными учреждениями досугового характера (36,0%) [3]. Данный феномен требует осмысления, потому что современные информационные технологии позволяют просматривать кинофильмы прямо на дому с высоким качеством видеоизображения и звука, а в Интернете любой желающий может их просмотреть без посещения кинотеатра. Но потребители культурных ценностей предпочитают домашнему просмотру фильма посещение кинотеатра, следовательно, их привлекает не только фильм, а еще и некие дополнительные эффекты совместного просмотра.

Возможно, ритуал посещения кинотеатра в составе большой группы людей, объединенных общим интересом к одному явлению, имеет большое количество разных психологических, социальных причин. Проанализируем возможную связь идеи Паноптикума [4] и современного кинотеатра.

Привлеченные кинолентой зрители формируют некую однородную группу, каждый зритель сидит на отведенном ему месте, он уже лишается своего имени. «Толпа - плотная масса, место множественных обменов, схождения индивидуальностей и коллективных проявлений - устраняется и заменяется собранием отделенных индивидуальностей», пишет М. Фуко о работе Паноптикума [4, с. 294]. В самом деле, в кинотеатре люди лишены возможности общаться, хотя запрета в этом нет, но на подсознательном уровне человек не может решиться на контакт с другими зрителями, то есть люди загнаны в рамки, в которых действуют по предписанным нормам. Можно ли использовать данную особенность для достижения неких идеологических или социальных целей?

Анализируя потребительские и предпринимательские стороны проведения досуга, О. В. Понукалина говорит о том, что сфера развлечений для многих выступает средством коммуникации, она на время объединяет компании людей, живущих в своих мирах, навязывая им те или иные предпочтения, формируя вкусы и желания. Интересно, что и сам досуг становится для людей показным и подставным поведением [1].

Бентам у Фуко в [4] утверждает, что Паноптикум в новом мире может не состоять из видимых решеток и камер, сегодня он предстает в образе школ, больниц и т.д., где над человеком уже не нужно проявлять видимое насилие, где человек сам идет в систему добровольно, соглашаясь жить по ее правилам. Кинотеатр сегодня существует совместно с другими сферами потребления. Удачно дополненное игровыми автоматами, киосками «быстрой еды», торговыми точками место просмотра кино приносит достойный доход, одновременно предоставляя возможность контроля над массовым сознанием в течение продолжительного времени. Периодичность похода в кино, доминирующая среди киноаудитории - 1-2 раза в месяц (46,0%) [2]. То есть около половины опрошенных респондентов вовлекаются в эту систему ежемесячно.

Возвращаясь к главной идее Паноптикума, отметим его многофункциональность: «он служит для исправления заключенных, но и для лечения больных, обучения школьников,

ограничения активности умалишенных, надзора за рабочими и принуждения к труду нищих и лентяев» [4, с. 301]. Кинотеатр, подобно Паноптикуму, собирая самых разных людей в однородные группы, предоставляет заинтересованным лицам (политикам, бизнесменам, деятелям культуры и искусства и т.п.) большие возможности по программированию поведения обывателя, его воспитанию, по идеологической обработке. Данный факт, вместе с множеством обсужденных эффектов, создает устойчивость кинотеатра как формы проведения досуга.

Список используемой литературы:

1. Понукалина О. В. Специфика показного потребления в условиях общества постмодерна // Вестн. Нижегородского ун-та им. Н. И. Лобачевского. 2009. № 1. С. 301-304.

2. Результаты социологического исследования «Кто ты - российский кинозритель?», проведенного Фондом Кино: <http://www.fond-kino.ru/news/kto-ty-rossijskij-kinozritel/>

3. Результаты социологического исследования «Опрос молодежи: досуговые и интернет-практики», проведенного Фондом общественного мнения: <http://fom.ru/Obraz-zhizni/13103>

4. Фуко М. Надзирать и наказывать. Рождение тюрьмы: http://www.gumer.info/bibliotek_Bu