

Кинематограф как социокультурное поле социализации молодежи

Научный руководитель – Коркия Эка Демуриевна

Ринге Екатерина Андреевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Кафедра социологии коммуникативных систем, Москва, Россия

E-mail: ringekaterina@yandex.ru

Кинематограф занимает важное место в современном мире, и с развитием цифровизации его роль в формировании сознания и поведения человека становится все более масштабной. Развитие онлайн-платформ и стриминговых сервисов сделало фильмы и сериалы максимально доступными, превратив их в постоянный элемент медиапотребления. Согласно данным информационно-аналитического агентства TelecomDaily в 2025 году общее количество пользователей стримингов в России превысило 75 млн, увеличившись по сравнению с предыдущим годом почти на 30% [6].

Особое значение кино приобретает в контексте социализации молодежи. Молодое поколение социализируется одновременно в офлайн и онлайн пространствах, формируя как реальную, так и виртуальную идентичность. По данным ВЦИОМ на 2025 год, виртуальное общение уже вытесняет живые встречи (61% против 33%), а среднее время пребывания молодежи в сети достигает около девяти часов в сутки [4]. Онлайн-пространство становится главным пространством коммуникации, потребления информации и культурных образцов. В этих условиях кинематограф, интегрированный в цифровую среду, превращается в мощный агент социализации.

Современный массовый кинематограф во многом ориентирован именно на молодежную аудиторию. Молодые люди чаще других обращаются к фильмам и сериалам в поиске ответов на экзистенциальные вопросы, моделей успеха, любви, дружбы и профессиональной самореализации. Такие специфические черты молодежи, как высокий уровень социальной мобильности, активный поиск своего места в обществе, стремление к самовыражению и критическая оценка существующих норм [1], делают ее особенно восприимчивой к транслируемым через экран ценностям.

В ситуации, когда традиционные институты социализации частично уступают место медиа, кино не просто отражает действительность, а конструирует социальную реальность, формируя представления о норме, статусе, успехе и допустимом поведении [3]. Социализирующий потенциал кинематографа реализуется через несколько ключевых механизмов. Первый механизм — идентификация с киногероем. Молодой зритель примеряет на себя жизненные стратегии героя, его ценности и способы решения проблем [5]. Второй механизм — подражание. Симпатия к персонажу может приводить к воспроизведению его поведенческих паттернов, речевых форм, стиля жизни [2]. Третий механизм — эмоциональное проживание и эмпатия. Кинематограф создает условия для интенсивного эмоционального опыта: зритель сопереживает героям, проживает вместе с ними кризисы, утраты и достижения. Эмоциональная вовлеченность усиливает усвоение транслируемых норм и смыслов, делая процесс социализации глубоко аффективным.

Таким образом, в условиях цифровизации кинематограф выступает значимым социокультурным полем социализации молодежи. Его влияние усиливается благодаря постоянному присутствию в онлайн-пространстве и высокой вовлеченности аудитории. Кино не только отражает социальную реальность, но и участвует в формировании идентичности, предлагая молодому поколению ресурсы для самоопределения.

Источники и литература

- 1) Власюк И. В., Савченко И. А. Молодежь и студенчество в современном обществе: универсальные черты и специфические характеристики //Педагогические исследования (сетевое издание). – 2021. – №. 2. – С. 5-11.
- 2) Коробова С. Ю., Грязева-Добшинская В. Г., Аскерова А. Т. Особенности идентификации с персонажами культового фильма в контексте проблем социальной идентичности зрителей //Психология. Психофизиология. – 2018. – Т. 11. – №. 3. – С. 24-31.
- 3) Мартыненко Т. С. Кино как предмет социологического анализа: особенности современного кинематографа //Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. – 2023. – Т. 29. – №. 2. – С. 120-139.
- 4) ВЦИОМ: <https://wciom.ru>
- 5) Министерство просвещения Российской Федерации: <https://институтвоспитания.рф>
- 6) TelecomDaily: <https://telecomdaily.ru/>