

УДК 159.9

## **КИНЕМАТОГРАФ КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ ПОВЕДЕНЧЕСКИХ ПАТТЕРНОВ И СРЕДСТВО УДОВЛЕТВОРЕНИЯ ПОТРЕБНОСТЕЙ**

***Е.Н. Фокина***

*Научный руководитель – Т.Н. Прокопец, к.э.н., доцент  
Ростовский государственный экономический университет*

В эпоху медиа-технологий и вездесущего интернета необходимость выходить из дома с целью социализации если не совсем пропала, то, по крайней мере, значительно ослабла. А, как

известно, одними из важнейших потребностей человека являются именно социальные потребности (потребность в общении, признании и т.д.).

Переход от личного взаимодействия к интернет-коммуникации породил рост одиночества целого пласта людей - а именно поколения Y или миллениалов (люди, родившиеся с 1981 по 1996 гг.), которые по ряду причин не смогли приспособиться к общению в сети. Ожидания от коммуникации с другими людьми расходятся с реальностью: благодаря соцсетям наш круг общения расширился, но общение стало более поверхностным. Люди получили возможность контактировать практически с кем угодно, но при этом шанс быть осмеянным, отвергнутым или непонятым также увеличился. Вовлеченность в общение с большим количеством людей в сети без возможности личного общения лишь усиливает чувство покинутости в реальном мире.

Чтобы закрыть потребность в общении люди используют кино и сериалы. Это может показаться неразумным и в пору задаться вопросом: «Может ли просмотр любимого сериала закрыть социальную потребность так же, как встреча с друзьями?». Это сравнение может показаться глупым, но исследования показывают, что уровень удовлетворения от обоих занятий примерно одинаков.

С точки зрения обывателя может показаться, что кинематограф несет в себе лишь развлекательную функцию, но это совсем не так. В советскую эпоху, например, кино использовалось как средство пропаганды и воздействия на общественное сознание. Кино - это сила, которая в значительной мере влияет как на общественность, так и на отдельного индивида. Каждый взятый отдельный человек выносит для себя из кинопроизведения что-то свое.

Стоит рассмотреть несколько примеров, иллюстрирующих различные виды удовлетворения социальных потребностей. Рассмотрим первым примером сериал «Друзья» (транслировавшийся в период с 1994 по 2004 года), повествующий о жизни шестерых друзей. Прогрессивный для своего времени и немного устаревший сейчас сериал не теряет своих зрителей и по сей день. Он популярен как у людей, взрослых вместе с «Друзьями», так и у подростков, родившихся уже после запуска сериала. Что же привлекает людей в нем? Конечно же герои близкие по духу всем, кому перевалило чуть за двадцать, легкий юмор, а главное - это ощущение причастности к миру сериала. Не всем повезло обзавестись компанией друзей, и сериал компенсирует потребность иллюзией причастности, дает ощущение реальной дружбы. Кроме того, он поднимает вопросы, которые возникают в период взросления (перехода от юности к зрелости), когда ваша семья - это ваши друзья. Сериал стал настоящим феноменом, породил определенную модель поведения, оказал влияние на стиль множества людей (прическу Рейчел до сих пор пытаются повторить, а легендарный цвет Ragamount помады от MAC покупают с той же периодичностью, что и во времена показа сериала), породил шесть новых ролевых модели поведения.

Другой сериал, схожий по тематике, - «Клиника», посвященный работе и жизни молодых врачей, помогает разобраться во взаимоотношениях, возникающих на работе. В главном герое зритель может увидеть себя, что помогает прожить различные гипотетические ситуации, возникающие в процессе взаимоотношений между, например, начальством и подчиненным. Кроме того, в сериале поднимаются близкие всем вопросы жизни и смерти, некоторые серии направлены на проработку переживаний, связанных с потерей близких. Одной из целей «Клиники» является демонстрация того, что все мы не вечны, а «смерть не противоположность жизни, а невидимая ее часть». Подобный же посыл имеют фильмы «Хотел бы я быть здесь» (реж. Зак Брафф) и «Крупная рыба» (реж. Тим Бертон). Для некоторых людей подобные фильмы сродни походу к психотерапевту.

Стоит упомянуть и целый жанр фильмов - романтические комедии. Их роль очевидна и незамысловата - они помогают переживать расставания, настраивают на романтический лад, дают ощущение, хоть и ненадолго, той романтической любви, которой всем так не хватает. Они также помогают удовлетворению социальных потребностей в периоды одиночества.

Ситкомы и ромкомы - это, конечно, хорошо и понятно, но в чем польза, например, тех же самых фильмов ужасов? Все просто - переживание страха и шока при просмотре фильма ужасов снижает реакцию на стресс и тревогу, а совместный просмотр подобных фильмов сближает - так как людей особенно сильно объединяет совместно пережитый негативный опыт. Помимо этого, увлечение фильмами подобного жанра (как, в принципе, и любого другого) помогают найти друзей со схожими увлечениями. Так, например, имеют обширную фанатскую базу серия фильмов

«Кошмар на улице Вязов», «Пятница 13-е», «Оно», свои почитатели есть и у фильмов Альфреда Хичкока - более ранних фильмов ужасов.

Помимо всего вышесказанного, фильмы и сериалы выполняют функцию поддержки в трудных и стрессовых ситуациях. Многие люди для ощущения чувства комфорта и безопасности в период стресса пересматривают знакомые и любимые ими фильмы. Поскольку человеку знаком сюжет, его не ждут новые открытия и потрясения, он предвосхищает то, что будет - это помогает мозгу расслабиться, видеоряд требует меньше энергии и умственных усилий для обработки поступающей информации.

Что же в конечном итоге? Можно бесконечно перечислять произведения, имеющие социальную значимость, суть от этого не изменится - кино в современном мире является одним из важнейших инструментов удовлетворения социальных потребностей, поскольку все мы живем в мире всеобъемлющего медиа-пространства.