

**Федеральное государственное бюджетное учреждение высшего образования  
Московский государственный институт культуры**

**УТВЕРЖДЕНО:  
Председатель УМС  
факультета Медиакоммуникаций и  
аудиовизуальных искусств  
Кот Ю.В.**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**СОЦИОЛОГИЯ КИНО**

**Специальность: 55.05.04 Продюсерство**

**Специализация: Продюсер кино и телевидения**

**Квалификация (степень) выпускника: Продюсер кино и телевидения**

**Форма обучения: очная, заочная**

## **Цели освоения дисциплины:**

Сформировать у студентов необходимый комплекс знаний в области социологии кино и научить определять социальные функции кино, определять механизмы кино как социального института. Выработать умение интерпретировать историю кино на всем ее протяжении с точки зрения социологии, а также, благодаря объему полученных теоретических знаний, стараться применить их в своей практической работе продюсера.

## **Методические рекомендации**

### **Подготовка к семинарскому занятию**

Подготовка к семинарскому занятию включает в себя несколько этапов:

- 1) теоретический. Здесь происходит знакомство с рекомендованной литературой, оформленной в виде конспектов, рефератов, докладов;
- 2) теоретико-практический. Помогает обогатить теоретические знания фактическим материалом. На этом этапе деятельности студенты фиксируют результаты исследований, подбирают практический материал (таблицы, графики, консультации, справки, аннотации);
- 3) презентационный. Позволяет студентам продумать тактику выступления перед аудиторией.

### **Методические рекомендации по написанию эссе**

При выборе вопроса по какой-либо тематике, прежде чем составлять план вашего ответа, убедитесь в том, что вы внимательно прочитали и правильно поняли его, поскольку он может быть интерпретирован по-разному, а чтобы его осветить, существует несколько подходов: следовательно, вам необходимо будет выбрать вариант подхода, которому вы будете следовать, а также иметь возможность обосновать ваш выбор. При этом содержание вопроса может охватывать широкий спектр проблем, требующих привлечения большого объема литературы. В этом случае следует освещать только определенные аспекты этого вопроса. У вас не возникнет никаких проблем, если вы не будете выходить за рамки очерченного круга, а ваш выбор будет вполне обоснован и вы сможете подкрепить его соответствующими доказательствами.

*Заголовок эссе* может не находиться в прямой зависимости от темы. Кроме отражения содержания работы он может являться отправной точкой в размышлениях автора.

Прежде чем приступить к написанию эссе, проанализируйте имеющуюся у вас информацию, а затем составьте тезисный план. Структура эссе: вступление, основная часть (развитие темы), заключение.

#### *Вступление*

Суть и обоснование выбранной темы.

Должно включать краткое изложение вашего понимания и подход к ответу на данный вопрос. Полезно осветить то, что вы предполагаете сделать в работе, и то, что в ваше эссе не войдет, а также дать краткие определения ключевых терминов. При этом постарайтесь свести к минимуму число определений.

#### *Основная часть*

Данная часть предполагает развитие вашей аргументации и анализа, а также обоснование их, исходя из имеющихся данных, других аргументов и позиций по этому вопросу. Предлагаемая вами аргументация (или анализ) должна быть структурирована. В

основной части вы должны логически обосновать, используя данные или строгие рассуждения, вашу аргументацию или анализ. Аргументы выстраивайте по схеме: тезис - доказательства этого тезиса - выводы по тезису. У вас может быть несколько тезисов в основной части, т.е. несколько микротем, и все они строятся одинаково: в строгом соответствии со схемой аргументов. Необходимо писать коротко, четко и ясно.

#### *Заключение*

Наличие необходимых выводов из работы. Обоснование выводов автора. Указание на дальнейшие направления развития темы.

### **Тезисы эссе (пример)**

В 70-е годы XX века по мере накопления социологических данных о киноаудитории, все более очевидным становилась ее многоликость. Однако новые исследования во многом повторяли выводы проводившихся ранее. Это подтолкнуло социологов кино к осознанию необходимости теоретического осмысления результатов. По этой причине, на первый план вышел вопрос о разработке типологических подходов, способных выявить сходные группы среди общей массы зрителей.

Такие типологии строились в отечественной социологии по двум основным принципам. С одной стороны, фиксировались кинопредпочтения, но не выяснялось, чем они вызваны. С другой, пытались построить типологию, характеризующую человека по его сущностным особенностям, а затем выяснить, как люди разного склада относятся к кинопроизведениям.

Структурированием аудитории по частоте кинопосещаемости занимался М.И. Жабский. Он разделяет все население на семь групп<sup>1</sup>.

Зрители активные (посещают кино чаще одного раза в неделю), умеренные (три-четыре раза в месяц), пассивные (один — два раза в месяц), случайные (один — четыре раза за предшествующие замеры пять месяцев), недавние (посещали кино один — три года назад), бывшие (не посещали более последних трех лет), и те, кто никогда не был в кино. Первые три группы зрителей составляли регулярную аудиторию. Вместе с четвертой группой эти зрители считались приобщенными к кино и составляли потенциальную аудиторию, остальные три группы — метааудиторию. Среди результатов исследований, использующих эту типологию — вывод о том, что среди активных зрителей больше всего молодежи, а среди малоактивных преобладают люди старше 30 лет<sup>2</sup>.

Классификации И. Иосифяна отличались от разработанных ВНИИ киноискусства. К потенциальной аудитории относились те, кто посещал кино не реже одного раза в год, а реальной аудиторией считались посетившие кинотеатр в течение месяца. «Киноспособные» зрители отсчитывались от населения старше 10 лет.

И. Лукшин, создавая «социальный портрет» кинозрителя, выделял четыре типа кинозрителей: социально-проблемный, ориентированный на фильмы с поучительными примерами поведения; информативный, больше всего ценящий в кино познавательный момент; мелодраматический, предпочитающий мелодраматические мотивы; экспрессивный, склонный к фильмам с необычными героями и исключительными событиями. Среди публики абсолютно преобладал первый тип (более половины зрителей), три остальных распределялись примерно поровну<sup>3</sup>.

Такая задача, как «изучение социально-эстетических типов реципиентов киноискусства», решалась А. Вахметсой, С. Плотниковым и Ю. Семеновым, а также И.Е. Кокоревым в несколько этапов. Для создания зрительской типологии была теоретически выстроена типология художественной культуры, ее четыре вида: классически-ориентированная, народно-традиционная, экспериментальная и массовая, которые в реальности взаимопроникают, предстают как некий конгломерат. На основании этой схемы авторы выделили шесть функций киноискусства — идейно-воспитательная, социального познания, просвещения, эстетическая, компенсаторная и развлекательная. Затем с помощью анкетного опроса выяснили мотивы посещения фильмов зрителями, увязав эти мотивы с той или иной функцией. С другой стороны,

попросили экспертов указать преобладающие функции, свойственные фильмам, которые названы людьми при опросе в качестве наиболее понравившихся. В итоге по ответам опрошенных о наиболее важных для них функциях киноискусства и преобладающих функциях понравившихся им фильмов выстраивалась зрительская типология. Зрители были поделены на два класса: отличающиеся активно-деятельным и пассивно-потребительским отношением к искусству. Первый класс делился на два подкласса — социально-культурное и компенсаторское отношение к искусству. И уже внутри этих градаций выделялись типы зрителей.

В том случае, если зритель ждет от фильма воплощения социальных норм поведения, положительных моральных примеров, то его восприятие авторы предложили называть «нормативно-ориентированным».

У «проблемно-ориентированного» зрителя отношение к кино «характеризуется доминирующим интересом к социальному познанию, к разрешению и постановке средствами искусства социальных проблем».

Если основным в отношении к искусству является стремление к просвещению, стремление приобщиться к общепризнанным культурным ценностям, то такого «реципиента» социологи назвали «ориентированным на престиж культуры»<sup>4</sup>. Для такого зрителя главным основанием оценки является общепризнанность положительных или отрицательных качеств фильма.

Эстетически ориентированный зритель ждет от фильма повышения уровня своего эстетического развития. Для него самым главным становится анализ художественного языка фильма.

Внутри компенсаторского типа отношения к кино выделялись «патетический», который ценит так называемую «нереальность», фантастическую романтику, и «сентиментальный», склонный соотносить увиденное на экране со своими личными интересами, с иллюзией «счастливой жизни», ограниченной рамками быта.

Внутри пассивно-потребительского отношения к искусству выделялись два подвида. Зритель, ориентирующийся на развлечение, видит в кино форму отдыха, принципиально ничем не отличающуюся от футбола и хоккея, хождения в гости и т.д., никак не соотносит содержание фильма с действительностью, ждет, чтобы его развлекали. Зритель, ориентированный на приключение, сочтет фильм удовлетворительным при наличии острого сюжета, захватывающих приключений<sup>5</sup>. Кроме того, при обработке материала были выделены еще два типа: эклектический (их оказалось 15,3 %) и ориентированный на продукцию «Таллинфильма» — видимо, он представлял интерес в силу того, что часть исследования проводилось в Эстонии; зрителей этого типа оказалось мало — 5,5 %. Наиболее распространенными типами явились ориентированные на престиж культуры (32,6 %), развлекающиеся (14,6 %), сентиментальные (12,7 %) и нормативно-ориентированные (11 %). Остальные типы совсем невелики, от 1,4 % до 2,8 % кинозрителей. Были написаны развернутые «портреты» каждого типа с характеристикой его социально-демографического состава, предпочитаемых им фильмов, масштабов посещаемости, обозначена соотношенность социально-эстетических типов кинозрителей с различными видами художественной культуры. На тех же исходных показателях строилась типология фильмов, что открывало перспективы сопряженного анализа двух типологий — зрителей и фильмов.

Предлагались и гипотетически построенные типологии, не опробованные в конкретно-социологических исследованиях. Такой была одна из первых типологий интереса к кино, разработанная Н. Лебедевым. В ее основу автор положил «эстетический потенциал», однако практически она была выстроена на разных критериях. Выделялись: 1) дошкольники и младшие школьники; 2) подростки до 16-17 лет; 3) «всеядные»; 4) поклонники развлекательного кинематографа; 5) зрители, воспитанные на классическом и современном реалистическом искусствах; 6) зрители с более широким диапазоном эстетических интересов; 7) киношобы<sup>6</sup>.

Особый интерес представляет подход, предложенный сотрудницей сектора социологии искусства ВНИИ искусствознания И.С. Левшиной. Обобщая идеи различных теоретических работ и результатов проводившихся в то время конкретно-социологических исследований, она предлагала свои подходы к типологизации кинозрителей. С другой стороны, ею был написан

ряд работ, адресованных широкому кругу читателей в жанре «разговор-исследование», то есть своего рода социологическая публицистика (прежде всего, опубликованная в 1978 году книга «Любите ли вы кино?»).

Видимо как раз особая открытость этого автора к аудитории помогла ей подойти к изучению кино с необычной в те годы стороны. Вот таким образом И.С. Левшина описала отличительную особенность своего подхода: «Главной функцией, «присутствующей всюду и везде», мы считаем для художественного фильма в массовой юношеско-молодежной аудитории функцию проведения досуга». «Социально-психологическое содержание» этой функции — «отдых и развлечение»<sup>7</sup>.

Дело в том, что из множества социальных функций фильма, И.С. Левшина предлагает рассматривать только существенные «с социологической позиции». А именно те, что «актуализируются в процессе общения массового зрителя с фильмом (а не те, которые имманентно присущи фильму); те, что существенны в реальной социальной практике (а не те, которые должны быть существенными по нашему априорному представлению); те, что объективируются в механизме массового зрительского общения с фильмом (а не те, которые могут быть зафиксированы на уровне особенного, частного, единичного)»<sup>8</sup>.

С учетом этого она выделяет следующие компоненты системы социальных функций фильма в массовой аудитории:

- 1) функция проведения досуга, понимаемого как отдых и развлечение;
- 2) функция познания и общения;
- 3) функция этико-эстетическая.

Главной системообразующей функцией фильма, как уже отмечалось выше, И.С. Левшина считает функцию проведения досуга «в понимании отдыха, разрядки, развлечения (т.е. восстановления моральных и физических сил — «рекреации»). По ее мнению, кино имеет четко выраженный «досуговый» (отдыхо-развлекательный) престиж и в общественном, и в обыденном сознании. И.С. Левшина приводит собственные данные, что в молодежной киноаудитории с неполным и средним образованием, а это по ее оценкам признаки почти 75 % киноаудитории конца 70-х гг. XX века, принципом отбора фильма из репертуара служит степень развлекательности.

В то же время, несмотря на преобладание рекреационной функции в современном кинематографе, для фильма как явления искусства специфической остается этико-эстетическая функция.

Итак, И.С. Левшина предложила следующую типологию массовой киноаудитории, выделив внутри нее «три типа-группы:

- 1) тип с преимущественной ориентацией на «чистое» проведение досуга (тождественного отдыху и развлечению);
- 2) тип с преимущественной ориентацией на познание и общение средствами кино (в свете проведения досуга);
- 3) тип с преимущественной ориентацией на этико-эстетическое переживание (в свете проведения досуга)».

Хотя такая типологизация очевидно носит условный характер (как и все типологии), основной принцип представляется интересным и верным. Нельзя не обратить внимание, что данная типология, в отличие от многих остальных, применима и в современных условиях функционирования кино.

Интересно, что И.С. Левшина активно использует понятие массовой коммуникации применительно к кинематографу, что несколько выделяется на фоне традиции советской социологии рассматривать кино, прежде всего, как вид искусства. По результатам серии конкретно-социологических исследований она также пришла к выводу, что в отличие от литературных интересов, ограниченных в рамках обязательной школьной программы, киноинтересы формируются «в процессе свободного и широкого эмоционального выбора». Это вывод и тогда казался неожиданным, и сейчас представляется несколько преувеличенным, но на определенные тенденции он, безусловно, указывает.

Стоит отметить, что развлекательно-рекреационная функция кино в настоящее время, вероятно, играет значительно большую роль, чем в советские годы. Сейчас даже технические особенности демонстрации фильмов в кинотеатрах направлены на то, чтобы зритель получил как можно более сильные эмоции при просмотре, при этом в максимально комфортных условиях. Однако при анализе результатов исследований 60-80-х годов заметно, что эта функция чаще всего оказывалась на «вторых ролях». И в отличие от И.С. Левшиной, большинство исследователей не склонны были считать ее основной.

Об этой проблеме еще в 1968 году высказали свое мнение авторы монографии «Кино и зритель». В своей работе они отмечают, что сами не склонны считать ответы «отдохнуть» и «развлечься» на вопрос о мотивах посещения кино чем-то «криминальным». Однако по их наблюдениям, «Молодой (да и не только молодой!) зритель подчас стыдиться сознаться, что он пришел в кино отдохнуть. Здесь сказывается и определенный максимализм, присущий молодежи, и отрицательное влияние нашего школьного воспитания, которое нередко боится признать гедонистическую функцию, присущую любому виду искусства.

Эти особенности психологии опрошенных нами зрителей следует принять во внимание, так как они сказываются на ответах, характеризующих соотношение «развлекательных» и «познавательных» мотивов посещения фильмов, несколько увеличивая, на наш взгляд, количество последних»<sup>9</sup>.

Второй принцип построения типологий, предполагающий характеристику сущностных особенностей человека для последующего выяснения отношения людей определенного склада к тому или иному виду искусства, фактически ставил вопрос о возможности обнаружить список признаков, максимально исчерпывающе описывающих человека как члена общества.

Подводя итог, можно выделить следующие основания для типологизации кинозрителей, использовавшиеся в отечественной социологии: по социально-демографическим признакам публики; по интенсивности интереса к кино, т.е. частоте посещений кинотеатров; по целям похода в кино; по мотивам просмотра фильма; по жанровым и стилевым предпочтениям; по особенностям интереса к различным аспектам содержания фильма; по уровню эстетической и интеллектуальной подготовки к восприятию и оценке кинокартины.

Некоторые из предлагавшихся типологий строились одновременно по разным принципам и это до сих пор приводит к путанице. К тому же, многие показатели трудно зафиксировать социологическими методами. Впрочем, нельзя не оценить тот факт, что авторы данных типологий, основываясь чаще всего на результатах собственных прикладных исследований, пытались представить обобщенную картину киноаудитории. Это порождало неточности, но зато в этих работах фиксировались интересные и полезные наблюдения, действительно характерные для значительной части зрителей.

В рамках современных исследований киноаудитории специалистов так же как и в советские годы интересуют социально-демографические показатели публики кинотеатров, ее запросы и жанровые предпочтения, а также пути расширения киноаудитории. Однако больше внимания стало уделяться выяснению уровня благосостояния респондентов, ведь многие из исследователей исходят из понимания кинозрителей как целевой потребительской группы.

## ГЛОССАРИЙ

**АДАПТАЦИОННЫЙ СИНДРОМ** - (от лат. adaptare - приспособлять) - англ. adaptation syndrom; нем. Adaptationssyndrom. Совокупность защитных реакций человека при стрессе. В А. с. различают стадии: тревоги (мобилизация защитных сил), приспособления к трудной ситуации (резистентность), истощения.

**АДАПТАЦИЯ СОЦИАЛЬНАЯ** - - англ. adaptation, social; нем. Adaptation, soziale.

Процесс активного приспособления индивида или группы к определенным материальным условиям, нормам, ценностям соц. среды.

**АККОМОДАЦИЯ** - (accommodation) — 1. (В расовых отношениях) процесс, в ходе которого этнические группы приспособляются к существованию друг друга и сосуществуют без потребности в решении основных различий и конфликтов (Ср. Ассимиляция) . 2. (В более широком смысле, например, в политике или в семейной жизни) индивидуальное или групповое поведение вышеупомянутого вида. 3. (В качестве, применяемом Чикагской школой, например, Парком и Берджессом, 1921) фундаментальный общественный процесс, аналогичный биологической адаптации, благодаря которому общества приспособляются к своей среде. Неопределенность и консерватизм такого толкования критикуются Мюрдалем и др. (1944). 4. (В теории детского развития Пиаже) один из механизмов, посредством которого достигается переход от одного состояния к следующему.

**АНТРОПОСОЦИОГЕНЕЗ** - — теория происхождения (становления) человека и общества.

**АНТРОПОЛОГИЯ СОЦИАЛЬНАЯ** - - англ. anthropology, social; нем. Sozialanthropologie. Первоначально (А. Р. Радклифф-Браун) - социол. исследование доиндустриальных обществ, ныне распространяется на изучение развитых обществ.

**АПАТИЯ СОЦИАЛЬНАЯ** - - англ. apathy, social; нем. Apathie, soziale. Крайняя форма соц. пассивности, отвержение любых форм полит. участия.

**АРТЕФАКТ** - (от лат. artefactum - искусственно сделанное) - англ. artefact/artifact; нем. Artefact. 1. Созданный человеком объект. 2. Обработанное доисторическим человеком орудие труда.

**АРХЕТИП** - (от греч. arche - начало и typos - образ) - англ. archetype; нем. Archetypus. 1. В позднеантичной философии - прообраз, идея. 2. По К. Г. Юнгу - изначальные, врожденные психические структуры, образы, составляющие содержание коллективного бессознательного и лежащие в основе общечеловеческой символики сновидений, мифов, сказок и др. созданий фантазии, в т. ч. художественной. 3. Наиболее древний, неизвестный текст, к к-рому восходят остальные тексты письменного памятника. 4. Гипотетически реконструируемая или фактически засвидетельствованная языковая форма, исходная для ее позднейших модификаций.

**АССИМИЛЯЦИЯ** - (от лат. assimila-tio - уподобление, слияние, усвоение, Ассоциации индекс приспособление) - англ. assimilation; нем. Assimilation. Одностороннее либо взаимное поглощение индивидов и групп другими группами, имеющее своим следствием отождествление культ, черт и характеристик самосознания составляющих группы индивидов. В отличие от аккультурации, предполагающей изменение культуры в результате контакта с другими культурами, А. ведет к полной элиминации культ, различий. В отличие от амальгамации А. не требует биолог. слияния групп. А. часто сопровождается явлением маргиналь-ности, свойственным группам и индивидам, утратившим связь со старой культурой, но не полностью воспринявшим черты новой культуры.

**БАРЬЕР СОЦИАЛЬНЫЙ** - англ. barrier, social; нем. soziale Barriere. Различные



факторы соц. организации в условиях соц. неоднородности, затрудняющие людям "извне" проникновение в определенные общества, классы, слои или группы, ограничивающие мобильность и разного рода отношения обществ, близости между членами соц. классов, слоев и групп.

БЕРГСОН АНРИ - (Bergson, Henri) (1859—1941) — французский философ, чьи работы о времени оказали заметное влияние на социологию. Во "Времени и доброй воле" (1889) он противопоставил время, постигаемое опытом повседневной жизни ("непрерывная продолжительность"), — времени, каким оно представляется в научной сфере.

БИХЕВИОРИЗМ СОЦИАЛЬНЫЙ - - одно из ведущих направлений в амер. психологии и социологии, буквально - наука о поведении. Методологич. предпосылками Б.с. явились принципы позитивизма, согласно к-рым наука должна описывать только непосредственно наблюдаемое. В зарубежной социологии и психологии существуют различн. теории Б.с. Это теория "стимул - реакция", теория "поля", различн. "психотерапевтич." теории и теории "соц. обучения". Теория "стимул - реакция" рассматривает соц. поведение как реакцию организма на внешние стимулы. Б.с. сводил все обществ. явления и процессы к взаимодействию между стимулами, воздействующими на человеческий организм, и реакциями этого организма. Принципиальным для Б.с. является отказ от признания любых внутренних психологич. звеньев, опосредствующих реакции человека, и сведение объяснения поведения человека к однозначной жесткой схеме "стимул - реакция" (S - R). То, что происходит в самом организме, бихевиористов не интересует.

ДЕПРИВАЦИЯ СОЦИАЛЬНАЯ - - ограниченный доступ к социальным благам для низших слоев общества при неограниченном - для высших.

ДЕСОЦИАЛИЗАЦИЯ - процесс, обратный социализации: утрата индивидом социальных ценностей и норм, сопровождающаяся его отчуждением от своей группы.

ИНТЕЛЛИГЕНЦИЯ - - общественный слой людей, профессионально занимающихся умственным, преимущественно сложным, творческим трудом, развитием и распространением культуры.

МАССОВАЯ КУЛЬТУРА - - понятие, которое используется для характеристики современного культурного производства и потребления. Это производство культуры, организованное по типу массовой, серийной конвейерной индустрии и поставляющее такой же стандартизированный, серийный, массовый продукт для стандартизированного массового потребления. Массовая культура — специфический продукт современного индустриального урбанизированного общества. Различные направления ее анализа были тесно связаны с соответствующими вариантами теории массового общества. Критический анализ массовой культуры акцентировал в ней характеристики "низкой", примитивной культуры, "культуры масс", создающей угрозу "высокой культуре", или подчеркивал использование элитами массовой культуры, возбуждающей "низменные инстинкты" для духовной эксплуатации масс, массовой стандартизации и обезличивания. При более оптимистических подходах массовая культура рассматривалась как в целом вполне удовлетворительная форма культуры, характерная для зрелого индустриального общества с высоким уровнем образования, высоким



уровнем жизни, с развитой системой массовых коммуникаций.

**ОБЩЕСТВА МАССОВОГО ТЕОРИИ** - - англ. society, mass, theories of; нем. Theorie von der Massengesellschaft. Теории, рассматривающие массовость в качестве решающей характеристики всех процессов и явлений современного общества и объясняющие его специфику. Явления, обусловленные "массовостью" общества, подвергаются критике, с одной стороны, с позиции элитаризма (Ф. Ницше, О. Шпен-глер, Х. Ортега-и-Гассет) , опасяющегося деспотизма масс, а с другой стороны, с либеральных и лево-радикальных позиций (К. Маннгейм (Ман-хейм), Д. Рисмен, Ч. В. Миллс), обращающих внимание на процессы отчуждения и манипуляцию масс элитами, в то время как ряд социологов (Д. Мартиндейл, Д. Белл, Э. Шилз) утверждают, что происходят процессы интеграции масс и становления однородности общества.

**ОБЩЕСТВО ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ (ОБЩЕСТВО МАССОВОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ)** - понятие, не имеющее строгого теоретич. или прикладного, эмпирич. характера, оформившееся в амер. соц. мысли второй половины 40-х - начала 50-х гг. О.п. связано в обыденном сознании с определенной степенью развития производства, обеспечивающего для каждого члена об-ва высокий жизненный уровень. Коррелятом идеи О.п. явилось распространение обновленной экономич. теории Д. М. Кейнса с ее акцентом на проблеме спроса, а также теории и практики "об-ва всеобщего благосостояния" (соответственно представлений о соц. - а не личной - ответственности людей за тяжелое материальное положение малоимущих слоев). Индивидуальное потребление тем самым выступило в обществ. сознании важным показателем "гуманности" и "справедливости соц. устройства ("недопотребление" является сегодня устойчивым признаком маргинальности). Связь О.п. с "об-вом всеобщего благосостояния" подвергается резкой критике в концепциях неоконсерватизма. В.П. Терин.

**СИТУАЦИЯ СОЦИАЛЬНАЯ** - -англ. situation, social; нем. Situation, soziale. Совокупность соц. факторов, влияющих на поведение, чувства и представления индивида или группы в системе взаимодействия в определенный период времени.

**СОЦИОЛОГИЯ ИСКУССТВА** - - область социологии, связанная с изучением массовых процессов, происходящих на уровне связей профессионального искусства и других аспектов социокультурной жизни; институционализации искусства в рамках соц. структуры; структуры художественной культуры и искусства как ее профессиональной составляющей. Состоит из следующих разделов. 1. Массовые социокультурные процессы, обусловленные искусством. В этом разделе Си. осуществляется анализ количественного и качественного состава аудитории, публики, т. е. субъектов восприятия искусства, зрителей, читателей, слушателей, не являющихся профессиональными деятелями искусства. Рассматриваются распределения публики по интересам к различн. видам и жанрам искусства: по соц. классам и слоям; по соц.-демографическим характеристикам; по типам поселения. Такая информация дает основания для выдвижения и проверки гипотез о причинах предпочтения различн. слоями публики различн. видов, жанров, произведений искусства; о функциональных зависимостях между художественными предпочтениями и дифференцированными социокультурными характеристиками публики; о социокультурных последствиях распространения определенных видов, жанров, художественных направлений искусства. Получаемые с помощью таких

исследований рез-ты имеют фундаментальное и прикладное значение. Фундаментальные аспекты связаны с решением проблем: формирования и динамики массовых предпочтений в сфере искусства; моды на виды, жанры, художественные направления в искусстве; динамики влияния искусства в обществе в соответствии с другими областями культуры - выявлением соц. факторов и механизмов, обуславливающих подобного рода феномены. Прикладные аспекты связаны с возможностью учитывать дифференциальные предпочтения публики в сфере искусства при разработке и реализации культурной политики различн. уровней.

2. Институциональный анализ искусства. Рассматриваются институциональные формы, в к-рых искусство существует в обществе. Речь идет об ин-тах, в рамках к-рых осуществляются создание произведений искусства, их распространение в обществе, подготовка профессиональных художников, объединение деятелей искусства по профессиональным интересам. Институциональные аспекты создания произведений искусства связаны с решением вопросов о статусе профессионального художника в об-ве, об отношении между художником и заказчиком, о соотношении понятий "соц. заказ" и "свобода творчества" и т. д. Институционализация распространения произведений искусства в об-ве предполагает рассмотрение структурных единиц, в функции к-рых входит представление произведений искусства широкой общественности, т. е. таких учреждений культуры, как музеи и выставочные залы, филармонии, театры, библиотеки, кинотеатры; а также художественных рубрик в средствах массовой информации; официальных и неофициальных каналов распространения произведений искусства на уровне торговли и обмена между коллекционерами. Изучение ин-тов профессиональной подготовки художников подразумевает все ступени художественного образования в об-ве от начальной школы до высших профессиональных учебных заведений. Анализируются их структуры, содержание образовательных курсов, возможности апробации полученных профессиональных знаний и навыков. Рез-ты анализа оцениваются с точки зрения их соответствия целям подготовки художественной элиты или массового художественного образования. Получаемые с помощью таких исследований рез-ты могут иметь фундаментальное и прикладное значение. Фундаментальное значение связано с выявлением специфики институциональных процессов в сфере искусства по сравнению с другими специализированными областями культуры и ее обыденным уровнем; механизмов институционализации ценностей и норм художественной культуры, соц. отношений в сфере искусства и между искусством и более широким социокультурным контекстом. Прикладные возможности связаны с определением целесообразности и путей институционализации определенных процессов, происходящих в художественной культуре, с включением определенных институциональных структур в сферу культурной политики.

3. Структура художественной политики и место искусства в ней. В рамках этого раздела исследуются структурные составляющие художественной культуры от профессионального уровня создания (художники), распространения (работники учреждений культуры), интерпретации (художественная критика, искусствоведение) до тех слоев публики, к-рые реально или потенциально имеют (или могут иметь) регулярные контакты с искусством. Анализ структуры художественной культуры позволяет также выявить социокультурные формы, в к-рых существуют сообщ-ва профессиональных деятелей искусства (художники, критики, искусствоведы), знатоков и любителей искусства, различн. слоев публики с разным уровнем художественной компетентности. В этом случае речь идет о выявлении соц. аспектов - стратификационных, демографических, региональных - структуры художественной культуры и влияния на форму и

содержание происходящее в ее рамках процессов.

**СОЦИОЛОГИЯ МАСС-МЕДИА** - направление социологии, изучающее масс-медиа как социально-культурный феномен. Рассматриваются различные аспекты функционирования производства, распространения, получения сообщений масс-медиа. С.М.-М. развивается как направление исследований, концентрирующее внимание на административных, идеологических и культурных аспектах воздействия масс-медиа на социум. С.М.-М. тесно связана с эмпирическими исследованиями, сбор и анализ которых является базовой составляющей изучения масс-медиа. В рамках данного подхода можно определить несколько стратегий изучения масс-медиа. Последователи М. Вебера анализируют и выстраивают систему значения рациональной составляющей в культурной деятельности. Акцентируя внимание на вопросах организации работы масс-медиа, их включенности в социальную сферу, встроенности в социальный организм. Сторонники концепции разработанной Э. Дюркгеймом, заняты исследованием общественного восприятия содержания масс-медиа. Анализируя методы формирования коллективных представлений (проблема манипулирования общественным мнением) и рассматривая возможность объединения людей посредством медиа (интегрирующая функция). Марксизм изучает символические значения текстов масс-медиа, рассматривая последние через призму взаимоотношений базиса и надстройки, при этом масс-медиа относятся к надстройке. В соответствии с неомарксистскими традициями Франкфуртской школы (М. Хоркхаймер - , Т. Адорно - ), концепцией А. Грамши, работой Бирмингемского центра "культурных исследований" (С. Холл - , Р. Уильямс - ) повышается внимание, уделяемое масс-медиа при формировании и развитии культуры. Масс-медиа рассматриваются не только как "рупор" власти для пропаганды доминирующей идеологии, но и как часть и даже характеристика культуры. Теоретические исследования С.М.-М. представляют собой попытку создания моделей, которые бы описывали закономерности функционирования и прогнозировали перспективы развития масс-медиа. Это такие концепции как информационного общества, теория "всемирной деревни" (М. Маклюэн - ). Для изучения масс-медиа С.М.-М. использует различные эмпирические методы: мониторинг, контент-анализ, рейтинговые методики. Самой популярной формой отчета об исследовании масс-медиа является рейтинг. Это можно объяснить спросом на такой формат данных, который является наиболее удобоваримым для специалистов сферы рекламы и маркетинга (основных потребителей С.М.-М.). К рейтинговым показателям относятся Share (процент аудитории, привлеченной масс-медиа в течение определенного времени) и Reach (количественный показатель, отражающий размер аудитории за определенный отрезок времени). Можно выделить несколько проблем С.М.-М. в методологическом и теоретическом плане. Так при всем разнообразии применяемых С.М.-М. методик, ни одна из них не затрагивает проблему интерпретации сообщений, в результате эта важная составляющая процесса массовой коммуникации, просто выносится за рамки рассмотрения.

**СТАТИСТИКА КУЛЬТУРЫ** - отрасль статистики, изучающая работу учреждений культуры и искусства: библиотек, учреждений культуры клубного типа, музеев, художественных галерей и выставочных залов, театров, концертных организаций, парков культуры и отдыха, цирков, зоопарков, киноустановок, отражающая выпуск книжной, журнальной и газетной продукции. Система показателей характеризует основные направления деятельности этих учреждений, состояние их материально-технической базы, количественный

и качественный состав работников.

**ЭНТРОПИЯ** - (от греч. entropia - поворот) - англ. entropy; нем. Entropie. 1. Мера внутренней неупорядоченности системы. 2. В кибернетике и теории вероятностей - меране-определенности случайной величины. 3. В биологических системах - термодинамическая характеристика состояния биологической системы.

**ЭПОХА** - (от греч. epochs - остановка, прекращение, удержание) -англ-еросН; нем. Erosche. Продолжительный период времени, характеризующийся значительными событиями, явлениями, процессами в природе, обществе, науке, искусстве, определяющими его своеобразие (эпоха Возрождения, эпоха электроники, эпоха социализма) .

**ЮНГ КАРЛ ГУСТАВ** - (Jung, Carl Gustav) (1875-1961) - психолог. Родившись в Швейцарии и получив медицинское образование, он был психиатром и поклонником Фрейда. Однако в "Психологии подсознательного" (1912) стали очевидными его личные разработки, далекие от психоанализа, и он дистанцировался от Фрейда, а его последующая работа вышла под названием "Аналитическая психология" . Он много путешествовал, наблюдая африканцев, индейцев Америки, индийцев Востока, и посетил ряд стран Европы. Обширные познания Юнга в религии, мифологии, философии и символизме многих культур нашли отражение в его теории коллективного подсознания. Согласно ей, самые глубокие уровни подсознания содержат унаследованные архетипы — идеи или символы, общие для всех культур, которые проявляются в мечтах, мифах и историях. Психология Юнга имеет тенденцию к мистическому, что, возможно, объясняет его популярность в последние годы. Его терапевтический метод предполагал помощь пациентам во вхождении в контакт с внутренними живительными силами, в коллективном подсознании. Его самое специфическое влияние на психологию и анализ включает введенные им термины интроверсия и экстраверсия для описания характеристик личности; тест словесной ассоциации; понятие комплексов личности, происходящих из эмоций или идей и проявляющихся через ассоциацию слов либо толкование снов.

**ЯЗЫКОВЫЕ ИГРЫ** - (language games) — концепция языка на основе подобия набору различных "игр": шахмат, футбола, детских игр и т.д., поскольку каждая регулируется своими "правилами", помещена в различные формы жизни, имеющие весьма общие "семейные сходства" в целом (Витгенштейн, 1953). Согласно Витгенштейну, мы не можем делать полезные обобщения о языке, а просто должны замечать, что его использование вытекает из правил и практики, которые действуют в определенного рода словоупотреблениях (например, шутках, приветствиях, рассказах, равно как в науке и философии) и в определенном социальном контексте. Подобно многим играм, у языков, рассматриваемых как управляемых правилами действий, есть и другая особенность. Хотя правила почитаются, к ним нужно относиться не рабски, а с определенной интерпретацией. Это еще одно измерение явно "релятивистской" и неотъемлемо неуниверсалистской природы языка, изображенной "второй" философией Витгенштейна, по-разному толковавшейся последующими философами и социологами.

## Рекомендуемая литература

### Основная литература:

1. Кравченко А. И.

Социология : Учеб. / А. И. Кравченко. - 8-е изд. - М. : Академический проект; Фонд "Мир", 2005. - 507,[1]с. - (Сер. "Gaudeamus"). - Библиогр.: с.492-502. - ISBN 5-8291-0479-2 : 110-. - ISBN 5-902357-19-5.

2. Воденко, М. О.

Герой и художественное пространство фильма: анализ взаимодействия [Электронный ресурс] : учеб. пособие / М. О. Воденко ; Всерос. гос. ун-т кинематографии им. С. А. Герасимова. - М. : ВГИК, 2011. - 119 с. - Библиогр.: с. 117-118. - ISBN 978-5-87149-128-7. Гук, А. А.

3. История любительского кино-, фото- и видеотворчества [Электронный ресурс] : учеб. пособие / А. А. Гук ; Гук А. А. - Кемерово : Кемеровский государственный университет культуры и искусств, 2012. - 89 с. - Базовая коллекция ЭБС "БиблиоРоссика". - ISBN 978-5-8154-0234-8.

4. Вишняков, С. А.

Культура России в историческом ракурсе: архитектура, литература, живопись, музыкальное искусство, театральное искусство, кинематограф, современное культурное пространство [Электронный ресурс] : учеб. пособие / С. А. Вишняков. - М. : Флинта, 2012. - 60, [1] с. - (Русский язык как иностранный). - ISBN 978-5-02-037672-4 (Наука). - ISBN 978-5-9765-1117-0 (ФЛИНТА) : б. ц.

### Дополнительная литература:

1. Соколов К. Социология искусства в XX1 веке : смена парадигмы и новые пути. В кн. : Теория художественной культуры. Вып. 6., М., 2005.

*При осуществлении образовательного процесса по дисциплине используется следующая информационная справочная система: электронно-библиотечная система elibrary.*

Доступ в ЭБС:

ЛАНЬ Договор с ООО «Издательство Лань» Режим доступа [www.e.lanbook.com](http://www.e.lanbook.com) Неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

ЭБС ЮРАЙТ, Режим доступа [www.biblio-online.ru](http://www.biblio-online.ru) Неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

ООО НЭБ Режим доступа [www.eLIBRARY.ru](http://www.eLIBRARY.ru) Неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

ЭБС Рукопт Режим доступа <https://lib.rucont.ru/> Неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

ЭБС Универонлайн. Режим доступа <https://biblioclub.ru/> Неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

ЭБС IPR Smart <https://www.iprbookshop.ru/> Неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей