

НАУЧНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ: РАБОТЫ МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ

DOI: 10.17805/zpu.2025.2.15

Современный отечественный фильм в оценках кинозрителей и киноэкспертов

Д. С. ПАВЛЮЧЕНКО

ИВАНОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Статья посвящена анализу оценок современного кинематографа России жителями страны. Сейчас большинство государств осознали возможности СМИ как механизма реального социального воздействия на жителей. Российская Федерация также реализовывает свою политику, используя все ресурсы реального воздействия на общество, включая и средства кинематографа. По этой причине важно учитывать мнение о состоянии современного кинематографа конечных потребителей российского кино.

В статье выявлены существенные различия между восприятием отечественного кинематографа непосредственно зрителями и экспертами; показано, на чем основываются эти различия. Также приведены мнения двух основных категорий зрителей, подчеркивающих, соответственно, достоинства и недостатки российского кино. В заключении приведены рекомендации экспертов, которые могли бы значительно повысить уровень отечественного кинематографа.

Ключевые слова: кинематограф; российское кино; американское кино; кинозритель

ВВЕДЕНИЕ

Кинематограф — один из самых доступных и распространенных видов искусства; без него в настоящее время жизнь людей едва ли представляется возможной (Мартыненко, 2023: 122). В нашей стране кинематограф появился более века назад, и за это время жизненная реальность описывалась в том числе благодаря созданным киномеханизмам, а сами возможности готового кинопродукта стали использоваться для достижения значимых для страны целей (воспитательных, идеологических и т. д.). Если в начале XX в. кинематограф был средством развлечения, то уже при И. Сталине кино стало средством образования и пропаганды (Макарова, Свиричевская, 2022: 35). В период современной России, в конце прошлого столетия, кино, как и другие сферы общественной жизни, находилось в упадке. Но уже в 2005 г. В. В. Путин объявил, что российский кинематограф смог возродиться, что неудивительно, ведь в тот момент времени современные отечественные фильмы стали превосходить зарубежные фильмы по числу зрителей и объему кассовых сборов (Норрис, 2024: 9). С этого времени стала формироваться устойчивая связь между национальным кино и государством. Министерство культуры каждый

год определяет список направлений для кинопроизводства, представляющий общественный запрос (Приказ Минкультуры России ... : Электронный ресурс). При создании кинофильмов из установленного реестра министерство может определить уровень государственного финансирования производства кинофильмов необходимой направленности. Так, в 2024–2025 гг. в установленном перечне был сделан акцент на создании фильмов, посвященных семье, истории, патриотизму, науке и другим главным ценностям россиян.

Вполне вероятно, что все развитые государства осознали исключительные возможности кинематографа. Кино стало своеобразным средством массовой информации (М. Маклюэн называл кино не иначе как «горячим» средством коммуникации (Маклюэн, 2019: 35)), механизмом социального воздействия. Социологи П. Лазарсфельд и Р. Мертон заявляли, что СМИ необходимо обществу по ряду причин: во-первых, для сохранения и распространения социальных норм, во-вторых, СМИ способствуют транслированию социально одобряемого поведения и присвоению социального статуса (Лазарсфельд, Мертон, 2003: 234–257). Таким образом, можно сказать, что использование возможностей кинематографа как средства коммуникации обусловлено их общественной важностью и даже необходимостью (Кочарян, 2024).

Кинематограф как институт — уникальное социокультурное явление. Р. Барт одним из первых обратил внимание, что кино — это «тайник», где человек может найти себя (Барт, 2016: 73). К настоящему моменту существует несколько подходов к его изучению. Один из них — теория «стадии зеркала». Один из представителей данного подхода — Ж. Лакан отмечал, что кино — своеобразный вход человека в жизнь, где «любой контакт зрителя с фильмом обуславливается актом идентификации» (Лакан, 1997: 8). Другой яркий представитель этой теории — немецкий исследователь З. Кракауэр. Он считал, что кинематограф «делает весь земной шар нашим родным домом» (Кракауэр, 2024: 451), отражая в себе наши идеи, мысли и представления, которые в дальнейшем будут разделяться всеми кинозрителями. Среди представителей структурно-семиотической теории кинематографа можно выделить Д. Прокопа, который называл кино способом распространения ценностных ориентиров (Ргокор, 1982: 236–237).

Поэтому точка зрения современного российского социолога М. Жабского, считающего российский кинематограф средством трансляции идей, ценностей, культуры от поколения к поколению (Жабский, 2005: 44), представляется более чем обоснованной. Такая трансляция происходит благодаря существованию устойчивой связи киноэкрана и кинозрителя; последний испытывает удовольствие, чувствуя идейную близость с демонстрируемыми в кадре персонажами. Социолог полагает, что «зритель склонен подсознательно искать себя на экране» (там же: 445). Таким образом, можно сказать, что кинематограф — один из важнейших каналов влияния на киноаудиторию, а значит, и на все общество.

В настоящее время российское общество разделяет такое понимание и осознает всю важность кинематографа как системы социального воздействия. В начале нынешнего века государство весьма активно формировало моду на российское кино (так, 2016 г. был посвящен российскому кино), пытаясь создавать новые кинопродукты, которые соответствовали бы мировому, прежде всего американскому, уровню. Но из каких составных элементов состоит ценность готового кинопродукта? М. Жабский уверен, что один из таких компонентов — зрительское признание

(социальная ценность), индикатор которого — положительная оценка кинофильма и степень позитивного воздействия на общество. А в отношении готового фильма — его конкурентоспособность на фоне других продуктов киноиндустрии (Жабский, 2013: 109). Именно этот компонент и будет находиться в основе нашего анализа. Таким образом, цель нашего исследования — анализ оценки социальной ценности современного отечественного кинематографа с позиций зрителей и экспертов.

Материалами для этого исследования послужили результаты нескольких исследований: пилотажное онлайн-анкетирование для выявления культурных особенностей кинозрителей Российской Федерации (март — апрель 2024 г., $n = 210$, удобная (вероятностная) выборка), персонализированное онлайн-интервью (апрель 2024 г., $n = 90$, отбор среди респондентов пилотажного исследования) среди взрослого населения и экспертный опрос (сентябрь — октябрь 2024 г., $n = 9$, выборка методом «снежного кома»).

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Перед тем как пытаться разобраться в поставленной нами исследовательской проблеме, необходимо было доказать, что население смотрит и любит кинофильмы. Для этого в наших исследованиях мы задавали вопрос о предпочтениях граждан. Подавляющее большинство респондентов в реализованных нами опросах, смотрят фильмы, созданные в нашей стране. Кроме того, большинство из них уверены в том, что посмотреть киноленты отечественного производства просто необходимо:

«Я смотрю наше кино потому, что эти фильмы “про нас”, оно показывает меня... Они транслируют наши ценности. По этой причине наши фильмы для меня интереснее... События, показываемые в фильме, встречаются в нашей жизни, я и сам лично переживаю подобное сюжетам в фильмах... Кинофильмы нашей страны снимаются на родном для меня языке, что делает их более понятными» (Иван, 27 лет).

«Я смотрю больше наши фильмы, они мне привычнее... Мои друзья советуют много зарубежного. Поэтому, чтобы быть осведомленным, приходится смотреть и их тоже» (Татьяна, 55 лет).

После анализа ответов на этот вопрос мы можем сказать, что современный отечественный кинематограф имеет своего зрителя среди представителей всех демографических групп (информанты объясняли это тем, что в нем отображаются привычные людям социальные реалии, язык и культурные компоненты, что понятны всем гражданам без исключения), а значит, кино имеет возможности влияния на общество. По этой причине в реализованном нами онлайн-опросе мы решили узнать у респондентов, какие функции, с точки зрения респондентов, способен выполнять отечественный кинематограф (табл. 1).

Анализируя результаты опроса ($n = 210$), мы можем сказать, что россияне не очень высоко оценивают функциональные возможности кинематографа в нашей стране. На общем фоне лучше всего современным российским фильмам, по мнению участников опроса, удастся транслировать российскую идеологию и ценности, кроме того, кино также помогает провести время с семьей. Таким образом, в кино в настоящий момент, по мнению людей, удовлетворяются две важные потребности: транслирование общественных ценностей (идеалов) и реализация се-

Таблица 1

ЗАДАЧИ, РЕШАЕМЫЕ СОВРЕМЕННЫМ ОТЕЧЕСТВЕННЫМ КИНЕМАТОГРАФОМ,
СРЕДНИЕ БАЛЛЫ

Table 1

TASKS SOLVED BY MODERN DOMESTIC CINEMATOGRAPHY, AVERAGE SCORES

<i>Перечень задач</i>	<i>Средние баллы</i>	<i>Ранг</i>
Транслирует современную российскую идеологию и ценности страны	3,24	1–2
Помогает провести время с семьей	3,24	1–2
Расслабляет, отвлекает от жизненных проблем	3,19	3
Сохраняет историческую память страны	2,90	4
Показывает актуальные общественные проблемы	2,72	5
Объединяет людей, группы, все общество в целом	2,69	6
Передает актуальную информацию о жизни общества	2,54	7

мейного досуга. Такой выбор, на наш взгляд, объясняется политикой руководства страны (вопросы финансирования и выбора тем кинофильмов, как писали ранее, неслучайны в Российской Федерации) в вопросах выбора актуальных тем для производства и кинопоказов. Оценки экспертами современного кинематографа оказались значительно выше, чем у типичных зрителей: абсолютно все эксперты назвали кинематограф зеркалом общества, способным транслировать ценности, показывать актуальные социальные проблемы, сохранять культуру страны (причины подобных различий разберем ниже).

Изучение кинопредпочтений — важный индикатор уровня развитости кинематографа в стране, по этой причине мы не могли обойти этот вопрос стороной. В результате проведенного опроса ($n = 210$) было установлено, что почти половина опрошенных нами респондентов не обращает внимание на страну — производителя кинофильма (45,4%). Тем, кто при выборе киноленты обращает внимание на страну-производителя, мы задавали дополнительный вопрос о том, фильмам каких стран они отдают предпочтение при выборе нового фильма для просмотра (при этом мы разрешили выбрать одну или две страны). В ходе этого опроса было установлено, что лидерами кинопредпочтения у опрошенных респондентов стали США и Россия (41,5 и 26,3% соответственно), 11,7% отдают предпочтение Великобритании, 9,8% — Франции, 6,8% — Корею, а вот остальные страны (Германия, Китай, Турция и т. п.) выбирали значительно реже (на каждую из указанных стран приходилось менее 2% респондентов). Это объясняется числом выданных прокатных удостоверений. В последнее время разрешение на показ кинофильма чаще всего выдают кинокомпаниям США и России (открытые данные сервиса kinometro.ru (Статистика: Электронный ресурс)).

По причине того, что фильмы разных стран рассчитаны на разные киноаудитории, нами дополнительно задавался вопрос в отношении мнения людей о возможном различии кинофильмов современной Российской Федерации и кинофильмов других стран. Участники нашего исследования должны были выбрать одну из двух предложенных альтернатив: согласиться или не согласиться с тем, что современ-

ное отечественное кино находится на уровне, соответствующем советскому и зарубежному кинематографам. Больше половины ответивших участников опроса (62,9%) отметили, что, на их взгляд, кинематограф СССР отличается от современного российского кинематографа не в лучшую сторону. Ровно половина опрошенных нами респондентов (50,0%) исследования полагали, что кино, созданное в нашей стране, отличается от кинофильмов других стран тоже в негативном смысле.

Кроме того, в нашем втором исследовании, в персонализированном онлайн-интервью, мы решили узнать, какие отличия кинематографов находят зрители. Для удобства сопоставления результатов двух опросов составили таблицу, где первый и третий столбцы с данными количественного исследования, а второй и четвертый — с результатами качественного (табл. 2).

Кроме отличий, указанных в таблице, респонденты (2,4%, $n = 210$) также отмечали, что, по их мнению, советское кино не было пошлым и вульгарным, в отличие от современного кино. А в отличие от современного зарубежного кинематографа (3,3%, $n = 210$) несколько опрошенных информантов заявили, что российское кино, по их мнению, не получает достаточного финансирования со стороны государства.

Таблица 2

ОТВЕТЫ РЕСПОНДЕНТОВ НА ВОПРОС ОБ ОТЛИЧИЯХ
СОВРЕМЕННОГО РОССИЙСКОГО КИНОФИЛЬМА ОТ...

Table 2

RESPONDENTS' ANSWERS TO THE QUESTION ABOUT
THE DIFFERENCES BETWEEN MODERN RUSSIAN FILM AND...

<i>советского фильма</i>		<i>зарубежного фильма</i>	
<i>Результаты пилотажного исследования (n = 210)</i>	<i>Результаты интервью (n = 90)</i>	<i>Результаты пилотажного исследования (n = 210)</i>	<i>Результаты интервью (n = 90)</i>
17,1% респондентов ответили, что, на их взгляд, советское кино было более качественное	«В советском кино были отличные сценарии и режиссура, а также отлично подобранный актерский состав» (ж., 20 лет). «Советское кино было не ради фильма, а ради эстетики, концепции, вклада в искусство» (м., 60 лет). «Советские кинокафетинки были проработанные... Что ни реплика героя, то готовая цитата. В российском кино нужно сначала долго вспоминать, что процитировать» (м., 18 лет)	14,3% информантов отметили, что зарубежное кино, с их точки зрения, более качественное	«В российском кино в настоящий момент — полное отсутствие действительно качественных сценариев...» (ж., 45 лет). «Посредственное качество монтажа, сценария, подбора актерского состава, продвижения [у российского кино]» (м., 40 лет). «Современные российские фильмы про псевдоценности... В зарубежных фильмах, сюжет, игра актеров значительно выше» (ж., 33 года)

5,7% опрошенных респондентов обратили внимание, что в СССР в фильмах было больше идеологии и цензуры	« <i>Советский кинематограф тоже разный. Есть военная тема и фильмы “оттепели”, там очень большая советская пропаганда...</i> » (м., 62 года). « <i>Советский кинематограф умудрялся при жестком цензе оставаться искусством, современный [кинематограф] так не умеет</i> » (м., 18 лет)	8,1% опрошенных респондентов отметили, что в российском кино, на их взгляд, больше цензуры	« <i>В российском кино в настоящее время есть жесткая цензура, запрет показа многих важных тем, эзопов язык</i> » (ж., 22 года)
3,3% участников отметили, что советское кино, на их взгляд, было более близкое и доступное	« <i>В советском кино больше душевности и сопереживания</i> » (ж., 24 года)	7,8% участников ответили, что российское кино понятнее для зрителей	« <i>Здесь Русский дух — здесь Русью пахнет!</i> » (ж., 50 лет). « <i>Российский кинематограф в большей степени сфокусирован на проблемах, характерных для страны, и тяжелее переносится на реалии других государств</i> » (м., 18 лет)

Таким образом, большая часть опрошенных нами информантов обнаружили существенные отличия российского кино от советского и зарубежного. Можно сказать, что отличия в полученных оценках, разделились: часть опрошенных назвала выигрышные достоинства российского кино (как, например, отражение российских ценностей, реалий жизни и т. п.) на фоне других фильмов, но все же большая часть участников исследования акцентировала внимание на слабых сторонах отечественного кинематографа (некачественная работа создателей картин, наличие цензуры, недостаточное финансирование и т. п.). На наш взгляд, подобные ответы объясняются тем, что люди в нашей стране видят множество отечественных кинофильмов различного уровня и содержания, тогда как зарубежные фильмы показывают преимущественно хорошего качества, ориентированные на достижение коммерческого успеха. Возможно, именно этой причиной объясняется низкая оценка зрителями уровня российского кинематографа.

Неужели такой пессимистичный взгляд на кино у всего общества? Мы решили проанализировать мнения специалистов киноиндустрии о состоянии отечественного кинематографа в нашей стране. Что удивительно, в отличие от опрошенных россиян, все проинтервьюированные нами эксперты дают очень высокую оценку современному отечественному кинематографу. Причем они заявляют, что российское кино не уступает зарубежному кинематографу — ни по техническому, ни по содержательному компонентам.

«Я считаю, что наше современное кино на хорошем уровне. В последнее время распространён миф, что современное российское кино хорошо не снимают, благодаря различным СМИ. В нашем кино одна очень серьёзная проблема — большой разрыв между авторским кино и массовым кино...»

(Сценарист, Москва)

Тогда мы решили выяснить у экспертов: если отечественное кино оценивается ими так высоко, то почему зрители страны оценивают его как «второсортное» на фоне фильмов СССР или США.

«Сейчас выпускают множество проектов телеканала “Россия”, создающихся, как я называю, «широкими мазками». Например, истории про девушек, переехавших в Москву, что встречают миллионера на улице, потом между ними завязываются отношения... Постоянно какие-то действия: переехала, погуляла, встретила, поцеловала и т. п. Сейчас такого стало много. Но это не все кино нашей страны, есть и качественные кинопроекты...»

(Кастинг-директор, Москва)

Эксперты смогли дать объяснение низкой оценке отечественного кинематографа населением страны. Главная причина, на их взгляд, кроется в большом распространении массового кино (прежде всего кинопродуктов для телеканалов). Будучи массовым и доступным, оно транслирует уже хорошо известные и понятные всем вещи, с которыми люди сталкивались в других фильмах и которые не представляют для них уже никакой исторической или культурной ценности. Такие фильмы также нужны обществу, но необходимо производить и качественное новое кино. Эксперты уверены в том, что в отечественном кино не хватает именно уникальных, качественных проектов. Кроме того, по их мнению, население не знает об образцовом (признающемся в мире) авторском кино.

«Я бы посоветовал кинематографистам больше общаться с реальными людьми в регионах, потому что сценаристы, которые пишут сценарии, они же с людьми почти не общаются, они их не знают. А так поймут, что любят люди, о чем они думают и на чем нужно делать больший акцент»

(Кинооператор, Москва)

Кроме того, возможно, дело в том, что авторские проекты зачастую не имеют достаточных средств на рекламу и маркетинг, а ориентированы на относительно узкий круг аудитории, что также приводит к низкой информированности людей о новых выпущенных кинокартинах.

Кинематографисты смогли дать рекомендации тем, кто снимает и/или принимает решение о съемках нового кинофильма. Все рекомендации можно условно поделить на два типа: часть экспертов отмечает, что кинематографу не хватает творческой свободы и самовыражения; другая часть поддержала точку зрения, согласно которой нужно делать кино более доступным и близким финальному потребителю. Устранить первое ограничение едва ли представляется возможным в ситуации определения вопросов финансирования кинофильмов. Хотя эксперты приводили в пример отсутствие цензуры в фильме «Мастер и Маргарита» (2024), но это, с их

точки зрения, единичный и уникальный случай для индустрии в целом. Для решения второй задачи необходимо снимать больше фильмов о культуре разных народов, в разных географических местах (выезжать за пределы столицы), поднимать насущные проблемы жителей провинциальных городов. К аналогичным результатам пришел современный исследователь Н. Хренов. Социолог отмечал, что реальное, правдивое отображение образа города, жизни людей способствует большему влиянию на кинозрителя, а также увеличивает общий уровень доверия к кинематографу в целом (Хренов, 2016: 479). Следование этим рекомендациям могло бы сделать современный отечественный кинематограф более конкурентоспособным, замеченным не только на уровне профессиональных критиков, но и популярным у всей российской киноаудитории.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Сделаем вывод: современное отечественное кино имеет своего зрителя, мало того, большинство участников исследований полагают, что смотреть кино, произведенное нашей страной и для россиян, действительно необходимо.

Участники исследования обнаружили значительные отличия российского кино от советского и зарубежного. Притом отличия в этих оценках имеют два различных полюса: часть респондентов смогла выделить выигрышные достоинства российского кино (отражение российских ценностей, реалий общества и страны) на фоне других фильмов, но значительная часть опрошенных акцентировала внимание на слабых сторонах отечественного кинематографа (низкое качество готового кинопродукта, цензура при определении размеров финансирования, недостаточное финансирование в целом). Это объясняется тем, что люди в нашей стране видят множество отечественных кинофильмов различного уровня и содержания, тогда как зарубежные фильмы, которые транслируют в России, преимущественно хорошего качества, ориентированные на достижение финансового успеха.

Эксперты в нашем опросе также смогли дать объяснение низкой оценке отечественного кинематографа у населения страны. Главная причина этого явления, на их взгляд, кроется в недостаточном развитии авторского кинематографа, а также в излишнем изобилии массового кино. Будучи самым известным и растражированным, оно несет стереотипные представления, что не представляет никакой исторической или культурной ценности для общества. С точки зрения экспертов, в отечественном кино не хватает именно уникальных, качественных авторских проектов, которые могут быть интересны большой зрительской аудитории.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Приказ Минкультуры России от 15 февраля 2024 г. № 277 «Приоритетные темы государственной финансовой поддержки кинопроизводства в 2024 году». URL: <https://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=EXP&n=847686#uM2xSoUJv0dIio79> (дата обращения: 15.12.2024).

Барт, Р. (2016) *Camera lucida. Комментарий к фотографии* / пер. с фр. М. Рыклина. М.: Ад Маргинем Пресс. 192 с.

Жабский, М. И. (2005) Глобализм и функции кино в обществе // Вестник РФФИ. № 4 (42). С. 43–50.

- Жабский, М. И. (2013) Как возможно «свое» конкурентоспособное кино // Вестник ВГИК. №16. С. 102–120.
- Жабский, М. И. (2020) Социология кино. М. : Канон+ РООИ «Реабилитация». 512 с.
- Кочарян, В. (2024) Якутское кино. Путь самоопределения. М. : Музей современного искусства «Гараж». 208 с.
- Кракауэр, Э. (2024) Теория кино. Реабилитация физической реальности / пер. с англ. Д. Соколовой. М. : Ад Маргинем. 504 с.
- Лазарсфельд, П., Мертон, Р. (2003) Массовая коммуникация, массовые вкусы и организованное социальное действие : пер. с англ. // Назаров, М. М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования. М. : Аванти-плюс. 278 с. С. 243–257.
- Лакан, Ж. (1997) Инстанция буквы, или Судьба разума после Фрейда / пер. с фр. А. К. Черноглазова. М. : Логос. 184 с.
- Макарова, Н. Н., Свиричевская, Л. И. (2022) Формирование государственной политики в отношении кинематографа в период 1917–1920-х гг. (по материалам законодательных актов в области государственного управления киноискусством) // Гуманитарно-педагогические исследования. Т. 6. №1. С. 34–42.
- Маклюэн, Г. М. (2019) Понимание Медиа: Внешние расширения человека / пер. с англ. В. Николаева. 5-е изд., испр. М. : Кучково поле. 464 с.
- Мартыненко, Т. С. (2023) Кино как предмет социологического анализа: особенности современного кинематографа // Вестник Московского университета. Социология и политология. Сер. 18. Т. 29. №2. С. 120–138.
- Норрис, С. (2024) История российского блокбастера: Кино, память и любовь к Родине / пер. с англ. Н. Цыркун. М. : Новое литературное обозрение. 384 с.
- Статистика // Бюллетень кинопрокатчика. URL: <https://www.kinometro.ru/kino/analitika> (дата обращения: 15.12.2024.).
- Хренов, Н. А. (2016) Кино и миф. Рецепция кино в городской культуре России начала XX века // Культура и искусство. №4. С. 473–484.
- Prokop, D. (1982). *Soziologie des Films*. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag. 324 s.

Дата поступления: 18.03.2025 г.

*MODERN RUSSIAN FILM IN THE ASSESSMENTS
OF CINEMAGOERS AND FILM EXPERTS*

D. S. PAVLYUCHENKO

IVANOVO STATE UNIVERSITY

The article is devoted to the analysis of assessments of modern cinematography in Russia by its citizens. Nowadays, most countries realize the possibilities of the media as a mechanism of real social impact on their residents. The Russian Federation also implements its policy by using all the resources of a real impact on society, including the means of cinematography. For this reason, it is important to consider the opinion on the state of modern cinema through the eyes of the country's end viewers.

The article reveals considerable differences between the perception of modern domestic cinematography directly by viewers and experts; it demonstrates what these differences are based on. Also, the opinions of the two principal categories of viewers are given, respectively highlighting the advantages and disadvantages of Russian cinema. In the conclusion, the author presents experts' recommendations, which could considerably increase the level of the domestic cinematography.

Keywords: cinematography; Russian cinema; American cinema; cinemagoer

REFERENCES

- Prikaz Minkul'tury Rossii ot 15.02.2024 № 277 «Prioritetnye temy gosudarstvennoi finansovoi podderzhki kinoproizvodstva v 2024 godu». *Konsul'tantPlus*. (In Russ.).
- Bart, R. (2016) *Camera lucida. Kommentarii k fotografii* / transl. by M. Ryklin. Moscow, Ad Marginem Press. 192 p. (In Russ.).
- Zhabskii, M. I. (2005) Globalizm i funktsii kino v obshchestve. *Vestnik RFFI*, no. 4 (42), pp. 43–50. (In Russ.).
- Zhabskii, M. I. (2013) Kak vozmozhno «svoe» konkurentnosposobnoe kino. *Vestnik VGIK*, no. 16, pp. 102–120. (In Russ.).
- Zhabskii, M. I. (2020) *Sotsiologiya kino*. Moscow, Kanon+ ROOI «Reabilitatsiya». 512 p. (In Russ.).
- Kocharian, V. (2024) *Iakutskoe kino. Put' samoopredeleniia*. Moscow, Muzei sovremennogo iskusstva «Garazh». 208 p. (In Russ.).
- Kracauer, S. (2024) *Teoriia kino. Reabilitatsiya fizicheskoi real'nosti* / transl. by D. Sokolova. Moscow, Ad Marginem. 504 p. (In Russ.).
- Lazarsfeld, P. and Merton, R. (2003) Massovaia kommunikatsiia, massovye vkusy i organizovannoe sotsial'noe deistvie. In: Nazarov, M. M. *Massovaia kommunikatsiia i obshchestvo. Vvedenie v teoriu i issledovaniia*. Moscow, Avanti-plus. Pp. 243–257. 278 p. (In Russ.).
- Lakan, Zh. (1997) *Instantiia bukvy, ili sud'ba razuma posle Freida* / transl. by A. K. Chernoglazova. Moscow, Logos, 184 p. (In Russ.).
- Makarova, N. N. and Sviricheskaiia, L. I. (2022) Formirovanie gosudarstvennoi politiki v otnoshenii kinematografa v period 1917–1920-kh gg. (po materialam zakonodatel'nykh aktov v oblasti gosudarstvennogo upravleniia kinoiskusstvom). *Gumanitarno-pedagogicheskie issledovaniia*, vol. 6, no. 1, pp. 34–42. (In Russ.).
- McLuhan, H. M. (2019) *Understanding Media: The Extensions of Man* / transl. by V. Nikolaev. 5th ed. Moscow, Kuchkovo pole. 464 p.
- Martynenko, T. S. (2023) Kino kak predmet sotsiologicheskogo analiza: osobennosti sovremennogo kinematografa. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Sotsiologiya i politologiya*, ser. 18, vol. 29, no. 2, pp. 120–138. (In Russ.).
- Norris, S. (2024) *Istoriia rossiiskogo blokbestera: Kino, pamiat' i liubov' k Rodine* / transl. by N. Tsyrukun. Moscow, Novoe literaturnoe obozrenie. 384 p. (In Russ.).
- Statistika. Biulleten' kinoprokatshchika* [online] Available at: <https://www.kinometro.ru/kino/analitika> (access date: 15.12.2024). (In Russ.).
- Khrenov, N. A. (2016) Kino i mif. Retseptsiia kino v gorodskoi kul'ture Rossii nachala XX veka. *Kul'tura i iskusstvo*, no. 4, pp. 473–484. (In Russ.).
- Prokop, D. (1982) *Soziologie des Films*. Frankfurt am Main, Fischer Taschenbuch Verlag. 324 p.

Submission date: 18.03.2025.

Павлюченко Денис Сергеевич — аспирант кафедры социологии, социальной работы и управления персоналом Ивановского государственного университета. Адрес: 153025, Российская Федерация, г. Иваново, ул. Ермака, 39. Тел.: +7 (493) 293-85-57. Эл. адрес: isitcool@yandex.ru

Pavlyuchenko Denis Sergeevich, Postgraduate Student, Department of Sociology, Social Work and Personnel Management, Ivanovo State University. Postal address: 39, Yermaka St., Ivanovo, Russian Federation, 153025. Tel.: +7 (493) 293-85-57. E-mail: isitcool@yandex.ru