

Визуализация городской культуры в современном кинематографе.

Долгих Ядвига Андреевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Москва, Россия

E-mail: yidviga@mail.ru

Визуализация городской культуры в современном кинематографе

Долгих Ядвига Андреевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Москва, Россия

E-mail: yidviga@mail.ru

Кинематограф, как феномен современного визуального искусства, всегда привлекал внимание многих исследователей-культурологов, искусствоведов, социологов и т.д. Кино - это продукт культуры XX столетия который становится актуальным и востребованным в искусстве. Кинематограф - это не только экранизация уже существующих литературных произведений, оно формирует свой собственный микромир с особым языком и символикой. Современному человеку проще воспринимать информацию через ее визуализацию, так как это наиболее простой язык общения с миром. Кино, как продукт массовой культуры, не предполагает работу нашего воображения, ведь все действия, образы и чувства экранизируются актерами, а социокультурные установки уже заложены в действиях актеров. Мы лишь просматриваем и оцениваем субъективную точку зрения режиссёра.

Кинематограф в современном своем понимании получил развитие в 60-е гг. XX века, однако до сих пор не потерял своей актуальности: он все чаще выходит на передний план, опережая другие виды искусства, ведь большая часть повседневной рутины состоит в усвоении нами различного рода информации, именно визуальное восприятие получаемых данных из внешнего мира упрощает данный процесс. Поэтому люди все чаще прибегают к различным средствам визуализации данных, в том числе и к кинематографу, который погружает нас, в основном, в городскую среду. Таким образом, кинематограф формирует заданные впечатления, модели поведения, ретранслирует определённые ценности, которые и предопределяют наши поступки здесь, в городе. Основная задача кино претерпела изменения: вместо эстетической и функции образования, оно, в основном, выполняет лишь развлекательную функцию для больших масс людей.

Исследование города является предметом многих наук: социологии, культурологии, урбанистики антропологии и т.д. Проблема становления и развития города как сложной социокультурной среды всегда привлекала внимание многих исследователей, как отечественных, так и зарубежных. Данную тему разрабатывали М. Вебер, К. Маркс, В. Зомбарт, Э. Дюркгейм, В.П. Андросова, К.И. Арсеньева, Н.А. Рожкова и др. В социологии город исследуется как сложная социальная система, которой присущи свои определенные культурные ценности и нормы.

Как классики социологии, так и наши современники схожи в мысли, что кино - есть особая реальность, с одной стороны, отделенная от окружающей среды, а с другой, переживающая некоторые черты настоящей жизни: кинокартина - это автономная реальность, где актеры переживают ситуации и живут в таких же городах как и мы, поэтому анализ городской культуры и кинематографа показала, что сегодня эти два феномена неотъемлемы друг от друга.

«Визуальное искусство» так же является неотъемлемым понятием в данном исследовании, так как именно оно занимает одну из лидирующих позиций в современном мире. Под данным термином подразумевается та форма творческой деятельности, которая направлена на воздействие индивида посредством зрительных органов. Визуальное трактуется как видимое, то есть то, что относится к непосредственному зрительному восприятию. Современной культуре, характеристику которой мы можем найти в работе П.А. Сорокина «Социодинамика культуры», свойственно именно чувственное восприятие, ориентация на активное использование современных технологий для передачи художественного замысла. В качестве инструментов выражения и передачи продуктов культуры активно используются средства массовой информации, телевидение, внешняя реклама и кинематограф в том числе, ведь первое кино было снято в рамках городского пространства, содержащее культурные элементы современного общества, а не сельского. Образы визуального оставляет простор или открытость, свободу для интерпретации окружающей действительности, что в условиях общества постмодерна с его «плюрализмом» ценностей, представляет собой особый пласт проблем и интереса для исследователей. Труды В. Беньямина, Б. Гройса, П. Вайбея, П.Бурдые и т.д. посвящены изучению развития и институализации визуального искусства в социокультурной среде.

В качестве методов исследования, в первую очередь, выделим анализ научной литературы, в которой отражена соответствующая проблематика, что дает нам возможность получить базисную информацию уже об известных сторонах проблемы. Основной целью предложенного метода является сбор данных для темы исследования. Посредством данного метода, мы можем узнать основные характеристики кинематографа, его структуру. Вторым, не менее важным, выступает метод теоретического анализа, то есть рассмотрение отдельных сторон, признаков и характеристик исследуемого явления. Анализируя полученные данные, мы можем провести аналогию и выявить общие и различные признаки, что поможет изучить сущность явления. Для проведения собственного исследования, те есть для сбора информации, нам потребуется метод опроса - выяснение мнений, взглядов, представлений и знаний людей по различным вопросам, в данном случае, по поводу различия реальности настоящей и созданной кинематографом.

Анализ ряда вопросов показал, что кино - это феномен визуального искусства, являющаяся неотъемлемой частью социокультурного пространства, включающее в себя множество аспектов жизни, таким образом определяемое как особую форму общественного сознания. Так же, изменения в образе городского пространства повлекут за собой модернизации в кинематографе.

Источники и литература

- 1) Социальная философия: словарь / под общ. ред. В. Е. Кемерова, Т. Х. Керимова. - М.: Академический Проект, 2003
- 2) Д.В. Иванов. Виртуализация общества. СПб.: "Петербургское Востоковедение 2000. - 96 с.
- 3) Социальная и культурная динамика / Питирим Сорокин // Пер. с англ. В. В. Сапова. — Санкт-Петербург : Изд-во Рус. Христиан. гуманитар. Ин-та, 2000.
- 4) Скорость искусства / Б. Гройс // Мир дизайна. – 1999. – N33. – С. 19-21.
- 5) Маршалл Маклюэн. Понимание медиа: внешние расширения человека = Understanding Media: The Extensions of Man. — М.: Кучково поле, 2007. — 464 с.

- 6) Ж. Бодрияр. Общество потребления / La société de consommation: ses mythes et ses structures (1970, рус. перевод 2006 г.)
- 7) Бергер А.А. Видеть – значит верить. Введение в зрительную коммуникацию. М., 2005. С. 128
- 8) Парк Р. Избранные очерки: Сб. переводов. / РАН ИНИОН. Центр социал. науч.-информ. исслед. Отд. социологии и социал. психологии; Сост. и пер. с англ. В. Г. Николаев; Отв. ред. Ефременко Д. В. — М., 2011. — 320 с.