

СОВРЕМЕННЫЙ РОССИЙСКИЙ КИНОДИСКУРС: ТРАНСЛИРУЕМЫЕ ОБРАЗЫ И ЦЕННОСТИ

Т.А. Кубрак

Россия, Москва, ИП РАН
kubrak.tina@gmail.com

Аннотация: Определяется значимость кинодискурса, как массмедийного дискурса, возможностями его воздействия на психику человека. Как и любой другой дискурс, кинодискурс не только отражает существующие ценности, представления, оценки, он их в то же время формирует. Представлены результаты исследования образов и ценностей, транслируемых в актуальном российском кинодискурсе.

Ключевые слова: психологическое воздействие кино, кинодискурс, психологическое воздействие массмедиа, психология кино.

CONTEMPORARY RUSSIAN CINEMA DISCOURSE: TRANSMITTED IMAGES AND VALUES

Т.А. Кубрак

Russia, Moscow, Institute of Psychology of RAS
kubrak.tina@gmail.com

Abstract: The importance of cinema discourse, as a type of media discourse, is determined. Like any other discourse, the cinema discourse not only reflects the existing values, views, assessments, but also forms them at the same time. The results of the study of images and values, transmitted in the actual Russian cinema discourse, are presented.

Key words: psychological impact of the films, cinema discourse, psychological impact of mass media.

Глобализация информационного пространства и активная медиатизация современной жизни остро ставят проблему психологических механизмов функционирования медиадискурса. Создаваемая масс-медиа картина мира все больше определяет видение людьми окружающей действительности и приобретает значение второй реальности [1; 4]. В этих условиях обращенные к психологии запросы концентрируются на вопросах роли медийного дискурса в жизни человека и общества, последствиях его воздействия.

Особую значимость эти вопросы приобретают при исследовании такого влиятельного масс-медиа, как кино [2; 3; 7], которое является также одним из самых распространенных видов досуга. Открываются новые кинозалы, растет их посещаемость, стремительно увеличивается интерес к сериалам; при этом пристальное внимание уделяется и проблемам развития кинематографа. Все это демонстрирует важную роль, которую кино играет в современном обществе и в повседневной жизни человека.

Значимость кино определяется, прежде всего, потенциалом его воздействия. Кинодискурс, как любой массмедийный дискурс, отражает существующие представления, установки, мнения и в то же время их

формирует, влияя на ценности, нормы, оценки. Возникает вопрос, какие представления о реальности создают современные фильмы. В связи с этим ставится задача выявления ценностных направленностей и транслируемых образов в актуальном российском кинодискурсе.

Материалом исследования явились фильмы, демонстрирующиеся в кинотеатрах России. Было отобрано 10 российских кинофильмов, которые в 2016-2017 г. вышли в широкий прокат и собрали наибольшее количество зрителей по сравнению с другими показываемыми в кинотеатрах российскими кинолентами. Это такие фильмы, как «Викинг», «Время первых», «Экипаж», «28 панфиловцев», «Жених», «Притяжение», «Елки-5» и др.

Для обработки эмпирического материала были использованы качественные методы анализа данных – варианты контент- и дискурс-анализа. Базовой единицей анализа стал кинообраз, понимаемый как «единица, специфическая для кино, не имеющая аналога в вербальной коммуникации», «передающая в общеобразной форме смысловую и оценочную информацию о персонажах и их отношениях, о времени и идеях, об обществе и социальных ценностях» и др. (В. Конецкая). Единицей контекста был взят отдельный кинофильм. Для выявления ценностных направленностей кинодискурса использовались шкалы опросника Шварца для изучения ценностей [5].

Были получены следующие результаты.

Выявлены основные ценностные ориентации, заложенные авторами в кинофильмах и транслируемые российской аудитории. Выводы сделаны по 8 кинофильмам, в связи с тем, что затруднение вызвал анализ фильма «Гоголь. Начало» ввиду его жанровой специфики, а фильм «Салют-8» был еще недоступен к свободному просмотру.

Были определены следующие чаще всего транслируемые ценности:

- влияние (воздействие на события, других людей) - в 8 из 8 кинофильмов;
- власть (контроль над другими, доминирование, господство), отвага, обязательность, верность (преданность друзьям, своим близким), настоящая дружба – 6 кинофильмов;
- национальная безопасность (защищенность моей страны от врагов), авторитетность (руководить, давать распоряжения), чувство принадлежности, смысл жизни - 5 кинофильмов;
- защита семьи, любовь, ответственность, умение прощать – 4 кинофильма.

Такие «социальные» ценности как равенство (равные возможности для всех), свобода, социальный порядок, социальная справедливость, широта взглядов (терпимость к иным взглядам и убеждениям), защита окружающей среды почти не отражаются в исследуемых фильмах. Не представлены

широко и «личностные» ценности, такие как самоуважение, мудрость, честолюбие, скромность, честность, полезность (приносить пользу другим).

Почти не затронуты в фильмах и такие ценности как творчество, единство с природой, интересная жизнь, разнообразие жизни, интеллект, любознательность. А умелость (компетентность, эффективность, продуктивность) обнаруживается только в 3 фильмах.

Кроме того, определялась и патриотическая направленность кинофильмов. В большинстве фильмов выявляются такие ценности как защита интересов Родины и народа, привязанность к родной земле и традициям. При этом «гордость за достижения Родины» выявлена только в 2 фильмах.

Выявляются и различия в ценностных ориентациях фильмов различных жанров. Три из анализируемых фильмов – это комедии, и только в них отражаются такие ценности как, например, удовольствие (удовлетворение желаний), наслаждение жизнью, потакание себе, благосостояния, а также противоположные ценностные ориентации по отношению к умеренности (избегания крайностей в чувствах и поступках) и честности. При этом чаще в таких фильмах транслируется и такая ценность, как защита семьи.

Остальные, некомедийные фильмы, в основном, представлены кинолентами, отражающими определенные исторические события. И в них, в отличие от комедий, транслируются в большей степени ценности национальной безопасности, мира на земле, отваги, авторитетности и влияния, верности и честности, обязательности и ответственности, а также проявляется патриотическая направленность.

Выявленные отдельные ценности входят в ценностные блоки [5], которые могут демонстрировать обобщенные ценностные направленности фильмов. Таким образом, было определено, что наиболее посещаемые российские фильмы представляют, прежде всего, ценности Доминирования (власть, влияние, авторитетность), отражающие иерархические отношения как в общественной, так и в личной сфере, Духовности (отвага, верность, смысл жизни), а также Стабильности жизни (национальная безопасность, защита семьи). В значительно меньшей степени представлены ценности Равенства и Самореализации. Кроме того, определяются ценности патриотической направленности (защита интересов Родины и народа, привязанность к родной земле и традициям).

Была выявлена также специфика ценностных ориентаций фильмов различных жанров. Так, комедии отличаются транслированием ценностей Поиска удовольствий (удовольствие, наслаждение жизнью, потакание себе), но в то же время определенной Гармонии (любовь, защита семьи).

При этом следует отметить, что ряд фильмов имел нечеткую выраженность ценностных ориентаций, когда отражаемые в фильме «негативные» ценности в конце фильма остаются доминирующими и не

перекрываются другими «позитивными» ценностями, транслируемыми в конечном итоге зрителям.

Помимо ценностных ориентаций были исследованы образы мужчин, женщин, власти, народа, различных групп. Наиболее четко вырисовывается транслируемый в фильмах образ власти – достаточно авторитарной, беспринципной и коррумпированной. Мужские образы по сравнению с женскими представлены в кинофильмах значительно чаще: это мужчины-воины, характеризующиеся жесткостью и агрессивностью и мужчины-герои, смелые и отважные. В фильмах комедийного жанра – это скорее мужчины глуповатые, хамоватые, хитрые, ненадежные, сексуально озабоченные. Женские персонажи в основном занимают второстепенную позицию по сравнению с мужскими, что проявляется не только в сюжетных линиях, но и в транслируемых представлениях. Так, лишь в одном фильме поднимается тема равенства мужчин и женщин, проявляющаяся в отстаивании права женщин на равное положение в профессии («Экипаж»). Наиболее выраженный образ народа, представленный в половине фильмов, – это образ народа нецивилизованного, злого, агрессивного и бесправного, но «со своей душой».

В целом значительное количество выходящих в широкий прокат исторических фильмов демонстрирует попытку «восстановить связь времен», воссоздав как индивидуальную, так и социальную идентичность, утерянную в последние годы [6]. Однако обнаруживаемые в актуальном отечественном кинодискурсе образы и представления, по-видимому, не всегда пока способствуют достижению этой цели.

В дальнейшем включение в анализ большего количества вышедших в прокат российский фильмов позволит составить более четкую картину транслируемых в российском кинодискурсе представлений.

Литература

1. Журавлев А.Л., Павлова Н.Д. Предисловие // Психологическое воздействие: механизмы, стратегии, возможности противодействия / Под ред. А.Л. Журавлева, Н.Д. Павловой. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2012. С.5-8.
2. Кубрак Т.А. Проблема информационно-психологической безопасности в кинодискурсе // Психологические исследования. 2016. Т. 9, № 47. С. 8. URL: <http://psystudy.ru> (дата обращения: 10.01.2018).
3. Кубрак Т.А. Специфика психологического воздействия кинодискурса // Психологическое воздействие: механизмы, стратегии, возможности противодействия / Под ред. А.Л. Журавлева, Н.Д. Павловой. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2012. С.202–222.
4. Латынов В.В. Психология коммуникативного воздействия. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2013.
5. Лебедева Н.М., Татарко А.Н. Ценности культуры и развитие общества. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2007.

6. Марцинковская Т.Д. Социальная и эстетическая парадигмы в методологии современной психологии. Психологические исследования, 2014, 7(37), 12. <http://psystudy.ru>

7. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2002.

ИНТЕРНЕТ-СРЕДА КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ СОВРЕМЕННОГО ПОДРОСТКА

Т.И. Куликова

Россия, Тула, ТГПУ им. Льва Толстого
tativkul@gmail.com

Аннотация: В статье рассматриваются возможности интернет-среды для развития социальной компетентности подростков. Анализируются подходы к изучению социальной компетентности и основные факторы, влияющие на её формирование. Автор показывает необходимость учета интернет-среды в процессе социализации подростков.

Ключевые слова: интернет-среда, подростки, социальная компетентность.

INTERNET ENVIRONMENT AS A FACTOR OF DEVELOPMENT OF SOCIAL COMPETENCE IN ADOLESCENTS

T.I. Kulikova

Russia, Tula, TSLTPU
tativkul@gmail.com

Abstract: The article examines the potential of Internet environment for the development of the social competence of adolescents. The paper presents some approaches to the study of social competence and the main factors influencing its formation. The author shows the need to take into account the Internet environment as an important element in the process of socialization of adolescents.

Key words: Internet environment, adolescents, social competence.

В современном меняющемся обществе возрастает потребность в подготовке молодого поколения к жизни, в формировании личности, способной жить и работать в условиях социально-экономических изменений, стойкой к влиянию отрицательных факторов окружающей среды. Высокий интерес государства к теме формирования социально-компетентной личности в системе образования обозначен в Федеральном государственном образовательном стандарте общего образования, Национальной доктрине образования России. Социальная компетентность служит предметом многочисленных исследований российских и зарубежных специалистов в области образования, психологического сопровождения учебного процесса и социальной работы [2].

В широком смысле социальная компетентность означает интегративное личностное образование, которое включает знания, умения, навыки и