DOI: <http://dx.doi.org/10.15688/jvolsu7.2015.4.18>

УДК 316.74

ББК 60.5

ЗАПАДНЫЙ МЭЙНСТРИМ-КИНЕМАТОГРАФ КАК ФАКТОР СОЦИАЛИЗАЦИИ РОССИЙСКОГО СТУДЕНЧЕСТВА

Дмитрий Вячеславович Босов

Аспирант кафедры социальной работы,
Белгородский государственный национальный исследовательский университет
dimabw@mail.ru
ул. Победы, 85, 308015 г. Белгород, Российская Федерация

Аннотация. В данной статье рассматривается феномен мейнстрим-кинематографа как элемент массовой культуры, оказывающий влияние на вкусы и предпочтения студенческой молодежи в русле культурной глобализации и американизации. Исследуется выбор любимых западных кинофильмов, киногероика и ее составляющие вкупе с анализом социокультурного содержания представленных элементов и агентов социализации. Продемонстрировано этнокультурное измерение кинопродукции, представлены режиссеры Голливуда как предпочтительные для студенческой аудитории, осуществлен анализ ценностно-нормативного набора киногероев, распределенных по группам. Выявлено преимущество трех киножанров: боевика, мелодрамы и комедии, осуществляющих легитимацию массового человека и идеологии потребления и стигматизацию человека науки и всего, что связано с ней. Феномен массового человека распространился в высшей школе, поскольку в современной России все сферы духовно-художественной и эстетической жизни отданы во власть массовой культуры и искусства американского типа. У студенчества России складываются новые ценностные установки гедонистического и материального характера. Подобная система ценностей делает бесполезными знания и самообразование, если они не приносят обогащения, стигматизируются наука и фигура ученого. Полученные данные могут быть использованы работниками клубов, проректорами вузов по воспитательной работе, разработчиками политики в области кино и телевидения.

Ключевые слова: мейнстрим-кинематограф, американизация, социализация, киножанр, массовый человек, триллер, боевик, комедия.

Одним из наиболее эффективных институтов социализации современной молодежи выступают СМИ – носители продукции массовой культуры, в том числе мейнстрим-кинематографа. Мейнстрим-кинематограф, как и массовая культура в целом, формирует массового человека, изменяя сознание созревающей личности и утверждая в обществе стандарты неограниченного потребления, самоограничения сознания, презрения к знанию, пренебрежения к наследию традиционной и эли-

тарной культур. Распространение явления массового человека в студенческой среде представляет особую опасность, поскольку впоследствии студенчество, пополнив ряды специалистов-профессионалов, займет ведущие места в обществе.

По данным специалистов, в мире лидирует американская массовая культура, продукция которой, в том числе и посредством мейнстрим-кинематографа, представленного голливудским кино, выбирается современной

молодежью в качестве предпочтительной. Идентификация молодого человека с героями мейнстрим-кинематографа порождает игнорирование интеллектуального наследия культуры, овладение которым приводит к развитию личности и ее выходу на иные, более высокие уровни мышления; зависимость от коллективного мнения; невежество и необразованность как следствия сознательного самоограничения; атрофию воображения и его активизации (поскольку экранная культура современности не требует его работы, в отличие от печатной). В результате происходит «духовное обнищание» молодежи, то есть обеднение духовных интересов и потребностей молодых людей, преобладание материальных желаний над духовными.

Цель работы – продемонстрировать предпочтения студенчества в области голливудской и западной кинопродукции, связанной с мейнстрим-кинематографом.

Эмпирическая база работы представлена результатами авторского социологического исследования, направленного на изучение кинопредпочтений студенческой молодежи в области мейнстрим-кинематографа, проведенного в октябре – декабре 2014 г. в вузах Белгородской области. В исследовании использован анкетный опрос студентов очного обучения всех курсов университетов региона ($N = 840$) по гнездовой выборке, а также результаты экспертного опроса 2014 г. ($N = 35$) преподавателей по культурологии, теории и истории искусств, социологии и работников кинотеатров Белгородской области. Использовались также наработки аналогичных исследований, проводимых в нашей стране.

Мейнстрим-кинематограф является одним из наиболее важных и влиятельных элементов современной массовой культуры. Он появился почти одновременно с феноменом кино, превращаясь в эффективное средство социальной коммуникации. Термин мейнстрим (англ. *mainstream* – основное течение) впервые распространился в лексиконе музыки джаз в конце 1940-х – начале 1950-х гг. в связи с возрождением музыкального стиля свинг, который представлял собой синтез музыкальной традиции и наработок экспериментальных разновидностей джаза, игнорируя авангардистский поиск. Позднее термин «мейнстрим»

стал использоваться для характеристики преобладающего направления в какой-либо области (научной, культурной и др.) для определенного отрезка времени. Он обозначал популярные, массовые тенденции в культуре, искусстве для разграничения с альтернативой, андеграундом, немассовым, элитарным направлением. Мейнстрим-кинематограф принято рассматривать с культурологической точки зрения, в рамках которой он представит как структурный элемент массовой культуры, включающий кинопродукцию, относящуюся к массовому коммерческому кино, в котором особое место занимают голливудские фильмы категории «А» и фильмы именитых европейских режиссеров. К фильмам категории «А», как правило, относятся хиты международного проката, занимающие верхние строчки рейтингов, а также блокбастеры, обладатели премии «Оскар», лауреаты кинофестиваля в Каннах и других престижных кинофестивалей.

Социологическая интерпретация такого феномена современной культуры, как мейнстрим-кинематограф, предполагает выявление места, которое он занимает в обществе, и влияния, которое он оказывает на социум. В данном контексте мейнстрим-кинематограф представляется нам как значимый фрагмент духовной сферы современного общества, который изначально ориентирован на создание стереотипизированной кинопродукции, отвечающей коммерческим критериям успешности, высокого уровня продаж, упрощенного изложения, примитивности содержания и доходчивости для потребителей. Основное значение мейнстрим-кинематографа проявляется в том, что он выступает мощным и действенным ретранслятором образцов и ценностей массовой культуры [5, с. 19–20].

Студенческая аудитория – коллективный реципиент продукции мейнстрим-кинематографа, пребывающий в информационном пространстве, детерминированном его основными структурными элементами. Любая зашифрованность в кинофильме вызывает раздражение и даже озлобление потребителя. Все, что непонятно, кажется ему бесполезным и отвергается. В результате игнорируются элитарная культура и ее элементы: элитарное кино, серьезная музыка, элитарная литература и др. [4, с. 13].

Таким образом, мейнстрим-кинематограф может рассматриваться нами как инструмент социализации молодежи, в ходе которой формируется одномерный человек как тип личности, нормативный для потребительского омассовленного общества.

Мы предложили респондентам в анкете ряд закрытых вопросов, отражающих полноту выбора современного кинозрителя, поскольку вышеуказанные исследования затрагивали лишь самую верхушку айсберга, не отражая всего охвата интереса к кино. Всего аудитория указала 125 любимых западных фильмов. В иерархии предпочтений заметно лидировали наиболее раскрученные и известные на данный момент киноработы.

Схожие результаты показал и экспертный опрос, указав на такие блокбастеры, любимые студентами, как «Матрица» (21 выбор), «Форсаж» (19 выборов), «Титаник» (16 выборов), «Жестокие игры» (14 выборов). Лидирование голливудских блокбастеров в структуре кинопредпочтений студенчества свидетельствует об интенсивном влиянии мейнстрим-кинематографа на духовно-потребительские ориентации в данной социально-демографической группе. Подобные киноработы служат средством ретрансляции в сознание их реципиентов моделей поведения, соответствующих продемонстрированному выше ценностно-нормативному набору массовой культуры.

Среди 125 западных кинофильмов аудиторией представлены 122 фильма, относящихся к англоязычному мейнстрим-кинематографу. Когда сегодня сторонники культурной глобализации объявляют ее процессом диалога культур, подобные факты утверждают обратное, а именно – подавляющее превалирование в мире массовой культуры в ее американском и англоязычном вариантах [2, с. 415–416].

В иерархическом виде аудиторией представлен рейтинг киножанров среди любимых западных фильмов, в котором лидировали боевики и комедии. По сути, они формируют единую картину мира, которая базируется на активном действии без лишних раздумий (боевик) и определенном циничном взгляде на мир с осмеянием традиционных и модернистских ценностей (комедия). Дополняя друг друга, они позиционируют особый тип личности, лишенной уважения к интеллектуальному знанию и

акцентирующей внимание в первую очередь на волевых актах. Именно подобные установки и ценности распространяются в студенческой среде под воздействием мейнстрим-кинематографа. На самых низших местах обосновались исторический, биографический фильм и иные, которые, опять же, так или иначе, представляют традиционный мир.

Среди кинокартин, названных экспертами в ходе опроса, также на первом месте находятся боевики, которые можно отнести к разряду «экшн», отличающиеся зрелищностью визуальных эффектов (21 картина), на втором месте кинокомедии (18 киноработ), на третьем месте оказались фильмы ужасов и триллеры (15 киноработ). Личностные типы, пропагандируемые боевиками и комедийными мейнстрим-фильмами, становятся незримыми шаблонами, к которым зачастую бессознательно стремятся представители молодежной, в частности студенческой, аудитории.

Всего аудиторией указаны 129 режиссеров, среди которых преобладают американские. Зачастую киножанры выступали в сочетании друг с другом, например, боевик и триллер транслируют на сознание аудитории модели и образцы поведения, отражающиеся в так называемом «экшн», то есть в демонстрации особой личности, которая проявляет качества волевые и активные, обладает идеальными внешними физическими данными, которые представлены как некий бренд. Такой тип личности зачастую представляет собой гипертрофированный вариант массового человека с активизацией волевого и чувственного уровней развития личности. При этом сфера интеллектуального роста данным типом личности здесь игнорируется.

В большинстве случаев герои и героини, представленные в списке, демонстрируют преимущество 3 киножанров: боевик, мелодрама и комедия. Первая десятка любимых киногероев (Блейд, Человек-паук, Джек Воробей, Джеймс Бонд и др.) демонстрирует гипертрофию и сверхвозможности «среднего человека», философия и жизненная позиция которого – действие. Причем основа его мировоззрения – практика, фундированная прагматизмом, утилитаризмом и гедонизмом как составляющими современности чувственной культуры.

«Среднестатистический человек» является пределом мечтаний супергероя, который, по сути, есть гипертрофированный массовый человек. Способности выше средних оборачиваются трагедией почти в духе ломброзианства, согласно которому гений есть не просто отклонение от нормы, а фактически приравнен к сумасшедшему и преступнику. Противники супергероев – злодеи, как правило, выступали во всех этих ролях (Доктор Осьминог, Зеленый Гоблин, Джокер и др.) [6, с. 166].

Это указывает на формирование в сознании студенчества под воздействием мейнстрим-кинематографа ориентаций на удовлетворение только материальных запросов, отсутствие интереса к вечным проблемам, духовному развитию и самосовершенствованию [8, с. 354–358].

Типология героев и героинь кино, представленных общей аудиторией в качестве любимых, объясняет особое отражение социальной реальности. В первом ряду оказываются супергерои и супергероини (Блейд, Человек-паук, Терминатор, Люди-Х, Бэтмен – примерно 64 %), обладающие действительно способностями сверхличностей, легитимирующих социальную реальность повседневного мира и образа жизни среднего человека с его ценностями и потребностями, пытаясь их понять и даже «очеловечиться».

Во вторую группу героев и героинь кино входят персонажи, которые обладают превосходными профессиональными навыками и качествами выше среднего уровня, но в то же время остаются людьми массы (Джек Воробей, Джеймс Бонд – примерно 62,5 %, Перевозчик, Телохранитель, Нико, Крепкий Орешек и др.), которым присущ высокий уровень профессионализма. В отличие от супергероев, получивших сверхъестественные способности благодаря либо аскриптивному статусу (Терминатор и Супермен), либо смешанному (Блейд, Спайдермен, Нео, Люди-Х, Бэтмен, Черепашки-Ниндзя, Робокот – от 9 до 64,5 %), герои второй группы в основном представляют собой людей достигаемого статуса [6, с. 169].

Наконец, к третьей группе героев и героинь кино относятся обычные люди, не примечательные никакими особыми способностями (Джек и Роза (Титаник), Мариса и Тай Вентура, Анжелика, Ромео и Джульетта, Хитч, Милагрес – примерно 9 %). Как правило, это

персонажи мелодрам или романтических комедий. Есть еще и промежуточная группа героев и героинь кино, находящаяся между первой группой супергероев и второй группой героев-профессионалов. Это представители аскриптивного и достигаемого статуса. И здесь аскриптивный статус означает обладание особым даром, который дан при рождении и требует постоянного развития. Они относятся к магам, чародеям, колдунам, гадалкам и ведьмам из мистических фильмов (Гарри Поттер, Пайпер и Фиби Холливелл). К последней группе относятся также герои и героини, демонстрирующие свою приверженность к смешанному статусу (Тамара, Каспер).

Среди любимых героев и героинь кино присутствуют откровенные антигерои и антигероини, например, Джек Воробей (64,5 %), Терминатор (9 %), Дон Корлеоне, Тамара (примерно по 4 %).

Схожие выводы мы сделали и на основе анализа полученных экспертных оценок. Эксперты называли в основном героев киноевиков, решительных, прагматичных, ориентированных на извлечение пользы, которая представлена как высшая ценность. Так, эксперты назвали в качестве любимых студенческих киногероев Джека Воробья, Блейда, Человека-паука.

Среди любимых западных антигероев кино общая аудитория указала по большей части преступников и убийц, психопатов-маньяков и демонических злодеев. Промежуточную стадию составляют антигерои, обладающие сверхчеловеческими способностями – Магнетто, Зеленый Гоблин, Маска, имеющие отношение к антигероям кинокомиксов.

В данном списке значительное место занимают отрицательные персонажи кинохоррор-продукции. Представление интеллектуалов и ученых в худшем свете в кинопродукции современной массовой культуры не только наносит удар по престижу науки, интеллектуального знания и образования, но и делает совершенно непрестижными такие процессы социализации, как чтение книг, повышение уровня интеллекта, получение новых знаний, расширение кругозора [3, с. 154–155].

Аналогичные ответы дали и эксперты. Они указали, что студенты симпатизируют как антигероям комиксов, так и хоррор-фильмов:

Магнетто, Хобгоблину, Дракуле, Ганнибалу Лектору. В качестве героев и антигероев были взяты персонажи из наиболее известных кинофильмов, которые смотрели большинство современных студентов.

Тем самым широкое распространение феномена массового человека в высшей школе является очевидным фактом, поскольку в современной России почти во все сферы духовно-художественной и эстетической жизни проникли массовая культура и искусство американского типа. Следовательно, у молодежи формируются новые ценностные установки – оценки человека не по его делам и творческим достижениям, а по счету в банке. В рамках такой системы ценностей бесполезны знания и самообразование, если они не приносят обогащения. И знания девальвируются в приемы получения практических навыков.

Выявленные данные могут быть использованы работниками клубов, проректорами вузов по воспитательной работе, разработчиками политики в области кино и телевидения. В целом мы пришли к следующим выводам:

1. Представленный анализ предпочтений студенческой молодежи выявил преобладание продукции американского кино и его героев, а также интерес к их ценностному комплексу (консюмеризм, жажда наживы, социальный расизм, эйджизм, делинквентное поведение, товарный фетишизм, неоязычество, культ телесного). Стигматизация труда, науки и самого ученого в духе ломброзианства содержится в рамках продукции голливудского кино, популярной среди молодежи. Поэтому и сама молодежная аудитория зачастую демонстрирует подобные детерминанты американской массовой культуры, относясь с пренебрежением к своей будущей профессии, к расширению кругозора и накоплению знаний, демонстрируя распространение в высшей школе особого типа личности – массового человека, сформированного культурой для молодых и мейнстрим-кинематографом [1, с. 69].

2. Возведение в ранг ценностей физического превосходства и культивирование примитивной телесной силы ведет к формированию в молодежной среде социал-дарвинистских установок, которые непосредственно реализуются ими в отношениях с окружающими. Тем самым складывается особая социально-психо-

логическая атмосфера в современном российском обществе – атмосфера выживания сильнейшего; отсутствия сострадания к слабым, гуманизма, эмпатии, солидарности; антисемейных ценностей. Другими словами, общество деморализуется и деградирует [7, с. 53].

3. Студенческая молодежь сегодня сформирована посредством продукции массовой культуры, авангардом которой выступает мейнстрим-кинематограф. Поэтому необходимы практики и меры противодействия негативным последствиям влияния мейнстрим-кинематографа, а также обучение дешифровке внутреннего содержания его продукции для студенческой молодежи, находящейся в процессе личностного становления.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Волкова, О. А. Труд в социально-экономической политике государства: дельтиологический подход / О. А. Волкова // Информационные войны. – 2009. – № 2. – С. 64–71.
2. Жабский, М. И. Социодинамика кинематографической жизни общества / М. И. Жабский. – М. : Канон : РООИ Реабилитация, 2015. – 496 с.
3. Костина, А. В. Конструктивный социальный потенциал массовой культуры: специфика проявления в информационном обществе / А. В. Костина, А. Р. Кожаринова. – М. : ЛЕНАНД, 2015. – 256 с.
4. Маркулан, Я. К. Киномелодрама. Фильм ужасов / Я. К. Маркулан. – М. : Искусство, 1978. – 191 с.
5. Массовая культура / К. З. Акопян [и др.]. – М. : Альфа-М : Инфра-М, 2004. – 304 с.
6. Полюса кинопроцесса: притяжение и отталкивание / под общ. ред. М. И. Жабского. – М. : Белый берег, 2006. – 440 с.
7. Сазонова, Е. С. Социальная реклама как инструмент продвижения традиционных семейных ценностей в России / Е. С. Сазонова, О. А. Волкова // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 7, Философия. Социология и социальные технологии. – 2014. – № 5. – С. 43–59.
8. Соува, Д. 125 запрещенных фильмов / Д. Соува. – Екатеринбург : Ультра. Культура, 2004. – 544 с.

REFERENCES

1. Volkova O. A. Trud v socialno-ekonomicheskoy politike gosudarstva: deltiologicheskij podhod [Work in social and economic policy of the state: deltiologicheskij approach] *Informatsionnie vojni* [Information wars]. 2009, no. 2, pp. 64-71.

2. Zhabsky M.I. *Sotsiodinamika kinematograficheskoy jizni obshestva* [Sociodynamice of cinema life of society] Moscow, Canon, ROOI Rehabilitation Publ., 2015. 496 p.

3. Kostina A.V., Kozharinov A. R. *Konstruktivnij sotsialnij potentsial massovoj kulturi* [Constructive social potential of mass culture: specifics of manifestation in information society]. Moscow, LENAND Publ., 2015. 256 p.

4. Markulan Ya.K. *Kinomelodrama. Film ugasov* [Film melodrama. Horror film]. Moscow, Art Publ., 1978. 191 p.

5. Akopyan K.Z., Zakharov A.V., Kagarlitskaya S.Ya. *Massovaja kultura* [Mass culture]. Moscow, Alpha M; INFRA-M Publ., 2004. 304 p.

6. Polusa kinoprotsessa: *prityajenie i ottalkivanie* [Film process poles: an attraction and pushing away]. Under a general edition of M.I. Zhabsky., Moscow, White coast Publ., 2006, 440 p.

7. Sazonova E.S., Volkov O.A. *Sotsialnaja reklama kak instrument prodvijenija traditsionnih semejnih tsennostej v Rossii* [Social advertizing as the instrument of advance of traditional family values in Russia]. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Serija 7, Filosofija. Sociologija i socialnye tehnologii* [Science Journal of Volgograd State Univesity. Philosophy. Sociology and Social Technologies], 2014, no. 5, pp.43-59.

8. Souva, D. *125 zapreshennyh filmov* [125 of the forbidden movies]. Yekaterinburg: Ultra. Culture, 2004. 544 p.

WESTERN MAINSTREAM CINEMA AS A FACTOR OF RUSSIAN STUDENTS' SOCIALIZATION

Dmitriy Vyacheslavovich Bosov

Postgraduate Student, Department of Social Work,
Belgorod National Research University
dimabw@mail.ru
Pobedy St., 85, 308015 Belgorod, Russian Federation

Abstract. This article deals with the phenomenon of mainstream cinema as the element of mass culture having impact on tastes and preferences of student's youth in line with cultural globalization and Americanization. The choice of favourite Western movies, film heroics and its components together with the analysis of the socio-cultural content of the presented elements and agents of socialization is considered. Ethno-cultural measurement of cinema products is shown, directors of Hollywood as preferable to student's audience are presented, the analysis of a valuable and standard set of the film stars distributed on groups is carried out. Advantage of three film genres is revealed: the fighter, melodramas and comedies which are carrying out the legitimization of a mass person and ideology of consumption, and stigmatization of the person of science, and everything that is connected with it. The phenomenon of the mass person extended at the higher school as in modern Russia all spheres of spiritual and art and esthetic life are sent to the power of mass culture and art of the American type. The students of Russia have new valuable installations of hedonistic and material character. The similar system of values makes knowledge and self-training useless if they don't bring enrichment, the science and the scientist's figure stigmatization. The obtained data can be used by employees of clubs, vice rectors of higher education institutions for educational work, developers of policy in the field of cinema and television.

Key words: mainstream cinema, Americanization, socialization, movie genre, mass person, thriller, blockbuster, comedy.