

## КИНО КАК ГЕНДЕРНАЯ ТЕХНОЛОГИЯ В ПРОЦЕССЕ ВТОРИЧНОЙ СОЦИАЛИЗАЦИИ МОЛОДЕЖИ

*Данная статья основана на результатах авторского эмпирического исследования кино как гендерной технологии. Кино является технологией формирования социальных отношений, способной прививать, корректировать, а также навязывать определенные образцы и модели поведения, нормы и ценности, что обуславливает актуальность эмпирического исследования данного процесса. Гносеологическая часть исследования была направлена на определение специфической роли кино в данном процессе. Исследование было проведено в два этапа: первый этап, проведенный методом анкетного опроса, объектом своего внимания сделал молодежную аудиторию, которая была представлена в лице студентов и студенток Белорусского государственного университета; объектом второго этапа исследования стали популярные образы мужчин и женщин в кинофильмах. Результаты исследования показали, что кино стереотипизирует мужские и женские образы, что ведет к формированию стереотипных путей мышления, восприятия и поведения среди молодежи.*

Известный психолог А.Н. Леонтьев утверждал, что индивидом человек рождается, а личностью становится в результате взаимодействия с социальной средой. Процесс становления личностной идентичности всегда также взаимосвязан со становлением идентичности гендерной, и поэтому актуальными являются все условия, факторы, способы, механизмы, так называемые гендерные технологии, оказывающие влияние на ее формирование. Гендерные технологии способствуют созданию гендерных образов, гендерных стереотипов, и через показ, научение, повторение, контроль добиваются их усвоения в процессе социализации личности. Одной из таких значимых гендерных технологий является кино. Таким образом, актуальность изучения кино как гендерной технологии вызывает необходимость осмысления данного процесса с помощью эмпирического исследования.

Поэтому нами было проведено исследование, основная цель которого была направлена на определение специфической роли кино как гендерной технологии в процессе вторичной социализации молодежи. Эмпирические данные стали импульсом для понимания процессов трансформации мужских и женских социальных ролей в современном мире, а также процессов, связанных с формированием гендерной идентичности молодого поколения. Исследование было проведено в два этапа. Первый этап исследования, проведенный методом анкетного опроса, объектом своего внимания сделал молодежную аудиторию, которая была представлена студентами и студентками Белорусского государственного университета – опрошено 306 человек. Объектом второго этапа стали популярные образы мужчин и женщин в кинофильмах, которые были подвер-

жены качественно-количественному контент-анализу – проанализировано 29 кинофильмов (15 – где главные роли исполняют мужчины, 14 – где главные роли исполняют женщины).

Обобщая воедино проанализированные результаты, мы пришли к следующим выводам:

1. Потребление продуктов кинематографа студенческой молодежью имеет интенсивный характер, что подтверждается в первую очередь высокой частотой просмотра продуктов кинематографа. Так, большинство студентов и студенток (51 %) смотрят кинофильмы онлайн несколько раз в неделю; более 41 % респондентов посещают кинотеатры, а 47 % смотрят кинофильмы по телевидению как минимум несколько раз месяц.

2. На фоне высокой частоты потребления продуктов кинематографа студенты и студентки также имеют позитивные установки относительно данного вида искусства: преимущественное большинство из них (более 86 %) отмечают, что любят кино. В совокупности данные показатели: интенсивное потребление и позитивные установки – дают основания для вывода о необходимости изучения кино как важной технологии, оказывающей значительное влияние на процесс формирования личностной идентичности, в том числе и гендерной.

3. Процесс формирования кинематографической, а впоследствии и личностной идентичности, происходит по западному (Голливудскому) образцу, что подтверждается полученными данными. Так, преимущественное большинство респондентов (67 %) отдают предпочтение зарубежным фильмам, что также подтверждается результатами распределения ответов о любимых актерах и актрисах, основная доля которых носит зарубежные фамилии.

4. Изучение жанровых предпочтений студенток и студентов, не только снабдило нас информацией о вкусовых предпочтениях опрошенных (лидирующие позиции занимают комедии, фантастика и драма), но также подтвердило всеохватывающий массовый характер кинематографа, который выразился в склонностях респондентов отдавать предпочтение именно жанровому кино (97 %) в сравнении с кино авторским (3 %). Поскольку формирование гендерной идентичности осуществляется через создание гендерных образов и гендерных стереотипов, которые через показ, научение, повторение и контроль добиваются их усвоения в процессе социализации личности, именно жанровое кино является наилучшим инструментом для их насаждения.

5. Изучение воздействия кинематографа на зрителя, выраженное в непосредственных оценках респондентов, также в очередной раз подтвердило его высокую степень. Так, подавляющее большинство респондентов (95 %) согласны с тем, что кино может оказывать воздействие на зрителя, а более 75 % студентов и студенток признаются, что хотели быть похожими на какого-либо киногероя.

Одной из основных задач исследования было соотнесение воедино трех плоскостей гендерных репрезентаций, представленных в: 1) самооценках ре-

спондентов; 2) представлениях студентов и студенток о «настоящих» мужчинах и женщинах; 4) мужских и женских образах, функционирующих в кино. Ее реализация принесла ценные выводы. Основные выводы, которые мы делаем на основе анализа мужских ролей в кино, в первую очередь свидетельствуют о том, что, несмотря на их образное многообразие, мы не говорим о многообразии гендерных репрезентаций. Это значит, что как студенты и студентки оценивают «настоящего» мужчину в плоскости схожих маскулинных категорий, так и киногерои предстают перед зрителем в этой же самой гомогенной плоскости. Таким образом, можно выявить определенные закономерности функционирования мужских образов в кинореальности. Образы киногероев в своем преимущественном большинстве имеют признаки ярко выраженной маскулинности (12 из 15 героев им соответствуют). Только трое из проанализированных образов, согласно индексу, предложенному С. Бем, можно отнести к андрогинному типу. Среди качеств, характерных для всех киногероев, можно отметить уверенность в себе, независимость, способность к риску, напористость, самостоятельность (традиционно маскулинные), и отсутствие таких качеств, как умение уступать, застенчивость, умение сочувствовать, мягкость, доверчивость (традиционно феминных).

Основными ценностями для мужчин в кино являются ценности профессиональной и личной самореализации. Немаловажными ценностями выступает общественное признание, а также активная, деятельностная и продуктивная жизнь. Это выявляется не только при качественном анализе, но и уже при первом приближении к героям, т. к. зачастую основная сюжетная линия как раз и строится вокруг личных амбиций главного героя. Любовная линия, тем не менее, встречается практически во всех фильмах. Однако в общей структуре сюжета тема межличностных отношений как основная практически никогда не раскрывается. Таким образом, мы сталкиваемся с ситуацией, когда женщина рядом с мужчиной начинает играть второстепенную роль, выступать определенным элементом, подтверждающим его состоятельность и статус.

Женские же гендерные образы, как показывает анализ, представлены более вариативно. Здесь возможно поле для «выбора» разнообразных гендерных репрезентаций: от маскулинных через андрогинные к феминным. Мы также постарались построить типологии образов женских героинь в кино. На основе анализа гендерных репрезентаций мы выделили несколько типов, которые могут встречаться в кино.

1. *Маскулинный гиперсексуальный тип.* В данном случае героини обладают маскулинными чертами, а также наравне с мужчинами выполняют социально значимые роли. Сексуальность, выраженная в первую очередь с помощью атрибутивной поддержки, выступает одним из немногих феминных признаков, который, однако, стереотипизирует женщину.

2. *Андрогинный тип.* Женщины обладают качествами, традиционно отождествляемые с мужчинами, наравне с мужчинами выполняют социально зна-

чимые роли. Однако для них также характерны и феминные качества, связанные в первую очередь со способностью выслушать, поддержать, при необходимости утешить. В данном случае мы не говорим о навязанной сексуальности, т. к. выражена она довольно слабо и намеренно не выставляется напоказ.

3. *Феминный тип*. Это женщины, обладающие преимущественно феминными качествами. Акцент не делается на выполнении социально значимых ролей. Чаще всего представлены как творческие личности, желающие реализации в определенной локальной сфере, не требующей широкого общественного признания.

4. *Феминный гиперсексуальный тип*. Это женщины, обладающие преимущественно феминными качествами, которые еще и подчеркиваются ярко выраженной сексуальностью. Им не приписываются социально значимые роли во внешней сфере. Таким героиням, стоит отметить, чаще всего не отводятся главные роли в сюжете. Они зачастую появляются рядом с мужчиной, которого дополняют тем или иным образом.

Таким образом, еще одним выводом является наблюдение о том, что женщины, которые чаще всего встречаются рядом с главными героями мужчинами, значительно отличаются от тех женщин, которые сами исполняют главные роли. Так, основная стереотипизация женщины в кино характерна именно для женских ролей второго плана. Именно эти образы соответствуют феминному типу, в них женщина выступает как сексуальный объект, да и в принципе можно говорить об объективизации женщины как таковой.

В фильмах, где женщины сами исполняют главные роли, поле гендерных репрезентаций гораздо более велико, женщины уже могут исполнять социально значимые роли, личная самореализация играет значимую роль. Основным стереотипом, который все равно продолжает преследовать и главных героинь, остается навязанная сексуальность и любимый мужчина как основная жизненная цель.

Таким образом, обобщая все полученные результаты, мы делаем следующие выводы:

1. Мужской образ в кино представляет собой редко достижимый в реальной жизни тип. Это представитель мужского пола, с признаками ярко выраженной маскулинности, пренебрегающий общественными нормами, склонный к риску и часто находящийся вне закона. В то же время он ориентирован на любовь и имеет спутницу, рядом с которой способен вести себя романтично. И это тот тип, который нравится юным зрительницам и с которым они соотносят представления о «настоящем мужчине». Получается, что именно кино с большой долей вероятности рисует этого самого «настоящего» мужчину, которого в результате довольно сложно найти в реальной жизни. Учитывая тот факт, что юноши видят сами себя совсем не такими, как описано выше, ожидания и реальность вступают в резкий диссонанс. Девушки ориентированы на того муж-

чину, которого они себе нарисовали с помощью иллюзорной кинореальности, но данный тип в большинстве случаев является лишь иллюзией.

2. Поскольку женские гендерные образы, как показывает анализ, представлены более вариативно, здесь возможно поле для «выбора» разнообразных гендерных репрезентаций. Возможно, этим и можно объяснить различия в представлениях студентов и студенток относительно «настоящих» женщин (согласно ответам юношей «настоящая» женщина представлена как традиционная фемина, а согласно ответам девушек, она приобретает маскулинные черты). Также можно предположить, что юноши, в большей степени отождествляя себя с образами именно главных героев, строят на их подобии и представления о «настоящих» мужчинах, и в то же время представления о женщинах. Однако в фокус их основного внимания попадают именно те женские образы, которые имеет второстепенные роли рядом с главными героями мужчинами. Такие женские образы чаще всего вторичны, феминны, объективизированы, выступают как сексуальные объекты. Студентки, как мы полагаем, отождествляют себя в большей мере все-таки с героинями, находящимися на главных позициях в сюжете кинофильма. Таким образом, здесь появляется простор для выбора гендерной идентичности, наиболее вписывающейся в личный субъективный мир.

Мы, разумеется, не отдаем кино исключительную роль в формировании и поддержании представлений о мужских и женских социальных ролях и их гендерных репрезентаций. Однако мы утверждаем, что кино является одной из крайне значимых технологий, участвующих в этом процессе, и играет Кодекс Республики Беларусь о браке и семье немаловажную роль в процессе вторичной социализации молодых людей. Проведенное нами исследование в целом продемонстрировало возможности кино оказывать воздействие на формирование гендерной идентичности, а также на формирование установок к противоположному полу, предложило возможное видение вариантов протекания данного процесса.

#### **Список основных источников**

1. Жабский, М.И. Социология и кинематограф / М.И. Жабский [и др.] – М. : Канон +, 2012. – 599 с.
2. Иосифян, С.А. Социология кино. Социальные факторы в развитии кинофикации / С.А. Иосифян ; Всесоюз. гос. ин-т кинематографии, каф. философии и науч. коммунизма. – М. : ВГИК, 1985. – 46 с.
3. Клецина, И.С. Технологии конструирования гендера : учебно-методологический комплекс / И.С. Клецина, Е.Ф. Иоффе, М.Г. Муравьева. – СПб. : Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 2008. – 234 с.
4. Курилович, Н.В. Гендерный анализ средств массовой информации: методологический аспект / Н.В. Курилович. – Минск : Право и экономика, 2010. – 169 с.

*General socialization like the process of personal identity formation is one of the main functions of the cinema. This general process is also connected with the formation of gender identity, that is why all conditions, factors, ways of influence, in other words gender technologies, are quite actual and important issues to discuss. Cinema is also one of those*

*gender technologies that can instill, correct, and also impose certain samples and models of behavior, norms and values. The main purpose of our empirical research was to determine, how cinema affects on the formation of youths perceptions of male and female social roles. We conducted a questionnaire between students studied in the BSU and analyzed 29 American movies by the method of content-analysis, described characters of male and female heroes and those social roles they performed. The results of the survey showed that cinema takes very important part in the life of the youth. We get known that male and female images are depicted in the stereotypical ways what also leads to the formation of the stereotypical ways of thinking and conducting among youth.*