

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НАСИЛИЯ В КИНОИНДУСТРИИ

ТАРАСОВ Кирилл Анатольевич – доктор культурологии, профессор Московского государственного института международных отношений (Университета) МИД Российской Федерации, старший научный сотрудник Научно-исследовательского института киноискусства (ВГИК), Москва, Россия (k.tarasov@inno.mgimo.ru).

Аннотация. Репрезентация и потребление насилия в фильмах уходят своими корнями в биосоциальную и культурно-антропологическую природу человека. При всем том массовость габитуального потребления зрелища насилия – результат коммерчески обусловленного символического насилия. Контент-анализ кинопрограмм телевидения показал эскалацию экранного насилия в постсоветский период отечественной истории. На материалах социологического исследования (Киров, 2016 г.) рассматриваются потребление насилия в фильмах городскими кинозрителями российской глубинки, конвергенция связанных с ним гендерных различий, психологическая и институционально-экономическая логика осуществляемого при этом символического насилия со стороны киноиндустрии. С привлечением материалов опроса старшеклассников в трех городах России верификации подвергается гипотеза о существовании группы риска среди потребителей экранного насилия. Приводятся эмпирические свидетельства в пользу способности насилия в фильмах стимулировать его применение в межличностных отношениях.

Ключевые слова: киноиндустрия • фильм • экранное насилие • зритель • символическое насилие • потребление • маскулинность • фемининность • группа риска • агрессивность

DOI: 10.31857/S013216250000799-1

Историческое развитие культуры открывает новые возможности и одновременно порождает новые проблемы. Доминирование визуального образа в современной культуре, электронные технологии его небывало массового производства, господство и глобализация рынка приводят к тому, что в экранной репрезентации социального мира на передний план выдвигается изображение физического насилия в жизни людей. Какими социальными последствиями оборачивается эта культурная практика?

Шаг в экзистенциальном направлении?

Существует культурно-антропологическая точка зрения, что в своем художественном сегменте массовая коммуникация представляет собой мир притворства, иллюзий, входя в который человек оказывается за пределами долга и ответственности. Влечет его в этот мир коммуникативно-развлекательное удовольствие, ожидание подлинной свободы, возможность обретения в себе вместо потери себя, происходящей в сфере обязательных занятий. Погружение на время досуга в художественный мир массовой коммуникации – шаг в экзистенциальном направлении [Stephenson, 1967: 45–46, 57]. Но такова ли реальность погружения людей в мир развлекательного экранного насилия?

Сошлемся на авторитетное и отнюдь не случайно осуществленное среди подростков «глобальное» исследование ЮНЕСКО по проблеме медийного насилия. Оказалось, что на момент исследования телевидение в этой среде – *главный* фактор социализации. Подростки восхищены агрессивными героями экрана. Некоторые из них – например, Терминатор в исполнении А. Шварценеггера, которого, как оказалось, знают 88% детей всего мира (!) – стали «мировыми иконами». Желая быть похожими на этих героев (в регионах с высоким уровнем агрессивности – 51%, в регионах с низким – 37%) и пытаясь справиться со сложными жизненными ситуациями, дети используют их экранные образы в ролевых моделях¹. Телевидение при этом редко являет-

¹ Объект исследования – более 5 тыс. подростков в возрасте 12 лет из 23 стран мира (из СНГ – Армения, Таджикистан и Украина), проживающих в городах и селах. Метод сбора первичной информации – стандартизованный опрос. URL: <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001265/126566eo.pdf> (дата обращения: 12.06.2017).

ся главной причиной реального насилия или агрессивного поведения детей. Искать её следует в семье, социальных и экономических условиях жизни детей. Вместе с тем вина ложится также на телевизионное насилие².

Посыл агрессивного начала, таящегося в глубинах коллективного бессознательного, улавливает экранная культура, а виртуальный характер её образов позволяет преодолевать табу. Сегодняшний зритель, как и древнеримский, может наблюдать зрелище ран, крови, смертоубийства – правда, в виде эрзаца, экранной символики наяву. Вместе с тем в видеоиграх из реципиента экранного насилия он превращается в виртуального его актора.

Обсуждаемая проблема уходит своими корнями и в противоречивую, внутренне конфликтную биосоциальную природу человека. Насилие как проявление биологического эссенциализма всё больше наталкивается на его отторжение, неприятие интериоризируемыми человеком социальными нормами и ценностями. Проблема заключается в сложности исторически разрешаемого противоречия. Если первобытному человеку угрожают бесконтрольные влечения, то цивилизованному – подавленные и ущемлённые инстинкты [Юнг и др., 1997: 236]. Институты экранной культуры призваны находить и рассказывать зрителю истории, проникающие в его душевные глубины, катарсисом помогающие предупреждать угрожающие последствия культурного прессинга в современном технологическом мире по отношению к природным инстинктам человека.

Но что реально происходит? Возьмем мейнстрим кинематографа. Главное здесь – прибыльное вложение капитала в фильмопроизводство и обусловленная им установка на удовлетворение универсальной потребности людей в рекреации. Развлекательное насилие расценивается при этом как наиболее эффективный способ реализации целевых установок. Возможность дисфункциональных последствий напрочь отрицается, хотя, например, на Западе они вызывали порой моральную тревогу в социуме. «Худшие слова, которые я знаю, – заявила на одной из международных конференций А. Линдгрэн, – это развлекательное насилие»³.

Насилие – правда, больше историческое – присутствовало и на советском экране. Прославлялась героическая маскулинность – главным образом в фильмах о войне и революции. В переходный период экраны страны захлестнула волна криминального насилия. О масштабе эскалации насилия на телеэкране свидетельствует осуществленный нами контент-анализ отобранных по определённой методике фильмов и эпизодов сериалов из репертуара ОРТ, РТР и НТВ [Тарасов, 2016: 90–91]. Каждый день в выборку включался (записывался на видео) один фильм (выпуск сериала) – в выборке оказалось 42 фильма. В 41 фильме были обнаружены сцены насилия (в среднем 21). В каждом четвертом сюжете (24%) длились они от 20 до 55 мин. Исходное предположение о тиражировании картины маргинального социального мира убедительно подтверждалось экранным живописанием убийства: 5,2 убийства в одном среднестатистическом фильме.

На Западе озабоченность общественности возможным деструктивным влиянием экранного насилия способствовала тому, что его воздействие изучается уже на протяжении многих десятилетий. С 1920 г. в «Соединенных Штатах было осуществлено три или четыре тысячи исследований» [von Feilitzen, 2010: 176]. В России такого рода изыскания обрели актуальность в контексте современного этапа глобализации. В этот период «возникает принципиально новая система производства, распространения и потребления культурных ценностей» [Шендрик, 2004: 137]. 20 лет назад нами констатировалось, что волна насилия в фильмах захлестывает экраны и наводит на мысль о возможной эпидемии духовной «интоксикации» многомиллионной зрительской аудитории [Тарасов, 1996: 35].

Экран демонстрирует образцы поведения героя, в конфликтных ситуациях не способного контролировать свои инстинкты. Если же экранное насилие является привычной духовной пищей человека, то где гарантии, что в его подсознание не внедрится представление о насилии как простом и убедительном способе разрешения личностного конфликта? В эмоционально острой конфликтной ситуации внедрившееся представление может сыграть роль спускового крючка. Примечательно, что эту истину сознают американские кинематографисты, больше других производящие зрелища насилия. В 2012 г. во время показа фильма «Темный рыцарь: возвращение легенды» со сценами насилия по зрителям была открыта стрельба и 12 из них лиши-

² UNESCO Global Study on Media Violence. A Summary. (1998). URL: <http://www.hinifoto.de/gaming/unesco.html#0> (accessed 10.06.17).

³ Violence On The Screen..., 1996: 7.

лись жизни, а 58 оказались ранеными. После этого продюсер Х. Вайнштейн, причастный к съемкам подобных фильмов, заявил, что Голливуд не должен «уклоняться от ответственности». «Я полагаю, – настаивал он, – что мы, создатели фильмов, – Мартин Скорсезе, Квентин Тарантино и, надеюсь, все из нас, кто причастен к производству насилия в фильмах – должны сесть вместе и обсудить нашу роль в этом вопросе»⁴. Аналогичные призывы раздаются и в других странах.

Вопрос о влиянии экранного насилия мы рассмотрим, обратившись к киноиндустрии. Производит она только зрелище насилия или также заинтересованного в нём потребителя? Эмпирическими аргументами по этому вопросу послужат факты, полученные нами в 2016 г. в рамках социологического исследования НИИ киноискусства (ВГИК)⁵. Речь пойдет также о возможности влияния экранного насилия на насилие в реальной жизни.

Унификация гендерной дифференциации вкусов публики. В гендерном смысле мужчиной или женщиной человек становится в конкретной социокультурной среде. Гендерная идентичность в основном – результат социального конструирования, средствами кино в том числе. Дискурсивные практики кинематографа выполняют как дескриптивную, так и нормативно-прескриптивную функции.

С известной долей условности вкусы публики и фильмы можно разделить на «мужские» и «женские». «Мужской» фильм, согласно опросу молодежной аудитории [Рондели, 2013: 288–289], повествует о преступности, мафии, наркобизнесе, сексе, войнах и т.п. Герои – личности, отличающиеся силой, ловкостью, мужеством, выдержкой, искусством применения оружия, приемами единоборств. В индикаторах «мужского» фильма и вкуса явно проступает мотив силы. Образами насилия воспроизводится и символически утверждается адекватная коммерческим диспозициям маскулинность кинозрительской идентичности. «Женские» фильмы повествуют о любви, выборе жизненного пути, психологических проблемах человека в современном мире. В «женском» вкусе на передний план выходят коммуникативные практики, в которых проявляются свойственные фемининности эмоциональная чувствительность и щедрость.

Картина вкусовых предпочтений на уровне сознания в реальном поведении публики проявляется несколько иначе. «Попадая в сферу потребления, фильм становится не просто продуктом производства, а производящим продуктом. И производит он не только социальный эффект, ...но и саму кинопотребность, вкусы и предпочтения, следовательно, и цели конечного потребителя. Последний оказывается в некотором смысле продуктом производства, инкорпорированным в его систему, латентным её агентом» [Жабский, 2015: 75]. Это результат символического насилия киноиндустрии, не сознаваемого публикой. В социальной роли кинозрителя человек отчасти формируется по образу и подобию имиджей экрана. Несмотря на то что в кинозалах женщин немного больше, герои большинства фильмов, однако, чаще всего мужчины, демонстрирующие свойственную канонической маскулинности готовность и способность к насилию в конфликтных ситуациях. Зачастую это начало выступает пружиной драматургического действия. Отсюда вероятность маскулинизации поведенческой модели кинопотребления зрительниц в случае габитуализации их потребления экранного насилия.

Сидящих в кинозалах зрителей можно разделить на три группы по критерию объема потребления такого рода зрелища. Первую составляют «высокоактивные» потребители. Половина или даже большинство фильмов из числа просмотренных ими в течение четырех недель, предшествовавших социологическому опросу в г. Кирове, содержали сцены насилия – 41%, (мужчины – 47%, женщины – 38%). Вторая группа – «активные» приверженцы «агрессивной кинодиеты». Каждый третий или четвертый фильм в их индивидуальном кинорепертуаре приправлен экран-

⁴ Colorado shooting: Harvey Weinstein calls for screen violence forum. URL: <http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/northamerica/usa/9433102/Colorado-shooting-Harvey-Weinstein-calls-for-screen-violence-forum.html> (дата обращения: 10.06.2017).

⁵ Объект исследования – кинопосетители г. Кирова в возрасте от 11 лет. Выборка комбинированная – составлена методом направленного и вероятностного отбора. Из шести кинотеатров города отобраны три – два центральных, один окраинный. Метод сбора информации – письменный опрос. На протяжении одной недели июля каждый четвертый зритель, купивший кинобилет и переступивший порог кинотеатра перед началом 117 сеансов 12 фильмов, заполнил анкету. Опрошен 461 зритель. Аналогичным образом параллельно проводились еще три опроса. Сравнение социально-демографического состава опрошенной нами выборки с тремя другими выборками отклонений, превышающих величину случайной погрешности, не выявило.

ным насилием. Таких зрителей 10%, среди мужчин – 8,4%, среди женщин – 10,5%. Третьей группой зрителей свойственно «умеренное» потребление экранного насилия. На протяжении фиксированных четырех недель фильмов с насилием в их индивидуальном кинорепертуаре было «немного». В киноаудитории такое потребление экранного насилия представлено 10%, среди мужчин – 15%, среди женщин – 19%. Остальные респонденты отрицали просмотр фильмов с насилием. Отчасти и потому, что за это время в кино они не ходили. Как видим, на уровне реального поведения доля экранного насилия в индивидуальном кинорепертуаре женщин более или менее заметно отличается лишь по группе «высокоактивных» потребителей, но разница – всего 9%. На уровне потребления экранного насилия гендерные практики в общем плане весьма схожие. Выходит, что экран трансформирует кинозрительскую, а по цепной реакции, возможно, и гендерную идентичность женщины в других её социальных ролях.

Психологическая логика символического насилия киноиндустрии в рассматриваемом случае примерно такова. Потребность в кино во многом складывается по образу и подобию продукта, предлагаемого для её удовлетворения. Габитуализированное потребление определенной частью женщин экранного насилия закономерным образом влияет на характер их потребности в кинозрелище, способ его восприятия и чувствования, критерии оценки, кинозрительскую идентичность наконец. Самой зрительнице сформировавшаяся у неё идентичность представляется естественной, роль внешнего фактора практически не осознается.

Символическое насилие киноиндустрии в рассматриваемом отношении имеет и свою институционально-экономическую логику. Коммерческая кинополитика, нацеленная на максимизацию кассовых сборов, наталкивается на серьезное препятствие – разнородность зрительских запросов. Киноаудитория как социокоммуникативная общность представляет собой «некое множество людей, испытывающих потребность в просмотре фильмов в кинотеатрах и в информации о кинематографических событиях, размышляющих о кино и обсуждающих его новинки в межличностном отношении и т.д. Это – масса, “поляризованная” по отношению к кинематографу в целом» [Жабский, 2015: 247–248]. С институционально-экономической точки зрения, положительная «поляризованность» массы по отношению к киноиндустрии – благоприятный фактор. Но, будучи внутренне дифференцированной, она не только объединяет массу в посещаемости сеансов конкретного фильма, но и разъединяет её различиями в характере зрительских запросов. Сказываются, в частности, гендерно обусловленные вкусы – «мужской» и «женский».

Киноиндустрия экономически заинтересована в преодолении гендерной поляризации вкуса. С точки зрения киноэкономики овладения зрительским вниманием, производство экранного насилия и инкорпорирование элементов «мужского» вкуса в «женский» вкус средствами символического принуждения представляют большой практический интерес. Лет 30–40 назад героиня голливудского фильма, доминирующего сегодня и на российском киноэкране, не фигурировала как активный субъект насилия в центре связанного с ним действия. Сегодня она заявляет о такой роли уже с фасадной рекламы российских кинотеатров. В третьем фильме «Терминатор» главному герою-спасителю противостоит такой же герой-машина, но в облике женщины, воплощающей зло. В результате некоей кросскультурной конвергенции вкусов маскулинность проникает в фемининность кинозрительской идентичности.

Вкус к экранному насилию и производство его потребителя культивируется с детства. Исследование в Кирове показывает, что рост «высокоактивного» потребления экранного насилия красной линией проходит через разные возрастные группы молодежи. В возрасте 11–14 лет оно свойственно каждому четвертому зрителю, в группе «15–18 лет» – каждому третьему, «19–24 года» – каждому второму, «25–29 лет» – двум из трёх. Если верно, что «разговор между мужской и женской является кросскультурной коммуникацией» [Гриффин, 2015: 595], то, поскольку фильмопроизводители в основном мужчины, а в кинозалах больше женщин, кросскультурный характер свойствен и кинокоммуникации, что влечет за собой определенные последствия. Согласно кировскому исследованию, в концентрированном виде они отчасти отражены в ответах респондентов на вопрос: «Как вы считаете, если сегодня насилия в фильмах будет меньше, то кино в целом станет более интересным или менее интересным?» Ответили, что станет менее интересным 23% респондентов женского пола (лишь на 7% меньше, чем мужского). Заинтересованную приверженность «мужскому» вкусу можно объяснить тем, что среди зрительниц 60% «высокоактивных» потребителей экранного насилия. Имеет место когнитивный консонанс между

оценкой и реальным поведением. Символическое насилие киноиндустрии нивелирует гендерные вкусы с целью производства лояльного потребителя экранного насилия.

Гипотеза о существовании группы риска. Производство, распространение и освоение экранного насилия – сфера рискогенной коммуникативной активности. В качестве таковой ей свойственны проявляющиеся в более широком плане особенности: непреднамеренные следствия – явление нормальное, а действие, как и бездействие, может усугублять степень рискогенности [Кравченко, 2017: 5]. Встает непростой вопрос: как управлять рисками?

Мы ограничимся изложением некоторых социологических фактов и соображениями, касающимися исходной истины: чтобы управлять рисками, их надо всесторонне изучать и хорошо знать. Имея это в виду, кинопосетителям Кирова задан вопрос: «Во многих фильмах мы видим, как зло (злодей) пытается добиться своих целей с помощью насилия. Но его, в конце концов, побеждает положительный герой – и тоже с помощью насилия. Как вы думаете, чему учат такие фильмы тех, кто их помногу смотрит?». На выбор были даны четыре варианта «урока», которые можно было бы извлечь из подобных картин. «Такие фильмы учат, что в жизни зло своих целей насилием не достигает» – согласились 40% респондентов. Чаще всего это юные зрители от 11 до 14 лет (58%) и те, кому более 60 лет (100%), реже – молодежь в возрасте 25–29 лет (31%). Остальные варианты ответа отражали по нарастающей разную степень установки на противодействие злу насилием: «Перед силой зла не нужно пасовать» (29%), «Злу нужно давать отпор его же оружием» (28%). Четвертый вариант указывал на большее: «Такие фильмы учат, что нужно овладевать искусством насилия» (3%).

Репрезентацию и потребление экранного насилия иногда рассматривают как фактор риска [Krahe, 2014]. Мы подходим к проблеме с противоположной стороны – ставим и проверяем гипотезу о существовании группы риска среди потребителей этого зрелища. Соответственно, респондентов, избравших четвертый вариант ответа на приведенный выше вопрос, рассматриваем как свидетельство существования группы риска. Верифицировать этот гипотетический тезис, в принципе, можно путем экспериментально-статистического сравнения двух групп – давших четвертый ответ (гипотетическая группа риска) с выбравшими первый вариант ответа (контрольная группа).

Осуществить сравнительный анализ в данном случае не позволял объем выборки. Но о том, что анализ мог бы показать, будь выборка достаточно велика, можно судить по материалам полученных ранее ответов старшеклассников (9–11 классы) на приведенный выше вопрос. Исследование проводилось в трех городах – Москве (2004), Кирове (2004) и Омске (2002)⁶. Ответ «Такие фильмы учат, что нужно овладевать искусством насилия» дали лишь 6%. Вместе с тем объем выборки был достаточным для сравнительного анализа. Гипотетическая группа риска и контрольная группа из всей массы опрошенных выделялись по *четырем* признакам. Первую группу составляли респонденты, которые, по их признанию, *во-первых*, во время просмотра фильма всегда или часто идентифицируют себя с носителем насилия, *во-вторых*, испытывают чувство «восторга (восхищения)» при восприятии сцен (моментов) жестокости, *в-третьих*, после просмотра фильма с насилием часто испытывают желание быть похожим на его героев и, *в-четвертых*, в посткоммуникативной фазе мысленно возвращаются к увиденным сценам насилия. Вторую группу, контрольную, составили респонденты с противоположными наклонностями. Со-
поставление этих двух групп было выполнено в форме типологического анализа, в котором сопряженно учитываются названные выше четыре психологические характеристики респондента, связанные с психологическим воздействием экранных образов насилия. Ниже названы конкретные показатели, по которым гипотетическая группа риска отличается от контрольной. Наиболее характерные индикативные факты приведены в одной и той же последовательности: сначала

⁶ Выборка составлялась по определенной схеме, которая несколько варьировалась в зависимости от специфики объекта и условий проведения опроса. Учебные учреждения отбирались с таким расчетом, чтобы они представляли основные территориальные зоны и социальные слои города. Так, в Кирове выборку первой ступени составили учащиеся семи школ (72 класса, 1896 учеников). Основа выборки второй ступени представляла собой список, в котором последовательно указывались 9-е классы всех семи школ, затем 10-е и 11-е классы. Из каждого слоя (9-е, 10-е и 11-е классы) в выборку включался 3-й, 7-й, 10-й, 14-й, 17-й и т.д. класс. По этой схеме был отобран 21 класс. Сравнительный анализ осуществлен на основе объединенного массива данных (1846 респондентов) письменного опроса учеников отобранных классов.

характеризуется гипотетическая группа риска, затем – контрольная: востребованность фильмов с насилием, выражающаяся в объеме их потребления: фильмы с насилием составляют большинство в индивидуальном репертуаре 56 и 12% респондентов сравниваемых групп; удовольствие от просмотра фильмов с насилием: очень понравились 72 и 2% ребят, не понравились либо очень не понравились – нет ответивших и 29%; характер чувств, возбуждаемых зрелищем крови: чувство восторга у соответственно 84 и 2% респондентов; идентификация с персонажами-преступниками: 68 и 4%; чувство симпатии к вступающему в конфликт с законом персонажу: 76 и 5% ребят; реакция на наказание персонажа, пытающегося добиться успеха в жизни с помощью насилия: сожаление – 72 и 6%, одобрение – 20 и 68%; настроение после просмотра фильма с насилием: хорошее, приподнятое – 84 и 3%; склонность к агрессивному поведению в конфликтных ситуациях – самооценка по 5-балльной системе: 1 балл – 8 и 32%, 5 баллов – 54 и 4%; способность контролировать собственное поведение: трудно контролировать – 54 и 7%; установка на применение физического насилия: порой не могут сдерживать желание ударить человека 54 и 3% ребят; частота возникновения чувств тревоги и отчаяния в повседневной жизни – часто: тревога – 37 и 28%, отчаяние – 33 и 17%; ощущение, что жизнь складывается неудачно: 46 и 21%; чувство страха перед выходом на улицу в вечернее время: 46% и 27% ребят; наличие агрессивных лиц среди друзей и близких знакомых: имеются у 67 и 40% респондентов; участие в драках с ровесниками: за 5–10 месяцев перед опросом не участвовали 17 и 81% респондентов, участвовали более четырех раз – 50 и 2%; роль обидчика и обиженного в конфликтных ситуациях: 46 и 3% ребят относятся к тем, кто чаще обижает сверстников; совершение хулиганских поступков: в течение 5–10 месяцев перед опросом более четырех хулиганских поступков совершили 46 и 5% ребят.

Выявлена внутренне согласованная симптоматичность весьма разнородных фактов личной культуры, сознания и поведения юных зрителей. Получены веские аргументы в пользу гипотезы о способности экрана влиять на применение физического насилия в реальной жизни. Особенно симптоматичен такой факт. В общем массиве опрошенных было всего 6% тех, кто, согласно ответу на косвенный вопрос, из фильмов с насилием извлекает вывод, что нужно овладевать искусством насилия. Но их уже 58% в гипотетической группе риска против 2% в контрольной. Это – социологическое свидетельство существования группы риска не только в виде гипотезы, но и тревожной реальности.

Эксперимент, проведенный в США сотрудниками трёх научных центров изучения мозга [Alia-Klein, et al., 2014], говорит о том, что имеются и нейрофизиологические свидетельства существования такой реальности. Группа испытуемых, 54 мужчин в среднем 25 лет, по обоснованным критериям была разделена на агрессивных и неагрессивных. Им показали фильмы – один раз с насилием (перестрелки и уличные драки), другой раз – с эмоционально насыщенными сценами, но без насилия, в третий раз фильмы не показывали. При этом измерялась активность мозга в структурах, ответственных за самоконтроль и принятие решений в состоянии эмоциональной возбужденности. Оказалось, что мозг агрессивных людей работает специфически. Нейрофизиологические структуры имеют у них определенную психофизиологическую автономию при принятии решения употребить насилие. Проявляемая в детстве агрессивность закрепляется в механизмах нервной системы и переносится во взрослую жизнь. Воспитателям рекомендовано идентифицировать детей с агрессивными наклонностями и прививать им способность понимать зависимость своего агрессивного поведения от автономной нейрофизиологической работы мозга.

Заключение. Мотив физического насилия является, пожалуй, экономически наиболее выгодным элементом фильма в коммерческой практике киноиндустрии. Создание увлекательных картин, затрагивающих серьезные и волнующие многих вопросы, в творческом отношении задача исключительно сложная. Насыщение же фильма драками, перестрелками, погонями и пр. особого мастерства не требует и, привлекая непроизвольное внимание невзыскательного зрителя, позволяет во многом компенсировать низкую остроту сюжета и характеров, слабую игру актеров, отсутствие сколько-нибудь значимой темы и т.д. Поэтому мотивы физического принуждения, угрозы человеческой жизни, её защиты активно эксплуатируются.

Экспозиция насилия на киноэкране вызывает моральную тревогу в обществе. Поднимается вопрос о возвращении цензуры в кино. Чтобы внести ясность в понимание проблемы, проводятся исследования репрезентации насилия в фильмах, его массового показа, восприятия и воздей-

ствия. Дисфункциональное воздействие возможно при наличии трех условий: показ фильмов с насилием, их восприятие зрителями (подростающим поколением в первую очередь) и предрасположенность определенной части зрителей к «заинтересованному» усвоению опыта физического насилия в фильмах. Отсюда «интоксикация» сознания и социальных установок определенной части молодежи образами насилия, что стимулирует применение физического насилия в реальной жизни. Поскольку кинематограф призван быть её зеркалом, вопрос о запрете изображения и показа насилия не ставится. На повестке дня другое – как ограничить его дисфункциональные последствия. Суть проблемы, на наш взгляд, в разумной социальной организации культурной жизни социума.

Государство создало систему правовых отношений для реализации «общих интересов» средствами кино, в условиях которых кинопродюсеры и провайдеры ощущают себя «игроками». Их коммерческие интересы, вступая в противоречие с «общими интересами», приводят к тому, что культура нередко изменяет своему предназначению. Становясь дисфункциональной, она, можно сказать, пожирает самое себя. Решение этой проблемы целесообразно искать на началах, с одной стороны, принципа свободы творчества, а с другой – защиты прав зрительской аудитории как множества потребителей продуктов экранной культуры. Существующая проблема ждет решения с позиций комплексного подхода, в рамках которого согласованно реализуются возможности правового регулирования, саморегулирования в киноиндустрии, медиаобразования в школе и воспитания в семье.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Гриффин Э. Коммуникации. Теории и практики / Пер. с англ. М.: Гум. центр, 2015.
- Жабский М.И. Социодинамика кинематографической жизни общества. М.: Канон+ РООИ «Реабилитация», 2015.
- Тарасов К.А. Насилие в фильмах: три условия миметического воздействия // Вестник ВГИК. 2015. № 2 (28). С. 90–95.
- Тарасов К.А. От насилия в кино к насилию «как в кино»? // Социологические исследования. 1996. № 2. С. 25–35.
- Кравченко С.А. Междисциплинарная диагностика и контекстуальная экспертиза рисков, уязвимостей, безопасности и доверия // Вопросы анализа риска. 2017. № 1 (25). С. 3–8.
- Рондели Л.Д. Кино и его аудитория. Аналитическая летопись взаимоотношений (1969–2010 гг.). М.: ВГИК им. С.А. Герасимова, 2013.
- Федоров А.В. Права ребенка и проблема насилия на российском экране. Таганрог: Изд-во Ю.Д. Кучмы, 2004.
- Шендрик А.И. Глобализация в системе культурологических координат // Культурологические записки. Вып. 9. Художественная культура в эру глобализации. М.: ГИИ, 2004. С. 135–176.
- Юнг К.Г. и др. Человек и его символы / Под общ. ред. С.Н. Сиренко. М.: Серебряные нити, 1997.
- Alia-Klein N. et al. Reactions to media violence: it's in the brain of the beholder // PloS One (the Public Library of Science Journal). 2014. No. 9 (9). URL: <http://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0107260> (дата обращения: 22.08.2017).
- Comstock G., Paik H. Television and the American Child. New York: Academic Press, 1991.
- Krahé B. Media violence use as a risk factor for aggressive behaviour in adolescence // European Review of Social Psychology. 2014. No. 1 (25). P. 71–106. URL: <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10463283.2014.923177?src=recsys> (дата обращения: 01.09.2017).
- Signorielli N., Gerbner G., Morgan M. Violence on television: The Cultural Indicators project // Journal of Broadcasting & Electronic Media. 1995. No. 2 (39). P. 278–283.
- Stephenson W. The Play Theory of Mass Communication. Chicago: University of Chicago Press, 1967.
- von Feilitzen C. Influences of mediated violence. International and Nordic research findings // Children and Youth in the Digital Media Culture. Yearbook 2010. From a Nordic Horizon / Ed. by U. Carllson. Göteborg: Nordicom, University of Göteborg, 2010. P. 173–188.
- Violence on the Screen and the Rights of the Child. Report from a Seminar in Lund, Sweden, September 1995. Stockholm: Svensko Unescorédets skrittserie nr 2, 1996.
- UNESCO Global Study on Media Violence. A Summary. 1998. URL: <http://www.hinifoto.de/gaming/unesco.html#0> (дата обращения: 10.06.2017).
- Baumann E. et al. Wie Medien genutzt werden und was sie bewirken. URL: <http://www.bpb.de/izpb/7543/wie-medien-genutzt-werden-und-was-sie-bewirken?p=all> (дата обращения: 10.06.2017).

REPRESENTING VIOLENCE IN CINEMA INDUSTRIES

TARASOV K.A.

Moscow State Institute of International Relations, Russia

Kirill A. TARASOV, Dr. Sci. (Cult.), Prof., Department of Sociology, Moscow State Institute of International Relations (University) of the Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation, Senior Researcher at the Film Art Research Institute (VGIIK), Moscow, Russia (k.tarasov@inno.mgimo.ru).

Abstract. The representation and the consumption of violence in films trace their roots down to the bio-social and cultural-anthropological nature of the human being. This notwithstanding, the mass character of the habitual consumption of violent screen spectacle is a result of commercially predicated symbolic violence. With the example of television, presented is the escalation of screen violence in the post-Soviet period of national history. In light of the possibility for the Werther effect, materials of a sociological study (the city of Kirov, 2016) are used in considering the consumption of screen violence by urban moviegoers of the Russian heartland, the convergence of gender differences related to it, and the psychological and institutional-economical logic of the symbolic violence perpetrated by the film industry at the point of consumption. Materials of a survey among high-school students of three Russian cities are adduced for verifying the hypothesis of the existence of a risk group among screen violence consumers. It stands to reason that to propagate physical violence in real life does not constitute a purpose of film industry. However, habitual consumption of violence in films, coupled with some spectators' predisposition toward aggressive behavior (the risk group), is capable of eliciting such a dysfunction. Based on the materials of an experimental-statistical comparison between the risk group and a control group, it is shown that, for instance, the screen spectacle of gore brings forth a sensation of delight among, respectively, 84 and 21% of young movie-goers; about the punishment of a film character intent on succeeding in life by the means of violence, lamentation is experienced by 72 and 6%; to an occasional impulse to hit someone succumb 54 and 3%. These and other empirically garnered facts attest to the capacity of violence in films for impacting manifestations of physical violence in real life.

Keywords: film industry, film, screen violence, spectator, symbolic violence, consumption, masculinity, femininity, risk group, aggressiveness.

REFERENCES

- Alia-Klein N. et al. (2014) Reactions to media violence: it's in the brain of the beholder. *PLoS One (the Public Library of Science Journal)*. No. 9 (9).
URL: <http://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0107260> (accessed 22.08.17).
- Baumann E. (2010) *Wie Medien Genutzt Werden und was sie Bewirken*.
URL: <http://www.bpb.de/izpb/7543/wie-medien-genutzt-werden-und-was-sie-bewirken?p=all> (accessed 20.06.17).
- Comstock G., Paik H. (1991) *Television and the American Child*. New York: Academic Press.
- Fedorov A.V. (2004) *The Rights of the Child and the Issue of Violence on the Russian Screen*. Taganrog: Izd-vo U.D. Kuchmi. (In Russ.)
- Feilitzen von C. (2010) Influences of mediated violence. International and Nordic research findings. In: *Children and Youth in the Digital Media Culture. Yearbook 2010. From a Nordic Horizon*. Ed. by U. Carlsson. Göteborg: Nordicom, University of Göteborg: 173–188.
- Griffin E. (2015) *Communication. Theory and Practices*. Translated from English. Moscow: Gum. tsentr. (In Russ.)
- Jung C.G. (1997) *Man and His Symbols*. Ed. by S.N. Sirenko. Moscow: Serebryanie Niti.
- Krahé B. (2014) Media violence use as a risk factor for aggressive behaviour in adolescence. *European Review of Social Psychology*. No. 1 (25): 71–106. URL: <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10463283.2014.923177?src=recsys> (accessed 01.09.17).
- Kravchenko S.A. (2017) Interdisciplinary diagnostics and contextual expertise of risks, vulnerabilities, security and trust. *Voprosi analiza riska [Issues in risk analysis]*. No. 1 (25): 3–8. (In Russ.)
- Rondeli L.D. (2013) *Cinema and Its Audience. Analytical Annals of the Interrelationship (1969–2010)*. Moscow: VGIIK im. S.A. Gerasimova. (In Russ.)
- Schendrik A.I. (2004) Globalization in the system of culturological coordinates. *Kulturologicheskie Zapiski. Vyp. 9. Khudozhestvennaya Kultura v Eru Globalizatsii [Culturological Notes. Release 9. Artistic Culture in the Era of Globalization]*: 135–176. (In Russ.)

- Signorielli N., Gerbner G., Morgan M. (1995) Violence on television: The Cultural Indicators project. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. No. 2 (39): 278–283.
- Stephenson W. (1967) *The Play Theory of Mass Communication*. Chicago: University of Chicago Press.
- Tarasov K.A. (1996) From violence in cinema to the violence «as in cinema»? *Sotsiologicheskie issledovaniya* [Sociological studies]. No. 2: 25–35. (In Russ.)
- Tarasov K.A. (2015) Violence in films: three preconditions for the mimetic effect. *Vestnik VGIK* [VGIK Herald]. No. 2: 90–95. (In Russ.)
- Violence on the Screen and the Rights of the Child. Report from a Seminar in Lund, Sweden, September 1995.* (1996). Stockholm: Svensko Unescorédets skrittserie nr 2.
- Zhabyski M.I. (2015). *The Sociodynamics of Society's Cinematic Life*. Moscow: Kanon+ROOI «Reabilitatziya». (In Russ.)

Received: 18.09.17. Accepted: 21.02.18.