

Восприятие киногероев юношами и девушками с разным статусом идентичности***Босомыкина Мария Александровна***¹*студентка**Гуманитарный университет, Екатеринбург, Россия**E-mail: bosomykina_m@rambler.ru*

На рубеже XX-XXI вв., представляющем очередным переходным периодом, воздействие киноискусства приобретает новую силу, ведь, как известно, в переходные эпохи, возникающие коммуникативные структуры отступают перед визуальными формами. Исследованиями особенностей воздействия образов кино на зрителей занимаются многие учёные (У.Поттер, Р.Уоррен, Дж.Гербер, А.Бандура, М.И.Жабский и др.), однако понимание истинных целей кинематографа, его подлинного предназначения всё ещё расплывчато, неопределённо. [1, с.102]

Важным является тот факт, что на сегодняшний день квартиры институционализированы в качестве места кинопоказа (практически в каждой семье есть телевизор и видео или DVD). Таким образом, включение подрастающего поколения в социальную орбиту киноискусства происходит неформально, в ходе которого юноши и девушки имеют возможность познакомиться с многообразными сторонами жизни, взаимоотношениями между людьми, принадлежащими к разным социальным группам.

Основными положениями, на которые мы опирались в нашей работе, являются следующие: в современном обществе телевидение является самым распространённым, всепроникающим средством массовой коммуникации; телевидение, наряду с семьёй и школой, является главным институтом социализации подрастающего поколения и оказывает значительное социализирующее воздействие на взрослых; оно рассчитано на извлечение максимальной прибыли и, следовательно, на привлечение внимания максимально возможного количества зрителей.

Таким образом, особую важность приобретают исследования роли воздействия киноискусства на становление идентичности в юношеском возрасте (на который приходится основной кризис идентичности), когда для человека особенно значимым становится определение своего места в социальном мире, выбор профессии, друзей и т.д. Принятые человеком решения, выбор и принятие на себя ответственности в самых различных областях в период юности, оказывают существенное влияние на обретение «взрослой идентичности».

Целью нашей работы являлось исследование взаимосвязи статуса идентичности и восприятия киногероев в юношеском возрасте. Базируясь на Пятифакторной модели личности и Статусной модели личности (Дж.Марсиа), мы сделали предположение о том, что степень совпадения ролевой позиции «Я» и «Любимый киногерой» больше у юношей с низким статусом идентичности (предрешение и диффузия), чем с высоким (мораторий и достигнутая).

Для достижения поставленной цели мы использовали следующие методики: «Незаконченные предложения» и «Полуструктурированное интервью» (Орестова В.Р., Карабанова О.А.); Психосемантический метод «множественной идентификации» (В.Ф.Петренко); семантический дифференциал с использованием списка биполярных прилагательных, адаптированных для русскоязычной выборки Д.Пибоди и А.Г.Шмелёвым, и с последующей интерпретацией с помощью факторов «Большой пятёрки».

¹ Автор выражает признательность канд.псих.наук Фёдоровой Е.В. за помощь в подготовке данного исследования.

В результате нами были получены данные, подтверждающие выдвинутую гипотезу. Коэффициент корреляции (обработка данных производилась с помощью коэффициента Спирмена r_s) ролевой позиции «Я» и «Любимый киногерой» у испытуемых с низким статусом идентичности равен 0,63 (N=12), с высоким 0,23 (N=10). Во-вторых, в соответствии с пятифакторной моделью личности в группе испытуемых с низким статусом идентичности (предрешение и диффузия) идентификация с героями фильмов высокая по всем пяти факторам: «Организованность» (0,60), «Боевитость» (0,67), «Приятность» (0,78), «Интеллект» (0,82), «Гибкость» (0,69). В то время как у испытуемых второй группы показатели по всем пяти факторам значительно ниже. Также нами была зафиксирована следующая тенденция: испытуемые с низким статусом идентичности в восприятии киногероев склонны идентифицироваться с отрицательными персонажами, что менее свойственно для испытуемых второй группы.

Полученные данные свидетельствуют о том, что испытуемые с низким статусом идентичности отождествляют себя с героями фильмов в большей степени, по сравнению с испытуемыми второй группы (с высоким статусом идентичности). Можно предположить, что это происходит в результате несформированности, расплывчатости эго-идентичности, что отражается в зависимости юношей и девушек с низким статусом идентичности от образов кино.

Опираясь на полученные данные, мы сделали следующие выводы. Предоставляя возможность юношам и девушкам познакомиться с многообразием жизненных ситуаций, образцами и нормами поведения различных социальных групп, характером деятельности представителей той или иной профессии и многими другими сторонами окружающей действительности, кино демонстрирует разнообразные варианты жизненного пути, что становится особенно актуально в юношеском возрасте, когда окончательно формируются более сложные признаки идентичности: личный жизненный план, самоопределение. Однако нельзя не отметить и вероятность принятия негативной идентичности вследствие воздействия образов кино, что отражается в положительной корреляции испытуемых группы с низким статусом с отрицательными персонажами.

В заключение отметим, что наше исследование носило пилотажный характер, и полученные результаты требуют дальнейшего подтверждения и более глубокого анализа на большей выборке, а также интерес представляют сравнительные исследования по данному вопросу на различных возрастных группах.

Литература

1. Жабский М., Тарасов К., Фохт-Бабушкин Ю. Кино в современном обществе: Функции – воздействие – востребованность/Министерство культуры Российской Федерации, НИИ киноискусства.–М., 2002. – 375 с.
2. Орестова В.Р., Карабанова О.А. Методы исследования идентичности в концепции статусов эго-идентичности Дж. Марсиа // Психология и школа, 2005, №1 (с. 39 – 90)
3. Петренко В.Ф. Психосемантика сознания. М.: Изд-во Московского университета. 1998. (с. 113-134)