



## **Аннотация**

**Объектом** настоящего исследования является массовый американский кинематограф. **Предмет исследования** – особенности репрезентации американского образа жизни в американских фильмах.

**Цель данной работы** – социологический анализ репрезентации американского образа жизни в зарубежных фильмах.

В структуру выпускной квалификационной работы входит введение, две главы, четыре параграфа, заключение, список литературы и источников, приложения.

В первом параграфе первой главы рассматриваются стереотипы образа страны в контексте теории социального конструктивизма. Приведены определения понятиям: имиджа, стереотипа, образа жизни, рассмотрены их особенности формирования.

Во втором параграфе первой главы приведено определение термина, кинематограф, отображены особенности кино, как средства коммуникации. Изучена роль кинематографа в репрезентации американского образа жизни.

В первом параграфе второй главы представлено исследование мнение жителей г. Тольятти посредством метода анкетного опроса. Выделены стереотипы американского образа жизни, американцев, а также выявлены источники формирования данных стереотипов.

Во втором параграфе второй главы по результатам контент-анализа американских фильмов описаны особенности транслируемого американского образа жизни. Выделены особенности репрезентации на основе ранее выделенных стереотипов американцев и их образа жизни.

## Содержание

Введение.....	4
Глава 1. Теоретико-методологические основы изучения репрезентации американского образа жизни в массовом кинематографе .....	9
1.1. Стереотипы образа страны в контексте теории социального конструктивизма.....	9
1.2. Кинематограф как форма репрезентации американского образа жизни .	20
Глава 2. Репрезентация стереотипов американского образа жизни в массовой культуре.....	28
2.1. Исследование мнения жителей города Тольятти о стереотипах американского образа жизни .....	28
2.2. Репрезентация стереотипов американского образа жизни в фильмах американского производства .....	38
Заключение .....	49
Список используемой литературы и источников .....	52
Приложение 1 .....	59
Приложение 2 .....	70
Приложение 3 .....	74
Приложение 4 .....	80
Приложение 5 .....	85
Приложение 6 .....	89

## Введение

**Актуальность темы исследования.** Американская культура, как одна из ведущих культур в мире, получила стремительное распространение в 20 веке. Утверждение культурных ценностей или американизация, происходила совместно с процессом глобализации<sup>1</sup>. Глобализация, как основная характеристика современного общества, предполагает расширение контактов между носителями разнообразных языков и культур. Человек независимо от своего местонахождения может приобщиться к социальному опыту и обычаям других народов. По мнению Питера Бергера, восприятие глобализации неоднозначно: с одной стороны это начало нового мира и демократизации, с другой – экономическая и политическая гегемония США. В результате этого культура всего мира приобретет однородность<sup>2</sup>. С идеями глобализации в мироустройство проникла американская модель: «самого могучего государства на земле»<sup>3</sup>, страны свободы, и безопасности.

Дж. Курт, американский исследователь, утверждал: «американская мощь и присутствие распространились по всему свободному миру – да и по всему миру»<sup>4</sup>. Но еще большее распространение произошло мощь и после окончания «холодной войны». Все это послужило результатом огромной проделанной работы государства над своим имиджем. Особую роль в формировании и распространении американского имиджа сыграла массовая культура. Ведущими элементами её воздействия послужили кинематограф и телевидение, которые фундаментальным образом определяли повседневные события и порождали особую систему восприятия действительности.

---

<sup>1</sup> Покровский, Н. Е. Российское общество в контексте американизации // Социологические исследования. – 2001. – № 6. – С. 5.

<sup>2</sup> Бергер, П.Л. Многоликая глобализация. Культурное разнообразие в современном мире: пер. с англ. / Под ред. П. Л. Бергера, С. П. Хантингтона. – М.: Аспект Пресс, 2004. – С. 9.

<sup>3</sup> Шаклеина, Т. А. Современные американские концепции мирового лидерства // РАН. Институт США и Канады. – М.: Изд-во РАН РФ, 1999. – С. 18.

<sup>4</sup> Уткин, А. И. Подъем и падение Запада / А. И. Уткин. – М.: АСТ, 2008. – С. 95.

Ключевым посредником при создании имиджа государства выступает кинематограф. Кино воплощает национальные образы<sup>5</sup> наряду с народными сказаниями, песнями, эпосом и выступает продолжателем национальных традиций. Созданные образы служат не только хранителями кодов индивидуального и коллективного бессознательного, но и выступают прародителем особых ментальных образов и представлений об обществе. Голливудские фильмы, популярные во всем мире, привнесли огромный вклад в распространение американского образа жизни, а также породили противоречия между реальным и создаваемым миром.

Несмотря на то, что со временем образ жизни изменился, как и собственно сама Америка ушла от идеала «Американской мечты», идея американского образа жизни до сих пор актуальна. Поэтому существует необходимость в анализе нынешнего транслируемого образа США в кино.

**Степень разработанности проблемы.** Образ государства и его имидж стал интересен для исследователей с развитием глобализации и средств массовой коммуникации. Среди исследователей, занимающихся проблемами имиджа и идентичности государства, следует выделить П. Бергера и Т. Лукмана, и А. Вендта<sup>6</sup>, связывающие создание имиджа с реальностью, в которой особую роль играют социальные представления, рассматриваемые С. Московичи<sup>7</sup>. Подобные социальные представления способствуют созданию идеального типа государства, данный феномен описывал М. Вебер<sup>8</sup>.

При создании имиджа и образа страны особую роль играет стереотип. У. Липпман, И. С. Кон<sup>9</sup> рассматривали ценность стереотипов, об их

---

<sup>5</sup> Теплиц, Е. Кино и телевидение в США / Е. Теплиц. – М.: Искусство, 1966. – С.24.

<sup>6</sup> Бергер, П., Лукман, Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания / П. Бергер, Т. Лукман. – М.: Медиум, 1995. – 323 с. ; Wendt, A. Social Theory of International Politics [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.guillaumenicaise.com/wp-content/uploads/2013/10/Wendt-Social-Theory-of-International-Politics.pdf> / (Дата обращения: 10.11.2016).

<sup>7</sup> Московичи, С. Социальные представления: исторический взгляд // Психол. журн. – 1995. – № 1. – С. 3 – 18.

<sup>8</sup> Вебер, М. Избранные произведения. Социология М. Вебера / Пер. с нем. М. Левин, А. Филиппов. – М.: Прогресс, 1990. – 808 с.

<sup>9</sup> Липпман, У. Общественное мнение / Пер. с англ. Т. В. Барчуновой; Редакторы перевода К. А. Левинсон, К. В. Петренко. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. – 384 с. ; Кон, И. С. Психология

характеристиках писали А. В. Меренков, Г. Олпорт, Е. Б. Перельгина и А. К. Уледов<sup>10</sup>. Исследованием этнических стереотипов занималась Г. У. Солдатова, стереотипами образа жизни А. А. Возьмитель и рассматривал их мифологизацию Р. Барт<sup>11</sup>. Стереотипы американского образа жизни изучали О. Шпенглер, Ж. Бодрийяр<sup>12</sup>.

Особую роль в распространении американского образа жизни оказало кино. О кинематографе как универсальном синтезе искусства писали К. Метц, А. В. Монастырский<sup>13</sup>. Кино для передачи образов использует особый кино-язык рассматриваемый в трудах таких ученых, как: Ю. Цивьян, Ж. Делез, К. Ю. М. Лотман, П. П. Пазолини и У. Эко.<sup>14</sup> Данный кино-язык содержит скрытые коды, описываемые М. С. Каганом и В. Беньямином<sup>15</sup>.

предрассудка [Электронный ресурс] Режим доступа: [http://polit.ru/article/2011/04/28/kon\\_novymir\\_1966/](http://polit.ru/article/2011/04/28/kon_novymir_1966/) (Дата обращения: 10.11.2016).

<sup>10</sup> Меренков, А. В. Социология стереотипов / А. В. Меренков ; М-во образования РФ, Урал. гос. ун-т им. А. М. Горького. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2001. – 292 с. ; Олпорт, Г. В. Становление личности: Избранные труды / Пер. с англ. Л. В. Трубицыной, Д. А. Леонтьева. – М.: Смысл, 2002. – 462 с. ; Перельгина, Е. Б. Психология имиджа: учеб. пос. / Е. Б. Перельгина. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 223 с. ; Уледов, А. К. Структура общественного сознания (Теоретико-социологическое исследование) / А. К. Уледов. – М.: Мысль, 1968. – 330 с.

<sup>11</sup> Солдатова, Г. У. Психология межэтнической напряженности / Г. У. Солдатова. – М.: Смысл, 1998. – 389 с. ; Возьмитель, А. А. Ценностно-нормативное содержание образа жизни в советской и постсоветской России // Россия реформирующаяся. Ежегодник / Отв. ред. М. К. Горшков. – Вып. 8. – М.: Институт социологии РАН, 2009. – С. 149–164. ; Барт, Р. Мифология [Электронный ресурс] Режим доступа: [http://royallib.com/book/rolan\\_bart/mifologii.html](http://royallib.com/book/rolan_bart/mifologii.html) (Дата обращения: 25.11.2016).

<sup>12</sup> Шпенглер, О. Закат Европы [Электронный ресурс] Режим доступа: [http://az.lib.ru/s/shpengler\\_o/text\\_1922\\_zakat\\_evropy.shtml/](http://az.lib.ru/s/shpengler_o/text_1922_zakat_evropy.shtml/) (Дата обращения: 25.12.2016). ; Бодрийяр, Ж. Символический обмен и смерть / пер. с фр. С. Н. Зенкипа. – М.: Добросвет, 2000. – 387 с.

<sup>13</sup> Метц, К. Воображаемое означающее. Психоанализ и кино / пер. с фр. Д. Калугина, Н. Мовниной; науч. ред. А. Черноглазов. – СПб.: Из-во Европейского ун-та в Санкт-Петербурге, 2010. – 336 с. ; Монастырский, В. А. Киноискусство в социокультурной работе. / В. А. Монастырский. – Тамбов:, 1999. – 147 с.

<sup>14</sup> Цивьян, Ю. Г. К метасемиотическому описанию повествования в кинематографе // Труды по знаковым системам. Вып. 17. Структура диалога как принцип работы семиотического механизма. – Тарту: Тартус. гос. ун-т, 1984. – С. 109–121. ; Делез, Ж. Кино / пер. с фр. Б. Скуратов. – М.: Ад маринге, 2004. – 503 с. ; Лотман, Ю. Семиотика кино и проблемы киноэстетики [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://lib.ru/CINEMA/kinolit/LOTMAN/kinoestetika.txt> (Дата обращения: 18.12.2016). ; Пазолини, П. П. Теорема: Сценарии, роман, повесть, рассказы, статьи, эссе, интервью / Пер. с ит., фр., англ.; сост., комм., библиография, фильмография Н.Ставровской; послесл. О.Аронсона. – М.: Ладомир, 2000. – 671 с. ; Эко, У. О членениях кинематографического кода [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.kinovoid.com/2016/03/umberto-eko-kinematograficheskiy-kod.html> (Дата обращения: 18.12.2016).

<sup>15</sup> Каган, М. С. Гражданское общество как культурная форма социальной системы // Социально-гуманитарные знания. – 2000. – №6. – С. 47– 62. ; Беньямин, В. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости [Электронный ресурс] Режим доступа: [http://www.chaskor.ru/article/proizvedenie\\_iskusstva\\_v\\_epohu\\_ego\\_tehnicheskoj\\_vosproizvodimosti\\_18738](http://www.chaskor.ru/article/proizvedenie_iskusstva_v_epohu_ego_tehnicheskoj_vosproizvodimosti_18738) (Дата обращения: 16.12.2016).

Подробнее функции кино рассматривали М. И. Жабский, Б. Гройс, Дж. Карлсон<sup>16</sup>. Особую роль американского кино описывал Ж. Бодрийяр<sup>17</sup>.

**Цель исследования** – социологический анализ репрезентации американского образа жизни в зарубежных фильмах.

**Объект исследования** – массовый кинематограф.

**Предмет исследования** – особенности репрезентации американского образа жизни в американских фильмах.

**Задачи исследования:**

1. Рассмотреть понятия «имидж», «стереотип», «образ жизни», «кинематограф».
2. Изучить роль кинематографа в формировании образа страны.
3. Исследовать мнение людей относительно основных черт американского образа жизни.
4. Выделить особенности репрезентации американского образа жизни в кино.

**Теоретико-методологическая база исследования.** В процессе исследования были использованы следующие подходы:

1. *Социально-конструктивистский* подход (П. Бергер, Т. Лукман, А. Вендт, М. Вебер) используется для анализа таких феноменов, как «имидж», «стереотипы образа жизни».
2. *Структурно-функциональный* (И. С. Кон, У. Липпман, К. Метц, Ю. Цивьян). На его основе мы рассматриваем структуру, функции / дисфункции и основные элементы стереотипов и кино.
3. *Социокультурный подход* (Ж. Бодрийяр, Ю. М. Лотман, Т. Адорно) позволяет нам рассмотреть кинематограф как часть социальной реальности, способная влиять на общество в целом.

---

<sup>16</sup> Жабский, М. И. Кино в современном обществе: Функции - воздействие - востребованность / М. Жабский, К. Тарасов, Ю. Фохт-Бабушкин; М-во культуры Рос. Федерации. Науч.-исслед. ин-т киноискусства. – М. : Белый берег, 2000. – 376 с. ; Гройс, Б. Медиаискусство в музее / пер. С. Веселовой. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://anthropology.ru/ru/texts/groys/mediart.html> (Дата обращения: 27.12.2016). ; Карлсон, Дж. Телевизионное развлечение и политическая социализация / пер. М. М. Назарова – М.: Массовая коммуникация и общество, – 2004. – 428 с.

<sup>17</sup> Бодрийяр, Ж. Америка //пер. с фр. Д., Калугин. – СПб.: Владимир Даль, 2000. – С. 126.

**Гипотеза исследования.** Несмотря на изменения жизни в американском кинематографе до сих пор используются черты «идеальной Америки», которые редко соответствуют действительности.

**Эмпирическая база исследования.** В работе были использованы следующие социологические методы исследования: анкетирование и контент-анализ.

Для изучения мнения об американском образе жизни и его стереотипах было проведено анкетирование. В ходе исследования была изучена выборочная совокупность ( $n = 200$ , по 100 респондентов в каждой возрастной группе: 18 – 25 лет и 35 – 60 лет).

Для анализа репрезентации стереотипов американского образа жизни был проведен контент-анализ 12 фильмов, произведенных в США.

**Структура бакалаврской работы.** Работа состоит из введения, двух глав, четырех параграфов, заключения, списка используемой литературы и источников, приложения.



## **Глава 1. Теоретико-методологические основы изучения реперезентации американского образа жизни в массовом кинематографе**

### **1.1. Стереотипы образа страны в контексте теории социального конструктивизма**

Формирование позитивного имиджа страны является необходимой задачей для успешной внешней политики любого государства, особенно в решении международных задач. Под имиджем страны подразумевают совокупность эмоциональных и рациональных представлений, складывающихся из сопоставления признаков самой страны, ее опыта и слухов, которые влияют на создание определенного образа<sup>18</sup>. Иными словами, имидж – это представления, как самих жителей страны, так и представления других государств относительно рассматриваемого государства. Создание имиджа государства – это процесс долговременный, требующий постоянного мониторинга международного положения страны, результатов ее деятельности. Таким образом, государство соотносит себя с другими участниками международных отношений, иными словами приобретает свою уникальную идентичность.

Идентичность государства многие учёные (А. Вендт, П. Бергер и Т. Лукман) связывают с теорией социального конструктивизма. В контексте данной теории под идентичностью принято понимать стабильные ожидания, актора относительно своих ролей. Другими словами, государство идентифицирует себя с определенным набором качеств на примере других участников международных отношений. По мнению А. Вендта, акторы создают определенную реальность, через которую происходит трансформация и

---

<sup>18</sup> Таранова, Ю.В. Туристический имидж страны [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://pravo33.wordpress.com/2010/02/16/> (Дата обращения: 8.11.2016).

воспроизведение международной системы<sup>19</sup>. Таким образом, государство выстраивает свою идентичность, состоящая из следующих компонентов<sup>20</sup>:

- *Национальная идентичность* определяется следующими характеристиками: географическое положение, этнический и религиозный состав населения, политическая и экономическая жизнь, а также ценности и убеждения.
- *Статус* – особое положение в системе международных отношений, членство в международных организациях, дружественные или враждебные отношения с теми или иными странами.
- Исполнение ряда *ролей* на международной арене: регулирование мировой экономики, роль регионального лидера, государства посредника или «моста» между культурами и идеологиями Востока и Запада.

В процессе приобретения идентичности, государство формирует определенную реальность. Особенности создаваемой реальности в своей работе рассматривали П. Бергер и Т. Лукман<sup>21</sup>. Теоретики социологии выдвинули тезис о том, что реальности различных обществ не совпадают. Саму реальность ученые определяют как качество, не зависящее от желания и воли<sup>22</sup>. Основой для создания реальности является язык, одновременно являющийся и инструментом коллективного знания о явлении или событии.

При анализе теории социального конструктивизма можно сделать выводы относительно влияния имиджа государства на восприятие других участников. Во-первых, социальный характер процесса познания государства на международной арене, обусловлен взаимодействием участников международных отношений. Решающую роль в формировании знаний государства о себе и других играет коммуникация.

---

<sup>19</sup> Wendt, A. Social Theory of International Politics [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.guillaumenicaise.com/wp-content/uploads/2013/10/Wendt-Social-Theory-of-International-Politics.pdf> / (Дата обращения: 10.11.2016).

<sup>20</sup> Киселев, И.Ю. Проблема образа государства в международных отношениях: конструктивистская парадигма [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.politex.info/content/view/367/> (Дата обращения: 8.11.2016).

<sup>21</sup> Бергер, П., Лукман, Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания / П. Бергер, Т. Лукман. – М.: Медиум, 1995. – С. 132.

<sup>22</sup> Там же. С. 126–132.

Во-вторых, познание социально, так как объектами выступают государства как большие социокультурные общности и их взаимоотношения.

В-третьих, процесс познания связан с приданием значения событиям и действиям государств, которые мы наблюдаем. В итоге, данные объекты обретают определенную реальность.

При создании определенного имиджа государства происходит формирование своеобразной реальности, в которой немаловажную роль играют социальные представления. Суть социальных представлений (*representations sociales*) раскрыл в своей теории С. Московичи<sup>23</sup>. Теория социальных представлений основывается на том, что при выборе одного из способов действия человек опирается на свои собственные представления, а не на объективную реальность и ее стимулы. Иными словами, происходит трансформация ранее неопознанного в привычную часть картины мира. Таким образом, ключевым фактором конструирования реальности является *социальное представление*<sup>24</sup>.

Имидж государства в рамках данной теории рассматривается как особая форма социального знания, возникшая в результате соотнесенного знания с реальностью. Согласно теории идеальных типов М. Вебера, имидж представляет собой упрощенный и идеализированный образ государства. Данный образ представляет собой утопическую конструкцию, полученную путем усиления отдельных элементов действительности<sup>25</sup>.

Имидж, создаваемый государством, динамичен и способен, видоизменяться в соответствии с ситуацией<sup>26</sup>. Однако быстрого изменения образа государства в сознании масс добиться невозможно, поскольку ранее сформированный имидж, как правило «укореняется» и превращается в стереотип.

---

<sup>23</sup> Московичи, С. Социальные представления: исторический взгляд // Психол. журн. – 1995. – № 1. – С. 3 – 18.

<sup>24</sup> Якимова, Е.В. Теория социальных представлений в социальной психологии: дискуссии 80–90-х гг.: научно-аналитический обзор / Е. В. Якимова. – М.: ИНИОН, 1996. – С. 58-68.

<sup>25</sup> Вебер, М. Избранные произведения Социология М. Вебера / Пер. с нем. М. Левин, А. Филиппов. – М.: Прогресс, 1990. – С. 23.

<sup>26</sup> Перельгина, Е.Б. Психология имиджа: учеб. пос. / Е. Б. Перельгина. – М.: Аспект Пресс, 2002. – С. 13.

Впервые термин стереотип был введен американским журналистом Уолтером Липпманом в 1922 г.<sup>27</sup> Липпман упомянул понятие «стереотип» при построении концепции общественного мнения. Суть ее состояла в том, что для обыденного сознания поиск истины заканчивается тогда, когда само знание эффективно в повседневной жизни. Таким образом, Липпман говорил о том, что подобным знанием выступает стереотип как картинка – представление о наблюдаемом явлении.

Стереотип представляет собой эмоционально-оценочное образование, состоящее из двух компонентов: знание и отношение (установка). Как правило, стереотипы, проявляются в пропагандистских штампах, в ярлыках, ложных обобщениях, используемых для провоцирования эмоциональной реакции. Стереотип подобным образом создает своеобразную этнокультурную картину реальности за счет экономических, политических и социально-культурных условий. И. С. Кон назвал стереотипом: «предвзятое, то есть не основанное на свежей, непосредственной оценке каждого явления, а выведенное из стандартизованных суждений и ожиданий мнение о свойствах людей и явлений»<sup>28</sup>.

Стереотипы как социальное явление обладают рядом характеристик<sup>29</sup>:

1. Устойчивость – неизменность ключевых элементов, отражающих реальность. Определяется следующими факторами: соответствие условиям жизнедеятельности индивида или группы, время возникновения, с возрастом процесс изменений происходит медленней.

2. Повторяемость – стереотипы повторяют уже известные нам модели поведения в определенных ситуациях, так как их передача происходит из поколения в поколение.

---

<sup>27</sup> Липпман, У. Общественное мнение / Пер. с англ. Т.В. Барчуновой Редакторы перевода К.А. Левинсон, К.В. Петренко. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. – 384 с.

<sup>28</sup> Кон, И. С. Психология предрассудка [Электронный ресурс] Режим доступа: [http://polit.ru/article/2011/04/28/kon\\_novymir\\_1966/](http://polit.ru/article/2011/04/28/kon_novymir_1966/) (Дата обращения: 10.11.2016).

<sup>29</sup> Меренков, А. В. Социология стереотипов / А. В. Меренков ; М-во образования РФ, Урал. гос. ун-т им. А. М. Горького. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2001. – С. 14.

3. Упрощённость (схематичность) – стереотипам присуще отражение типичных характеристик окружающей действительности. В общении с другими людьми человек пользуется стереотипами как представлениями, сформировавшимися в результате накопленного опыта<sup>30</sup>.

4. Бессознательность – большинство стереотипов даны человеку от природы в виде бессознательных схем.

5. Динамичность – стереотипы могут претерпевать изменения, но данный процесс проходит трудно и медленно.

6. Эмоциональная наполненность – стереотипы наполнены чувствами и ассоциациями (предпочтениями, оценками и настроением).

7. Целостность (согласованность) – стереотипы в основном формируются и разделяются в пределах социальной общности. У. Квастхоф определяет стереотип, как вербальные убеждения относительно представителей и социальных групп в целом<sup>31</sup>.

Рассматривая структуру стереотипа, американский психолог Г. Олпорт выделил два основных уровня стереотипа<sup>32</sup>:

○ Когнитивный уровень: сведения об объективных явлениях действительности. В данном случае стереотипы являются естественным упрощением в ситуациях, при которых явления не требуют глубокого анализа.

○ Ценностный уровень, отсутствие рационального осознания. Формирование стереотипов происходит на основе эмоций, чувств и симпатий – «образованием, предшествующим разуму»<sup>33</sup> и используется человеком бессознательно.

---

<sup>30</sup> Белл, Д. Грядущее постиндустриальное общество: опыт социального прогнозирования / Д. Белл. – М.: Академия, 1999. – С. 407.

<sup>31</sup> Сорокина, Н. В. Национальный стереотип как междисциплинарная проблема // Гуманитарный вектор. Серия: Педагогика, психология. 2011. – №1. – С.51-59.

<sup>32</sup> Олпорт, Г. В. Становление личности: Избранные труды / Пер. с англ. Л. В. Трубицыной, Д. А. Леонтьева. – М.: Смысл, 2002. – С. 153.

Однако, по мнению А. К. Уледова<sup>34</sup> стереотипы обладают еще и третьим уровнем:

- Поведенческий уровень – готовность человека к определённому поведению в отношении объекта.

Рассматривая стереотипы как смежное понятие в контексте имиджа важно детально понимать различия в восприятии «своей» и внешней группой (ин- и аут-группы)<sup>35</sup>. Подобные виды стереотипов относительно этноса принято делить на:

- Автостереотип – образ представления социальной группы о самой себе, включающий: социальные одобрения и ценностные характеристики.

- Гетеростереотип – образ представления группы о других группах, формирование данного типа, прежде всего, связано с историей развития отношения групп этносов.

Также стереотипы о других народах, как правило, передаются в готовой форме через вековые традиции или являются современным продуктом синтеза воспитательных и пропагандистских понятий.

Автостереотипы практически всегда разнообразны, гетеростереотипы – односторонни. Однако это не исключает важную роль в межгрупповом восприятии и взаимодействии. Примером может служить исследование Т. Г. Стефаненко, касающееся образа американца и советского человека, проводимое среди московских студентов. Образы были окрашены весьма позитивно, но наблюдался этноцентризм: «Типичному советскому человеку московские студенты приписывали высоко оцениваемые в нашей культуре черты, а американцу – качества, формально позитивные, но находящиеся в нижней части иерархии личностных черт как ценностей»<sup>36</sup>.

---

<sup>34</sup> Уледов, А. К. Структура общественного сознания (Теоретико–социологическое исследование) / А. К. Уледов. – М.: Мысль, 1968. – С. 38.

<sup>35</sup> Окладникова, Е.А. Этносоциология (Теория этнических ценностей) : учеб. пособие. Е.А. Окладникова. – СПб.: СПбГИЭУ, 2006. – С. 97.

<sup>36</sup> Стефаненко, Т.Г. Этнопсихология / Т.Г. Стефаненко. – М.: Институт психологии РАН, Академ. проект, 1999. – С. 247.

Пониманием проблемы появления данных стереотипов занималась Г. У. Солдатова. В ее концепции данные стереотипы выступают взаимосвязанными компонентами образования личностного и группового самосознания.<sup>37</sup> А. Г. Здравомыслов утверждает, что: собственное мироощущение страны строится на восприятии «нас другими» и в отношении к «ним другим»<sup>38</sup>.

Совокупность гетеростереотипов определенного народа соотносится с понятием образа жизни данного народа. А. А. Возьмитель охарактеризовал понятие «образ жизни» как систему типических форм повседневности, которая формируется в конкретных макро- и микроусловиях<sup>39</sup>. Образ жизни общностей и поколений представляет собой определенный набор стереотипов поведения социальных субъектов. Данные особенности проявляются в способах коммуникации, социальной активности, в когнитивной сфере. Образ жизни выступает социокультурным портретом членов общества, который представлен посредством процессов жизнедеятельности в определенных условиях, обладающий культурным смыслом, целостностью и человеческой активностью.

Стереотипы образа жизни, как правило, на протяжении долгого времени остаются неизменными, а именно мифологизируются. Миф, согласно Ролану Барту<sup>40</sup> – это семиологическая система, включающая в себя натурализованные образы восприятия, которые носят характер описания, оповещения, внушения и побуждения. Примером мифологической природы Америки является понятие «Американская мечта». Многие исследователи заявляют о том, что в процессе эволюции такая утопическая идея мифологизировалась. Американцы – единственная нация, где понятие

---

<sup>37</sup> Солдатова, Г.У. Психология межэтнической напряженности / Г. У. Солдатова. – М.: Смысл, 1998. – С. 70.

<sup>38</sup> Здравомыслов, А.Г. Россия и русские в современном немецком самосознании // *Общественные науки и современность*. – 2001. – № 4. – С. 104.

<sup>39</sup> Возьмитель, А.А. Ценностно–нормативное содержание образа жизни в советской и постсоветской России // *Россия реформирующаяся. Ежегодник / Отв. ред. М.К. Горшков*. – Вып. 8. – М.: Институт социологии РАН, 2009. – С. 149 – 164.

<sup>40</sup> Барт, Р. Мифология [Электронный ресурс] Режим доступа: [http://royallib.com/book/rolan\\_bart/mifologii.html](http://royallib.com/book/rolan_bart/mifologii.html) (Дата обращения: 25.11.2016).

«мечты» стало символом возможностей и поводом для гордости. Миф о стране «свободы» и с «правом на поиск счастья»<sup>41</sup> распространился по всему миру и до сих пор существует, несмотря на свою столь долгую историю.

Американская мечта как миф включает в себя как основные стереотипные черты американского образа жизни, так и ценностные ориентации самих американцев. Чаще всего исследователи к американскому образу жизни относят следующие черты:

- *Демократия* – как особая форма развития американского общества была сформулирована в XIX веке. Первоначально демократия была необходима в качестве способа кооперации переселенцев, прибывающих на материк. Определение равноправия граждан способствовало процессу осваивания новых территорий. Впоследствии демократия стала ключевым фактором в распространении американской культуры и образа жизни по всему миру.

- Говоря о демократии так же важно отметить такую черту как *религиозный плюрализм*. Изначально плюрализм был необходим, так как жители Америки были представителями разных народов и религиозных конфессий. С течением времени религия приобрела иное значение для развития страны. Один из авторов Декларации независимости» Т. Джефферсон<sup>42</sup> в свое время видел своеобразную выгоду конкуренции в духовной сфере для государства. Конкуренция в духовной сфере поможет обществу выделить «чисто этическое учение Христа». Таким образом, религиозная конкуренция должна была приводить разрешению ряда социальных проблем. Однако со временем религия не только не смогла решить многие социальные проблемы, а так же утратила скорее свою духовную составляющую. Протестантство как одно из распространенных

---

<sup>41</sup>Шпенглер, О. Закат Европы [Электронный ресурс] Режим доступа: [http://az.lib.ru/s/shpengler\\_o/text\\_1922\\_zakat\\_evropy.shtml/](http://az.lib.ru/s/shpengler_o/text_1922_zakat_evropy.shtml/) (Дата обращения: 25.12.2016).

<sup>42</sup> Шелдон, Г. У. Религиозная свобода: Теория Джефферсона и американская практика // США: Экономика, Политика, Идеология. – 1998. – N2. – С 100 – 101.



религиозных течений США стало мистическим символом успеха, где Христос – преуспевающий делец, а власть в стране – это бизнес<sup>43</sup>.

- Следующей характерной чертой американского образа жизни исследователи чаще всего называют *жизнь в займы или «жизнь в кредит»*. Особой составляющей «американской мечты» является наличие дома в зажиточном пригороде (сабёрб). Для американца дом является своим собственным микрокосмосом, где он находит средства для самовыражения и уходит от проблем внешнего мира. Однако само обладание домом делает из американца экономическим заложником, так как для того что бы его не потерять человек должен постоянно работать.

- Наравне с домом для американца важен факт наличия собственного *автомобиля*. Автомобиль для американцев не просто средство передвижения, а второй дом. Большую часть своего времени рядовой американец проводит за рулем, помимо передвижения он выполняет множество других функций: разговаривает по телефону, пьет кофе, спит и многое другое. Тем самым американец с помощью автомобиля ведет кочевой образ жизни.

- *Компьютерные технологии* так же играют одну из определяющих ролей в образе жизни американцев. Ранее компьютер воспринимался во всем мире в качестве вспомогательного элемента в работе, то в американском обществе компьютер породил целую революцию. Произошло поглощение реального мира виртуальным. Общение, покупки, туризм – все это можно получить с помощью интернета, не выходя из дома.

- *Нездоровый образ жизни*: злоупотреблением алкоголем, наркотиками и лекарственными препаратами – так же является характерной чертой американской повседневности.

- *Преступность*. Одной из основных проблем Американского государство является решение проблемы мошенничества и воровства.

---

<sup>43</sup> Дэвис, Д. Капитализм и его культура [Текст] / Дэвис Д. ; предисл. С.Д.Сказкина. сокращ.пер.с англ. Ш. А. Богиней. – М.: Госиноиздат, 1949. – С. 378.

Несмотря на стереотип о прозрачности и американской деловой этики, в США скрывается система теневых отношений. Особую проблему так же составляет тот факт что люди, идущие на воровство, оказываются представителями различных социальных групп. Все это является показателем того что подобные социальные явления имеют психологические истоки и социально-экономическое влияние<sup>44</sup>.

- Американская *толерантность* представляет собой по сути как раз некое отсутствие терпимости. Пропагандируемая терпимость порождает нетерпимость к другим. Привнося в общество идеи равноправия: полов, иммигрантов и свободы сексуальных меньшинств, происходит своеобразное ущемление прав граждан, не относящихся к данным категориям. Такой же процесс происходит и с вопросами культуры. Чем больше культура отличается от американской, тем больше происходит навязывание американских культурных универсалий.

Так же исследуя американский образ жизни, необходимо выделить основные ценности американцев. Исследователь П. Шак в работе «Понимание Америки: анатомия исключительной нации»<sup>45</sup> выделил следующие ценности американцев:

- *Индивидуализм и эгоизм*, независимость, проявляющаяся в процессе принятия решений, как правило, в соответствии со своими интересами. Социолог Р. Линд отметил, что данный индивидуализм мнимый, так как на практике зачастую американцы предпочитают действовать коллективно<sup>46</sup>.

- *Прагматизм* как стремление человека извлечь пользу от любой деятельности. Занятия или работа, не приносящие результата, особенно материального, расцениваются как ненужные.

---

<sup>44</sup> Альбрехт, У., Венц, Дж., Уильямс Т. Мошенничество. Луч света на темные стороны бизнеса [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://profilib.com/chtenie/106732/u-albrekht-moshennichestvo-luch-sveta-na-temnye-storony-biznesa.php> (Дата обращения: 28.11.2016).

<sup>45</sup> Schuck, Peter H. Understanding America: The Anatomy of an Exceptional Nation. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.writersreps.com/book.aspx?BookID=525> (Дата обращения: 28.11.2016).

<sup>46</sup> Кардинер, А. Психологические границы общества [Электронный ресурс] Режим доступа: [http://lib.uni-dubna.ru/search/files/kult\\_daijest/kult\\_kardiner.htm](http://lib.uni-dubna.ru/search/files/kult_daijest/kult_kardiner.htm) (Дата обращения: 1.12.2016).

- *Патриотизм* – вера и любовь в свою страну, сюда же можно отнести идею американской исключительности. Американцы видят историю своей страны, как путь к триумфу цивилизации «Manifest Destiny»<sup>47</sup> (Предначертанная Судьба). Американский народ – народ выбранный богом ему суждено стать примером для подражания другим народам.

- *Дух предпринимательства и стремление к достижению «личного успеха»* («сделавшего себя человека» self-made man). Стремление добиться финансовых высот «без гроша в кармане». Один из стержней национальных ценностей заключается в тенденции американской нации самостоятельно «строить свою жизнь», не полагаясь на судьбу. Американцы не просто добиваются успеха, они так же верят в светлое будущее. Именно данный стереотип распространен и до сих пор. Примером может служить проект «Новые элиты», проводимый с 2001 по 2003 год<sup>48</sup>. В рамках данного исследования были проведены детальные интервью с иммигрантами из сорока двух стран, которые стали успешны: в бизнесе, информационных технологиях, медицине, журналистике, спорте, юриспруденции, искусстве и науке. Результаты данных интервью показали, что рассказ о «сделавшем себя человеке» не изменился, несмотря на существование данной идеи более двух веков.

Данные принципы стали основой для создания имиджа «Великой» страны в мировом сообществе. Несмотря на то, что данные принципы получили развитие в XIX веке, Америка до сих пор притягивает иммигрантов к своеобразному раю на земле, «похоронному»<sup>49</sup>, но все-таки месту, где сбываются мечты. В особенности данные идеи можно проследить в экранной массовой культуре, которая выступает «лейтмотивом» американской истории.

---

<sup>47</sup> Stephanson, A. Manifest Destiny: American Expansionism and the Empire of Right. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://21stcenturycicero.wordpress.com/empire/manifest-destiny/> (Дата обращения: 10.12.2016).

<sup>48</sup> Логинов, А. Л. Мифологическая составляющая концепта «the American Dream» // Вестник ННГУ. – 2012. – №1. – С.139–143.

<sup>49</sup> Бодрийяр, Ж. Америка / пер. с фр. Д. Калугин. – СПб.: Владимир Даль, 2000. – С. 125.

## 1.2. Кинематограф как форма репрезентации американского образа жизни

На протяжении долгих лет в мировом сообществе Соединенные штаты создавали имидж «Великой Америки». Работа над внешним имиджем США началась еще с середины XIX века. Основной идеей продвижения Америки была «Американская мечта»: страна свободы, безопасности. Распространение идеи «красивой американской жизни» в СССР началось в 60-х годах XX века. Уже к 70–90-м годам результатом культурного проникновения «Американской мечты» стало усвоение американской моды, музыки и образа жизни. Об успехе данной идеи говорит тот факт, что за 180 лет в Соединенные Штаты прибыло около 65 миллионов иммигрантов в период с 1820 г. по 1999 г.<sup>50</sup> Все это послужило результатом успешной работы государства над саморекламой, транслируемой в массы посредством культуры. Огромным толчком к продвижению американской культуры в XX веке послужило развитие глобализации и массовой культуры. Распространение массовой культуры, а в особенности медиа способствовало активному влиянию на общественное сознание. Ведущими инструментами воздействия и восприятия стали кинематограф и телевидение, которые фундаментальным образом определяли повседневные события и порождали особую систему восприятия действительности. Особую роль в распространении американского образа жизни играл кинематограф. Кино представляет собой «синтез всех искусств»<sup>51</sup>, помимо того, что выполняет ряд, социальных функций: эстетическую, кинематографическую социализацию, общую социализацию, а также побудительную и коммерческую функции. Кино взяло на себя и функции средств массовой

---

<sup>50</sup> Неймер, Ю.Л. Иммиграция в США, русская и иная // Мир России. Социология. Этнология. – 2003. – №1. – С.121–137.

<sup>51</sup> Метц, К. Воображаемое означающее. Психоанализ и кино / пер. с фр. Д. Калугина, Н. Мовниной; науч. ред. А. Черноглазов. – СПб.: Из-во Европейского ун-та в Санкт-Петербурге, 2010. – С.72.

коммуникации (СМК): информационную, воспитательную, организацию поведения, развлекательную, коммуникации (специфическим способом).

Новшества монтажа и прочие технические достижения способствовали развитию медиакультуры, а также превратили кинематограф в универсальное средство массовой коммуникации, способное заменить вербальные языки. Однако данное взаимодействие кино и его зрителя происходит за счет законов общения: «взаимном активном обмене индивидуально-личностным содержанием»<sup>52</sup>. За счет постоянной смены типов восприятия: сопереживания, сочувствия, созерцания, ассоциативного мышления и многих других, происходит включение зрителя в само содержание<sup>53</sup>. Погружаясь в фильм, зритель все больше соотносит его с реальностью. Данный процесс связывают с такими понятиями как «кинодискурс», «кинотекст» и «кино-язык».

Под кинодискурсом подразумевают динамический процесс, протекающий в межъязыковом и межкультурном пространстве между автором и кинорецепиентом, как правило, с помощью языка и иконических знаков<sup>54</sup>. Кинотекст, используемый в данном механизме, Юрий Цивьян называл «дискретной последовательностью непрерывных участков текста, цепочку ядерных кадров»<sup>55</sup>. В частности Ю. М. Лотман отмечал, что фильмы – такие же тексты, как поэмы и симфонии<sup>56</sup>. Кинотекст является способом означивания, стратегией наделения смыслами через систему кинообразов, передаваемые кино-языком<sup>57</sup>. Кино-язык, как одну из главных составляющих

---

<sup>52</sup> Гинзбург, С. С. Кинематография дореволюционной России: научно-популярная литература / С. С. Гинзбург. – М.: Аграф, 2007. – С. 15.

<sup>53</sup> Монастырский, В.А. Киноискусство в социокультурной работе. / В. А. Монастырский. – Тамбов., 1999. – С. 142.

<sup>54</sup> Назмутдинова С. С. Гармония как переводческая категория (на материале русского, английского, французского кинодискурса): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Тверь, 2008. – С.18.

<sup>55</sup> Цивьян, Ю. Г. К метасемиотическому описанию повествования в кинематографе // Труды по знаковым системам. Вып. 17. Структура диалога как принцип работы семиотического механизма. – Тарту: Тартус. гос. ун-т, 1984. – С. 109 – 121.

<sup>56</sup> Лотман, Ю. Семиотика кино и проблемы киноэстетики [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://lib.ru/CINEMA/kinolit/LOTMAN/kinoestetika.txt> (Дата обращения: 18.12.2016).

<sup>57</sup> Делез, Ж. Кино / пер. с фр. Б. Скуратов. – М.: Ад маринге, 2004. – С. 79 - 81.

кинематографа, был и остается объектом изучения многих теоретиков кино и семиотиков.

Теоретики киноискусства Риччотто Канудо и Жан Эпштейн еще в 20-х годах XX века отмечали универсальность кино-языка. С его помощью стираются ранее существовавшие языковые барьеры. Кино-язык, по мнению известного итальянского режиссера и теоретика кино, Пьер Паоло Пазолини, обладает способностью более точного и красочного отражения реальности с помощью киноряда, на что не способен обычный язык<sup>58</sup>. Как отмечал Ю. Лотман использование изображения-знака в кино-языке имеет двойное значение. С одной стороны происходит полное или частичное воспроизведение реальности, но с другой образы могут дополняться порой совершенно неожиданными, значениями: символическими, метафорическими, метонимическими. Ученый также выделил две основные тенденции языка:

- оправдание ожиданий, основанных на бытовом или художественном опыте: соотнесение киноинформации с жизнью или предыдущим киноопытом;
- нарушение ожидания – деформация привычек, ранее известных фактов и стереотипов. В данном случае зритель освобождается от банальностей и видит иной контекст. «Изъятый из аутентичного контекста предмет перерабатывается, избавляется от «неясностей», наделяется новыми смыслами, внедряется в нашу культуру и начинает в ней активно циркулировать»<sup>59</sup>.

Главной задачей кино-языка, согласно У. Эко, является сведение фактора реальности к определенному коду в художественном изображении<sup>60</sup>. Именно через понимание данных кодов возможно более точное восприятие

<sup>58</sup> Пазолини, П. П. Теорема: Сценарии, роман, повесть, рассказы, статьи, эссе, интервью / Пер. с ит., фр., англ.; сост., комм., библиография, фильмография Н.Ставровской; послесл. О.Аронсона. – М.: Ладомир, 2000. – С. 30.

<sup>59</sup> Соколов, Е. Г. Искусство в системе культуры. Введение в культурологию. Курс лекций / Под ред. Ю. Н. Солониной, Е. Г. Соколова. СПб.: Из-во Европейского ун-та в Санкт-Петербурге, 2003. – С. 65.

<sup>60</sup> Эко, У. О членениях кинематографического кода [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.kinovoid.com/2016/03/umberto-eko-kinematograficheskiy-kod.html> (Дата обращения: 18.12.2016).

действительности. По мнению М. С. Каган, за счет удвоения реальности происходит практическое расширение опыта других. А семиотик Кристиан Метц разделяет коды на:

- специальные – технические способы репрезентации реальности: визуальные и аудио эффекты. Подобные коды В. Беньямин называл проблемой, так как они создают идеальность картинки в кино, тем самым создается иная реальность<sup>61</sup>, а, по мнению Ж. Бодрийера происходит симуляция реальности, как «подобие самой себе»<sup>62</sup>;

- культурные – бессознательные смыслы, характерные для культуры зрителя. Культурные коды не входят в фильм в чистом виде: они привносят с собой куда больше, чем собственное буквальное значение. С помощью подобных кодов происходит «отражение образа и сущности социального бытия»<sup>63</sup>, а так же формирование стереотипов и построения имиджа государства.

Использование кино-языка связано, прежде всего, с двумя функциями кинематографа:

1. Формирование публики по своему подобию. Игра знаков поглощает зрителей. Они не способны критически мыслить и самостоятельно находить ответы. «Общество превратилось в некую инертную и бесформенную субстанцию – массу»<sup>64</sup>. Кино выступает как простейший способ обработки сегментов общества и формирования необходимого общественного мнения в соответствии с идеологическими установками<sup>65</sup>.

2. Определение и представление состояния публики, а именно осмысление и перенесение на экран проблем существующих в обществе.

---

<sup>61</sup> Беньямин, В. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости [Электронный ресурс] Режим доступа: [http://www.chaskor.ru/article/proizvedenie\\_iskusstva\\_v\\_epohu\\_ego\\_tehnicheskoy\\_vosproizvodimosti\\_18738](http://www.chaskor.ru/article/proizvedenie_iskusstva_v_epohu_ego_tehnicheskoy_vosproizvodimosti_18738) (Дата обращения: 16.12.2016).

<sup>62</sup> Бодрийер, Ж. Символический обмен и смерть / пер. с фр. С. Н. Зенкипа. – М.: Добросвет, 2000. – С. 194.

<sup>63</sup> Каган, М. С. Гражданское общество как культурная форма социальной системы // Социально-гуманитарные знания. – 2000. – №6. – С. 47–62.

<sup>64</sup> Дьяков, А. В.: Жан Бодрийер: Стратегии «радикального мышления» / А.В. Дьяков. – СПб.: Изд-во СПб. ун-та, 2008. – С. 10.

<sup>65</sup> Почепцов, Г. Г. Информационно-аналитические технологии / Г. Г. Почепцов. – М.: Центр, 2003. – С. 194.

Ю. Лотман: «Кинофильм принадлежит идеологической борьбе, культуре, искусству своей эпохи. Этими сторонами он связан с многочисленными, вне текста фильма лежащими сторонами жизни»<sup>66</sup>. Таким образом, исследователь подчеркивает тесную связь кино с широким социокультурным контекстом, который его порождает.

Говоря о функциях кинематографа важно подчеркнуть, что большое количество «низко» жанровых «картин» (комедии, боевики, триллеры) выполняют обе функции. Данные фильмы направлены на манипуляцию зрителем через призму развлечения. В особенности, еще большее внимание зрителей данные фильмы привлекают из-за того, что их содержание и используемые образы соответствуют актуальным нравственным и социальным ожиданиям.

К подобным зрелищным фильмам, обычно, относят кинопродукты западной массовой культуры. В данных фильмах присутствует связь с реальностью, но, как правило, подобные типы фильмов отличаются функционированием по отношению к целям общества. Американские фильмы, пришедшие на советские экраны «Бездна», «К сокровищам авиакатастрофы», делали рекорды по кассовым сборам, но главное, что задевало зрителя – наличие четкой морали: призыв к силе и смелости и получение награды в качестве денег. Причем, данный посыл был скрыт в кодах самого изображения.

Учитывая функции кино, также следует выделить несколько путей детерминации кинематографа предложенные современным исследователем кино М. И. Жабским<sup>67</sup>:

Первый путь – непосредственное воздействие сверху. Яркий пример социалистического государства, где кино содержало в себе пропаганду существующих путей развития. Дж. Карлсон писал о том, что кино в

---

<sup>66</sup> Лотман, Ю. Семиотика кино и проблемы киноэстетики [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://lib.ru/CINEMA/kinolit/LOTMAN/kinoestetika.txt> (Дата обращения: 18.12.2016).

<sup>67</sup> Жабский, М. И. Кино в современном обществе: Функции - воздействие - востребованность / М. Жабский, К. Тарасов, Ю. Фохт-Бабушкин; М-во культуры Рос. Федерации. Науч.-исслед. ин-т киноискусства. – М. : Белый берег, 2000. – С. 98.



современном обществе ориентирует и в отношении политической системы<sup>68</sup>. Б. Гройс отмечает, что тиражированность фильмов и их вседоступность привели к тому, что изображение стало объектом экономических и политических манипуляций<sup>69</sup>.

Второй путь – воздействие непосредственно от самой публики. Вектор развития кинопроизводства определяется рыночными предпочтениями, основанными на значениях прибыльности и выгоды. В 60-х годах Т. Адорно подчеркивал, что кино становится лишь частью культурной индустрии, что, как правило, все действие происходит с позиции господствующего класса.

Третий путь развития – воздействие на кинематограф изнутри. Режиссер берет из своего окружения все то, что его впечатляет. Все основывается на личностных качествах самого создателя.

Рассматривая массовую культуру, а в особенности кино нельзя не рассмотреть США. По мнению Ж. Бодрийяра, именно в штатах кино имеет особый статус, в стране с идеальным воплощением общества потребления. Именно под воздействием киноискусства происходит формирование мировоззрения и образа жизни американцев, а также распространение культуры по всему миру. Философ подчеркивал кинематографичность Америки: «американская реальность, несмотря на более раннее развитие нежели кино, представляется отражением гигантского экрана»<sup>70</sup>. Атмосфера кино наполняет все окружающее пространство, даже города и пейзажи кажутся кусочками фильма. Американская повседневность кажется «искусной пародией на свой оригинал»<sup>71</sup>.

---

<sup>68</sup> Карлсон, Дж. Телевизионное развлечение и политическая социализация / пер. М. М. Назарова / М. М. Назаров. М.: Массовая коммуникация и общество, – 2004. – С. 365.

<sup>69</sup> Гройс, Б. Медиаискусство в музее / пер. С. Веселовой. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://anthropology.ru/ru/texts/groys/mediart.html> (Дата обращения: 27.12.2016).

<sup>70</sup> Бодрийяр, Ж. Америка // пер. с фр. Д., Калугин. – СПб.: Владимир Даль, 2000. – С. 126.

<sup>71</sup> Назаров, М. М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования / М.М., Назаров. – М.: Авантиплюс., 2004. – С. 365.

<sup>71</sup> Гройс Б. Медиаискусство в музее / пер. С. Веселовой. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://anthropology.ru/ru/texts/groys/mediart.html> (Дата обращения: 27.12.2016).

Специалист по киноавангарду Д. Джэймс, говоря о массовых фильмах (голливудских), подчеркивал то, что выполняя функции социальные и культурные, кино до сих пор является ведущим творцом мифов: миф о Супермене, достижимости Американской мечты и социальном благополучии<sup>72</sup>. О продвижении американской массовой культуры посредством кино писал, американский политтехнолог, З. Бжезинский: «Культурное превосходство является недооцененным аспектом американской глобальной мощи. Чтобы ни думали некоторые о своих эстетических ценностях, американская массовая культура излучает магнитное притяжение, особенно для молодежи во всем мире»<sup>73</sup>. Влияние американской культуры происходит во всем: от подражания их интересам до привычек в еде или в одежде.

Через призму кино в мировое культурное пространство довольно давно просачиваются элементы культуры, а также мифы и стереотипы. К примеру, большинство голливудских блокбастеров используют панорамные кадры небоскребов Нью-Йорка, Чикаго или наоборот кукурузные поля Огайо, скалы Дикого Запада. Данный прием, как правило, направлен для изображения величия страны. Страна, где чувствуешь себя легко, где каждый иммигрант мечтает стать «настоящим американцем»<sup>74</sup>.

Одной из характерных черт американского кинематографа является эксплуатация образа «американского героя». По статистике 80 % американских фильмов составляют кино о супергероях<sup>75</sup>. Именно супергерой является идеальным воплощением американских ценностей, несмотря на столь несерьезный жанр именно он является мощным инструментом пропаганды в американской истории. Также немаловажную роль в

<sup>72</sup> Рутман, В. М. Критерии различения американского независимого и голливудского кинематографа // Аналитика культурологии. – 2012. – №22 – С. 89 – 93.

<sup>73</sup> Бжезинский, З. Великая шахматная доска (Господство Америки и его геостратегические императивы) / пер. О. Ю., Уральской. – М.: Междунар. отношения, 1998. – С. 38.

<sup>74</sup> Павловская, А. Особенности национального характера, или как стать настоящим американцем [Электронный ресурс] Режим доступа: [http:// www.vokrugsveta.ru/vs/article/480/](http://www.vokrugsveta.ru/vs/article/480/) (Дата обращения: 27.12.2016).

<sup>75</sup> Борщ, К.О. Образ супергероя в американской культуре 20–21 века // Austrian Journal of Humanities and Social Sciences. – 2014. – №5. – С. 63 – 65.

продвижении американского образа жизни является мультсериал «Симпсоны». Данный продукт на протяжении долгого времени, с 1989 года по настоящее время, является ведущим политическим и идеологическим средством воздействия на массы.

Подводя итог выше изложенному, важно сказать, что кинематограф служит одним из ключевых механизмов коммуникации, способствующий трансляции имиджа страны и ее образа жизни. За счет создания кинообразов, кино помогает обществу преодолевать, ранее существовавшие языковые барьеры. Через созданные визуальные образы происходит передача нового социального знания, путем воссоздания реальности, дополненной социальными представлениями и идеологическими установками. Данные образы влияют на восприятие картины мира и на построение социокультурного пространства. Таким образом, с помощью кино, происходит распространение американского образа жизни и культуры.

## **Глава 2. Репрезентация стереотипов американского образа жизни в массовой культуре**

### **2.1. Исследование мнения жителей города Тольятти о стереотипах американского образа жизни**

Распространение американской культуры в 20 веке способствовало стремительному утверждению американских ценностей во всем мире. Приобщение к американской культуре происходило за счет процесса глобализации. С идеями распространения демократии и с развитием глобализации в мироустройство проникла и «Американская мечта», которая провозглашала США, как: «самое могучее государство на земле», страну свободы, безопасности, страну с особой миссией. Распространение идей происходило за счет использования английского языка в повседневном обиходе, внедрение новых технологий и средств коммуникаций. Все это породило особую систему восприятия действительности в сознании населения, в особенности молодого поколения, что чаще всего вызывало противоречивые настроения и способствовало оттоку населения на Запад.

Однако с годами с развитием технологий, с ходом политической деятельности США, американская мечта стала приобретать иные черты, более противоречивые. Отсюда возникает проблема определения: существующих стереотипов в обществе, соотнесение их с реальностью и источников их формирования. Для того что бы выявить основные стереотипы американского образа жизни, а также относительно самих американцев, нами было проведен опрос жителей г. Тольятти.

Гипотезы нашего исследования об оценке американского образа жизни, американцев и каналов распространения информации были построены на основе сравнения мнений жителей по двум возрастным группам: от 18 до 25 лет и от 35 до 60 лет, поэтому выборочная совокупность представлена в пропорции 100/100.

Обработка полученных данных производилась в программе IBM SPSS Statistics.

Деление респондентов, по половому признаку следующее: 44 % – *мужчины*, 56 % – *женщины*. По уровню образования респонденты разделились на 5 групп: *основное общее образование* – 3 %, *среднее общее образование* – 9 %, *среднее профессиональное образование* – 21 %, *незаконченное высшее образование (студент)* – 37,5 % и *высшее образование* – 29,5 %.

Для начала нам представилось важным определить уровень знания английского языка у респондентов, так как язык является ключевым проводником в познании культуры другого народа. 29 % – респондентов выбрали вариант *«читаю, перевожу со словарем»*, из них 17 % – представители первой возрастной группы и 12 % – из второй возрастной группы. *Не владеют* английским языком – 20 % ответивших, большинство из них представители второй возрастной группы (16 %). *«Поверхностные представления»* имеют 16,5 % (9 % – 1 группа и 7,5 % – 2 группа). *«Могут объяснить и читать»*, *«понимать устную речь, читать»* примерно одинаковое количество респондентов 13 % и 12,5 %. *«Объясняют и читают»* больше представителей молодого поколения (8,5 %), а *понимают* устную речь, наоборот представители старшего поколения (7 %). Наименьшее количество респондентов – 9 %, *«хорошо говорят, пишут и читают»* на английском языке (6 % – молодое население, 3 % – взрослое).

На основе полученных данных можно прийти к выводу о том, что большое количество респондентов не обладает высоким уровнем знания английского языка. Однако уровень знания выше у представителей молодого поколения.

В следующем вопросе мы узнали, что респонденты подразумевают под выражением *«американский образ жизни»*. Большинство респондентов, а именно – 64 % (33 % в первой и 31 % во второй группе), выбрали вариант *«образ жизни граждан США»*. 32 % (по 16 % в каждой группе) респондентов

считают американский образ жизни: *«массовым и навязанным СМИ»*. *«Меркантильным образом жизни, где деньги возведены в культ»*, называют представители двух возрастных групп одинаково (по 15,5 %), в общей сложности 31 %. Американский образ жизни считают *«исключительным, с особым характером и судьбой»* 25,5 % (14 % – младшая группа, 11,5 % – старшая группа). *«Образ изобилия, свободы и равенства»* выделяют в основном молодое население – 14 %, всего данный вариант ответа выбрали 21,5 % респондентов. Вариант *«самый передовой образ жизни»* выбрали 18,5%, большинство представителей старшей группы (11 %).

Таким образом, можно сказать, что американский образ жизни трактуют больше с негативной точки зрения, в обеих возрастных группах. Следовательно, опровергается гипотеза о положительном отношении к американскому образу жизни молодого населения России.

Далее нам было важно узнать уровень доверия респондентов к транслируемому образу Америки в российских СМИ. Большинство респондентов – 54 % *не доверяют* (23 % – 1 группа и 31 % – вторая группа), 27 % – *затрудняются ответить* на данный вопрос. *Доверие к СМИ* прослеживается у 19 % респондентов (по 9,5 % в каждой группе).

Важным при анализе отношения и представления об американском образе жизни, является выявление основных источников информации. Большинство респондентов выделили, в качестве источников своего знания, *«кино»* (72 %) и *«СМИ»* (67 %), кино больше оказало влияние на первую возрастную группу (38,5 %), СМИ – на вторую группу (38 %). *«Реклама»* 29 % и *«художественная литература»* 27,5 %, оказывают на молодое население примерно одинаковое влияние 16 % – реклама и 17 % – художественная литература. Научная литература повлияла только на 12 % (7 % – первая группа). Вариант *«общение с американцами»* выбрали 19,5 %, большинство респондентов из старшей группы (11 %), 4,5 % – *отметили посещение Америки* (2 % – первая группа, 2,5 % – вторая группа). 2,5 % респондентов из первой возрастной группы выделили *интернет*, как один из

основных источников своих знаний. На основе полученных данных можно сделать вывод о том, что влиятельными источниками информации выступают «кино» и «СМИ», что частично подтверждает гипотезу о каналах распространения информации.

В следующем блоке вопросов мы выяснили, какие стороны американского образа жизни респонденты относят к положительным и отрицательным. Преимущества американского образа жизни респонденты выделили следующие: *«Высокий уровень жизни»* (43,5 %), преимущественно представители взрослого населения (27 %). *«Хорошие дороги и другие условия для жизни»* (37,5 %), отметили практически одинаково в двух возрастных группах (19,5 % – в первой и 18 % – во второй). Так же респонденты выбрали *«правовую защищенность»* (31,5 %), 14 % из первой группы и 17,5 % из второй, *«Широкие возможности для развития способностей и талантов»* (30 %), отмечают в двух группах практически одинаково (16 % в первой и 14 % во второй). *«Равенство возможностей людей в достижении успеха»* (29,5 %), в основном выделяют представители молодого поколения (18 %), вариант *«качественное медицинское обслуживание»* выбрали 28,5 % (15,5 % и 13 %).

Чуть меньше респонденты относят к положительным чертам: *«распространение передовых технологий»* 22,5 % (7,5 % – первая группа и 15 % – вторая группа), *«высокий уровень автомобилизации»* 17,5 %, преимущественно представители старшего поколения (11,5 %). *«Качественное образование»* – 12 % (8,5 % из первой группы). Вариант *«все существует и работает в соответствии с правилами»* выбрали 10,5 % (отметили практически одинаково: 5 % из первой группы и 5,5 % из второй). Меньше всего респондентов отметили вариант *«религиозный плюрализм»* (5 %).

К наиболее не привлекательным чертам американского образа жизни респонденты отнесли следующие: *«высокий уровень расслоения общества»* 44 % (17 % в первой группе и 25 % во второй), *«нездоровая пища»* 33,5 %

(примерно одинаково в обеих группах: 16,5 % и 17 %). «*Жизнь в кредит*» выделили 31,5 % (17,5 % представителей молодого поколения).

29,5 % респондентов к отрицательным чертам отнесли «*высокий уровень преступности*» (15 % и 14,5 %). Чуть больше четверти (27 %) выбрали «*легализацию однополых браков*», в большей степени представители взрослого поколения 17,5 %. 19% представителей молодого поколения выразились негативно в отношении *злоупотребления наркотическими веществами*, всего данный вариант отметили 26,5 % респондентов, так же 14 % молодого населения выделили проблему «*дискриминации цветного населения*» (24,5 %).

Остальные же черты оказались менее популярны среди отрицательных: «*феминизм*» (8 %), «*высокая плата за обучение*» (9 %), «*платная медицина*» (13 %), «*преобладание массовой культуры*» (8,5 %), «*недоброжелательное отношение к иммигрантам*» (6 %).

Подводя итог можно сказать, что людей привлекает, прежде всего, комфортная жизнь, возможность в реализации талантов и достижении успеха. Среди отталкивающих черт респонденты больше отмечают социальное расслоение, «*жизнь в кредит*» и нездоровый образ жизни.

С помощью следующего вопроса мы выделили основные ценности типичного американца. 41 % респондентов характеризуют американцев *индивидуалистами* (24 % из первой группы и 17,5 % – второй группы). «*Самоуверенными*» американцев считают 37,5 % респондентов, 21,5 % старшего поколения. «*Патриотизм*», как ценность, отметили 34,5 % (16 % из первой возрастной группы и 18,5 % второй группы). «*Приверженность семейным ценностям*» отметили 32,5 % (19 % – молодое поколение). 19 % респондентов из второй группы называют *американцев меркантильными*, всего данный вариант выбрали 31 %. «*Уважение к законам выбрали*» 22 % (8,5 % – первая группа, 13,5 – вторая группа), так же 22 % респондентов отмечают у американцев «*социальную активность*» (15 % – первая группа). Стремление к «*независимости*» (11 % из первой группы) и «*примитивный*



*юмор*» (15 % из второй возрастной группы) выделяют 20,5 % респондентов. «*Интеллектуальность*» выбрали 19 % (11,5 % из старшей группы и 7,5 % из второй), а «*лень*» затронули 15% (8,5 % – вторая возрастная группа, 6,5 % – первая группа). Жизнерадостность отмечают 12,5 % (7,5 % – молодое население и 5 % – взрослое население). Набожность и религиозность выбрали 10,5 % (7,5 % из первой группы).

Меньше всего к американцам относят следующие характеристики: *лицемерие* 6 % (2,5 % – первая группа и 3,5 % – вторая группа), *дисциплинированность* 3,5 % (3 % из второй группы). *Жадными* американцами считают только 4 % (больше старшее население – 2,5 %), а *справедливыми* 2,5 %, вариант «*чистоплотность*» отмечает только 1 % .

Таким образом, среди респондентов сформировался противоречивый образ самоуверенного индивидуалиста, патриота, придерживающегося семейных ценностей. Гипотеза о противоречивости образа американца подтвердилась.

Следующая группа вопросов была ориентирована на выявление оценки респондентов относительно деятельности США в различных сферах жизни. Положительные оценки приобрели такие сферы как:

*Создание информационных технологий* – 84,5 % (по 44 % – первая группа и 40,5 % – вторая группа). *Создание передовой техники* – 74 % (36,5 % – молодое население, 37,5 % – население старшего возраста). *Развитие науки* – 73,5 % (38% и 35,5 %). Отрицательное отношение к данным сферам составляет 8 % – 9 %.

Отрицательные оценки преобладают в следующих сферах:

*Мировая финансовая система* – 52,5 % (26,5 % в первой группе и 26 % во второй), положительно оценивают 23 % (по 11,5 % в каждой группе). *Политическая стабильность в мире* – 78 % (39,5 % – молодое население и 38,5 % – старшее), положительно оценивают 13,5 % (8 % – второй возрастной группы). Недовольны респонденты также сферой *распространения западной*

*демократии* – 54,5 % (33,5 % из второй возрастной группы), положительно оценивают только 16,5%, преимущественно молодое население (10,5 %).

Также можно выделить неоднозначное отношение респондентов во влиянии США на сферу *мировой культуры*. 37,5 % – отмечают отрицательное влияние деятельности США (19,5 % – первая группа и 18 % – вторая). Положительное – оценивают 30,5 % (17,5 % – младшее поколение и 13 % – старшее поколение). Остальные (32 %) затрудняются ответить на данный вопрос.

Таким образом, положительное влияние США оказывает на сферы, связанные с развитием технологической и научной деятельностью. Влияние США на развитие экономики и политики имеет негативные последствия. Оценка относительно культурной сферы неоднозначна.

На основе полученных данных можно сказать, что США оказывает положительное влияние на сферы связанные с созданием и развитием технологической и научной деятельности. Политическую и экономическую деятельность респонденты оценивают негативно.

Мы поинтересовались у респондентов, как они в целом оценивают американский образ жизни. Оценка респондентов оказалась неоднозначной: 38 % (18,5 % – молодое поколение и 19,5 % – старшее поколение) выбрали вариант *«многое нравится: скорее положительно»*, 33,5 % (15 % из первой группы и 18,5 % из второй) наоборот многое не нравится. *Восхищаются американским образом жизни* только 2 % (1,5 % – вторая группа), относятся критически 9 %, преимущественно молодое население (5,5 %). Оставшиеся респонденты (17,5 %) не определились со своей оценкой.

Далее нам было важно узнать, в чем проявляется влияние американского образа жизни в России. 51,5 % видят влияние в развитии *«индустрии быстрого питания»* (23 % и 28,5 % в каждой группе), 44 % респондентов отмечают *«использование иностранных слов в русской речи»*. Влияние американского образа жизни через *«образы мирового кино»*

выделяют 44,5 % респондентов (25,5 % из младшей группы и 27,5 % из старшей группы).

Влияние *английского языка* отмечают 40 %, в основном выбирают представители второй группы (23,5 %). *«Мода на шоу-бизнес»* влияет на 37,5 % респондентов, преимущественно у молодого населения 22,5 %. Наименьшее влияние, по мнению респондентов, происходит через следующие сферы: *«глобализация массовой культуры»* (18,5 %), *«реклама товаров и услуг»* (15,5 %), *«развитие субкультуры»* (11 %), *«распространение бытовой техники»* (10 %).

На основе полученных данных можно сказать, что особое влияние американского образа жизни в России происходит за счет развития индустрии питания, использования иностранных слов в родной речи, а так же влияние образов мирового кино.

Для нас представилось важным узнать, кто из респондентов имеет опыт поездки в США. Только 4,5 % респондентов *посещали США* (2 % из первой группы и 2,5 % из второй), соответственно 95,5 % не были в США.

Далее было бы логично спросить у респондентов, посетивших США, появилось ли желание переехать. Изъявили *желание переехать в США* только 3 % респондентов (1,5 % из второй группы).

Следующий вопрос, звучал таким образом: *«Хотите ли Вы посетить США?»*. *Положительно отнеслись* к возможности поездки 69 % (35,5 % – первая группа и 33,5 % – вторая группа). Нежелание посещать США выразили 22 % (9 % из первой и 13 % из второй группы).

Мы спросили респондентов, что, по их мнению, влияет на распространение американского образа жизни. Особое влияние оказывает СМИ – 84 % (40 % – первая и 44 % – вторая группа), далее 40,5 % опрошенных выбрали вариант *«информационные технологии»* (19,5 % из первой и 21 % из второй группы).

Такие сферы, как *«политика»* и *«мода»* оказывают примерно одинаковое влияние 36,5 % и 38 %. Варианты политики преобладает

преимущественно у взрослого населения (23 %), а мода у молодого населения (31 %). Влияние культурной продукции выделяют 33,5 % (практически одинаково 16 % в первой группе и 17,5 % во второй). Наименьшим воздействием обладает *экономическая сфера*, всего 14 % (по 7 % в обеих группах).

Мы коснулись вопроса оценки респондентами отношения между Россией и США. Больше половины респондентов отмечают как «плохие» – 53 % (практически одинаково: 27 % – в первой группе и 26 % – во второй). Вариант «в чем-то хорошие, в чем-то плохие» выбрали 33,5 % (из 18 % первой и 15,5 % из второй). Отношения считают хорошими только 0,5 % респондентов из старшей группы, воздержались в оценке 13 %.

Далее нам было важно узнать, изменились ли отношение к американцам за последние годы. Больше половины опрошенных (64,5 %) отмечают отсутствие изменений (30,5 % – первая группа, 34 % – вторая группа). В лучшую сторону отношение изменилось только 0,5 % из второй возрастной группы. Изменения в худшую сторону отмечают 24 % (12,5 % из первой группы и 11,5 % из второй).

Последний вопрос, звучал следующим образом: «*Как Вы считаете, справедлива ли критика американского образа жизни?*». Согласных с критикой оказалось 46 % (21,5 % из первой группа и 24,5 % из второй), 23,5 % не считают критику справедливой (13 % – первая группа и 10,5 % – вторая группа). 30,5 % затруднились ответить на данный вопрос (примерно одинаково 15,5 % из первой и 15 % второй группы).

На основании полученных данных можно сделать следующие выводы. Оценка респондентов относительно Америки, американцев и ее образа жизни неоднозначна. Американский образ жизни, по мнению респондентов не является универсальным и уникальным, а скорее излишне меркантильным и навязанным. Респонденты обеих возрастных групп выделяют то, что данный образ жизни имеет как положительные, так и отрицательные стороны. Таким образом, гипотеза о положительном отношении к американскому образу

жизни со стороны молодого поколения не подтвердилась. Среди положительных и отрицательных черт респонденты выделяют следующие: комфортный и высокий уровень жизни, рассматривают больше взрослое население, широкие возможности для самореализации отмечают в основном молодое население. Среди отрицательных черт молодое население выделяет нездоровый уровень жизни и жизнь в кредит, взрослое население также помимо жизни в кредит выделяет и высокое социальное расслоение. Следовательно, вторая гипотеза о том, что взрослое население выберет высокий уровень жизни, равенство возможностей в достижении успеха и жизни в кредит, подтвердилась отчасти.

Помимо оценки самого образа жизни, важно сказать и о неоднозначности оценки относительно образа самих американцев и их деятельности в мире. Наиболее распространенные характеристики, по мнению двух возрастных групп получились следующие: самоуверенность, патриотизм, индивидуализм, приверженность семейным ценностям и меркантильность. Гипотеза об отношении взрослого населения практически подтвердилась. Так как вариант лени выбрали наименьше число респондентов. Касаясь оценки деятельности США респонденты отмечают негативное влияние США в сферах экономики и геополитики, среди сфер с положительным влиянием: развитие технологий и научной деятельности. Оценка деятельности американцев в культурной сфере неоднозначна. Также при анализе мы выяснили, через какие каналы происходит распространение элементов американского образа жизни и откуда респонденты берут информацию о нем. Молодое поколение берет информацию из кино, старшее поколение отмечают влияние СМИ, однако доверие у обеих групп к российским СМИ не высокое. Тем самым подтвердилась гипотеза относительно источников информации об образе жизни. Относительно каналов проникновения американского образа жизни респонденты выделяют внедрение английского языка в повседневную жизнь. Также респонденты

отмечают влияние индустрии быстрого питания, моды информационных технологий и политики.

Таким образом, можно сказать, что отношение населения характеризуется неоднозначно. Респонденты оценивают Америку не как великую страну, а страну со своими плюсами и минусами.

## **2.2. Репрезентация стереотипов американского образа жизни в фильмах американского производства**

Для более полного анализа репрезентации американского образа жизни в кинематографе нами был проведен контент-анализ фильмов. При проведении данной процедуры, изучаемые нами признаки оценивались исходя из действия на экране и текста, произносимого персонажами. Контент-анализ был выбран в качестве метода оценки содержательной стороны сообщения.

В качестве объекта анализа выступили полнометражные художественные фильмы (производство США), выпущенные в период с 1990 по 2016 год. При подборе фильмов для анализа мы ориентировались на следующие критерии:

- сюжет, отражающий американскую повседневность, а также сюжеты, связанные с идеей реализации американской мечты;
- признание известных киноакадемий (Оскар, Сатурн, BAFTA, Золотой глобус и др.) и влиятельных изданий (IMDb, Vanity Fair и The New York Times и др.);

В процессе проведения процедуры нами были отобраны 12 кинокартин, которые мы разделили на 3 основные группы в соответствии годом создания и релиза: кинофильмы 90-х годов (1990–1999), 2000-х (2000–2010) и 2010-х годов (2010–2016). Подобное деление на группы позволяет выявить отличительные черты относительно жанровой стилистики и основного

настроения в отношении американской мечты на протяжении трех временных периодов.

Объектами контент-анализа выступили следующие кинокартины:

- фильмы производства 190-х годов: Форрест Гамп (1994), Большой Лебовски (1998), Красота по-американски (1999), Бойцовский клуб (1999);
- фильмы 2000-х: Поймай меня, если сможешь (2002), Дом из песка и тумана (2003), Маленькая мисс Счастье (2006), В погоне за счастьем (2006);
- фильмы 2010-х годов: Волк с Уолл-стрит (2013), Кровью и потом: Анаболики (2013), Бёрдмэн (2014), Ла-Ла Ленд (2016).

В качестве единиц анализа необходимо рассмотреть основные характерные черты американского образа жизни, а также характеристики самих американцев. Единицами счета в нашем исследовании выступают факты появления единиц анализа по ходу действия сюжетной линии.

В первой части нашего исследования мы проводим анализ основных черт американского образа жизни по следующим критериям:

- *высокий уровень; жизни*, к данной категории мы относим такие понятия, как: наличие эффективной медицины, престижного образования; наличие высокооплачиваемой работы, дорогого автомобиля, собственного дома; правовая защищенность граждан;
- *равенство возможностей в достижении успеха*; иными словами принцип равенства прав и возможностей для всех граждан, независимо от их социального статуса;
- *массовая культура* – как определенный культурный аспект, основной характеристикой которого выступает: потребительство и ориентированность на деньги;
- *«жизнь в кредит»* – стиль жизни, основанный на удовлетворении своих потребностей, за счет займа денег в банке;

- *социальное расслоение* – наличие в сюжете героев разных социальных классов: высший (богатые), средний и низший класс (бедные);
- *нездоровый образ жизни* – рассматриваемый нами критерий связан с наркотической и алкогольной зависимостью героя или приближенных к нему лиц;
- *преступность* – негативное явления, связанное непосредственно с главным героем: совершение преступления и наличие преступных связей.

1. Высокий уровень жизни, при рассмотрении данного критерия мы ориентировались на то, высокий ли уровень жизни героев и значим ли данный критерий для сюжета.

Стремление к улучшению своего уровня жизни взято за основу сюжета в фильмах:

- «Поймай меня, если сможешь»: Фрэнк Абигнейл – главный герой еще с подросткового возраста осознал, что для хорошего заработка нужно лишь уметь: убеждать, врать и приспосабливаться. К своему совершеннолетию он успел поработать пилотом, врачом, помощником прокурора и совершить кражи на миллион долларов с помощью поддельных чеков.
- «Кровью и потом: Анаболики»: тренер по фитнесу решает изменить свою жизнь, так как понимает, что из себя ничего не представляет. Вместе с друзьями он разрабатывает план похищения в надежде реализовать свою мечту: иметь много денег, дорогих машин и внимание девушек.
- Подобные цели преследует и главный герой фильма «Волк с Уолл-стрит». Джордан Белфорт быстро обогащается путем отмывания денег и прожигает жизнь.

Вышеуказанные фильмы показывают истории героев, у которых стремление к высокому уровню жизни выше закона, совести и человечности.

В следующих фильмах в основе сюжета лежит история героев, которые, обладая всем тем, к чему стремятся остальные (хорошей работой, домом, автомобилем), не чувствуют себя счастливыми.



- «Красота по-американски»: Лестер Бернэм переживает кризис среднего возраста, он не чувствует себя нужным ни на работе, ни в семье. Достигнув, кажущейся манящей, американской мечты, он не видит в ней красоты, а лишь видимость благополучия.

- К такому же выводу приходит рассказчик из фильма «Бойцовский клуб», он осознает, что «вещи, которыми ты владеешь, в конечном итоге овладевают тобой». Ход серой жизни нарушает его Альтер-эго Тайлер Дарден, анархист отрицающий вещизм и считающий разрушение одним из способов придания жизни какого-то смысла.

Таким образом, проанализированные фильмы говорят о том, что «манящая» американская мечта в процессе достижения не приносит счастья, внутреннего удовлетворения. Она является лишь мнимым островом надежды.

- «Форрест Гамп», «Большой Лебовски» – это фильмы, где главные герои относятся нейтрально к своему положению в обществе.

В остальных фильмах, режиссеры акцентируют внимание на то, что главные герои, несмотря на свое положение, стремятся к другому: самореализация, восстановление семенных отношений.

- «Бёрдмэн»: главный герой – актер некогда известный по роли супергероя, переживает финансовый и личностный кризис. Он тратит последние деньги на постановку пьесы, ради самореализации. В фильме «Ла-Ла Ленд» главной идеей является реализация собственных талантов.

- «Дом из песка и тумана»: главные герои ведут борьбу за дом, переступая границы дозволенного. Однако дом является – символом сохранения себя и воссоединения собственной семьи. Похожий сюжет разворачивается в фильмах: «В погоне за счастьем», Крис Гарднер старается сделать детство своего сына счастливым.

- «Маленькая мисс Счастье»; несмотря на скромный достаток, герои стремятся объединиться и стать настоящей семьей.

Таким образом, уровень жизни является одной из главных составляющих сюжета американских фильмов, но, стоит отметить, что благополучие не является целью жизни абсолютно для всех.

2. Равенство возможностей в достижении успеха; при анализе мы ориентировались на то, присутствует ли история достижения успеха в сюжете и были ли равные для этого возможности.

Равенство возможностей нами было выделено в сюжетах следующих фильмов:

- Форрест Гамп, благодаря своим личным качествам (доброта, открытость, жизнестойкость), добивается успехов в жизни, осуществляет американскую мечту, оказывает влияние на политику и американскую культуру.

- Крис Гарднер «В погоне за счастьем» за счет своих личных качеств и своей цели добивается успеха, поднимается со «дна».

- Главные герои фильмов «Ла-Ла Ленд» и «Бёрдмэн»: с помощью своих талантов реализуют свои мечты.

- При рассмотрении фильмов «Поймай меня, если сможешь», «Волк с Уолл-стрит» и «Кровью и потом: Анаболики» можно прийти к выводу, что равенство в достижении успеха не всегда существует. В данных кинокартинах герои добиваются успеха нечестным путем: воровство, преступление, обман. Таким образом, равенство в достижении успеха представляется мнимым, как и в фильме «Маленькая мисс Счастье»: Олив, главная героиня, имеет возможность выступить на конкурсе красоты, но победить априори не может, так как не соответствует стандартам.

Исходя из вышесказанного, можно отметить, что равенство в реализации целей не всегда представляется возможным.

3. При рассмотрении аспекта массовой культуры мы опирались на то, как она влияет на главных героев.

При анализе фильмов мы столкнулись тем, что массовая культура занимает достаточно важную часть жизни в сюжетной линии героев, однако

само отношение героев неоднозначное. В большинстве фильмов, массовая культура мотивирует, вдохновляет на действия:

- «Маленькая мисс Счастье», «Кровь и потом: Анаболики», «В погоне за счастьем», «Поймай меня, если сможешь», «Волк с Уолл-стрит». Герои данных фильмов очарованы американской культурой, возможностью обладания всем для устройства собственной жизни.

- В фильмах «Красота по-американски», «Бойцовский клуб» можно увидеть пагубное влияние потребительства на психологию человека. Герои осознают, насколько данная система ценностей, навязанная рекламой, доводит до отчаяния и разрушает личность.

- Главный герой фильма «Бёрдмен», стал заложником массовой культуры, он ее презирает.

- В фильме «Форрест Гамп» главный герой становится участником событий, связанных непосредственно с развитием массовой культуры, но он не придает ей значения, как и герой фильма «Большой Лебовски».

Таким образом, можно сказать о том, что массовая культура играет ключевую роль в судьбах героев. В одних фильмах потребительство, как возвышает, так и убивает личность, все зависит от самого человека, его личностных качеств.

4. «Жизни в кредит» мы рассматривали наличие в сюжетной линии главных героев. В картинах, где наиболее остро стоит вопрос последствия жизни в кредит:

- «Дом из песка и тумана»: Кэти Николо жила в завещанном ей доме, который ее отец выкупал 30 лет. В результате бюрократической ошибки данный дом забирают из-за неоплаченных долгов. В похожую историю попадает Крис Гарднер («В погоне за счастьем»): из-за задолженности по квартире и неуплаты штрафов главный герой теряет квартиру и машину.

- «Ла-Ла Ленд»: главный герой фильма – Себастьян был вынужден соглашаться на нелюбимую работу чтобы платить по счетам и копить на мечту: открыть собственный бар.

- «Бёрдмэн»: заложил дом, что бы поставить значимую для его возвращения пьесу.

- Герои «Маленькая мисс Счастье», «Большой Лебовски» – люди, тоже живущие с долгами, вынужденные экономить на многом, однако данный факт не является центральным в сюжете.

5. Социальное расслоение: наличие в сюжете деления на богатых и бедных.

- «Большой Лебовски»: противоречивость образов отрешенного от жизни безработного Джеффри Лебовски «Чувака» и «Большого» Джеффри Лебовски – миллионер, прикованный к инвалидной коляске.

- «В погоне за счастьем»: образ бездомного и безработного Криса Гарднера и Мартина Фрома владельца крупной брокерской фирмы.

- «Кровью и потом: Анаболики»: образ фитнес тренера Дэниэла Луго и бизнесмена Виктора Кершоу.

- «Волк с Уолл-стрит»: описание жизни человека добившегося небывалых высот, который, в свою очередь, «прожигает жизнь».

- «Дом из песка и тумана»: изображен образ едва сводящих концы с концами героев: безработной Кэти Николо и поддерживающего иллюзию достатка Массуда Амира Берани.

Данные кинообразы показывают нам, что данное расслоение присуще американскому обществу и социальный разрыв между богатыми и бедными достаточно высокий.

6. Нездоровый образ жизни – рассматриваемый нами критерий связан с наркотической и алкогольной зависимостью героя или приближенных к нему лиц.

- В фильме «Форрест Гамп» Форрест с детства дружит с Дженни, у которой отец был алкоголиком. С возрастом она сама употребляет алкоголь и наркотики, как следствие данной зависимости заболела СПИДом.

- «Большой Лебовски»: Лебовски все свое время проводит в боулинге, курит марихуану и злоупотребляет алкогольными коктейлями.

- «Красота по-американски» главный герой Лестер увлекается марихуаной.

- «Маленькая мисс Счастье» дедушка Олив героиновый наркоман,

- «Дом из песка и тумана» главная героиня борется с алкогольной зависимостью.

- Джордан Белфорт «Волк с Уолл-стрит» употребляет множество наркотических препаратов.

7. Преступность наличие в сюжете связи главного героя с преступным миром: участие в преступлении, общение с преступниками.

- В фильме «Большой Лебовски» главный герой вынужден контактировать с преступниками, вымогавшими выкуп.

- «Красота по-американски»: главный герой фильма – Лестер становится жертвой убийства.

- Главные герои фильмов «Поймай меня, если сможешь» и «Волк с Уолл-стрит» являются мошенниками.

- «Кровью и потом: Анаболики» заходят со своим планом так далеко, что совершают ряд убийств.

Подводя итог можно выделить следующие характерные черты американского образа жизни.

- Уровень жизни скорее средний. Существует достаточно большой социальный разрыв между богатыми и бедными. Для более низких слоев характерна «жизнь в кредит».

- В США декларируется и реально существует равенство возможностей в достижении успеха путем реализации своего таланта и способностей.

- Массовая потребительская культура – не идеал жизни, а лишь способ существования.

- Уровень преступности и нездорового образа жизни достаточно высокий, распространен во всех слоях общества.

Для анализа американского образа жизни в кино также необходимо выделить основные характеристики самих американцев. По результатам проведенного нами анкетного опроса мы получили перечень основных ценностных характеристик американцев. В качестве критериев мы использовали следующие черты: патриотизм, индивидуализм и эгоизм, меркантильность, приверженность семейным ценностям, самоуверенность, социальная активность, лень, набожность, религиозность, уважение к законам, интеллектуальность, примитивный юмор, жизнерадостность, одиночество, *self-made man*.

В ходе проведения контент-анализа нами были получены следующие результаты.

Среди исследуемых нами критериев наиболее распространенными являются:

1. *Индивидуализм и эгоизм*, можно отнести к героям 9 фильмов: «Большой Лебовски», «Красота по-американски», «Бойцовский клуб», «Поймай меня, если сможешь», «Дом из песка и тумана», «Волк с Уолл-стрит», «Кровью и потом: Анаболики», «Бёрдмэн», «Ла-Ла Ленд». Практически все главные герои данных фильмов решали свои личные проблемы, стремились удовлетворить свои собственные потребности.

2. *Жизнерадостность*, как одну из основных черт действующих персонажей фильма можно увидеть в 7 исследуемых нами фильмах: «Форрест Гамп», «Поймай меня, если сможешь», «Маленькая мисс Счастье», «В погоне за счастьем», «Ла-Ла Ленд», «Кровью и потом: Анаболики», «Волк с Уолл-стрит». Главные герои данных фильмов, несмотря на трудности, с позитивом смотрят на мир, они верят в светлое будущее и мечтают.

3. *Приверженность семейным ценностям* можно увидеть в сюжетах 4 фильмов: «Форрест Гамп», «Дом из песка и тумана», «В погоне за счастьем», «Маленькая мисс Счастье». Большинство героев данных фильмов стремятся к созданию крепкой семьи, их действия и события

непосредственно связаны со стремлением налаживания семейных отношений.

4. Такое качество, как *самоуверенность* можно отнести к героям следующих фильмов: «Поймай меня, если сможешь», «Волк с Уолл-стрит», «Кровью и потом: Анаболики», «Бёрдмэн». Герои данных фильмов во многом благодаря таким качествам добились успеха.

5. Меркантильная сторона была характерна для героев в 3 фильмах: «Волк с Уолл-стрит», «Кровью и потом: Анаболики», «Поймай меня, если сможешь».

6. *Социальная активность* героев присутствовала так же в 3 фильмах: «Поймай меня, если сможешь», «Маленькая мисс Счастье», «В погоне за счастьем».

7. Таким качеством, как *интеллектуальность* обладали главные герои фильмов: «Поймай меня, если сможешь», «В погоне за счастьем», «Волк с Уолл-стрит».

8. *Набожность и религиозность* была характерная только для героев фильмов: «Форрест Гамп», «Кровью и потом: Анаболики», однако, данным качеством обладали не главные герои, а второстепенные.

9. *Примитивный юмор* присутствовал в фильмах «Большой Лебовски» и «Кровью и потом: Анаболики»

10. *Патриотом* своей страны оказался только герой фильма «Форрест Гамп». *Лень* характеризовала героя фильма «Большой Лебовски», а тема *уважения законов* была затронута в фильме « В погоне за счастьем».

В процессе проведения анализа нами были выделены еще две ценностные характеристики:

11. *Одиночество* характерно для героев 9 фильмов: «Большой Лебовски», «Красота по-американски», «Бойцовский клуб», «Поймай меня, если сможешь», «Дом из песка и тумана», «В погоне за счастьем», «Волк с Уолл-стрит», «Бёрдмэн», «Ла-Ла Ленд». Одиночество, стоит отметить, что

было характерно для людей разного социального положения, людей достигших американской мечты и нет.

12. Так же следующей характеристикой, которую мы выделили самостоятельно: «*Self-made man*» - история героев поднявшихся «со дна», является ключевой в 5 фильмах: «Форрест Гамп», «Поймай меня, если сможешь», «В погоне за счастьем», «Волк с Уолл-стрит», «Ла-Ла Ленд». Герои сами создали себя, несмотря на жизненные перипетии, они достигли успеха.

Проведенный анализ позволил сформулировать следующие выводы: изображаемый образ жизни американцев в кино показывает нам трансформированную американскую мечту. На первом месте у героев стоят не блага, а человеческое счастье, которое состоит не в обладании вещами, ни в том, что нам навязывает реклама, а в семье, в нахождении своего места в жизни. Самореализация присутствует в большинстве фильмов. Таким образом, подтверждается гипотеза относительно распространенности сюжета с идеей *self-made man*. Также при анализе фильмов мы видим, что кинематограф формирует не идеалистическую картину Америки, а страну с такими же распространенными проблемами, как социальное расслоение, наркомания, преступность. При анализе фильмов относительно деления на группы можно отметить, что гипотеза об отличии американской мечты отчасти подтвердилась. При анализе примерно все фильмы несли в себе одинаковые ценности, однако можно выделить настроение и жанровость фильмов. При анализе фильмов 1990-х годов и 2000-х преимущественными жанрами были драма и биографические фильмы, как правило, носившие скорее негативный настрой. Для фильмов 2010-х годов наиболее характерен жанр чёрной комедии, в фильмах данного периода изображение американской реальности более красочное, нежели в более ранних кинолентах.



## Заключение

Проникновение американской культуры, распространение образа жизни стало результатом активной работы США над своим имиджем. Образ «великой», свободной, демократичной Америки стремительно распространился по всему миру благодаря процессу глобализации. Особую роль в трансляции имиджа сыграла массовая культура и появление новых средств коммуникации. Одним из таких механизмов стал кинематограф.

Кино приобрело функцию передачи нового социального знания, основанного на создании реальности, дополненной идеологическими установками. Создаваемые кинообразы превращались в стереотипы, а экранная реальность выступила «лейтмотивом» американской истории. Однако данная реальность не всегда соответствовала изменениям, происходящими в американском обществе. Отсюда и возникает проблема соотношения транслируемого образа жизни и реальности.

Для анализа образа Америки и существующих стереотипов американского образа жизни, нами был проведен опрос, результаты которого показали противоречивый образ. Согласно мнению респондентов двух возрастных групп, американский образ жизни представляется меркантильным и излишне навязанным СМИ. При детальном рассмотрении положительных и отрицательных черт американского образа жизни, были получены следующие результаты. К положительным чертам американского образа жизни респонденты относят: высокий уровень жизни, большие возможности для самореализации. Отрицательные моменты связаны с «жизнью в кредит», высоким уровнем социального расслоения и нездоровым образом жизни. Образ самих американцев, также характеризуется неоднозначно: самоуверенный индивидуалист, патриот своей страны, являющийся приверженцем семейных ценностей. Исследуя мнение относительно американцев, мы узнали отношение к деятельности США в мире. Отрицательное влияние оценивается в экономической и политической

сфере, прежде всего, связано с распространением западной демократии. Положительное влияние Америки отмечают в сферах развития науки и информационных технологий. Деятельность США в культурной сфере, по мнению респондентов, имеет как положительное, так и отрицательное влияние. Помимо оценки, мы узнали основные каналы распространения информации об американском образе жизни. Подавляющее большинство выбрали влияние образов кино, а также старшее поколение отмечает воздействие СМИ. Респонденты отметили проникновение черт американского образа жизни через: политику, моду, индустрию быстрого питания и использование иностранных слов в повседневной речи.

Следующим этапом нашего исследования было проведение анализа транслируемого американского образа жизни в кино. На основе ранее полученных результатов опроса, нами были выделены ряд характеристик необходимых для анализа черт образа жизни и самих американцев.

На основе проведенной процедуры были сделаны следующие выводы. Во всех исследуемых нами фильмах присутствовали сюжет, связанный с уровнем и комфортом жизни. Стоит отметить, что в фильмах герои, либо обладают высоким уровнем жизни, либо только стремятся его достичь. Также довольно часто используется сюжет рассказывающий историю успеха человека «со дна» или *self-made man*. Однако важно сказать, что ценность американца состоит не в обладании благами, а в поиске счастья, в желании самореализации. В сюжетах фильмах часто встречаются ранее выделенными нами отрицательные черты американского образа жизни: наркомания, социальное расслоение и преступность. При рассмотрении образа американцев, мы выделили следующие черты: индивидуализм и как следствие одиночество, жизнерадостность и стремление к достижению своей мечты, приверженность семейным ценностям, а также самоуверенность и меркантильность. При сравнении фильмов относительно годов производства мы выделили то, что все фильмы отражают негативный характер образа жизни. Различия фильмов, состоит в жанровости: фильмы 1990-х и 2000-х

годов чаще всего характеризуются драмой, а фильмы 2010-х годов характеризуется более красочным описанием, посредством черной комедии.

Подводя итог нашего исследования можно сделать выводы о том, что транслируемый образ жизни США претерпел изменения. Америка представляется нам страной со своими плюсами и минусами, страной с трансформировавшимися идеалами. Образ американцев показывает нам, насколько ранее восхваляемая модель «Американской мечты» не приносит счастья, ради которого так стремятся мигранты.

### Список используемой литературы и источников

1. Аксянова, Г. А., Давыдова, С. С. Этнические стереотипы и ценностные ориентации московских школьников (на примере русских и армян) / Г. А. Аксянова, С. С. Давыдова.– М.: Институт этнологии и антропологии РАН, 2003. – 36 с.
2. Баталов, Э. Я. Американские ценности в современном мире // Историография нового времени стран Европы и Америки. – М.: Прогресс, 1990. – 346 с.
3. Белл, Д. Грядущее постиндустриальное общество: опыт социального прогнозирования / Д. Белл. – М.: Академия, 1999. – 944 с.
4. Беньямин, В. Производство искусства в эпоху его технической воспроизводимости [Электронный ресурс] Режим доступа: [http://www.chaskor.ru/article/proizvedenie\\_iskusstva\\_v\\_epohu\\_ego\\_tehnicheskoj\\_vosproizvodimosti\\_18738](http://www.chaskor.ru/article/proizvedenie_iskusstva_v_epohu_ego_tehnicheskoj_vosproizvodimosti_18738) (Дата обращения: 16.12.2016).
5. Бергер, П. Л. Многоликая глобализация. Культурное разнообразие в современном мире: пер. с англ. / Под ред. П. Л. Бергера, С. П. Хантингтона. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 382 с.
6. Бергер, П., Лукман, Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания / П. Бергер, Т. Лукман. – М.: Медиум, 1995. – 323 с.
7. Бжезинский, З. Великая шахматная доска (Господство Америки и его геостратегические императивы) / пер. О. Ю. Уральской. – М.: Междунар. отношения, 1998. – 280 с.
8. Бодрийяр, Ж. Америка / пер. с фр. Д. Калугин. – СПб.: Владимир Даль, 2000.– 204 с.
9. Бодрийяр, Ж. Символический обмен и смерть / пер. с фр. С. Н. Зенкипа. – М.: Добросвет, 2000. – 387 с.

10. Борщ, К. О. Образ супергероя в американской культуре 20–21 века // *Austrian Journal of Humanities and Social Sciences*. – 2014. – № 5. – С. 63 – 65.
11. Вебер, М. Избранные произведения / Пер. с нем. М. Левин, А. Филиппов. – М.: Прогресс, 1990. – 808 с.
12. Возьмитель, А. А. Ценностно–нормативное содержание образа жизни в советской и постсоветской России // *Россия реформирующаяся. Ежегодник* / Отв. ред. М. К. Горшков. – Вып. 8. – М.: Институт социологии РАН, 2009. – С. 149–164.
13. Гинзбург, С. С. Кинематография дореволюционной России: научно-популярная литература / С. С. Гинзбург. – М.: Аграф, 2007. – 488 с.
14. Делез, Ж. Кино / пер. с фр. Б. Скуратов. – М.: Ад маринге, 2004. – 503 с.
15. Дьяков, А. В. Жан Бодрийяр: Стратегии «радикального мышления» / А. В. Дьяков. – СПб.: Изд–во СПб. ун–та, 2008. – 354 с.
16. Дэвис, Д. Капитализм и его культура [Текст] / Дэвис Д. ; предисл. С.Д.Сказкина. сокращ.пер.с англ. Ш.А. Богиной. –М.: Госиноиздат, 1949. – 540 с.
17. Жабский, М. И. Кино в современном обществе: Функции – воздействие – востребованность / М. Жабский, К. Тарасов, Ю. Фохт-Бабушкин; М-во культуры Рос. Федерации. Науч.-исслед. ин-т киноискусства. – М. : Белый берег, 2000. – 376 с.
18. Здравомыслов, А. Г. Россия и русские в современном немецком самосознании // *Общественные науки и современность*. – 2001. – № 4. – С. 104.
19. Каган, М. С. Гражданское общество как культурная форма социальной системы // *Социально-гуманитарные знания*. – 2000. – №6. – С. 47– 62.

20. Карлсон, Дж. Телевизионное развлечение и политическая социализация / пер. М. М. Назарова – М.: Массовая коммуникация и общество, – 2004. – 428 с.

21. Ладыка, О. В. Американский национальный характер и его интерпретация в работах лингвистов // Новый взгляд. Международный научный вестник. – 2014. – № 4. – С. 114–123.

22. Липпман, У. Общественное мнение / Пер. с англ. Т. В. Барчуновой; Редакторы перевода К. А. Левинсон, К. В. Петренко. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. – 384 с.

23. Логинов, А. Л. Мифологическая составляющая концепта «the American Dream» // Вестник ННГУ. – 2012. – № 1.– С. 139–143.

24. Меренков, А. В. Социология стереотипов / А. В. Меренков ; М–во образования РФ, Урал. гос. ун–т им. А. М. Горького. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун–та, 2001. – 292 с.

25. Метц, К. Воображаемое означающее. Психоанализ и кино / пер. с фр. Д. Калугина, Н. Мовниной; науч. ред. А. Черноглазов. – СПб.: Из-во Европейского ун-та в Санкт-Петербурге, 2010. – 336 с.

26. Монастырский, В. А. Киноискусство в социокультурной работе. / В. А. Монастырский. – Тамбов, 1999. – 147 с.

27. Московичи, С. Социальные представления: исторический взгляд // Психол. журн. – 1995. – № 1. – С. 3–18.

28. Назаров, М. М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования / М. М. Назаров. – М.: Авантиплюс, 2004. – С. 365.

29. Назмутдинова, С. С. Гармония как переводческая категория (на материале русского, английского, французского кинодискурса): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Тверь, 2008. – С. 18.

30. Неймер, Ю. Л. Иммиграция в США, русская и иная // Мир России. Социология. Этнология. – 2003. – № 1. – С. 121–137.

31. Окладникова, Е. А. Этносоциология (Теория этнических ценностей) : учеб. пособие. Е. А. Окладникова. – СПб.: СПбГИЭУ, 2006. – С. 97.

32. Оллпорт, Г. В. Становление личности: Избранные труды / Пер. с англ. Л. В. Трубицыной, Д. А. Леонтьева. – М.: Смысл, 2002. – 462 с.
33. Пазолини, П. П. Теорема: Сценарии, роман, повесть, рассказы, статьи, эссе, интервью / Пер. с ит., фр., англ.; сост., комм., библиография, фильмография Н.Ставровской; послесл. О.Аронсона. – М.: Ладомир, 2000. – 671 с.
34. Перельгина, Е. Б. Психология имиджа: учеб. пос. / Е. Б. Перельгина. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 223 с.
35. Покровский, Н. Е. Российское общество в контексте американизации // Социологические исследования. – 2001. – № 6. – С. 5.
36. Почепцов, Г. Г. Информационно-аналитические технологии / Г. Г. Почепцов. – М.: Центр, 2003. – 384 с.
37. Рутман, В. М. Критерии различения американского независимого и голливудского кинематографа // Аналитика культурологии. – 2012. – №22 – С. 89 – 93.
38. Соколов, Е. Г. Искусство в системе культуры. Введение в культурологию. Курс лекций / Под ред. Ю. Н. Солонина, Е. Г. Соколова. СПб.: Из-во Европейского ун-та в Санкт-Петербурге, 2003. – 167 с.
39. Солдатова, Г. У. Психология межэтнической напряженности / Г. У. Солдатова. – М.: Смысл, 1998. – 389 с.
40. Сорокина, Н. В. Национальный стереотип как междисциплинарная проблема // Гуманитарный вектор. Серия: Педагогика, психология. 2011. – № 1. – С. 51 – 59.
41. Стефаненко, Т. Г. Этнопсихология / Т. Г. Стефаненко. – М.: Институт психологии РАН, Академ. проект, 1999. – 320 с.
42. Теплиц, Е. Кино и телевидение в США / Е. Теплиц. – М.: Искусство, 1966. – 303 с.
43. Уледов, А. К. Структура общественного сознания (Теоретико-социологическое исследование) / А. К. Уледов. – М.: Мысль, 1968. – 330 с.

44. Уткин, А. И. Подъем и падение Запада / А. И. Уткин. – М.: АСТ, 2008. – 761 с.

45. Цивьян, Ю. Г. К метасемиотическому описанию повествования в кинематографе // Труды по знаковым системам. Вып. 17. Структура диалога как принцип работы семиотического механизма. – Тарту: Тартус. гос. ун-т, 1984. – С. 109–121.

46. Шаклеина, Т. А. Современные американские концепции мирового лидерства // РАН. Институт США и Канады. – М.: Изд-во РАН РФ, 1999. – 445 с.

47. Шелдон, Г. У. Религиозная свобода: Теория Джефферсона и американская практика // США: Экономика, Политика, Идеология. – 1998. – №2. – С 100 – 101.

48. Якимова, Е. В. Теория социальных представлений в социальной психологии: дискуссии 80–90-х гг.: научно-аналитический обзор / Е. В. Якимова. – М.: ИНИОН, 1996. – 115 с.

### **Интернет ресурсы:**

49. Альбрехт, У., Венц, Дж., Уильямс Т. Мошенничество. Луч света на темные стороны бизнеса [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://profilib.com/chtenie/106732/u-albrekht-moshennichestvo-luch-sveta-na-temnye-storony-biznesa.php> (Дата обращения: 28.11.2016).

50. Барт, Р. Мифология [Электронный ресурс] Режим доступа: [http://royallib.com/book/rolan\\_bart/mifologii.html](http://royallib.com/book/rolan_bart/mifologii.html) (Дата обращения: 25.11.2016).

51. Гройс, Б. Медиаискусство в музее / пер. С. Веселовой. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://anthropology.ru/ru/texts/groys/mediart.html> (Дата обращения: 27.12.2016).

52. Кардинер, А. Психологические границы общества [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://lib.uni->



dubna.ru/search/files/kult\_daijest/kult\_kardiner.htm (Дата обращения: 1.12.2016).

53. Киселев, И. Ю. Проблема образа государства в международных отношениях: конструктивистская парадигма [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.politex.info/content/view/367/> (Дата обращения: 8.11.2016).

54. Лотман, Ю. Семиотика кино и проблемы киноэстетики [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://lib.ru/CINEMA/kinolit/LOTMAN/kinoestetika.txt> (Дата обращения: 18.12.2016).

55. Павловская, А. Особенности национального характера, или как стать настоящим американцем [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.vokrugsveta.ru/vs/article/480/> (Дата обращения: 27.12.2016).

56. Психология предрассудка [Электронный ресурс] Режим доступа: [http://polit.ru/article/2011/04/28/kon\\_novymir\\_1966/](http://polit.ru/article/2011/04/28/kon_novymir_1966/) (Дата обращения: 10.11.2016).

57. Таранова, Ю. В. Туристический имидж страны [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://pravo33.wordpress.com/2010/02/16/> (Дата обращения: 8.11.2016).

58. Шпенглер, О. Закат Европы [Электронный ресурс] Режим доступа: [http://az.lib.ru/s/shpengler\\_o/text\\_1922\\_zakat\\_evropy.shtml/](http://az.lib.ru/s/shpengler_o/text_1922_zakat_evropy.shtml/) (Дата обращения: 25.12.2016).

59. Эко, У. О членениях кинематографического кода [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.kinovoid.com/2016/03/umberto-eko-kinematograficheskiy-kod.html> (Дата обращения: 18.12.2016).

60. Schuck, Peter H. Understanding America: The Anatomy of an Exceptional Nation. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.writersreps.com/book.aspx?BookID=525> (Дата обращения: 28.11.2016).

61. Stephanson, A. Manifest Destiny: American Expansionism and the Empire of Right. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://21stcenturycicero.wordpress.com/empire/manifest-destiny/> (Дата обращения: 10.12.2016).

62. Wendt, A. Social Theory of International Politics [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.guillaumenicaise.com/wp-content/uploads/2013/10/Wendt-Social-Theory-of-International-Politics.pdf> / (Дата обращения: 10.11.2016).

**Программа социологического исследования**

на тему:

**Исследование мнения жителей города Тольятти о стереотипах  
американского образа жизни****МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ**

**Обоснование проблемы исследования.** Американская культура, как одна из ведущих культур в мире, получила стремительное распространение в 20 веке. Утверждение культурных ценностей или американизация, происходила совместно с процессом глобализации<sup>76</sup>. Глобализация, как основная характеристика современного общества, предполагает расширение контактов между носителями разнообразных языков и культур. Человек независимо от своего местонахождения может приобщиться к социальному опыту и обычаям других народов. С идеями глобализации в мироустройство проникла американская модель: «самого могучего государства на земле», страны свободы, безопасности, страны исключительной и с собой миссией.

Все это послужило результатом огромной проделанной работы государства над своим имиджем. Проникновение английского языка в повседневный обиход, распространение средств коммуникации и технологий. Все это породило особую систему восприятия действительности в сознании особенно молодого поколения.

Увеличение темпов роста производства и развитие глобализации позволили проникнуть идеям американского образа жизни в массовое сознание. Как правило, стереотипы образа жизни были направлены на сознание молодого поколения.

Однако с развитием промышленности, урбанизации, политической

---

<sup>76</sup> Покровский, Н. Е. Российское общество в контексте американизации // Социологические исследования. – 2001. – № 6. – С. 5.

деятельности американская мечта стала приобретать иные черты, более противоречивые. Отсюда возникает проблема, какие все-таки стереотипы существуют в массовом обществе и что же влияет на их формирование

**Целью** данного исследования является анализ отношения людей к американскому образу жизни через призму стереотипов.

Исходя из поставленной цели, были сформулированы следующие **задачи**

1. Определить информированность об американском образе жизни.
2. Изучить отношение к американскому образу жизни.
3. Выявить основные черты американского образа жизни и самих американцев.
4. Определить факторы, влияющие на формирования стереотипов об американском образе жизни.

**Объектом** исследования являются жители г. Тольятти, различного возраста (от 18 до 60 лет), которые поделены на две возрастные группы с интервалом «до 25 лет» и «после 35 лет».

**Предмет** исследования мнение жителей г. Тольятти о стереотипах американского образа жизни.

#### **Гипотезы социологического исследования:**

**Гипотеза 1.** Оценивать положительно американский образ жизни в основном будут представители возрастной группы от 18–25 лет.

**Гипотеза 2.** Среди основных черт американского образа жизни представители старшего поколения выделяют следующие: высокий уровень жизни, равенство возможностей в достижении успеха, «жизнь в кредит».

**Гипотеза 3.** Взрослое поколение к основным характеристикам американцев отнесут: «самоуверенность», «лень», меркантильность» и «патриотизм».

**Гипотеза 4.** В обеих возрастных группах источниками информации об американском образе жизни будут: СМИ, кино и политика.

## **Системный анализ объекта исследования**

### *Информированность об американском образе жизни*

- Информированность об американском образе жизни;
- Доверие к российским СМИ, распространяющим информацию об американском образе жизни;
- Источники информации об американском образе жизни.

### *Отношение к американскому образу жизни*

- Преимущества американского образа жизни;
- Отрицательные характеристики американского образа жизни;
- Представления о типичном американце;
- Желание подражать американцам, американскому образу жизни;
- Оценка американского образа жизни;
- Желание посетить (уехать) в Америку.

### *Факторы, влияющие на стереотипы восприятия американского образа жизни в России*

- Факторы, влияющие на распространение американского образа жизни;
- Оценка американской политики внешней политики по отношению к России;
- Оценка влияния американской внешней политики на формирование стереотипов американского образа жизни;
- Отношение к критике американского образа жизни.

### *Социально-демографические характеристики*

- Возраст;
- Пол;
- Уровень образованности.

## **Теоретическая интерпретация социологических понятий**

В данном исследовании будут использоваться следующие понятия и категории:

*Американский образ жизни* (англ. American way of life, American way) – идеологическое клише, используемое как в американских, так и СМИ других государств.

*Культурные стереотипы* – это представления, которые отражают обычные культурные представления, влияющие на первичное взаимодействие партнеров коммуникации. Содержание стереотипа является коллективным представлением, оно принимается на веру и никем понастоящему не оспаривается.

*Массовая культура* – культура, приспособленная к вкусам широких масс людей, технически тиражируется в виде множества копий и распространяется при помощи современных коммуникативных технологий.

*Образ жизни* – характеристика условий и особенностей повседневной жизни людей в том или ином обществе. Определяется существенными чертами и особенностями определённой общественно–экономической формации.

*Стереотипы* – сложившийся под воздействием тех или иных обстоятельств и ставший устойчивым характер поведения, реакции, образ социального объекта.

*Уровень жизни* (уровень благосостояния) – степень удовлетворения материальных и духовных потребностей людей массой товаров и услуг, используемых в единицу времени.

### **Операционализация социологических понятий**

Данное исследование предполагает в первом блоке определить информированность респондентов об американском образе жизни. В первую очередь для этого нам необходимо выяснить *на каком уровне респонденты владеют английским языком* с помощью порядковой шкалы:

- Хорошо говорю, читаю, пишу;
- Могу объясниться, читаю;
- Понимаю устную речь, читаю;

- Читаю, перевожу со словарем;
- Имею поверхностные представления;
- Не владею.

С помощью следующих вариантов ответа мы попробуем определить, что же *респонденты подразумевают американским образом жизни*:

- Образ жизни граждан США;
- Самый передовой образ жизни;
- Массовый образ жизни, навязанный СМИ;
- Образ жизни «изобилия, свободы и равенства»;
- Исключительный образ жизни с особенным характером и судьбой;
- Меркантильный образ жизни, деньги возведены в культ;
- Другое \_\_\_\_\_

Выясним, *доверяют ли респонденты информации российских СМИ*:

- скорее, да;
- скорее, нет;
- затрудняюсь ответить.

Чтобы узнать, *на каких источниках информации основаны знания об американском образе жизни* предложим следующие варианты ответа:

- ◆ СМИ;
- ◆ Реклама;
- ◆ Художественная литература;
- ◆ Научная литература;
- ◆ Кино;
- ◆ Общение с американцами;
- ◆ Поездки в Америку.

В следующем блоке вопросов выясним отношение респондентов к американскому образу жизни.

Далее мы выясним какие, по мнению респондентов, существуют *положительные черты в американском образе жизни*:

- Высокий уровень жизни;
- Правовая защищенность граждан;
- Качественное образование;
- Качественное медицинское обслуживание;
- Широкие возможности для развития способностей, талантов;
- Равенство возможностей людей в достижении успеха;
- Распространение передовых технологий;
- Высокий уровень автомобилизации;
- Хорошие дороги и другие условия для жизни;
- Все существует и работает в соответствии с правилами;
- Религиозный плюрализм;
- Другое \_\_\_\_\_

Так же с помощью следующего вопроса выясним, какие *черты* являются менее привлекательными для респондентов:

- Высокий уровень расслоения общества;
- Легализованы однополые браки;
- Дискриминация «цветного» населения;
- Феминизм;
- Высокая плата за обучение;
- «Жизнь в кредит»;
- Платная медицина;
- Преобладание массовой культуры;
- Нездоровая пища;
- Высокий уровень преступности
- Недоброжелательное отношение к иммигрантам;
- Высокий уровень злоупотребления различными наркотическими веществами;
- Другое \_\_\_\_\_

Важно узнать, какие представления об американцах существуют у респондентов:



- Патриотизм;
- Меркантильность;
- Стремление к независимости;
- Приверженность семейным ценностям;
- Индивидуализм;
- Самоуверенность;
- Социальная активность;
- Чистоплотность;
- Дисциплинированность;
- Лень;
- Набожность, религиозность;
- Правдивость;
- Лицемерие;
- Уважение к законам;
- Интеллектуальность;
- Примитивный юмор;
- Справедливость;
- Жадность;
- Жизнерадостность;
- Другое \_\_\_\_\_

С помощью следующих вариантов ответа узнаем, как респонденты оценивают влияние США в различных сферах (*мировая финансовая система, политическая стабильность в мире, создание информационных технологий, распространение западной демократии, создание передовой техники, развитие науки и мировой культуры*):

- ◆ Скорее, положительное;
- ◆ Скорее, отрицательное;
- ◆ Затрудняюсь ответить.

С помощью порядковой шкалы узнаем, как респонденты, в общем, оценивают американский образ жизни:

- Восхищаюсь всем: положительно;
- Многое нравится: скорее, положительно;
- Многое не нравится: скорее отрицательно;
- Отношусь критически: отрицательно;
- Затрудняюсь ответить.

Выясним, *через какие механизмы происходит влияние американского образа жизни в России:*

- Изучение английского языка;
- Распространение бытовой техники;
- Мода «шоу–бизнеса»;
- Использование английских слов в русской речи;
- Образы американского кино;
- Реклама товаров;
- Индустрия «быстрого питания»;
- Глобализация массовой культуры;
- Развитие субкультур;
- Другое \_\_\_\_\_

Необходимо узнать, имели ли респонденты *опыт поездки в США:*

- Да;
- Нет.

И на основе предыдущего вопроса выяснить у респондентов, которые совершали поездку, *появилось ли у них желание переехать:*

- ◆ Да;
- ◆ Нет;
- ◆ Затрудняюсь ответить.

В следующем пункте мы хотели выявить *заинтересованность в посещении США:*

- Да;
- Нет;
- Затрудняюсь ответить.

Следующий блок вопросов содержит вопросы, направленные на выявление факторов, влияющие на стереотипы восприятия американского образа жизни в России.

С помощью номинальной шкалы важно выделить, что *влияет на распространение американского образа жизни*:

- СМИ;
- Политика;
- Культурная продукция;
- Экономика;
- Мода;
- Информационные технологии;
- Другое \_\_\_\_\_

Следующая порядковая шкала поможет нам узнать, как респонденты *оценивают отношения между США и Россией*:

- Хорошие;
- Плохие;
- В чем-то хорошие, в чем-то плохие;
- Затрудняюсь ответить.

С помощью следующих вариантов ответа выясним, *оказали ли последние события в мире на мнение об американцах*:

- Изменилось в лучшую сторону
- Изменилось к худшему
- Осталось прежним;
- Затрудняюсь ответить.

С помощью данных вариантов ответа узнаем, *считают ли респонденты справедливым критику американского образа жизни*:

- Да;
- Нет;
- Затрудняюсь ответить.

Завершает анкету блок вопросов социально–демографических характеристик респондентов: пол, возраст, уровень образования.

Узнаем *пол респондентов*:

- Мужской;
- Женский.

Узнаем возраст респондентов

В завершении с помощью Порядковой шкалы узнаем, *какой уровень образования имеет респондент*:

- Основное общее образование;
- Среднее общее образование;
- Среднее профессиональное образование;
- Незаконченное высшее образование;
- Высшее образование.

## **МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ**

### **Обоснование выборки**

В качестве генеральной совокупности выступают жители г.о. Тольятти.

Исследование носит пилотажный характер, поэтому выборочную совокупность в размере 200 человек можно считать достаточной. Тип выборки – квотная, пропорциональная выборка. Респонденты распределялись по ряду критериев: по полу, возрасту, уровню образования. Респонденты будут делиться на две группы в зависимости от возраста: 18 – 25 лет и 35 – 60 лет.

### **Метод социологического исследования**

Для получения необходимых данных используется анкетный опрос.

### **План-график исследования**

На первом этапе необходимо разработать программу социологического исследования и составить инструментарий.

Второй этап будет включать проведение анкетного опроса. Затем – сбор полученных результатов, обработка, первичный анализ.

На третьем этапе будет написан отчет по проведенному исследованию, проверка гипотез, подведение итогов исследования.

### Анкета исследования

*Уважаемые респонденты!*

Кафедра «Социология» Тольяттинского государственного университета проводит исследование с целью выявления стереотипов американского образа жизни у жителей г.о. Тольятти.

Просим Вас ответить на **все** вопросы анкеты, отметив тот вариант, который отражает *только Ваше* мнение. Выбранный Вами ответ обведите, пожалуйста, в **кружок**. Внимательно читайте каждый вопрос анкеты. Результаты опроса будут использоваться лишь в обобщенном виде.

**1. На каком уровне Вы владеете английским языком?**

1. Хорошо говорю, читаю, пишу
2. Могу объясниться, читаю
3. Понимаю устную речь, читаю
4. Читаю, перевожу со словарем
5. Имею поверхностные представления
6. Не владею

**2. Как Вы понимаете выражение «американский образ жизни», что оно означает?**

*(возможен выбор нескольких вариантов ответа, не более 3-х)*

1. Образ жизни граждан США
2. Самый передовой образ жизни
3. Массовый образ жизни, навязанный СМИ
4. Образ жизни «изобилия, свободы и равенства»
5. Исключительный образ жизни с особенным характером и судьбой
6. Меркантильный образ жизни, деньги возведены в культ
7. Другое \_\_\_\_\_

**3. Доверяете ли Вы информации об «американском образе жизни» в российских СМИ?**

1. скорее да
2. скорее нет
3. затрудняюсь ответить

**4. На основе, каких источников информации основываются Ваши знания об американском образе жизни?** *(возможен выбор нескольких вариантов ответа, не более 3-х)*

1. СМИ
2. Реклама
3. Художественная литература
4. Научная литература
5. Кино
6. Общение с американцами
7. Поездки в Америку
8. Другое \_\_\_\_\_

**5. Какие бы Вы выделили преимущества «американского образа жизни»?** *(возможен выбор нескольких вариантов ответа, не более 3-х)*

1. Высокий уровень жизни
2. Правовая защищенность граждан

3. Качественное образование
4. Качественное медицинское обслуживание
5. Широкие возможности для развития способностей, талантов
6. Равенство возможностей людей в достижении успеха
7. Распространение передовых технологий
8. Высокий уровень автомобилизации
9. Хорошие дороги и другие условия для жизни
10. Все существует и работает в соответствии с правилами
11. Религиозный плюрализм
12. Другое \_\_\_\_\_

**6. Какие бы Вы выделили отрицательные черты «американского образа жизни»?**

*(возможен выбор нескольких вариантов ответа, не более 3-х)*

1. Высокий уровень расслоения общества
2. Легализованы однополые браки
3. Дискриминация «цветного» населения
4. Феминизм
5. Высокая плата за обучение
6. «Жизнь в кредит»
7. Платная медицина
8. Преобладание массовой культуры
9. Нездоровая пища
10. Высокий уровень преступности
11. Недоброжелательное отношение к иммигрантам
12. Высокий уровень злоупотребления различными наркотическими веществами
13. Другое \_\_\_\_\_

**7. Какие черты, по Вашему мнению, присущи американцам?** *(возможен выбор нескольких вариантов ответа, не более 4-х)*

1. Патриотизм
2. Меркантильность
3. Стремление к независимости
4. Приверженность семейным ценностям
5. Индивидуализм
6. Самоуверенность
7. Социальная активность
8. Чистоплотность
9. Дисциплинированность
10. Лень
11. Набожность, религиозность
12. Правдивость
13. Лицемерие
14. Уважение к законам
15. Интеллектуальность
16. Примитивный юмор
17. Справедливость
18. Жадность
19. Жизнерадостность
20. Другое \_\_\_\_\_

**8. Какое влияние оказывает США на следующие аспекты?**

*(Отметьте, пожалуйста, вариант ответа в каждой строке)*

№ пп	Вариант ответа	Скорее положи- тельное	Скорее отрица- тельное	Затруд- няюсь ответить
1	Мировая финансовая система	1	2	0
2	Политическая стабильность в мире	1	2	0
3	Создание информационных технологий	1	2	0
4	Распространение западной демократии	1	2	0
5	Создание передовой техники	1	2	0
6	Развитие науки	1	2	0
7	Мировая культура	1	2	0

**9. Как Вы в целом оцениваете американский образ жизни?**

1. Восхищаюсь всем: положительно
2. Много нравится: скорее положительно
3. Много не нравится: скорее отрицательно
4. Отношусь критически: отрицательно
5. Затрудняюсь ответить

**10. Как Вы считаете, в чем проявляется влияние американского образа жизни в России? (возможен выбор нескольких вариантов ответа, не более 3-х)**

1. Изучение английского языка
2. Распространение бытовой техники
3. Мода «шоу–бизнеса»
4. Использование английских слов в русской речи
5. Образы американского кино
6. Реклама товаров
7. Индустрия «быстрого питания»
8. Глобализация массовой культуры
9. Развитие субкультур
10. Другое \_\_\_\_\_

**11. Посещали ли Вы когда-нибудь США?**

1. Да (*Переходите к вопросу №11*)
2. Нет (*Переходите к вопросу №12*)

**12. Появилось ли у Вас желание переехать в США?**

1. Да
2. Нет
3. Затрудняюсь ответить

**13. Хотите ли Вы посетить США?**

1. Да
2. Нет
3. Затрудняюсь ответить

**14. Как Вы считаете, что влияет на распространение американского образа жизни?**

(можно отметить несколько вариантов ответа, но не больше 3-х)

1. СМИ
2. Политика
3. Культурная продукция
4. Экономика
5. Мода



6. Информационные технологии
7. Другое \_\_\_\_\_

**15. Как Вы считаете, какие сейчас отношения между Россией и США?**

1. Хорошие
2. Плохие
3. В чем-то хорошие, в чем-то плохие
4. Затрудняюсь ответить

**16. Поменялось ли Ваше представление об американцах за последние годы?**

1. Изменилось в лучшую сторону
2. Изменилось к худшему
3. Осталось прежним
4. Затрудняюсь ответить

**17. Как Вы считаете, справедлива ли критика американского образа жизни?**

1. Да
2. Нет
3. Затрудняюсь ответить

**18. Ваш пол:**

1. мужской
2. женский

**19. Укажите Ваш возраст: \_\_\_\_\_**

**20. Укажите уровень Вашего образования**

1. Основное общее образование
2. Среднее общее образование
3. Среднее профессиональное образование
4. Незаконченное высшее образование
5. Высшее образование

**Спасибо за участие в социологическом исследовании!**

**Таблицы распределений социологического исследования**

по теме:

**Исследование мнения жителей города Тольятти о стереотипах  
американского образа жизни**

Таблица 1

**Знание английского языка**

<b>1. На каком уровне Вы владеете английским языком?</b>	<b>Общее, %</b>	<b>18-25 лет, %</b>	<b>35-60 лет, %</b>
1. Хорошо говорю, читаю, пишу	9	6	3
2. Могу объясниться, читаю	13	8,5	4,5
3. Понимаю устную речь, читаю	12,5	5,5	7
4. Читаю, перевожу со словарем	29	17	12
5. Имею поверхностные представления	16,5	9	7,5
6. Не владею	20	4	16

Таблица 2

**Понимание американского образа жизни**

<b>2. Как Вы понимаете выражение «американский образ жизни», что оно означает?</b>	<b>Общее, %</b>	<b>18-25 лет, %</b>	<b>35-60 лет, %</b>
1. Образ жизни граждан США	64	33	31
2. Самый передовой образ жизни	18,5	7,5	11
3. Массовый образ жизни, навязанный СМИ	32	16	16
4. Образ жизни «изобилия, свободы и равенства»	21,5	14	7,5
5. Исключительный образ жизни с особым характером и судьбой	25,5	14	11,5
6. Меркантильный образ жизни, деньги возведены в культ	31	15,5	15,5
7. Другое	0	0	0

Таблица 3

**Доверие к российским СМИ**

<b>3. Доверяете ли Вы информации об «американском образе жизни» в российских СМИ?</b>	<b>Общее, %</b>	<b>18-25 лет, %</b>	<b>35-60 лет, %</b>
1. Скорее да	19	9,5	9,5
2. Скорее нет	54	23	31
3. Затрудняюсь ответить	27	17,5	9,5

**Источники информации об американском образе жизни**

<b>4. На основе, каких источников информации основываются Ваши знания об американском образе жизни?</b>	<b>Общее, %</b>	<b>18-25 лет, %</b>	<b>35-60 лет, %</b>
1. СМИ	67	29	38
2. Реклама	29	16	13
3. Художественная литература	27,5	17	10,5
4. Научная литература	12	7	5
5. Кино	72	38,5	33,5
6. Общение с американцами	19,5	8,5	11
7. Поездки в Америку	4,5	2	2,5
8. Другое	2,5	2,5	0

Таблица 5

**Преимущества американского образа жизни**

<b>5. Какие бы Вы выделили преимущества «американского образа жизни»?</b>	<b>Общее, %</b>	<b>18-25 лет, %</b>	<b>35-60 лет, %</b>
1. Высокий уровень жизни	43,5	16,5	27
2. Правовая защищенность граждан	31,5	14	17,5
3. Качественное образование	12	8,5	3,5
4. Качественное медицинское обслуживание	28,5	15,5	13
5. Широкие возможности для развития способностей, талантов	30	16	14
6. Равенство возможностей людей в достижении успеха	29,5	18	11,5
7. Распространение передовых технологий	22,5	7,5	15
8. Высокий уровень автомобилизации	17,5	6	11,5
9. Хорошие дороги и другие условия для жизни	37,5	19,5	18
10. Все существует и работает в соответствии с правилами	10,5	5	5,5
11. Религиозный плюрализм	5	3,5	1,5
12. Другое	0	0	0

Таблица 6

**Недостатки американского образа жизни**

<b>6. Какие бы Вы выделили отрицательные черты «американского образа жизни»?</b>	<b>Общее, %</b>	<b>18-25 лет, %</b>	<b>35-60 лет, %</b>
1. Высокий уровень расслоения общества	44	17	27
2. Легализованы однополые браки	27	9,5	17,5
3. Дискриминация «цветного» населения	24,5	14	10,5
4. Феминизм	8	5	3
5. Высокая плата за обучение	9	5	4
6. «Жизнь в кредит»	31,5	17,5	14
7. Платная медицина	13	8,5	4,5
8. Преобладание массовой культуры	8,5	5,5	3
9. Нездоровая пища	33,5	16,5	17
10. Высокий уровень преступности	29,5	15	14,5
11. Недоброжелательное отношение к иммигрантам	6	4	2
12. Высокий уровень злоупотребления различными наркотическими веществами	26,5	19	7,5
13. Другое	0	0	0

## Характерные черты американцев

<b>7. Какие черты, по Вашему мнению, присущи американцам?</b>	<b>Общее, %</b>	<b>18-25 лет, %</b>	<b>35-60 лет, %</b>
1. Патриотизм	34,5	16	18,5
2. Меркантильность	31	12	19
3. Стремление к независимости	20,5	11	9,5
4. Приверженность семейным ценностям	32,5	19	13,5
5. Индивидуализм	41,5	24	17,5
6. Самоуверенность	37,5	16	21,5
7. Социальная активность	22	15	7
8. Чистоплотность	1	0,5	0,5
9. Дисциплинированность	3,5	0,5	3
10. Лень	15	6,5	8,5
11. Набожность, религиозность	10,5	7,5	3
12. Правдивость	0,5	0,5	0
13. Лицемерие	6	2,5	3,5
14. Уважение к законам	22	8,5	13,5
15. Интеллектуальность	19	11,5	7,5
16. Примитивный юмор	20,5	5,5	15
17. Справедливость	2,5	1	1,5
18. Жадность	4	1,5	2,5
19. Жизнерадостность	12,5	7,5	5
20. Другое	0	0	0

Таблица 8

## Влияние США в мировой финансовой системе

<b>8.1. Мировая финансовая система</b>	<b>Общее, %</b>	<b>18-25 лет, %</b>	<b>35-60 лет, %</b>
1. Скорее да	23	11,5	11,5
2. Скорее нет	52,5	26,5	26
3. Затрудняюсь ответить	24,5	12	12,5

Таблица 9

## Влияние США на политическую стабильность в мире

<b>8.2. Политическая стабильность в мире</b>	<b>Общее, %</b>	<b>18-25 лет, %</b>	<b>35-60 лет, %</b>
1. Скорее да	13,5	5,5	8
2. Скорее нет	78	39,5	38,5
3. Затрудняюсь ответить	8,5	5	3,5

Таблица 10

## Влияние США в создании информационных технологий

<b>8.3. Создание информационных технологий</b>	<b>Общее, %</b>	<b>18-25 лет, %</b>	<b>35-60 лет, %</b>
1. Скорее да	84,5	44	40,5
2. Скорее нет	2,5	1,5	1
3. Затрудняюсь ответить	13	4,5	8,5

Таблица 11

**Влияние США на распространение западной демократии**

<b>8.4. Распространение западной демократии</b>	<b>Общее, %</b>	<b>18-25 лет, %</b>	<b>35-60 лет, %</b>
1. Скорее да	16,5	10,5	6
2. Скорее нет	54,5	21	33,5
3. Затрудняюсь ответить	29	18,5	10,5

Таблица 12

**Влияние США в создании передовых технологий**

<b>8.5. Создание передовой техники</b>	<b>Общее, %</b>	<b>18-25 лет, %</b>	<b>35-60 лет, %</b>
1. Скорее да	74	36,5	37,5
2. Скорее нет	9	6,5	2,5
3. Затрудняюсь ответить	17	7	10

Таблица 13

**Влияние США на развитие науки**

<b>8.6. Развитие науки</b>	<b>Общее, %</b>	<b>18-25 лет, %</b>	<b>35-60 лет, %</b>
1. Скорее да	73,5	38	35,5
2. Скорее нет	8	5,5	2,5
3. Затрудняюсь ответить	18,5	6,5	12

Таблица 14

**Влияние США на мировую культуру**

<b>8.7. Мировая культура</b>	<b>Общее, %</b>	<b>18-25 лет, %</b>	<b>35-60 лет, %</b>
1. Скорее да	30,5	17,5	13
2. Скорее нет	37,5	19,5	18
3. Затрудняюсь ответить	32	13	19

Таблица 15

**Оценка американского образа жизни**

<b>9. Как Вы в целом оцениваете американский образ жизни?</b>	<b>Общее, %</b>	<b>18-25 лет, %</b>	<b>35-60 лет, %</b>
1. Восхищаюсь всем: положительно	2	0,5	1,5
2. Много нравится: скорее положительно	38	18,5	19,5
3. Много не нравится: скорее отрицательно	33,5	15	18,5
4. Отношусь критически: отрицательно	9	5,5	3,5
5. Затрудняюсь ответить	17,5	10,5	7

**Проявление влияния американского образа жизни в России**

<b>10. Как Вы считаете, в чем проявляется влияние американского образа жизни в России?</b>	<b>Общее, %</b>	<b>18-25 лет, %</b>	<b>35-60 лет, %</b>
1. Изучение английского языка	40	16,5	23,5
2. Распространение бытовой техники	10	4	6
3. Мода «шоу-бизнеса»	37,5	22,5	15
4. Использование английских слов в русской речи	44	25,5	18,5
5. Образы американского кино	44,5	27,5	17
6. Реклама товаров	15,5	4,5	11
7. Индустрия «быстрого питания»	51,5	23	28,5
8. Глобализация массовой культуры	18,5	13	5,5
9. Развитие субкультур	11	5,5	5,5
10. Другое	0	0	0

Таблица 17

**Посещение США**

<b>11. Посещали ли Вы когда-нибудь США?</b>	<b>Общее, %</b>	<b>18-25 лет, %</b>	<b>35-60 лет, %</b>
1. Да	4,5	2	2,5
2. Нет	95,5	48	47,5

Таблица 18

**Желание переезда в США**

<b>12. Появилось ли у Вас желание переехать в США?</b>	<b>Общее, %</b>	<b>18-25 лет, %</b>	<b>35-60 лет, %</b>
1. Да	2	0,5	1,5
2. Нет	0,5	0	0,5
3. Затрудняюсь ответить	2	1,5	0,5

Таблица 19

**Желание посетить США**

<b>13. Хотите ли Вы посетить США?</b>	<b>Общее, %</b>	<b>18-25 лет, %</b>	<b>35-60 лет, %</b>
1. Да	69	35,5	33,5
2. Нет	22	9	13
3. Затрудняюсь ответить	9	5,5	3,5

Таблица 20

**Аспекты, влияющие на распространение американского образа жизни**

<b>14. Как Вы считаете, что влияет на распространение американского образа жизни?</b>	<b>Общее, %</b>	<b>18-25 лет, %</b>	<b>35-60 лет, %</b>
1. СМИ	84	40	44
2. Политика	36,5	13,5	23
3. Культурная продукция	33,5	16	17,5
4. Экономика	14	7	7
5. Мода	37	31	6
6. Информационные технологии	40,5	19,5	21
7. Другое	0	0	0

Таблица 21

**Оценка отношений России и США**

<b>15. Как Вы считаете, какие сейчас отношения между Россией и США?</b>	<b>Общее, %</b>	<b>18-25 лет, %</b>	<b>35-60 лет, %</b>
1. Хорошие	0,5	0	0,5
2. Плохие	53	27	26
3. В чем-то хорошие, в чем-то плохие	33,5	18	15,5
4. Затрудняюсь ответить	13	5	8

Таблица 22

**Оценка изменений представлений об американцах за последние годы**

<b>16. Поменялось ли Ваше представление об американцах за последние годы?</b>	<b>Общее, %</b>	<b>18-25 лет, %</b>	<b>35-60 лет, %</b>
1. Изменилось в лучшую сторону	0,5	0,5	0
2. Изменилось к худшему	24	12,5	11,5
3. Осталось прежним	64,5	30,5	34
4. Затрудняюсь ответить	11	6,5	4,5

Таблица 23

**Оценка справедливости критики американского образа жизни**

<b>17. Как Вы считаете, справедлива ли критика американского образа жизни?</b>	<b>Общее, %</b>	<b>18-25 лет, %</b>	<b>35-60 лет, %</b>
1. Да	46	21,5	24,5
2. Нет	23,5	13	10,5
3. Затрудняюсь ответить	30,5	15,5	15

Таблица 24

**Гендерное деление респондентов**

<b>18. Ваш пол:</b>	<b>Общее, %</b>	<b>18-25 лет, %</b>	<b>35-60 лет, %</b>
1. Мужской;	44	15	29
2. Женский.	56	35	21

Таблица 25

**Возраст респондентов**

<b>19. Укажите Ваш возраст:</b>	<b>Общее, %</b>	<b>18-25 лет, %</b>	<b>35-60 лет, %</b>
	200	100	100

Таблица 26

**Образованность респондентов**

<b>20. Укажите уровень Вашего образования</b>	<b>Общее, %</b>	<b>18-25 лет, %</b>	<b>35-60 лет, %</b>
1. Основное общее образование	3	1	2
2. Среднее общее образование	9	5	4
3. Среднее профессиональное образование	21	3	18
4. Незаконченное высшее образование	37,5	34,5	3
5. Высшее образование	29,5	6,5	23

**Программа социологического исследования**

на тему:

**Особенности репрезентации американского образа жизни в кинематографе****МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ**

**Обоснование проблемы исследования.** Американская культура, как одна из ведущих культур в мире, получила стремительное распространение в 20 веке. Утверждение культурных ценностей или американизация, происходила совместно с процессом глобализации<sup>77</sup>. Глобализация, как основная характеристика современного общества, предполагает расширение контактов между носителями разнообразных языков и культур. Человек независимо от своего местонахождения может приобщиться к социальному опыту и обычаям других народов. С идеями глобализации в мироустройство проникла американская модель: «самого могучего государства на земле», страны свободы, безопасности, «красивой американской жизни».

Все это послужило результатом огромной работы государства над своим имиджем. Особую роль в формировании и распространении американского имиджа играла массовая культура. Ведущими ее элементами воздействия послужили кинематограф и телевидение, которые фундаментальным образом определяли повседневные события и порождали особую систему восприятия действительности.

Ключевым посредником при создании имиджа государства выступает кинематограф. Кино воплощает национальные образы<sup>78</sup> наряду с народными сказаниями, песнями, эпосом и выступает продолжателем национальных традиций. Созданные образы служат не только хранителями кодов

---

<sup>77</sup> Покровский, Н. Е. Российское общество в контексте американизации // Социологические исследования. – 2001. – № 6. – С. 5.

<sup>78</sup> Теплиц, Е. Кино и телевидение в США / Е. Теплиц. – М.: Искусство, 1966. – С. 24.



индивидуального и коллективного бессознательного, но и выступают прародителем особых ментальных образов и представлений об обществе. Голливудские фильмы, популярные во всем мире, привнесли огромный вклад в распространение американского образа жизни, а также породили противоречия между реальным и создаваемым миром.

Несмотря на то, что со временем образ жизни изменился, как и собственно сама Америка ушла от идеала «Американской мечты», идея американского образа жизни до сих пор актуальна. Поэтому существует необходимость в анализе нынешнего транслируемого образа США в кино.

**Цель исследования:** анализ особенностей репрезентации американского образа жизни с помощью кинематографа.

Исходя из поставленной цели, были сформулированы следующие **задачи:**

1. Определить фильмы необходимы для анализа американского образа жизни.
2. Рассмотреть в выбранных фильмах характерные черты американского образа жизни.
3. Выявить основные черты американцев изображаемых в кино
4. Определить особенности репрезентации американского образа жизни в кино.

**Объектом** исследования художественные фильмы американского производства.

**Предмет исследования** – особенности репрезентации американского образа жизни.

#### **Гипотезы социологического исследования:**

**Гипотеза 1.** Транслируемый образ американской жизни с помощью кинематографа будет, носит «светлый» и позитивный образ, связанный с «Американской мечтой».

**Гипотеза 2.** В основе сюжета большинства кинофильмов лежит история успеха человека, поднявшегося «со дна».

**Гипотеза 3.** Американского образа жизни будет отличаться в фильмах разных лет.

При проведении контент-анализа кинофильмов в первом блоке мы рассмотрим основные стереотипные черты американского образа жизни с помощью следующих критериев:

- Уровень жизни;
- Равенство возможностей в достижении успеха;
- Массовая потребительская культура;
- «Жизнь в кредит»;
- Социальное расслоение;
- Нездоровый образ жизни (наркотики, алкоголь);
- Преступность;

Во втором блоке мы рассмотрим критерии относительно основных характеристик самих американцев:

- Патриотизм;
- Индивидуализм и эгоизм;
- Меркантильность;
- Приверженность семейным ценностям;
- Самоуверенность;
- Социальная активность;
- Лень;
- Набожность, религиозность;
- Уважение к законам;
- Интеллектуальность;
- Примитивный юмор;
- Одиночество;
- Жизнерадостность;
- Self-made man.

## МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

### Обоснование выборки

В качестве объекта контент-анализа выступили полнометражные художественные фильмы (производство США), выпущенные в период с 1990 по 2016 год. Всего было отобрано 12 кинокартин, которые были разделены на 3 основные группы в соответствии годом создания и релиза: кинофильмы 90-х годов (1990–1999), 2000-х (2000–2010) и 2010-х годов (2010–2016).

Выбранные фильмы соответствовали следующим критериям: наличие сюжета, отражающего американскую повседневность, а так же идею, связанную с реализацией американской мечты. Помимо сюжетной линии при подборе ориентировались на значимость данных фильмов: признание известных киноакадемий (Оскар, Сатурн, BAFTA, Золотой глобус и др.) и влиятельных изданий (IMDb, Vanity Fair и The New York Times и др.);

Для анализа были использованы следующие фильмы: «Форрест Гамп» (1994); «Большой Лебовски» (1998); «Красота по-американски» (1999); «Бойцовский клуб» (1999); «Поймай меня, если сможешь» (2002); «Дом из песка и тумана» (2003); «Маленькая мисс Счастье» (2006), «В погоне за счастьем» (2006); «Волк с Уолл-стрит» (2013); «Кровью и потом: Анаболики» (2013); «Бёрдмэн» (2014); «Ла-Ла Ленд» (2016).

### Метод социологического исследования

Для анализа репрезентации американского образа жизни в кинематографе нами был выбран метод контент-анализа.

Контент-анализ – количественный анализ текстов и текстовых массивов, содержащих однородную информацию по изучаемой проблеме, с целью последующей содержательной интерпретации выявленных числовых закономерностей.

### **План-график исследования**

На первом этапе необходимо разработать программу социологического исследования и составить инструментарий.

Второй этап будет включать подбор фильмов для проведения контент-анализа. Затем – сбор полученных результатов, обработка, первичный анализ.

На третьем этапе будет написан отчет по проведенному исследованию, проверка гипотез, подведение итогов исследования.

### Список фильмов, отобранных для контент-анализа

1. *Форрест Гамп* (Forrest Gump), 1994 – трагикомедия режиссёра Роберта Земекиса. «Оскар» за 1995 в номинации «лучший фильм», также награды за режиссуру, лучшую мужскую роль, адаптированный сценарий, монтаж и визуальные эффекты. 38 наград по всему миру («Сатурн», «Золотой глобус», BAFTA и др.).

По сюжету главный герой, умственно отсталый, Форрест Гамп проживает важнейшие события американской истории XX века. Благодаря своему характеру и жизненной стойкости он добивается «американской мечты», а также оказывает влияние на популярную культуру и политику.

2. *Большой Лебовски* (The Big Lebowski), 1998 – фарсовая комедия Братьев Коэн. «Первый культовой фильм эпохи Интернета», несмотря на критику и низкие кассовые сборы фильм обрел большое количество фанатов, так же произошло распространение целого философского течения, основанного на образе жизни главного героя. Номинант Берлинского кинофестиваля в 1998 году.

Фильм рассказывает нам историю безработного пацифиста, который абсолютно счастлив своей жизнью, несмотря на всеми желаемую «красивую жизнь». Главный герой случайно попадает в бандитскую авантюру и вынужден действовать в соответствии с правилами.

3. *Красота по-американски* (American Beauty), 1999 – психологическая драма Сэма Мендеса. Получившая главную награду «за лучший фильм года» на премии «Оскар» в 1999 г., в том числе 4 награды («Лучшая режиссура», «Лучшая мужская роль» – Кевин Спейси, оригинальный сценарий и операторская работа), премии «Золотой глобус», BAFTA, Гильдии киноактёров США.

Главный герой переживает кризис среднего возраста. Он разочарован жизнью и не чувствует себя счастливым, достигнув американской мечты. Но

обстоятельства дают ему мощный импульс к жизни и стремлению радоваться окружающей красоте.

4. *Бойцовский клуб* (Fight Club), 1999 – драма, психологический триллер Дэвида Финчера. По версии газеты The New York Times был назван «определяющим культовым фильмом нашего времени», занимает 10 место в списке лучших фильмов по версии IMDb.

Главный герой – клерк измученный скучной жизни встречается харизматичного торговца мылом с извращенной философией: саморазрушение – главная цель в жизни. Приобщаясь к радостям физической жестокости и набирая все больше сторонников превращает бойцовский клуб в движение экстремистской направленности. Главный герой представляется отражением жертвы потребительской культуры и рекламы.

5. *Поймай меня, если сможешь* (Catch Me If You Can), 2002 – трагикомедия, биография, криминальный фильм, режиссером выступил Стивен Спилберг. Был номинирован в множестве премий «Оскар», «Спутник», «Золотой глобус», ВАФТА, Гильдии киноактёров США.

Главный герой мастер обмана, к своему совершеннолетию он успел попробовать себя в различных амплуа (врач, помощник прокурора, пилот пассажирских авиалиний). Аферы связанные с подделкой документов принесли ему миллионы долларов, а также привлекли внимание агента ФБР.

6. *Дом из песка и тумана* (House of Sand and Fog), 2003 – драма Вадима Перельмана. Фильм был номинирован на «Оскар», «Золотой глобус» и премии гильдии киноактеров.

История об американской мечте двух людей, которая пошатнулась из-за владения домом. Дом является для них символом возврата к жизни, который был утерян ввиду бюрократической ошибки.

7. *Маленькая мисс Счастье* (Little Miss Sunshine), 2006 – комедия, драма режиссеров Валери Фарис и Джонатан Дэйтон. Обладатель премии «Оскар» за лучший оригинальный сценарий, лучший актер второго плана, а

также номинации в категориях «лучший фильм» и «лучшая женская роль второго плана».

Маленькая девочка, Олив, мечтает о победе на конкурсе «Маленькая мисс Счастье», ее близкие, несмотря на обремененность собственными проблемами, объединяются ради девочки.

8. В погоне за счастьем (The Pursuit of Happyness), 2006 – драма, биографический фильм Габриэле Муччино. Номинирован на премию «Оскар» за лучшую мужскую роль (Уилл Смит), премия «Золотой глобус» за лучшую мужскую роль.

Кино рассказывает историю, основанную на реальных событиях о жизни от бедного торгового представителя до брокера Криса Гарднера. На протяжении всего фильма мы наблюдаем становление главного героя все перипетии: потеря квартиры из-за долгов, воспитание сына, потеря работы.

9. Волк с Уолл-стрит (The Wolf of Wall Street), 2013 – черная комедия, фильм-биография, драма Мартина Скорсезе. 5 номинаций на премию «Оскар», «Золотой глобус» за лучшую мужскую роль, 4 номинации на премию ВАФТА. фильм основан на истории становления брокера в инвестиционном банке. Джордан Белфорт в свободное время прожигает жизнь.

10. Кровью и потом: Анаболики (Pain & Gain), 2013 – черная комедия Майкла Бэя. Вошел в списки лучших фильмов 2013 по версии журналов Village Voice, Vanity Fair и The New York Times.

Сюжет основан на реальной истории банды из Майами. Тренеры по фитнесу решают изменить свою жизнь путем грабежа. Однако план основанный на приключениях боевиков не является успешным.

11. Бёрдмэн (Birdman), 2014 – американская черная комедия Алехандро Г. Иньярриту. «Оскар» за «Лучший фильм», «Лучшая режиссёрская работа», «Лучший оригинальный сценарий», «Лучшая операторская работа», 10 номинаций и 1 победа ВАФТА, награды «Золотой глобус», «Сатурн» и многие другие.

История про актера, известного по роли супергероя, который переживает кризис возраста. Борьба с долгами внутренним эго и всего того, что мешает понять, как действовать дальше.

12. Ла-Ла Ленд (La La Land), 2016 – мюзикл, трагикомедия Дэмьена Шазелла. Фильм завоевал 6 премий «Оскар», 5 премий BAFTA и 7 «Золотых глобусов».

Фильм рассказывает историю любви молодой актрисы и фанатичного джазового музыканта об их отношениях в период успеха. История о том, что важнее для человека: чувства или успех.



## Таблицы контент-анализа

*Черты американского образа жизни*

Оценивание явлений происходит исходя из ранее выделенных стереотипных черт американского образа жизни и реальных действий на экране.

При рассмотрении критерия «уровень жизни» мы ориентировались на уровень жизни героев и значимости данной темы для сюжета. Уровень жизни оценивается: 2 – высокий уровень, 1 – низкий. Значимость для сюжета: значим – 1, не значим – 0.

Таблица 1

*Рассмотрение критерия «уровень жизни»*

Фильм	Уровень жизни	
	уровень жизни	значимость для сюжета
1990 - 1999		
Форрест Гамп	2	0
Большой Лебовски	1	0
Красота по-американски	2	1
Бойцовский клуб	2	1
2000 - 2009		
Поймай меня, если сможешь	1	1
Дом из песка и тумана	1	1
Маленькая мисс Счастье	1	0
В погоне за счастьем	1	1
2010 - 2017		
Волк с Уолл-стрит	1	1
Кровью и потом: Анаболики	1	1
Бёрдмэн	1	0
Ла-Ла Ленд	1	0

Следующие критерии, рассматриваемые нами: «равенство возможностей в достижении успеха», «социальное расслоение», «жизнь в кредит», «преступность», «нездоровый образ жизни» (наркотики, алкоголь), «массовая потребительская культура» оцениваем наличие данных критериев в сюжете фильма. Наличие в сюжете: Есть – 1, нет – 0.

**Рассмотрение основных характеристик американского образа жизни**

Фильм	Равенство возможностей в достижении успеха	Социальное расщепление	«Жизнь в кредит»	Преступность	Нездоровый образ жизни (наркотики, алкоголь)	Массовая потребительская культура
1990 - 1999						
Форрест Гамп	1	0	0	0	1	1
Большой Лебовски	0	1	1	1	1	0
Красота по-американски	0	0	0	1	1	1
Бойцовский клуб	0	0	0	1	0	1
2000 - 2009						
Поймай меня, если сможешь	1	0	0	1	0	0
Дом из песка и тумана	0	1	1	0	1	0
Маленькая мисс Счастье	1	0	1	0	1	1
В погоне за счастьем	1	1	1	0	0	1
2010 - 2017						
Волк с Уолл-стрит	1	1	0	1	1	1
Кровью и потом: Анаболики	1	1	0	1	0	1
Бёрдмэн	1	0	1	0	1	0
Ла-Ла Ленд	1	0	1	0	0	0

В следующем блоке мы оцениваем, какие черты присуще главным героям, характеризующих их как американцев. Относится к герою: да – 1, нет – 0.

Таблица 3

**Сопряженность основных американских черт и характеристик героев фильмов**

Фильм	Патриотизм	Индивидуализм и эгоизм	Меркантильность	Приверженность семейным ценностям	Самоуверенность
Форрест Гамп	1	0	0	1	0
Большой Лебовски	0	1	0	0	0
Красота по-американски	0	1	0	0	0
Бойцовский клуб	0	1	0	0	0
Поймай меня, если сможешь	0	1	1	0	1
Дом из песка и тумана	0	1	0	1	0
Маленькая мисс Счастье	0	0	0	1	0
В погоне за счастьем	0	0	0	1	0
Волк с Уолл-стрит	0	1	1	0	1
Кровью и потом: Анаболики	0	1	1	0	1
Бёрдмэн	0	1	0	0	1
Ла-Ла Ленд	0	1	0	0	0
Количество упоминаний	1	9	3	4	4

Таблица 4

**Сопряженность основных американских черт и характеристик героев фильмов**

Фильм	Лень	Набожность, религиозность	Уважение к законам	Интеллектуальность	Примитивный юмор
Форрест Гамп	0	1	0	0	0
Большой Лебовски	1	0	0	0	1
Красота по-американски	0	0	0	0	0
Бойцовский клуб	0	0	0	0	0
Поймай меня, если сможешь	0	0	0	1	0
Дом из песка и тумана	0	0	0	0	0
Маленькая мисс Счастье	0	0	0	0	0
В погоне за счастьем	0	0	1	1	0
Волк с Уолл-стрит	0	0	0	1	0
Кровью и потом: Анаболики	0	1	0	0	1
Бёрдмэн	0	0	0	0	0
Ла-Ла Ленд	0	0	0	0	0
Количество упоминаний	1	2	1	3	2

**Сопряженность основных американских черт и характеристик героев фильмов**

Фильм	Одиночество	Жизнерадостность	Социальная активность	Self-made man
Форрест Гамп	0	1	0	1
Большой Лебовски	1	0	0	0
Красота по-американски	1	0	0	0
Бойцовский клуб	1	0	0	0
Поймай меня, если сможешь	1	1	1	1
Дом из песка и тумана	1	0	0	0
Маленькая мисс Счастье	0	1	1	0
В погоне за счастьем	1	1	1	1
Волк с Уолл-стрит	1	1	0	1
Кровью и потом: Анаболики	0	1	0	0
Бёрдмэн	1	0	0	0
Ла-Ла Ленд	1	1	0	1
Количество упоминаний	9	7	3	5