Управление образования администрации Старооскольского городского округа Белгородской области

 Муниципальное общеобразовательное учреждение "Средняя общеобразовательная школа № 19 с углубленным изучением отдельных предметов"

**Социальные последствия влияния боевиков, триллеров, блокбастеров на речь и личностные ориентиры молодежи**

 Выполнил

 Проскурин Андрей Юрьевич,

 ученик 10 «К» класса

 Руководитель Зиновьева

 Людмила Николаевна,

 Учитель «Сош №19»

 г. Старый Оскол.

 2011 г.

 План

1. Вступление. Причины обострения проблемы взаимоотношений молодежи и общества в наше время.
2. Влияние боевиков, триллеров, блокбастеров на язык, личностные ориентиры и поведение молодежи:
3. какие фильмы предпочитают смотреть ученики нашей школы, что в них им особенно нравится и запоминается (результаты анкетирования);
4. причины популярности триллера «Пила: игра на выживание» среди подростков;
5. негативные факторы воздействия фильма «Пила» на подростков и отрицательные последствия, свидетельствующие об их психолингвистической зависимости от увиденного и услышанного;
6. обилие неологизмов, заимствованных из западного кинематографа, в языке подростков;
7. Социальные последствия.
8. Заключение. Значение непрерывного культурного взаимодействия поколений, преемственности традиций в наше время.

Сегодня родители, педагоги, психологи, ученые бьют тревогу: количество подростков с асоциальным поведением в стране неуклонно возрастает, потому что только у третьей части подростков досуг организован, а в роли «воспитателей» подрастающего поколения все чаще выступают не школа и семья, а СМК и СМИ. Огромное влияние на молодежь оказывает и триумфальное шествие по России западной кинопродукции и видеопродукции. С развитием компьютерной техники появилась возможность просмотра любого фильма в режиме онлайн. Примером для подражания для подростков стали герои блокбастеров, боевиков, триллеров. Все это привело к обострению проблемы взаимоотношений молодежи и общества.

 Западные (например, Дж. Кэнтор, Дж. Голдштайн) и российские ученые (например, академик А.В. Федоров, доктор социологических наук К.А.Тарасов) подтверждают опасность манипулятивного влияния СМК, СМИ, видеопродукции на детей, потому что почти любая информация из внешнего мира откладывается в подсознании ребенка в виде психологических установок, формируя в подсознании примеры его последующего поведения. Федоров Александр Викторович в своей монографии «Права ребенка и проблема насилия на российском экране» (2004г.) пишет: «Проблема прав ребенка по отношению к аудиовизуальной информации … выпала из поля зрения российских ученых, оставаясь в основном поводом для поверхностных газетных заметок».

 Мы решили выяснить, насколько серьезна ситуация в стране на примере нашей школы. **На первом этапе своего** исследования провели анкетирование среди учеников 10 «К» и 11 «К» классов. В нем приняли участие 37 человек, большинство из них мальчики, возраст опрошенных 16-17 лет.

 **(Приложение №1)**

Его результаты показали:

 1. 32 опрошенных в возрасте 16-17 лет (86, 5%) предпочитают смотреть боевики, триллеры и блокбастеры; 2 (5,4%) – фильмы о проблемах жизни современных детей; 2(5,4%) – мелодрамы; 1 (2,7%) – детективы.

2. 21 человек (57%) смотрят боевики, триллеры, блокбастеры часто; 16 (43%) – редко. Таких, которые не смотрят, нет.

3. Зарубежные фильмы предпочитают 31(84%), наши смотрят 6(16%).

4. Среди любимых кинофильмов оказались: 1) «Пила-1» – «Пила-6»; 2) «10 ярдов», «Терминатор», «Хулиганы», «Особо опасен», «Неудержимые»; 3) «2012», «Солт», «Триста спартанцев «Аватар», «Гладиатор», «Поворот не туда», «Перевозчик». «Пятница 13», «Адреналин». Всего было названо 52 зарубежных и 5 российских фильмов: «Вий», «Мастер и Маргарита», «Собачье сердце», «Они сражались за Родину», «Бригада».

5. Нравятся сюжет, который держит в страхе и напряжении –17 (46%), сцены драк и борьбы – 13 (35%), решительные, сильные характеры – 3 (8%), речь героев и их поведение в момент общения 4(11%).

6.Особенно в речи героев привлекают несоблюдение этики, грубость, сленг, агрессивность, нецензурная брань –13 (35%), немногословность, слова не расходятся с делом –12 (32%), простота и точность выражений –11(27%), отсутствие поэтической выразительности –1(3%).

7.Среди любимых фраз и выражений употреблено 18 – (1 колонка) Они употребляют часто. **(Приложение 2)**

Простой сравнительный анализ выражений из колонок показывает, что через 30 лет реплики героев боевиков стали значительно короче. Говоря банальности и пошлости, они уже не претендуют на сентиментальность и не ссылаются на опыт предков.

8. Выражения из 1 колонки употребляют в речи «для прикола» 27 (71%) опрошенных.

С целью самоутвердиться и для придачи речи решительности – 4 (11%) . Просто в общении – 6 (16%).

9. Речь героев фильмов не является эталоном речевой культуры для 24(65%), является – для 4 (11%), «не знаю» – ответило 9 человек (24%).

 Самым популярным среди учеников школы неожиданно оказался **блокбастер** «**Пила:** Игра на выживание» (англ. Saw) – американо-австралийский фильм ужасов/триллер. Его премьера состоялась 19 января 2004 года. Изначально планировалось выпустить фильм только для продажи на видео, но премьера на кинофестивале «Санденс» изменила это решение. Триллер очень понравился зрителям и 29 октября вышел в широкий прокат. За первые выходные фильм собрал 18 млн. $ (при этом бюджет составил 1,2 млн.), а общие кассовые сборы составили $103 096 345. Оригинальное название фильма — «Saw», в кинопрокате на русский язык перевели так: «Пила: игра на выживание». На английском языке слово «Saw», помимо существительного («пила»), также является омонимом второй формы глагола «to see», что значит «видеть». В фильме упоминалось, что маньяк подглядывал за своими жертвами, поэтому название фильма можно перевести как «Видел». В каждой серии герои оказываются захваченными в плен маньяком, который издевается над пойманными людьми, доводя всех до смертельного исхода. Жертвы поставлены перед выбором: убить другого, чтобы спастись самому, или же попробовать перехитрить Конструктора ловушек смерти.

 Мы исследовали причины популярности фильма и выяснили, что их оказалось много.

1. «Пила» – хорошо разрекламированный коммерческий фильм.
2. Он находится в свободном доступе в интернете, обсуждается подростками на «чатах» и форумах по обмену мнениями.
3. Обсуждая фильм, подросток может продемонстрировать свою нестандартность, уникальность, оригинальность, смелость.
4. Сработал эффект «запретного плода». В России в широкий прокат фильм вышел 20 января 2005 года. Изначально фильм получил рейтинг «NC-17» из-за обилия сцен насилия. Было принято решение вырезать особо кровавые эпизоды. После этого фильм был переоценён и получил рейтинг «R». Во многих странах введено ограничение по возрасту на просмотр фильма: **в России – до 18 лет.** Фильм запрещён к распространению в Белоруссии.
5. «Пила» имеет много общего с кровавыми компьютерными играми, популярными среди подростков.
6. Среди опрошенных преобладали мальчики кадетских классов (88%). В статье « Взаимосвязь агрессивности с просмотром художественных фильмов в старшем подростковом возрасте» Яковлева Т. В. утверждает, что существует связь между уровнем агрессивности и выбором художественных фильмов в старшем подростковом возрасте. Среди мальчиков подростки с высоким уровнем агрессивности встречаются чаще, чем среди девочек. По-видимому, сработал и  гендерный эффект (мужская часть зрителей смотрит сцены насилия чаще и воспринимает их проще).

 Беседуя с учащимися, изучая отзывы подростков о блокбастере «Пила» в интернете, мы выделили основные негативные факторы воздействия фильма:

грубый язык, травмирующие сознание и подсознание, звуковые и зрительные спецэффекты, показ употребления оружия и техники совершения преступлений, сцены насилия и жестокости, изображение крови и изуродованных жертв.

 Отрицательные последствия.

1. Психические расстройства: кошмарные сны, некоторые боялись оставаться ночью в комнате одни, навязчивое желание испытать какую-нибудь реальную опасность для жизни на себе.
2. Речь подростков пополнилась выражениями криков ужаса, ругательствами, слоганами.

Мы изучили самые популярные среди подростков слоганы, размещенные в интернете. Они отличаются неопределенностью значений и назойливым повтором слов «кровь», «прольешь», «жизнь», «смерть», «игра», «ловушки»: «Каждая часть была загадкой…», «Сколько крови ты прольёшь для неё?», «Сколько крови ты прольёшь, чтобы остаться в живых?», «Будет много крови», «Живи или умри», «Выбор за тобой», «Игры сделают полный оборот», «Сможешь ли ты простить его?», «Ловушки оживают», «Быть мертвым – это не проблема, быть забытым – вот это да!», «Вы не поверите, чем это кончится».

 Слоганы – рекламное изобретение, в блокбастерах. триллерах и боевиках заменили афоризмы, пословицы и поговорки, которые выражают отточенную в словесной форме общенациональную или национальную мудрость. Для сравнения слогана с афоризмом мы обратились к словарям.

**СЛО́ГАН** - а; *м.* [англ. slogan - призыв, девиз].

**1.** Запоминающаяся фраза, выражающая суть рекламной привлекательности товара. *//* Лозунг, девиз, выражающий основную, существенную идею.

**2.** **Яркая, но малосодержательная фраза** Большой толковый словарь русского языка. - 1-е изд-е: СПб.: Норинт. С. А. Кузнецов. 1998

 **Синонимы**: [девиз](http://dic.academic.ru/synonyms/%D0%B4%D0%B5%D0%B2%D0%B8%D0%B7), [кричалка](http://dic.academic.ru/synonyms/%D0%BA%D1%80%D0%B8%D1%87%D0%B0%D0%BB%D0%BA%D0%B0), [лозунг](http://dic.academic.ru/synonyms/%D0%BB%D0%BE%D0%B7%D1%83%D0%BD%D0%B3), [призыв](http://dic.academic.ru/synonyms/%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%B7%D1%8B%D0%B2), [речевка](http://dic.academic.ru/synonyms/%D1%80%D0%B5%D1%87%D0%B5%D0%B2%D0%BA%D0%B0) …

**АФОРИЗМ**, а, муж. Краткое выразительное изречение, содержащее обобщающее умозаключение. | прил. афористический, ая, ое *Толковый словарь Ожегова. С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова, 1992*

 **Синонимы**: [изречение](http://dic.academic.ru/synonyms/%D0%B8%D0%B7%D1%80%D0%B5%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5), [максима](http://dic.academic.ru/synonyms/%D0%BC%D0%B0%D0%BA%D1%81%D0%B8%D0%BC%D0%B0), [мысль](http://dic.academic.ru/synonyms/%D0%BC%D1%8B%D1%81%D0%BB%D1%8C), [пословица](http://dic.academic.ru/synonyms/%D0%BF%D0%BE%D1%81%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D1%86%D0%B0), [суждение](http://dic.academic.ru/synonyms/%D1%81%D1%83%D0%B6%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5)…

 Вывод: язык слоганов – это язык пониженной стилистики и повышенной экспрессивности. В нём много команд, инструкций, побуждений и эмоциональных оценок, но мало информации и мудрости. Не случайно наши молодые ученые (Вадим Руднев, Вячеслав Корнев) находят в речи подростков, часто употребляющих слоганы, все признаки шизофренического языка:

* перескакивание с темы на тему;
* хаотичность, бесцельность речи: речь состоит из отдельных, не связанных в предложение слов, главным образом, неологизмов, их бессмысленного повторения, что характерно для шизофрении.
1. Но самым страшным последствием просмотра фильмов, подобных «Пиле», на наш взгляд, является **а*номия*** *или эффект «размытых ценностей».*Зрители подсознательно проникаются мыслью, что подлинные ценности не истина и добро, а грубое насилие, сверхъестественная сила и оружие, знание боевых искусств. Наиболее типичные цели и мотивы действий киногероев – совершить убийство преступников, отомстить, вырваться из заключения, спасти свою жизнь, разбогатеть. Основные ценностные ориентиры героев фильмов – секс, деньги, богатство, месть, сохранение жизни.

Философия триллера «Пила» изложена маньяком, который берет на себя право жестоко карать, как он считает, слабых и безнравственных людей:

*Цени то, что у тебя есть, и береги свою жизнь. Всё сводится к одному правилу: чтобы научиться ценить свою жизнь, нужно лично познать смерть. Будь внимателен, ключ к спасению в твоих руках. Не помогай им, они сами должны себе помочь. Пока человек не посмотрел в глаза смерти, невозможно угадать, что он сделает ради жизни…*

 Некоторым участникам интернет-форумов садист кажется, чуть ли не положительным героем, символическим образом карающего правосудия.В отзывах о фильме, размещенных в интернете, читаем:
 *1. Единственный минус во всем этом, что у маньяка как бы положительная роль, и только поэтому я считаю, что фильм нужно запретить к показу детям до 14 лет»*. 2. *« В Пиле Крамер не хороший, не плохой, как и многие персонажи. В хороших книгах/фильмах/играх нет либо доброго, либо злого. Так же и в Пиле*».

Подобные оценки свидетельствуют о раздвоенности сознания. Кроме того, такие важные для подростков нравственные понятия, как дружба, любовь, взаимовыручка полностью исключатся из фильма: *«Что-то я не помню, чтобы со мной кто-то дружил в игре. Там либо убегают. Либо избивают. Одно из двух. О дружбе не может**быть и речи».*

 Мы проанализировали и интернет-рецензию на боевик «Неудержимые». Приведем небольшой отрывок из нее:

 «*Если говорить о сюжете, то «Неудержимые» -* ***фильм о компании неудачников с бурным прошлым.*** *Их* ***жизнь обретает смысл только тогда, когда они восстанавливают баланс справедливости кулаками и пистолетами, но стоит сложить оружие, и наваливается депрессия и бытовые проблемы.*** *Взять, к примеру, персонаж Сталлоне. Военный Барни Росс –* ***ну очень крутой мужик с пистолетом,*** *который* ***при всей этой крутости не готов к жизни в реальном мире.*** *…*

 *В «Неудержимых» Слаю удалось* ***соблюсти баланс между экшеном и драматизмом, хорошими армейскими шутками и честными эмоциями персонажей****.*

 Итак, подростков хотят убедить, что *смысл жизни в утверждении справедливости с помощью кулаков и пистолетов.* Смотреть подобный фильм человеку старшего возраста незачем.

 В рецензии встречаются грамматические и речевые ошибки, молодежный сленг, неологизмы: *сиквел, римейк. блокбастер, приквел, триллер, экшен, франча́йз…* Обратившись к различным словарям (**Приложение 3),** мы убедились, что многие из них означают одно и то же. Речь перегружена малопонятными терминами, а можно было вместо «римейка» сказать, «новая версия», вместо «сиквела» – «продолжение».

 В результате нашей работы мы пришли **к выводам.**

1.Увлечение западной кинопродукцией приносит подросткам огромный вред: разрушает их речь, сознание и психику.

 2. Оно наносит страшный удар по традиционным культурным и духовным ценностям нации, порождает непонимание и агрессию в обществе. Все, что происходит в этих фильмах, исключает нас из культурного исторического контекста, из реальной действительности. Эти фильмы подрывают национальное самосознание, стирают различие между добром и злом.

 3. Не только поведение, но и безграмотная устная и письменная речь молодежи, ее жизненные приоритеты становятся все менее понятными дедушкам и бабушкам, учителям и родителям. В первое десятилетие XXI века молодое и старшее поколения россиян оказались в совершенно разных культурных пространствах. Это грозит не только нынешнему и будущему экономическому и социальному благополучию России, но и ее уникальному культурному потенциалу развития.

 4. В условиях нарастающего кризиса национальной самоидентификации молодежи, ее пренебрежительного отношения к богатству родного языка, традициям своего народа необходимо самое серьезное внимание уделять культурно-ценностной ориентации личности.

5. Необходимо интересно организовывать досуг подростков, чтобы они не «уходили» из реальной действительности в мир виртуальных ужасов и приключений.

В нашей школе, как и по всей стране, эта проблема чрезвычайно актуальна.

И все же за последние 5 лет благодаря отлаженной системе внеклассной воспитательной работы наши подростки не совершили ни одного серьезного преступления. По статистике случается 1-2 правонарушения в год. После занятий кадеты заняты внеурочной работой: изучают традиции и обряды казачества по программе «Казачий спас», посещают храм, ведут исследовательскую работу в НОУ «Сыны Отечества», участвуют в конкурсах, ведут индивидуальную исследовательскую деятельность по предметам, в частности, по русскому языку в рамках программы элективного курса «Язык. Культура. Общество», выпускают газету «Кадетские вести»… Мы хорошо понимаем, что иннокультурной интервенции мы можем противопоставить только

хорошее знание своего языка, культурных традиций, служение тем духовным ценностям, которые способны сохранить и укрепить преемственность поколений.

**Приложение №1**

 Вопросы анкеты:

1. Какие фильмы вы предпочитаете смотреть?

а) боевики и триллеры;

б) экранизации произведений классической литературы;

в) о проблемах жизни современных детей;

г) детективы;

д) мелодрамы о любви

2. Смотрите ли вы триллеры, боевики, блокбастеры и как часто?

 а) да и часто;

б) нет;

в) редко

3. Чьи фильмы вы предпочитаете смотреть?

а) наши;

б) зарубежные

4. Назовите ваши любимые фильмы этих жанров:

1.

2.

3.

4.

5. Что вас особенно нравится в боевиках, триллерах, блокбастерах?

 а) сцены драк, перестрелок, борьбы;

 б) сюжет, который держит в страхе и напряжении;

 в) решительные, сильные характеры главных героев;

 г) речь героев и их поведение в момент общения

6. Что вам особенно нравится в речевом поведении героев этих фильмов?

 а) несоблюдение речевой этики: грубость, агрессивность, сленг, присутствие «крепких» словечек;

 б) немногословность, слова не расходятся с делом;

 г) простота и точность слов и выражений;

 д) отсутствие поэтической выразительности

7. Какие слова и выражения вам особенно запомнились и понравились из этих фильмов, и вы употребляете их в своей речи?

 Запишите примеры:

 1.

2.

3.

4.

8. С какой целью вы их употребляете?

а) самоутвердиться, почувствовать себя «крутым» среди сверстников;

б) для обмена информацией, просто в общении;

 в) придать речи решительность, чтобы добиться чего-либо;

г) заставить с вами считаться того, кого вы боитесь, для выражения угрозы;

д) в драке;

е) «для прикола»

9. Является ли для вас речь и речевое поведение любимых героев боевиков эталоном речевой культуры?

 а) да

 б) нет

 г) не знаю

**Приложение 2**

2011 80-е годы XX подарили

 выражения (2-я колонка)

|  |  |
| --- | --- |
| 1. «Да прибудет с тобой сила»  | 1. « Дело не в том, как сильно бьет тебя жизнь, а в том, как долго ты можешь держать удар и не сдаваться. Понимаешь, ты должен сдержать удар и жить дальше» |
| 2. «Я вернусь», 3. «Я в тебя верю», 4.«Все умрут, а я останусь» |  |
| 5.«Тебе осталось 7 дней» , 6. «Сдавайся или умри», 7.«Стоять, стрелять буду» |  2. «Как говорил мой старик-отец, прежде чем покинуть этот говенный мир: «Сынок, никогда не бегай за девками и автобусами – все равно не догонишь». |
| 8.«Наша жизнь – ничто,  и все же это главное, что у тебя есть» |  |
| 9.«В рот мне кило печенья», 10. «Бей в морду» | 3.«Я знаю два языка: обычный и неприличный». |
| 11.«Да придет спаситель», 12.«Видит Бог, я не хотел» |  |
| 13. «Беги, Форест, беги», 14.«Черти, вперед!» | 4.«Похоже, мне всю жизнь суждено убегать, убегать, убегать… А как бы мне хотелось на минутку притормозить, чтобы почувствовать запах роз…" |
| 15.«Здорово, парни, какие проблемы?» |  |
| 16.«Лучшая жилетка – это бронежилетка» | 5.«И каллиграфия, и боевое искусство основаны на сочетании силы в руке и духа в сердце». |
| 17.«I’ll be back» |  |
| 18.«Мы с первого класса вместе,  и за все, что мы делаем,  мы отвечаем тоже вместе», Это мои люди,  и я их в обиду не дам» |  |

**Приложение 3**

**Словарь неологизмов по теме исследования**

**Блокбастер (**от англ. blokbuster, где block – группа) в нашем же сознании слово блок ассоциируется со словами чурбан, плаха, жилой массив. А еще блокнот, блокпост, часть сооружения, механизма, изделия, представляющая собой группу отдельных функционально объединённых элементов, частей. Б. цилиндров. *Блок электропитания, плита из естественного или искусственного камня определенных размеров и формы*, buster - нечто необыкновенное. В кино: выдающийся по своим качествам боевик. В таком значении слово зафиксировано в "Толковом словаре иноязычных слов" Л. П. Крысина (М., 2000). Согласно другим источникам - от англ. blockbuster, букв. 'мощная бомба'; блокбастер - высокобюджетный художественный фильм (первонач. фильм, на съемки которого было затрачено свыше 500 тыс. долларов). В таком значении слово было зафиксировано в "Кратком словаре иностранных слов" Т. Музруковой, И. Нечаевой (М., 1995); время словарной фиксации позволяет предположить, что слово блокбастер стало употребляться в русском языке в 1992-1994 гг.

 **Словарь Ушакова**

**БОЕВИК,** боевика, ·муж.

1. Член боевой дружины в революционной партии (дорев.).

2. Кинематографический фильм, пользующийся большим успехом у публики (неол.). Боевик сезона.

3. Самолет, предназначенный для воздушного боя (воен.)

**С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова**

Толковый словарь русского языка

**БОЕВИ́К, -а, м.** Остросюжетный кинофильм, представление, пользующиеся шумным успехом.

**II. БОЕВИК, -а, м.** Член вооружённой группировки, входящей в неформальную (обычно террористическую) организацию. Отряды боевиков.

Слово“боевик” в словаре русских синонимов

*Боевик, сечевик, террорист, четник, камикадзе, воин; хит сезона, шлягер, секс-боевик, лидер хит-парада.*

 А вот некоторые литературно-исторические контексты со словом "боевик" в разных значениях:

1.Боевики – бойцы (разные)

*Тогда же к армии начали прибиваться и анархисты-одиночки, так называемые "боевики", прослышавшие про новую гайдаматчину, вольно гулявшую на конях. [Алексей Толстой «Хождение по мукам» (1928)]*

*При лунном свет четверо боевиков, спрятавших безбородые щеки в поднятые воротники и глаза — под козырьки кепок, осмотрели ордер. [Алексей Толстой «Хождение по мукам» (1928)]*

*Вся эта комедия была разыграна для того, чтобы залучить в тайные агенты видного боевика, какой угодно ценой, — и Морис сумел использовать страстное желание охранки иметь осведомителя в рядах неуловимых максималистов. [Михаил Осоргин «Свидетель истории» (1932)]*

*Потому что тебя убьют не как немца, а как советского боевика—разведчика и ты всех нас потянешь за собой. [Вадим Кожевников « Щит и меч» (1968)]*

*Вскоре арестовали и "боевика" Пауля. [Валентин Бережков « Рядом со Сталиным» (1998)]*

*Во главе двух десятков боевиков он на импровизированной канонерке подъехал к пароходу с дезертирами и потребовал от них сдачи под жерлом пушки. [Лев Троцкий « Моя жизнь» (1929–1933)]*

2. Боевики как жанр кино

*Перед каждым фильмом непрерывно шел киножурнал-боевик "Пребывание В. М. Молотова в Берлине". [Кузнецов Анатолий « Бабий яр» (1965–1970)]*

*Синдикат "От сю-сю до жрам-ша-ша" занимается выпуском очередной "Пионерии" и созданием боевика "В интернате". [Василий Катанян «Лоскутное одеяло» (1943–1999)]*

*Из кино уже вышла первая партия публики, отсмотревшей третью серию американского боевика "Акулы Нью-Йорка". [ Илья Ильф, Евгений Петров*

*«Двенадцать стульев» (1927)]*

*Довольно часто почему-то названием боевика служила целая цитата, вроде "Отцвели уж давно хризантемы в саду", или "И сердцем как куклой играя, он сердце как куклу разбил", или еще "Не подходите к ней с вопросами". [Владимир Набоков « Другие берега» (1954)]*

 **Боевик** **(англ. action movie, букв. фильм действия, э́кшн-фильм)** — жанр кинематографа, в котором основное внимание уделяется насилию: перестрелкам, дракам, погоням и т. п. Большинство боевиков иллюстрируют известный тезис «добро должно быть с кулаками». Экшен-фильмы часто обладают высоким бюджетом, изобилуют каскадёрскими трюками и спецэффектами. Считается, что популяризация «эстетики насилия» во многом обязана таким лентам. Фильмы этого жанра зачастую не обладают сложным сюжетом, главный герой обычно сталкивается со злом в самом очевидном его проявлении: коррупция, терроризм, похищение, убийство, несправедливость (с точки зрения главного героя). Не находя иного выхода, главный герой решает прибегнуть к насилию. В результате уничтожению зачастую подвергаются десятки, а иногда и сотни злодеев. Большинство боевиков не рекомендовано к просмотру подросткам младше 16 лет. Чаще всего боевики заканчиваются хэппи-эндом («зло должно быть наказано»).

 Итак, фильм развлекательной направленности, из английского дословно всего лишь ***фильм действия.***

«Действие” в словаре Ожегова имеет несколько значений

ДЕ́ЙСТВИЕ, -я, ср.

1. Проявление какой-н. энергии, деятельности, а также сама сила, деятельность, функционирование чего-н. Машина в действии. Продлить д. договора. Закон обратного действия не имеет. Привести в д.

2. Результат проявления деятельности чего-н., влияние, воз~. Предупреждение не возымело действия. Лекарство оказало своё д.

3. обычно мн. ч. Поступки, поведение. Самовольные действия. Противозаконные действия.

4. События, о которых идёт речь. Д. происходит в 15 столетии.

5. Часть драматического произведения. Комедия в трёх действиях.

6. Основной вид математического вычисления. Четыре действия арифметики.

7. Военные действия война, боевые операции. Только в этом значении происходит совпадение со словом бой, от которого этимологически образовано слово боевик.

Следовательно, фильм, в котором происходят боевые действия как в военное, так и мирное время, назвали боевик.

 В русском языке из-за серьезного контекста значений перевод **«action movie»**,как «боевик», рождает ассоциации, настораживающие и обостряющие не только восприятие фильма, но и требующие «жесткого, драматического» перевода и озвучивания. Для русского человека само уже слово «боевик» как бомба замедленного действия.

 **Приквел**

(англ. prequel, контаминация приставки pre- 'до - ‘ и sequel, см. сиквел) — книга, фильм или компьютерная игра, сюжетно связанные с ранее созданными и предшествующие им по внутренней хронологии.

 Из определений следует, что сиквел, блокбастер, приквел, в принципе, одно и то же. Весь мир, к сожалению, и Россия, заговорили этим языком. Но, может, нам не стоит такими "многоэтажными" терминами перегружать речь средств массовой информации. Можно ведь вместо "римейка" сказать, «новая версия», вместо "сиквела" – "продолжение". Есть и другие понятные слова в языке.

**Ремейк**

(англ. remake, дословно: переделка) — в современных кинематографе и музыке: более новая версия или интерпретация ранее изданного произведения (фильма, песни, любой музыкальной композиции или драматургической работы).

 **Сиквел**

(англ. Sequel – следствие, последствие) – продолжение книги, романа; следующая серия многосерийного фильма, снятая на волне успеха предыдущих серий.

**Слоган**

рекламный девиз, лозунг, словесная формулировка идеи рекламной кампании, краткое и часто образное, эмоциональное словесное выражение предложения

 фирмы или какой-л организации общественности Термин С вошел в употребление в рекламировании в 1880-е гг. в США (само [слово](http://mirslovarei.com/content_psy/slovo-2344.html) древнее, кельтское, исходно называло клич, крик, который издавали

воины, идущие в битву) Создание С. непосредственно связано с [позиционированием](http://mirslovarei.com/content_psy/kriticheskoe-refleksivnoe-pozicionirovanie-3122.html) товаров и услуг в [маркетинге](http://mirslovarei.com/content_psy/marketing-40296.html), демонстрацией положительного [образа](http://mirslovarei.com/content_psy/idealizirovannyj-obraz-79.html) организации или продвигаемого лица целевой и широкой общественности, аудитории. Современные С. стремятся к легкости звучания и запоминания, созданию позитивных впечатлений

 **Триллер**

англ. thrill, нервная дрожь, – кинофильм, использующий специальные выразительные средства: затягивание пауз, затемнение, натуралистические подробности – для возбуждения у зрителей сильных эмоций: тревоги, беспокойства, страха. Картину бывает трудно загнать в жанровые рамки, часто один фильм называют то боевиком, то триллером, рамки размыты. Тогда добавляют эпитеты: психологический, мистический, фантастический, комедийный. Навешиваются эти ярлыки ради рекламы, продвижения фильма.

 **Франча́йз** (**фрашнши́за**, от фр. *franchir* — освобождать) — вид лицензирования, при котором один контрагент передаёт другому право действовать под своим брендом (есть ещё другое значение, принятое в страховом деле, но это другая история). Применительно к кино франчайз обозначает некое *объединение разных фильмов под одним названием* с целью получения [профита](http://wiki.kinokadr.ru/wiki/%D0%9E%D0%BA%D1%83%D0%BF%D0%B0%D0%B5%D0%BC%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%8C).

**Литература:**

* *(Дополни список литературы!)*
* 1. Джеймисон Ф. Постмодернизм и общество потребления // Логос. 2000. № 4. С. 63-77.
* 2. Руднев В.П. Энциклопедический словарь культуры XX века. М., 2001.
* 3. Маркузе Г. Одномерный человек. М., 1994.
* 4.Куренной В. Философия боевика // Логос. 1999. № 4, С.96-10
* 5.Федоров А. Права ребенка и проблема насилия на российском экране.
* 6. Халилов В.М. Голливуд и проблема насилия.
* 7. Цимбаленко С.Б., Шариков, А.В., Щеглова С.Н. Российские подростки в информационном мире.

|  |  |
| --- | --- |
|  | **МОУДПО (ПК) «СОГИУУ»****Л.А. Еланской** |

 **Заявка**

 **участника VI муниципальной лингвистической**  **конференции «Языкознание для всех – 2011 по МОУ "Средняя общеобразовательная школа № 19**

 **с углубленным изучением отдельных предметов"**

1. **Информация об участнике**

Фамилия, имя, отчество: Проскурин Андрей Юрьевич

Дата рождения: 20.09.1994г.

Учащийся \_\_\_\_10 «К»\_\_\_\_\_ класса общеобразовательного учреждения

(наименование) МОУ "Средняя общеобразовательная школа № 19 с углубленным изучением отдельных предметов"

Домашний адрес: г. Старый Оскол, м-он Конева, 6-20

Контактный телефон: 89606308344

1. **Информация о научном руководителе:**

Фамилия, имя, отечество: Зиновьева Людмила Николаевна

Должность: учитель русского языка и литературы

Ученые звания и степень: нет

**Контактный телефон: 25-99-20**

1. **Информация о представляемой работе:**

Название: Доклад и презентация по теме «Социальные последствия

влияния боевиков, триллеров, блокбастеров на речь, психику и личностные ориентиры молодежи».

Предлагаемая секция: «Активные процессы в современном русском языке»

Дата: 11.04.2011г

Директор школы Е.И. Иванова

**Аннотация**

на исследовательскую работу по теме «Социальные последствия влияния боевиков, триллеров, блокбастеров на речь, психику и личностные ориентиры молодежи», выполненную учеником 10»К» класса Проскуриным Андреем под руководством учителя русского языка и литературы Зиновьевой Л. Н. в 2010-2011 учебном году. Она является логическим продолжением исследований предыдущих лет («Язык современной рекламы», «Пути проникновения сленга в речь современного подростка»), посвященных активным процессам, происходящим в русском языке в последние десятилетия. Исследование проводилось в рамках программы элективного курса «Язык. Культура. Общество». Была поставлена задача – выявить социальные последствия влияния боевиков, триллеров, блокбастеров на речь, психику и личностные ориентиры молодежи».

 **Цель** – заставить молодых людей посмотреть на их чрезмерное увлечение западной кинопродукцией как на опасное для них и для общества явление, которое наносит огромный удар по культурному взаимодействию поколений, калечит их сознание, психику; проанализировать изменения в речи подростков, выработать отрицательное отношение к языку героев фильмов, как образцу примитивной речи.

Работа проводилась последовательно, в несколько этапов, использовались следующие методы и приемы:

1. изучение теоретического материала по теме;
2. анкетирование;
3. Обработка данных анкеты;
4. наблюдение за речью героев боевиков, триллеров и блокбастеров;
5. анализ интернет-рецензий, устных отзывов о фильмах и отзывов, размещенных в интернете;
6. работа с толковыми словарями.
7. систематизация и обобщение полученных данных (доклад по теме, таблица, графики, словарь по теме)

 Исследование убеждает в том, что ситуация, действительно, серьезна и в школе, и в стране: опросили 37 испытуемых, в основном, юношей 16-17 лет. (88% от общего количества опрошенных).

 86,5% предпочитают смотреть боевики, триллеры и блокбастеры; 5,4% – фильмы о проблемах жизни современных детей; 5,4% – мелодрамы; 2,7% – детективы. Зарубежные фильмы предпочитают 84%, наши смотрят 16%.

 Среди любимых кинофильмов оказались: 1) «Пила-1» – «Пила-6»; 2) «10 ярдов», «Терминатор», «Хулиганы», «Особо опасен», «Неудержимые»; 3) «2012», «Солт», «Триста спартанцев «Аватар», «Гладиатор», «Поворот не туда», «Перевозчик». «Пятница 13», «Адреналин». Всего было названо 52 зарубежных и 5 российских фильмов: «Вий», «Мастер и Маргарита», «Собачье сердце», «Они сражались за Родину», «Бригада». В речи героев привлекают несоблюдение этики, грубость, сленг, агрессивность, нецензурная брань 35%, немногословность, слова не расходятся с делом –32%, простота и точность выражений –27%, отсутствие поэтической выразительности –3%.

 Самым популярным среди учеников школы оказалсямногосерийный триллер «Пила**:** Игра на выживание». В работе определены негативные факторы воздействия фильма: *грубый язык, травмирующие сознание и подсознание звуковые и зрительные спецэффекты, показ употребления оружия и техники совершения преступлений, сцены насилия и жестокости, изображение крови и изуродованных жертв.* Среди отрицательных последствий названы различные психические расстройства и психолингвистическая зависимость речи от слоганов

из триллера. Было также доказано, что самым страшным последствием просмотра фильмов, подобных «Пиле», является **а*номия*** *или эффект «размытых ценностей»,* когда в сознании стираются грани между добром и злом, на смену подлинным духовным ценностям и ориентирам приходят эгоистические цели, материальные ценности и стремление к всевозможным удовольствиям.

 Исследование подводит к ряду важных своевременных выводов и практических рекомендаций для молодежи и для старшего поколения.

 Агрессивное поведение, безграмотная устная и письменная речь молодежи, переполненная англицизмами и сленгом, ее жизненные приоритеты становятся все менее понятными дедушкам и бабушкам, учителям и родителям. В первое десятилетие XXI века молодое и старшее поколения россиян оказались в совершенно разных культурных пространствах. Это грозит не только нынешнему и будущему экономическому и социальному благополучию России, но и ее уникальному культурному потенциалу развития. В этих условиях необходимо самое серьезное внимание уделять культурно-ценностной ориентации личности. Необходимо семье и школе интересно организовывать досуг подростков, чтобы они не «уходили» из реальной действительности в мир виртуальных ужасов и приключений. Эта работа призывает дать отпор иннокультурной интервенции, противопоставить ей хорошее знание своего языка, культурных традиций своей страны, служение духовным ценностям, которые способствуют сохранению и укреплению преемственности поколений.

**Тезисы к докладу**

«Социальные последствия влияния боевиков, триллеров, блокбастеров на речь и личностные ориентиры молодежи»

 Но волнами совсем иного страха

 затоплена душа: ловушка? Да. Экран.

 (Виктор Кривулин «Ловушка»)

**I.** Сегодня мы наблюдаем обострения проблемы взаимоотношений молодежи и общества. Не менее актуальна в условиях иннокультурной интервенции через СМИ, СМК, интернет, победного шествия по стране западного кино и видеопродукции и проблема культурного взаимодействия поколений. Ученые подтверждают опасность влияния СМК, СМИ, видеопродукции на детей, особенно когда: «Проблема прав ребенка по отношению к аудиовизуальной информации … выпала из поля зрения российских ученых, оставаясь в основном поводом для поверхностных газетных заметок».

**II.** Выяснить, насколько опасно для сознания, психики, речи молодых людей чрезмерно увлечение просмотром боевиков, триллеров, блокбастеров, каковы социальные последствия этого явления, стало главной задачей нашего исследования.Мы преследовали и практическую цель: проанализировать негативных изменений в сознании, психике и речи учеников нашей школы, их друзей в интернете и выработать отрицательное отношение к некоторым особенно популярным среди них фильмам, языку героев этих фильмов, как образцам примитивного искусства и примитивной речи. **III.** Результаты анкетирования, проведенные в школе. подтвердили наблюдения западных и российских социологов: ситуация действительно серьезна. Мы опросили 37 юношей и девушек 16-17 лет. (Юношей –88% от общего количества опрошенных).

1. 86,5% предпочитают смотреть боевики, триллеры и блокбастеры; 5,4% – фильмы о проблемах жизни современных детей; 5,4% – мелодрамы; 2,7% – детективы. Зарубежные фильмы предпочитают 84%, наши смотрят 16%.
2. Среди любимых кинофильмов оказались: 1) «Пила-1» – «Пила-6»; 2) «10 ярдов», «Терминатор», «Хулиганы», «Особо опасен», «Неудержимые»; 3) «2012», «Солт», «Триста спартанцев «Аватар», «Гладиатор», «Поворот не туда», «Перевозчик». «Пятница 13», «Адреналин». Всего было названо 52 зарубежных и 5 российских фильмов: «Вий», «Мастер и Маргарита», «Собачье сердце», «Они сражались за Родину», «Бригада». В речи героев привлекают несоблюдение этики, грубость, сленг, агрессивность, нецензурная брань 35%, немногословность, слова не расходятся с делом –32%, простота и точность выражений –27%, отсутствие поэтической выразительности –3%.
3. Самым популярным среди учеников школы оказалсямногосерийный триллер «Пила**:** Игра на выживание».

**Блокбастер** «**Пила:** Игра на выживание» (англ. Saw) – американо-австралийский фильм ужасов/триллер. В кинопрокате на русский язык перевели так: «Пила: игра на выживание». На английском языке слово «saw», помимо существительного («пила»), также является омонимом второй формы глагола «to see», что значит «видеть». В фильме упоминалось, что маньяк подглядывал за своими жертвами, поэтому название фильма можно перевести как «Видел». В каждой серии герои оказываются захваченными в плен маньяком, который издевается над пойманными людьми, доводя всех до смертельного исхода. Жертвы поставлены перед выбором: убить другого, чтобы спастись самому, или же попробовать перехитрить Конструктора **ловушек смерти**.

 **IV**. Причины популярности фильма:

реклама и свободный доступ к просмотру фильма в интернете, активное обсуждение подростками на «чатах» и форумах по обмену мнениями, возможность продемонстрировать там свою нестандартность, уникальность, оригинальность, смелость;

эффект «запретного плода»: в России в широкий прокат фильм вышел 20 января 2005 года, на просмотр введено ограничение по возрасту  **до 18 лет;**  «Пила» имеет много общего с кровавыми компьютерными играми, популярными среди подростков-мальчиков и юношей.

 (Среди опрошенных преобладали юноши 16-17 лет). **V.** Определены негативные факторы воздействия фильма: *грубый язык, травмирующие сознание и подсознание звуковые и зрительные спецэффекты, показ употребления оружия и техники совершения преступлений, сцены насилия и жестокости, изображение крови и изуродованных жертв.* Среди отрицательных последствий названы различные психические расстройства и психолингвистическая зависимость речи от слоганов.

**VI.** Изучили популярные слоганы из боевиков, триллеров и блокбастеров, которые употребляют и помнят учащиеся нашей школы, сопоставили их с популярными выражениями из блокбастеров 80-х годов, изучили популярные слоганы из триллера «Пила», сравнили их с афоризмами, проанализировали тексты интернет-рецензий и пришли к выводу:

 язык слоганов – это язык пониженной стилистики и повышенной экспрессивности. В нём много команд, инструкций, побуждений и эмоциональных оценок, но мало информации и мудрости. Не случайно наши молодые ученые (Вадим Руднев, Вячеслав Корнев) находят в речи подростков, часто употребляющих слоганы, все признаки шизофренического языка, то есть перескакивание с темы на тему, хаотичность, бесцельность речи: речь состоит из отдельных, не связанных в предложение слов, главным образом, неологизмов, их бессмысленного повторения, что характерно для шизофрении. Речь, действительно, перенасыщена неологизмами нового времени, смысл которых еще не определился в языке. Это затрудняет понимание рецензий. Нами был составлен словарь наиболее распространенных терминов. **VII.** Было также доказано, что самым страшным последствием просмотра фильмов, подобных «Пиле», является **а*номия*** *или эффект «размытых ценностей».* Он проявляется в том, что в сознании людей стираются грани между добром и злом, на смену подлинным духовным ценностям и ориентирам приходят эгоистические цели, материальные ценности и стремление к всевозможным удовольствиям.

**VIII.**  Социальные последствия

 1 Нанесение страшного удара по традиционным культурным и духовным ценностям нации, непонимание и агрессия в обществе. Все, что происходит в этих фильмах, исключает нас из культурного исторического контекста, из реальной действительности. Эти фильмы подрывают национальное самосознание, стирают различие между добром и злом.

 2. Не только поведение, но и безграмотная устная и письменная речь молодежи, ее жизненные приоритеты становятся все менее понятными дедушкам и бабушкам, учителям и родителям. В первое десятилетие XXI века молодое и старшее поколения россиян оказались в совершенно разных культурных пространствах. Это грозит не только нынешнему и будущему экономическому и социальному благополучию России, но и ее уникальному культурному потенциалу развития.

**IX.**  **Выводы:**

 1. В условиях нарастающего кризиса национальной самоидентификации молодежи, ее пренебрежительного отношения к богатству родного языка, традициям своего народа необходимо самое серьезное внимание уделять культурно-ценностной ориентации личности.

2. Необходимо интересно организовывать досуг подростков, чтобы они не «уходили» из реальной действительности в мир виртуальных ужасов и приключений.

3. Пути решения проблем в школе: возрождаются многие традиции кадетского воспитания в России, изучаются и возрождаются традиции и обряды казачества, проводятся практические занятия по программе «Казачий спас». Мы посещаем храм, ведем исследовательскую работу в НОУ «Сыны Отечества», участвуем в конкурсах, занимаемся исследовательской деятельностью по предметам, в частности, по русскому языку в рамках программы элективного курса «Язык. Культура. Общество», выпускаем газету «Кадетские вести»… Мы хорошо понимаем, что иннокультурной интервенции мы можем противопоставить только

хорошее знание своего языка, культурных традиций, служение тем духовным ценностям, которые способны сохранить и укрепить преемственность поколений.