

Образ дома в массовой кинопродукции: оценки, классификаторы, модели

Введение

Социокультурное значение дома в ряду других социальных институтов – недостаточно исследованная сегодня тема. Феноменология дома позволяет утверждать, что чем благоприятней его образ в индивидуальном и массовом сознании, тем благополучней и общество в целом. Об этой базовости дома как целостного конструкта сознания, объединяющего в себе множество и познавательных, и оценочных категорий, множество частных образов и деталей, фактически являющегося архетипом, насколько бы конкретным в своей социально-исторической обусловленности ни выглядело каждое отдельное жилище, подробно писал Г. Башляр: "Дом одна из наибольших интегрирующих сил для человеческой мысли, воспоминаний и грёз. Связующим принципом этого интегрирования является мечтание. Прошлое, настоящее и будущее дают дому различные динамики, подчас пересекающиеся, подчас противоречащие, подчас провоцирующие друг друга. <...> Он есть первый мир человеческого существа. <...> У жизни доброе начало, она заключена, защищена, согрета в лоне дома" [1, с. 2]. Указывая, что дом объединяет "все частные ценности в единую основополагающую ценность ..., – особенную ценность всех наших образов защищённой интимности" [1, с. 1], французский философ и культуролог задаётся вопросом о том, как снять проблему описания связанных с домом фактов и впечатлений, "чтобы достичь первоначальных ценностей, в которых каким-либо образом обнаруживается установка, свойственная первоначальной функции обитания" [1, с. 1–2]. В рамках своего "топо-анализа" психологического пространства, то есть психологического исследования "мест нашей внутренней жизни", организации и удержания в памяти впечатлений, воспоминаний и чувств, Г. Башляр специальное внимание уделяет одиночеству и "пространствам уединения": крову, комнате, хижине. Эти статично "интровертные" (в отличие от движения, дороги) топосы выступают критериями, мерилем личного человеческого благополучия: "Подлинная сокровенность не отталкивает. Все области сокровенного отмечены притяжением. Повторим ещё раз, что их бытие — это благо-бытие. При этих условиях топо-анализ характеризует топо-филией" [1, с. 8].

Начиная со знаменитой работы Й. Хейзинги [8], масштабного кросс-культурного лонгитюдного исследования современного досуга Ж. Проново [10], все более популярной в философских, культурологических, социокультурных изысканиях становится идея игры как основной формы современной социальности. В одной из философских работ, рассматривающей культуру с позиций проблемы выживания (как приземлённого варианта богословской категории спасения), предлагается "новая парадигма "игровой" культуры, в которой ... частным случаем проблемы выживания является оздоровление, осуществляемое средствами культуры и искусств и выступающее как альтернатива медикаментозно-таблеточному лечению" [5, с. 82]. У другого философа, стремящегося выявить в популярных фантастических романах "моральный код" современных социальных представлений россиян о справедливости, об отношениях общества и государства с личностью, обнаруживаем ответ на вопрос о том, почему игра начинает выполнять такую важную смыслообра-

Таблица 1. Временные интервалы: распределение в подборке фильмов по годам

		Частота	Процент
Валидные	1,00	9	1,6
	2,00	22	3,8
	3,00	41	7,2
	4,00	111	19,4
	5,00	211	36,9
	6,00	177	30,9
	Итого	571	99,8
Пропущенные	Системные пропущенные	1	,2
Итого		572	100,0

Источник: составлено автором

зующую роль: "выработка модели морального сознания оказывается тесно связанной с процессом самосознания отдельной личности, и в этой связи возникает вопрос о критерии выбора тех или иных аксиологических категорий. Критерий практического апробирования оказывается несостоятельным в силу отсутствия устоявшейся социальной практики. Критерий веры не является безоговорочным в современном десакрализованном обществе. Критерий рационального анализа теряет силу на фоне множества иррациональных философских течений. Вероятно, одним из немногих востребованных методов философской рефлексии в условиях современной цивилизации, основанной на идеале разносторонне развитой личности, является метод экзистенциального переживания" [4, с. 87–88].

Возможность экзистенциального переживания множества ситуаций и ролей за короткий срок, которое теряет в достоверности, но даёт преимущество одновременного доступа к целому спектру эмоций, жизненных стилей, мотивов выбора поведенческих стратегий дают, помимо игры, средства массовой коммуникации. Имитационная природа СМК также позволяет возводить их к игре как более общей (абстрактной) категории (в данном случае речь может идти о таком её виде, как игра-мимесис). Благодаря художественной типизации кино, литература, телепередача становятся чрезвычайно действенным средством распознавания (а также создания, распространения, закрепления) присутствующих в обществе ценностных ориентаций и установок: "герой вводится в ситуацию, предельно обнажающую суть аксиологического конфликта. Средством создания "предельности" может служить введение магического предмета, фантастического технологического устройства или специфика пространственно-временного устройства мира. <...> "Предельность" выполняет ... функцию сбрасывания эмпирической обыденности ..., сглаживающей ту или иную аксиологическую проблему, маскирующей её иногда до полной невидимости" [4, с. 88].

Задача данной статьи – ответ на вопрос о том, насколько благоприятен образ домашнего пространства в современной "игровой" культуре. Её важными признаками становятся и способность дома к трансформации, и мобильность, вызванная ростом номадических тенденций, и попытки возврата к прошлому (рост руральности и почвенничества в общественных настроениях), а также категория риска, результатом которого становится та или иная реализация в пространстве дома идеи "выживания". Поэтому в первую очередь речь идёт о соотношении в современном развлекательном кинематографе (мы намеренно отбрасываем арт-хауз, "кино-не-для-всех") жанров, основанных на эстетических категориях "прекрасного" и "ужасного".

Таблица 2. Распределение в подборке фильмов по странам-производителям

		Частота	Процент
Валидные	СССР	55	9,6
	Славянские страны, включая Россию	51	8,9
	Европа	142	24,8
	США и Канада	245	42,8
	Австралия, Новая Зеландия, ЛатАмерика	18	3,1
	Азия и Африка, включая совместные с Европой	61	10,7
	Итого	572	100,0

Источник: составлено автором

Они позволяют зрителю очертить границы потребительского жилищного стандарта, выше которых наблюдается "престижное потребление", а ниже которых – устойчивые лишения, то есть депривация. В границах этого стандарта присутствует высокая вариативность оценок жилищных условий, связанная с их многокомпонентностью. Поэтому достаточно сложно не только оценить обоснованность предельно низкой удовлетворённости, но и механизм перехода от просто неудовлетворённости к фрустрации. Это невозможно сделать вне анализа культурных паттернов жилья, задающих рамки его восприятия и оценивания в конкретной социальной ситуации как соответствующего или не соответствующего потребительскому стандарту, вне выявления её важнейших дискриминант.

Материалы и методы

Сбор репрезентаций *дома* в массовой кинопродукции осуществлён нами методом контент-анализа названий фильмов, содержащих лексемы "дом", "жилье", "жилище", "квартира", "комната" и т.д. (синонимы и близкие по смыслу слова и выражения с учётом этнолингвокультурного варьирования наименований различных типов жилищ в различных языках), а также аннотаций к ним, размещённых в каталоге фильмов на сайте <https://my-hit.org>. На момент поиска (14.08.2017) по запросу "дом" в данном каталоге нами было обнаружено 9452 метаописания. Методом основного массива, отфильтровывая описания, где *дом* представлен в метафорическом или неосновном значении (например, "Позор дома Романовых" 1917 г. или документальный фильм 2009 г. "Дом", посвящённый антропогенному воздействию на Землю), избавляясь от дубликатов, мы отобрали 572 единицы наблюдения. Дальнейшая обработка состояла в формализации данных путём кодификации значений переменных, относящихся как к самому контенту (характеристикам изображённых в фильмах домов), так и к коммуникативному процессу (год выхода фильма, его жанр, рейтинг в соответствии с выставленными зрителями онлайн-оценками, страна-производитель).

В группу переменных, относящихся к образу дома, нами введены следующие. Числовая порядковая *Защищённость*: упоминаются ли в названии фильма элементы, подчёркивающие опасность/безопасность проживания, пребывания в доме или его посещения, с тремя градациями: "подчёркивается незащищённость", "нет упоминаний", "подчёркивается защищённость". Числовая дихотомическая *Инженерно-строительные признаки*: упоминаются ли в названии материал дома, конструктивные элементы, технические, архитектурные, дизайнерские решения, со значениями "нет" и "да". Числовая порядковая *Обитаемость*: составляет ли это важный смыслообразующий элемент названия, со значениями "не упоминается", "брошенное или нежилое помещение", "жилье временное или сезонного использования", "используемое для постоянного проживания". Числовая дихотомическая *Размер жилищ*:

Таблица 3. Зрительские оценки фильмов, где важным элементом системы образов является дом: средние для выделенных временных интервалов

Временные интервалы	N	Среднее	Стд. отклонение
1,00	9	94,44	16,67
2,00	22	96,73	9,24
3,00	41	96,12	10,68
4,00	111	86,49	26,53
5,00	211	82,48	26,42
6,00	177	70,73	26,93
Итого	571	81,33	26,46

Источник: составлено автором

упоминается ли он в названии, со значениями "нет" и "да". Числовая дихотомическая *Индивидуальный/Многоквартирный*: упоминается ли в названии фильма признак принадлежности дома к индивидуальному или многоквартирному жилфонду, со значениями "нет" и "да". Числовая дихотомическая *Старость жилища*: упоминается ли в названии срок функционирования, или срок существования, или время постройки, или завершённость строительства дома, со значениями "нет" и "да". Числовая дихотомическая *Местоположение жилища*: упоминается ли оно в названии, со значениями "нет" и "да". Числовая дихотомическая *Принадлежность жилища*: упоминаются ли в названии притяжательные местоимения ("мой", "твой", "свой" и пр.) или иные маркёры собственности (напр., триллер 1995 г. "Дом, который купила Мэри"), со значениями "нет" и "да". Наконец, числовая порядковая *Эмоция*: присутствуют ли в названии оценочные слова либо экспрессивно окрашенные эмоционально-оценочные эпитеты, со значениями "резко отрицательная оценка/эмоция", "шок, удивление, растерянность, интерес", "нет выражений оценки/эмоции", "однозначно положительная оценка/эмоция". В сложных случаях значения отдельных переменных уточнялись с помощью аннотаций (данный ресурс был выбран в качестве основы выборки именно благодаря развёрнутым, подробным описаниям фабулы и характеристик фильмов, в большинстве случаев избавлявших от необходимости их просмотра).

Анализ данных осуществлялся автоматически на базе пакета IBM-SPSS Statistics 20. Основой анализа стали классификационные процедуры. Для решения промежуточных задач применялись непараметрические проверки распределений, оценка корреляционных связей, кросстабуляция.

Для всех задействованных переменных нулевые гипотезы о равной вероятности появления их категорий или нормальности распределения значений отклонены (соответственно по одновыборочному биномиальному или хи-квадрата критерию либо критерию Колмогорова-Смирнова) со значимостью 0,000 на уровне значимости 0,05.

Массив: структура и распределения

Временной отрезок, которым представлена совокупность рассмотренных фильмов, – 1913–2018 гг. Количественная переменная частотности фильмов по годам преобразована в порядковую переменную с шестью интервалами: 1900–1929=1; 1930–1949 = 2; 1950–1969 = 3; 1970–1989 = 4; 1990–2009 = 5; 2010 – до настоящего времени = 6. Периоды становления кинематографа и его современного состояния, безусловно, несопоставимы ни с точки зрения количества фильмов (см. табл. 1), ни жанрового разнообразия, ни социокоммуникативных функций.

Неравномерно и распределение количества фильмов по странам-производителям, которое отражает скорее меру информационного неравенства

Таблица 4. Парные корреляции переменных, характеризующих связь восприятия фильма зрителями с оценочностью названий и жанровой принадлежностью

		Эпитет/Оценка в названии	Образ дома	Рейтинг	
ро Спирмена	Эпитет/Оценка в названии	Коэффициент корреляции	1,000	,533**	,223**
		Знч. (2-сторон)		,000	,000
		N	572	572	572
	Образ дома (по жанру)	Коэффициент корреляции	,533**	1,000	,435**
		Знч. (2-сторон)	,000		,000
		N	572	572	572
	Рейтинг	Коэффициент корреляции	,223**	,435**	1,000
		Знч. (2-сторон)	,000	,000	
		N	572	572	572

** Корреляция значима на уровне 0.01 (2-сторонняя).

Источник: составлено автором

между государствами, чем меру ориентации киноиндустрии на "домашние" ценности. Как видно из *табл. 2*, основную долю информационного пространства, где формируется образ дома, занимают США, с которыми мы объединили и Канаду ввиду единства географического положения и ряда историко-культурных особенностей колонизации континента. Наша доля сопоставима с долей стран Азии и Африки, и даже объединение двух периодов – советского и постсоветского – не позволит говорить о "конкурентоспособности" нашего (русского, славянского) образа дома по сравнению с европейской и – шире – западной моделью.

Распределение жанров в сформированном массиве показывает (см. гистограмму на *рис. 1*), что потоки кинопродукции моделируют в общественном сознании преимущественно тревожный, драматичный, снижающий чувство защищённости образ дома. В общем итоге основную долю занимает драма, а на втором месте оказываются ужасы, далее триллер, после – комедия, детектив и другие жанры. Но если рассмотреть только жанры, указанные первыми, то есть определяющие основную тональность фильма, лидеры поменяются местами, и список возглавят ужасы.

На этом фоне неудивительно, что средняя зрительская оценка фильмов, изображающих домашнее пространство, поступательно снижается, как показывает сравнение средних в *табл. 3*. Если выпущенные с предвоенных лет и до начала 1970-х гг. фильмы получили стабильно высокие оценки (значительно выше среднего для всего массива уровня), то в результате наступившего позднее спада к настоящему времени они оказались такими негативными, что вышали далеко за нижнюю границу контрольного диапазона в 3σ. Усилилась и неоднородность оценок (см. в *табл. 3* рост значений стандартного отклонения).

Этот спад можно было бы объяснить внутренними закономерностями развития массовых коммуникаций (например, зрительской пресыщенностью), если бы не выявленная нами умеренно сильная корреляция между рейтингом фильма и его жанровой принадлежностью, представленная в *табл. 4*. Переменная *Образ дома* – количественная с тремя интервалами ("негативный" – "нейтральный" – "позитивный"). Она является производной от номинальной (текстовой) переменной *Жанр*. Исходя из постулата М. Мак-Люэна "Канал предопределяет содержание" [6], мы поставили в соответствие каждому жанру одно из трёх перечисленных выше значений, имея в виду, что ужасы, триллер, мистика обязательно предполагают возникновение эмоций страха, тоски, неуверенности, гнева, отвращения; мелодрама, романтическая комедия или

Таблица 5. Частные корреляции переменных, характеризующих связь восприятия фильма зрителями с оценочностью названий и жанровой принадлежностью

Переменные		Эпитет/Оценка в названии	Образ Дома	Рейтинг	
Исключённые: Временные интервалы & Год	Эпитет/Оценка в названии	Корреляция	1,000	,537	,258
		Значимость (2-сторон.)		,000	,000
		ст.св.	0	567	567
	Образ Дома	Корреляция	,537	1,000	,402
		Значимость (2-сторон.)	,000		,000
		ст.св.	567	0	567
	Рейтинг	Корреляция	,258	,402	1,000
		Значимость (2-сторон.)	,000	,000	
		ст.св.	567	567	0

Источник: составлено автором

так называемый "семейный" фильм призваны вызывать умиление, надежду, растроганность; детектив же, комедия или драма хотя и вызывают те или иные эмоции, но всё же обыгрывают ситуации, которые заставляют в большей степени думать, чем чувствовать и сопереживать. Как видим, чем чаще перед нами жанр, программирующий положительный образ дома, тем выше и зрительская оценка.

В условиях парциальных корреляций с исключением переменных *Годы*, *Временные интервалы* связь несколько слабеет, но сохраняет и уровень средней силы, и статистическую значимость (см. табл. 5). Почти такой же уровень связи ($r=0,409$; $r_0=0,436$) мы получаем при анализе парных корреляций в условиях взвешивания наблюдений по переменной *Временные интервалы*. Таким образом, около 40% разброса зрительских оценок – независимо от времени создания фильма – обусловлено присутствующим в нем образом дома.

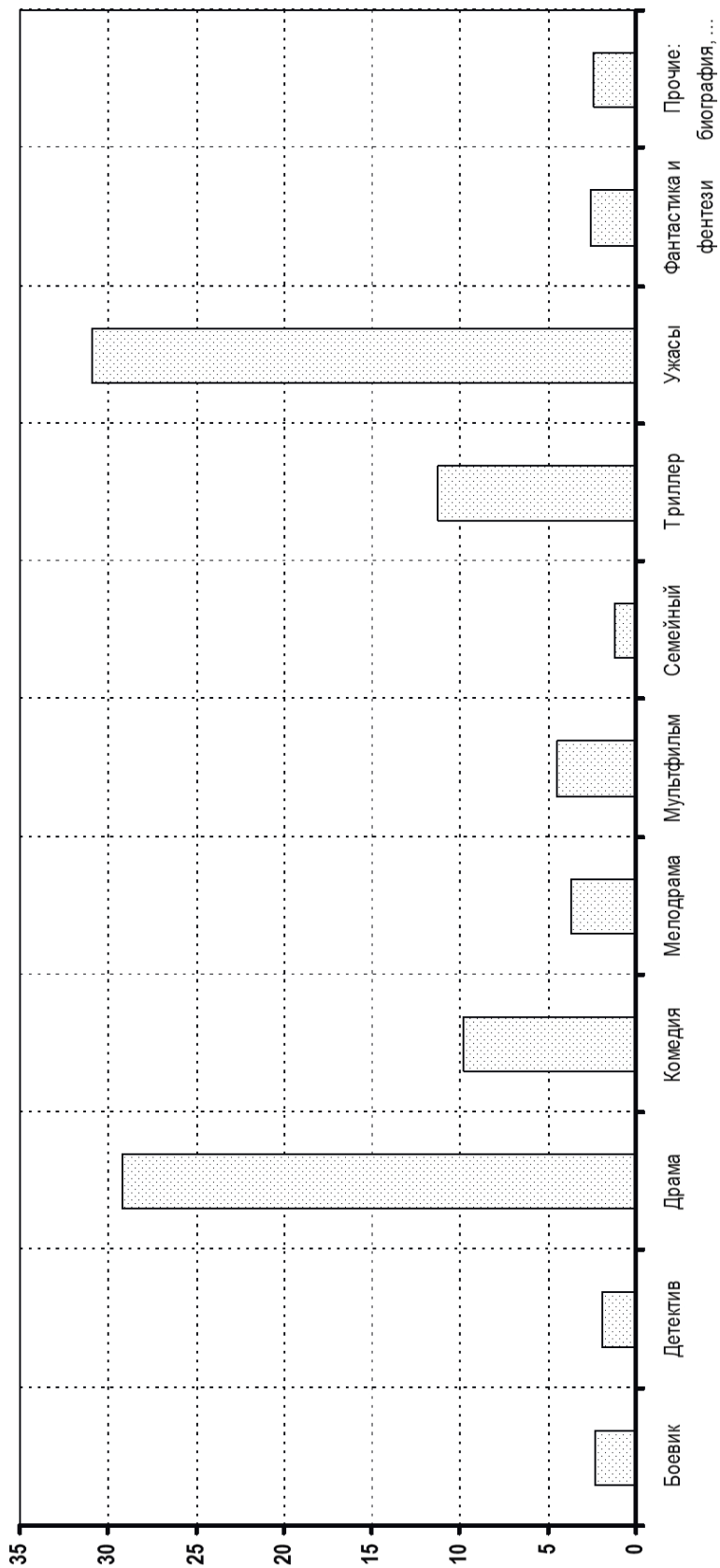
Какие признаки отличают "дом мечты" от адского "дома-монстра", мы выясняли с помощью классификационных процедур.

Итоги классификации "хороших" и "плохих" домов

Кластеризация методом *k* – средних на основе переменных *Рейтинг*, *Образ дома (по жанру)* и *Эмоция/оценка в названии* позволила сгруппировать все единицы массива в два почти одинаковых по объёму кластера: 1 ("идеальный дом") и 2 ("страшный дом"). Доля первого составляет 54,7%, доля второго 45,3%.

Классификация методом *CHAID* признаков принадлежности изображённого жилища к кластеру "страшных" или "идеальных" домов осуществлена на основе всех переменных из блока репрезентаций дома. Оценка риска = 0,323 со стандартной ошибкой 0,020; процент корректных предсказаний 67,7%, в том числе для кластера 1 ("идеальный дом") 72,4%, для кластера 2 ("страшный дом") 27,6%. Трехуровневое дерево классификации (рис. 2) состоит из 10 узлов, количество терминальных узлов 6. Как видим, главным классификационным критерием является безопасность; в случае, если в названии фильма лингвистические маркёры опасности/безопасности жилища отсутствуют, таким критерием становится использование жилого помещения по прямому назначению – постоянного, или сезонного, или временного характера проживания, или же его полной заброшенности (что также косвенно соотносится с критерием безопасности); для жилых помещений важно, к какому типу жилфонда оно относится; для прочих – установлено ли и насколько безоговорочно соблюдается право собственности.

Рисунок 1. Распределение частотности фильмов в подборке по ведущему жанру (только жанры, упомянутые первыми)



Источник: составлено автором

Рисунок 2. Классификаторы оценочности в образе дома

1 кластер – Идеальный, 2 кластер – Страшный

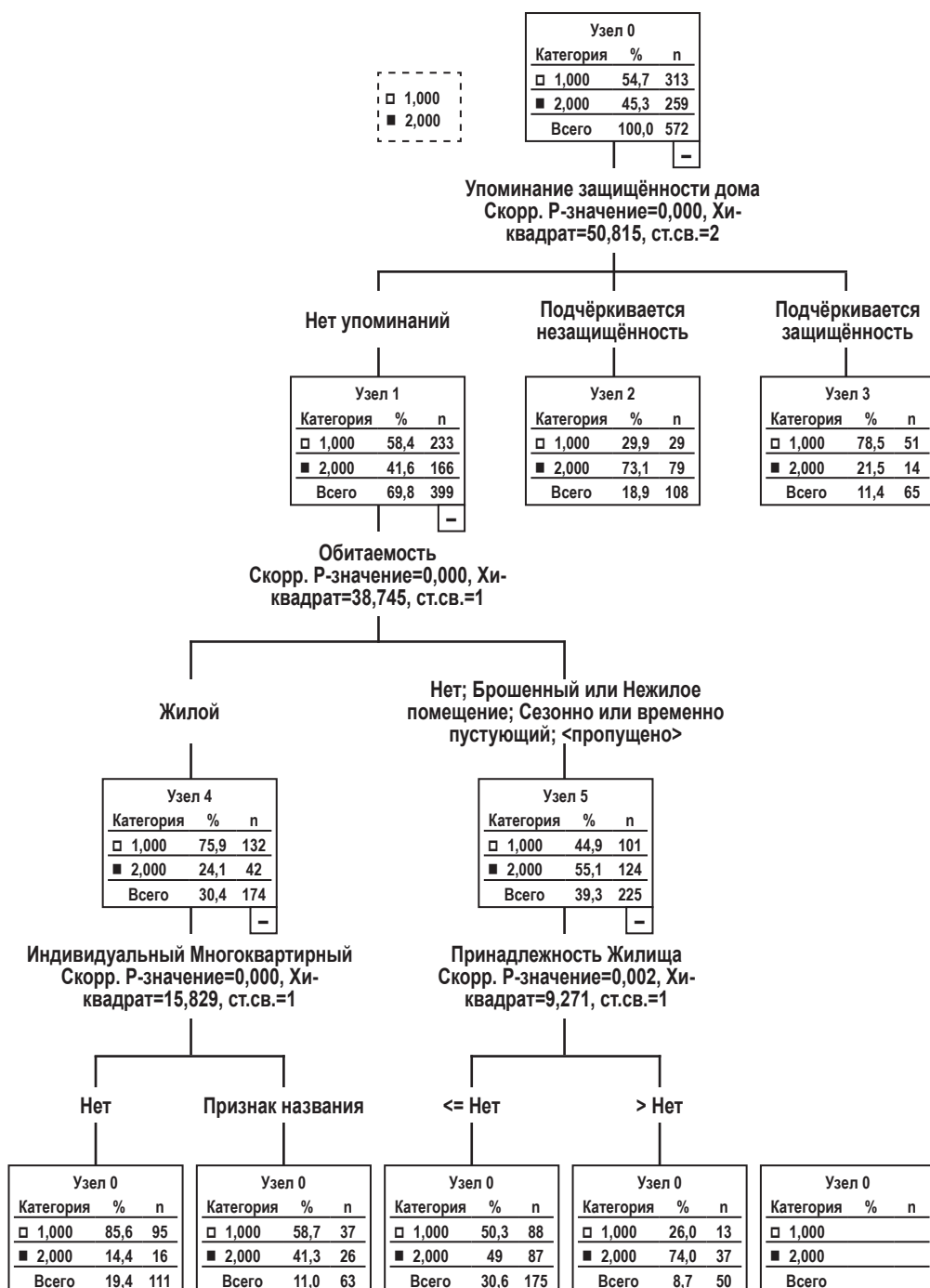


Таблица 6. Сопряжённость частот значений переменных
Временные интервалы * 1 кластер – Идеальный, 2 кластер – Страшный

			1 кластер – Идеальный, 2 кластер – Страшный		Итого
			1	2	
Временные интервалы	1,00	Частота	4a	5a	9
		% в Временные интервалы	44,4%	55,6%	100,0%
	2,00	Частота	11a	11a	22
		% в Временные интервалы	50,0%	50,0%	100,0%
	3,00	Частота	29a	12b	41
		% в Временные интервалы	70,7%	29,3%	100,0%
	4,00	Частота	60a	51a	111
		% в Временные интервалы	54,1%	45,9%	100,0%
	5,00	Частота	114a	97a	211
		% в Временные интервалы	54,0%	46,0%	100,0%
	6,00	Частота	95a	82a	177
		% в Временные интервалы	53,7%	46,3%	100,0%
Итого	Частота	313	258	571	
	% в Временные интервалы	54,8%	45,2%	100,0%	

Каждая подстрочная буква обозначает набор 1 кластер – Идеальный, 2 кластер – Страшный категорий, для которых пропорции столбцов значимо не различаются между собой на уровне ,05.

Источник: составлено автором

Проанализировав соотношение частот в ячейках таблицы сопряжённости 6, мы пришли к выводу об отсутствии выраженной исторической динамики в восприятии дома (аналогичные результаты получены и при взвешивании). Иными словами, мы не можем говорить о том, что негативизация образа окружающего пространства, включая домашнее, наметилась в последние годы или десятилетия и что она спровоцирована ростом политической нестабильности или потоками низкопробной кинопродукции, смакующей различные апокалиптические сценарии. Скорее речь идёт о сосуществовании в массовом сознании "идеала" и "антиидеала" дома – "хорошего", благополучного, счастливого, безопасного, многолюдного, живущего в гармонии с прошлым и будущим (смена поколений, надежды или приятные воспоминания и ностальгическая грусть), и "плохого", уединённого, пустого, угрожающего жизни и здоровью, физическому или психическому, лишаящего сил, свободы, надежд и, в конечном счёте, полностью разрушающего личность.

Как видим, исключение составляет короткий промежуток 1950-х и 1960-х гг., когда с уверенностью можно говорить о доминировании первой, "оптимистической", модели. Такой благодатный для образа дома период может объясняться спецификой культурного потребительского стандарта.

С одной стороны, отчасти сгладилась травма военных лет, набирающее обороты материальное производство привело к росту уровня жизни населения, что позволило Д. Гэлбрайту в 1958 г. назвать США "обществом изобилия" [3]. С другой стороны, в этот период "американская мечта" – уютный односемейный пригородный коттедж – все ещё оставалась мечтой, но мечтой достижимой: общество ещё не перешло к этапу жадного сверхпотребления ради него самого, которое исключает удовлетворённость жилищными услови-

Таблица 7. Сопряжённость Страны * 1 кластер – Идеальный, 2 кластер – Страшный

			1 кластер – Идеальный, 2 кластер – Страшный		Итого
			1	2	
Страны	СССР	Частота	53a	2b	55
		% в Страны	96,4%	3,6%	100,0%
	Славянские страны, включая Россию	Частота	43a	8b	51
		% в Страны	84,3%	15,7%	100,0%
	Европа	Частота	76a	66a	142
		% в Страны	53,5%	46,5%	100,0%
	Штаты и Канада	Частота	90a	155b	245
		% в Страны	36,7%	63,3%	100,0%
	Австралия, Новая Зеландия, Латинская Америка	Частота	8a	10a	18
		% в Страны	44,4%	55,6%	100,0%
	Азия и Африка, включая совместные с Европой	Частота	43a	18b	61
		% в Страны	70,5%	29,5%	100,0%
	Итого	Частота	313	259	572
		% в Страны	54,7%	45,3%	100,0%

Каждая подстрочная буква обозначает набор 1 кластер – Идеальный, 2 кластер – Страшный категорий, для которых пропорции столбцов значимо не различаются между собой на уровне ,05.

Источник: составлено автором

ями в принципе. Последствия этого перехода многократно рассматривались в научной литературе, но для нас представляет интерес анализ этих последствий применительно к жилищной сфере, причём глазами американцев: "Синдром потребления поражает американцев независимо от уровня их доходов, однако его последствия более разрушительно сказываются на бедных людях. Прежде всего, бедные часто являются главными жертвами экологических последствий применения стратегий производства более дешёвых товаров. Ведь они живут большей частью в местах, где уровень загрязнения окружающей среды наиболее высок <...> В то же время значительно повысившийся уровень зарплаты лидеров новой "информационной экономики" привёл к ужесточению конкуренции на рынке недвижимости, в результате чего цены на жильё стали недостижимыми даже для людей со средними доходами. Многие вынуждены покидать места, где они и их семьи прожили всю жизнь.

Наконец, бедных дразнят телевизионными программами и рекламой, где перед ними мелькают образы потребительских стандартов, которые считаются типичными для среднестатистического американца, но достичь которых у бедных людей нет никакой возможности — кроме, быть может, ограбления банка или выигрыша в лотерею" [2].

Как видно из таблицы сопряжённости 7, европейский кинематограф (куда мы не включали славянские страны) не выказывает тяготения к той или иной модели, равно как несвойственно это и Австралии, Новой Зеландии и Латинской Америке (результаты аналогичны и при взвешивании по переменным *Временные интервалы* и *Страны*). СССР, современной России и другим славянским странам несвойственно конструирование образа "страшного" дома, что сближает их со странами азиатского региона (фильмов с африканского континента в подборке почти нет). На этом фоне США и Канада стоят

Таблица 8. Сопряжённость Страны * Допустимость детской аудитории

		Допустимость детской аудитории			
		Предназначен для детской аудитории	Не предназначен для детской аудитории	Итого	
Страны	СССР	Частота	13a	42b	55
		% в Страны	23,6%	76,4%	100,0%
	Славянские страны, включая Россию	Частота	6a	45a	51
		% в Страны	11,8%	88,2%	100,0%
	Европа	Частота	10a	132b	142
		% в Страны	7,0%	93,0%	100,0%
	Штаты и Канада	Частота	30a	215a	245
		% в Страны	12,2%	87,8%	100,0%
	Австралия, Новая Зеландия, Латинская Америка	Частота	0a	18a	18
		% в Страны	0,0%	100,0%	100,0%
	Азия и Африка, включая совместные с Европой	Частота	11a	50a	61
		% в Страны	18,0%	82,0%	100,0%
	Итого	Частота	70	502	572
		% в Страны	12,2%	87,8%	100,0%

Каждая подстрочная буква обозначает набор Допустимость детской аудитории категорий, для которых пропорции столбцов значимо не различаются между собой на уровне ,05.

Источник: составлено автором

особняком: очевидно доминирование в информационном пространстве именно той кинопродукции, в которой дом страшен, опасен, ненадёжен, уродлив, связан с тёмными потусторонними силами или скрывает за фасадом внешней благопристойности какие-то ужасные или постыдные тайны. Внутри такого дома обитает зло: в мистически окрашенных жанрах его воплощает демон или призрак, а если жанр оперирует рационалистическими категориями, зло персонифицируется в образе безумного маньяка.

70 единиц (12,2% всей подборки) относятся к жанрам, предполагающим детскую аудиторию: мультфильмы, "семейные" и разножанровые фильмы, включая ужасы, с пометкой "детские". В составе всех ориентированных на детскую аудиторию фильмов кластер 2 (со "страшными" домами) занимает 10%. И, как видно из таблицы сопряжённости 8, последовательная дифференциация контента "детских" и "недетских" жанров присуща, кроме СССР, только неславянским странам Европы. Современная Россия в этом отношении, как видим, не отличается от стран, сформировавших узнаваемые стили хоррора, – США и Японии.

Именно эта тенденция представляет собой ярко выраженную приметку современности. Создание детских фильмов в классической стилистике мистического триллера обозначилось с 1990-х гг. Наиболее яркие и коммерчески успешные (красочные, с талантливыми актёрами, неожиданными сюжетными поворотами) образцы – "Белоснежка: Страшная сказка" (1997), "Братья Гримм" (2005), "Красная Шапочка" (2011 – США, Канада; 2015 – США); "Гензель и Гретель" (во множестве вариантов). Таблица сопряжённости 9 отчёт-

Таблица 9. Допустимость детской аудитории * 1 кластер – Идеальный, 2 кластер – Страшный

Временные интервалы				1 кластер Идеальный, 2 кластер - Страшный		Итого
				1	2	
1,00	Допустимость детской аудитории	Не предназначен для детской аудитории	Частота	4a	5a	9
			% в Допустимость детской аудитории	44,4%	55,6%	100,0%
	Итого		Частота	4	5	9
			% в Допустимость детской аудитории	44,4%	55,6%	100,0%
2,00	Допустимость детской ауди- тории	Предназначен для детской аудитории	Частота	4a	0b	4
			% в Допустимость детской аудитории	100,0%	0,0%	100,0%
		Не предназначен для детской аудитории	Частота	18a	22b	40
			% в Допустимость детской аудитории	45,0%	55,0%	100,0%
	Итого		Частота	22	22	44
			% в Допустимость детской аудитории	50,0%	50,0%	100,0%
3,00	Допустимость детской ауди- тории	Предназначен для детской аудитории	Частота	15a	3a	18
			% в Допустимость детской аудитории	83,3%	16,7%	100,0%
		Не предназначен для детской аудитории	Частота	72a	33a	105
			% в Допустимость детской аудитории	68,6%	31,4%	100,0%
	Итого		Частота	87	36	123
			% в Допустимость детской аудитории	70,7%	29,3%	100,0%
4,00	Допустимость детской ауди- тории	Предназначен для детской аудитории	Частота	48a	0b	48
			% в Допустимость детской аудитории	100,0%	0,0%	100,0%
		Не предназначен для детской аудитории	Частота	192a	204b	396
			% в Допустимость детской аудитории	48,5%	51,5%	100,0%
	Итого		Частота	240	204	444
			% в Допустимость детской аудитории	54,1%	45,9%	100,0%
5,00	Допустимость детской ауди- тории	Предназначен для детской аудитории	Частота	150a	15b	165
			% в Допустимость детской аудитории	90,9%	9,1%	100,0%
		Не предназначен для детской аудитории	Частота	420a	470b	890
			% в Допустимость детской аудитории	47,2%	52,8%	100,0%
	Итого		Частота	570	485	1055
			% в Допустимость детской аудитории	54,0%	46,0%	100,0%

6,00	Допустимость детской аудитории	Предназначен для детской аудитории	Частота	84a	18b	102
			% в Допустимость детской аудитории	82,4%	17,6%	100,0%
		Не предназначен для детской аудитории	Частота	486a	474b	960
			% в Допустимость детской аудитории	50,6%	49,4%	100,0%
	Итого	Частота	570	492	1062	
		% в Допустимость детской аудитории	53,7%	46,3%	100,0%	

Каждая подстрочная буква обозначает набор 1 кластер – Идеальный, 2 кластер – Страшный категорий, для которых пропорции столбцов значимо не различаются между собой на уровне ,05.

Источник: составлено автором

ливо показывает эту зависимость на основе взвешенного и разделённого по переменной Временные *интервалы* массива наблюдений.

Приобщаясь к формированию картины мира ребёнка, массовая кинопродукция, таким образом, содействует развитию негативной территориальности, ядром которой является образ дома как первого и ближайшего пространства, окружающего ребёнка и служащего основой дальнейшего моделирования абсолютно всех пространственных и социально-пространственных связей и отношений [7].

Выводы

Массовый кинематограф, выполняя функцию канализации и сброса негативных социально-психологических состояний [11], впечатлений от шокирующих исторических событий (например, войн, террористических актов или напугавших преступлений), имеет и негативный эффект снижения уверенности людей в том, что они защищены даже в пределах собственного дома. Доминирует в массовом сознании "дом в стиле хоррор", что можно считать одним из факторов формирования особых нервных расстройств – ойкофобий (в узком значении – боязнь собственного дома, в широком – пространственные страхи вообще). Это тем более вероятно, что, как мы показали, основную долю информационного пространства занимает кинопродукция США, где в изображении дома в фильмах, не предназначенных для детского просмотра и специально предназначенных для него (мультфильм, детский, семейный, в том числе в сочетании с жанрами "фантастика", "фэнтези", "комедия"), отсутствует избирательность (чем грешит и современный отечественный кинематограф). Наметившаяся тенденция к созданию ориентированных на детскую аудиторию фильмов, основанных на эстетической категории страшного, позволяет ожидать в ближайшем будущем следует укрепления "антидомашних" ценностей, усиления ойкофобных состояний, роста тревожности в обществе.

Наша догадка о связи сверхпотребления с демонизацией дома в массовой культуре переключается с замечанием американского литературоведа о том, что "дом с призраками" в американской литературе представляет собой извращённую "американскую мечту", отличаясь от классического готического рассказа полным устранением из поля рассмотрения качества, обстоятельств, образа жизни семьи и наделением самого дома сознанием и самостоятельной злой волей [9]. Неслучайно хоррор все меньше нуждается в обосновании того, почему несчастье поражает конкретную семью: "вина" или ошибка состоят уже в том, что они "соблазнились", прельстились рекламной обёрткой, меняющей приоритеты (дом для семьи или семья для дома). Однако жизненная ситуация, особенности потребительских, в том числе жилищных, установок жителей "демонических домов" в кинохорроре, равно как и система признаков, с помощью которых маркируется "антиидеал" жилищной культуры, ещё ждут своего анализа.

Литература

1. Башляр Г. Дом от погребя до чердака. Смысл жилища // Логос. 2002. № 3 (43). С. 1–26.
2. Грааф, Д. де, Ванн, Д., Нейлор, Т.Х. Потреблятьство. Болезнь, угрожающая миру [Электронный ресурс]. URL: http://www.e-reading.club/bookreader.php/10416/Vann_de_Graaf_Neilor_-_Potreblyatstvo_Bolezn'_ugrozhayushchaya_miru.html (дата обращения: 24.12.2017).
3. Гэлбрайт Д.К. Новое индустриальное общество. Избранное (сборник). М.: Эксмо, 2008. 1200 с. (Антология экономической мысли).
4. Капустина Е.В. Фантастика как социально-философский феномен // Вестник Чувашского университета. 2008. № 1. С. 85–90.
5. Корень Р.В. Фундаментальная культурология как наука выживания и её смысловая аналогия богословской сотереологии // NB: Философские исследования. 2013. № 12. С. 82–134.
6. Маклюэн Г.М. Понимание Медиа. Внешнее расширение человека (пер. с англ. В. Николаева). 2-е изд. М.: Гиперборея. Кучково поле. 2007. 464 с.
7. Осорина М.В. Секретный мир детей в пространстве мира взрослых [Электронный ресурс]. URL: <http://экофера-человека.рф/d/399698/d/m.v.-osorinasekretnyy-mir-detej.pdf> (дата обращения: 16.02.2017).
8. Хейзинга И. Homo ludens. Человек играющий / Сост., предисл. и пер. с нидерл. Д.В. Сильвестрова; Коммент., указатель Д. Э. Харитоновича. СПб.: Изд-во Ивана Лимбаха, 2011. 416 с.
9. Bailey D.F. The Haunted House formula in American fiction. Аннотация диссертации [Электронный ресурс]. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=5488299> (дата обращения: 26.12.2017).
10. Pronovost G. Introduction: Time in a Sociological and Historical Perspective // International Social Sciences Journal. 1986. Vol. 38. No. 1 (107). P. 5–18.
11. Skotarczak D. Film jako odzwierciedlenie nastrojów społecznych. Związek między filmem a kondycją psychiczną jednostki // Człowiek i społeczeństwo. T. XII. Poznan: Univ. Adama Mickiewicza w Poznaniu, 1995. T. 12. S. 75–883.

Транслитерация по ГОСТ 7.79-2000 Система Б

1. Bashlyar G. Dom ot pogreba do cherdaka. Smysl zhilishha // Logos. 2002. № 3 (43). S. 1–26.
2. Graaf, D. de, Vann, D., Neilor, T.KH. Potreblyatstvo. Bolezn', ugrozhayushhaya miru [EHlektronnyj resurs]. URL: http://www.e-reading.club/bookreader.php/10416/Vann_de_Graaf_Neilor_-_Potreblyatstvo_Bolezn'_ugrozhayushchaya_miru.html (data obrashheniya: 24.12.2017).
3. Gehlbrajt D.K. Novoe industrial'noe obshhestvo. Izbrannoe (sbornik). M.: EHksmo, 2008. 1200 s. (Antologiya ehkonomicheskoy mysli).
4. Kapustina E.V. Fantastika kak sotsial'no-filosofskij fenomen // Vestnik CHuvashskogo universiteta. 2008. № 1. S. 85–90.
5. Koren' R.V. Fundamental'naya kul'turologiya kak nauka vyzhivaniya i eyo smyslovaya analogiya bogoslovskoj sotereologii // NB: Filososfskie issledovaniya. 2013. № 12. S. 82–134.
6. Maklyuehn G.M. Ponimanie Media. Vneshnee rasshirenie cheloveka (per. s angl. V. Nikolaeva). 2-e izd. M.: Giperboreya. Kuchkovo pole. 2007. 464 s.
7. Osorina M.V. Sekretnyj mir detej v prostranstve mira vzroslykh [EHlektronnyj resurs]. URL: <http://ehkosfera-cheloveka.rf/d/399698/d/m.v.-osorinasekretnyy-mir-detej.pdf> (data obrashheniya: 16.02.2017).
8. KHyojzinga J. Homo ludens. CHelovek igraushhij / Sost., predisl. i per. s niderl. D.V. Sil'vestrova; Komment., ukazatel' D. EH. KHaritonovicha. SPb.: Izd-vo Ivana Limbakha, 2011. 416 s.
9. Bailey D.F. The Haunted House formula in American fiction. Annotatsiya dissertatsii [EHlektronnyj resurs]. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=5488299> (data obrashheniya: 26.12.2017).
10. Pronovost G. Introduction: Time in a Sociological and Historical Perspective // International Social Sciences Journal. 1986. Vol. 38. No. 1 (107). P. 5–18.
11. Skotarczak D. Film jako odzwierciedlenie nastrojów społecznych. Związek między filmem a kondycją psychiczną jednostki // Człowiek i społeczeństwo. T. XII. Poznan: Univ. Adama Mickiewicza w Poznaniu, 1995. T. 12. S. 75–883.

Казакова А.Ю. Образ дома в массовой кинопродукции: оценки, классификаторы, модели.

Массовый кинематограф рассматривается как источник моделирования образа жилища в культуре современного общества. Методом контент-анализа фильмов, где частью системы образов является дом как жилище (n=572), определяется частотность репрезентаций образа "плохого" и "хорошего" домов и выявляются их классификационные признаки. Главный классификатор – безопасность. Доли "страшного" и "идеального" домов в массиве почти равны, и это соотношение устойчиво во времени. Тенденция к созданию детских фильмов в стилистике хоррора позволяет ожидать укрепления "антидомашних" ценностей, усиления ойкофобных состояний, роста тревожности в обществе.

Ключевые слова: жилище, массовая культура, кинематограф, массовая тревожность, территориальность, ойкофобия

Kazakova A.Yu. Image of the House in a mass film production: estimates, classifiers and models.

The mass-film are analyzed as a source of simulation of the image of the home in contemporary society and culture, which can be described in terms of games, risk, consumption and survival. Based on content analysis of films, where a building as a dwelling is the part of images (n=572), we determined the frequency representations of the image of "bad" and "good" houses and their classification features. The main classifier is safety. The shares of "terrible" and "perfect" houses in the data array were almost equal and and this ratio is stable in time. Since there is a tendency to create films in a traditional "children's" genre, but in the style of horror, strengthening "antidomestic" values, increasing oikophobia state of consciousness, growth of anxiety in society should be expected in the nearest future.

Key words: housing, mass culture, cinema, mass anxiety, locality, oikophobia

Для цитирования: Казакова А.Ю. Образ дома в массовой кинопродукции: оценки, классификаторы, модели // Ойкумена. Регионоведческие исследования. 2018. № 4. С. 118–132. DOI: 10.24866/1998-6785/2018-4/118-132

For citation: Kazakova A.Yu. Image of the House in a mass film production: estimates, classifiers and models // Ojkumena. Regional researches. 2018. № 4. P. 118–132. DOI: 10.24866/1998-6785/2018-4/118-132

