



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ГУМАНИТАРНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ЮУрГГПУ»)

ФАКУЛЬТЕТ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ
КАФЕДРА АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА И МЕТОДИКИ ОБУЧЕНИЯ
АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ

**Образ «взрослого ребёнка» и его отображение в поп-культуре
конца XX - начала XXI веков**

**Выпускная квалификационная работа по направлению
44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки)**
код, направление

Направленность программы бакалавриата

«Английский язык. Иностранный язык»

Форма обучения очная

Проверка на объем заимствований:

87% авторского текста

Работа рекомендована к защите

«22» июня 2020 г.

зав. кафедрой, кандидат

филологических наук, доцент

Кунина Н.Е.

Выполнила:

Студентка группы ОФ-503-088-5-1

Бабаева Алина Нодиржоновна

Научный руководитель:

кандидат филологических наук,

доцент

Мошкович Вера Викторовна

Челябинск

2020

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ ИССЛЕДОВАНИЯ.....	6
1.1 Понятие образа в литературе и средства его создания	6
1.2 Термин «поп-культуры»	13
1.3 Образ «взрослого ребёнка» в психологии.....	17
1.4 Интерпретация образа «взрослого ребёнка» в разных культурах мира	21
1.5 Образ «взрослого ребёнка» в контексте современного информационного пространства	27
Выводы по главе 1.....	33
ГЛАВА 2. АНАЛИЗ ОТОБРАЖЕНИЯ ОБРАЗА «ВЗРОСЛОГО РЕБЁНКА» В ПОП-КУЛЬТУРЕ XX-XXI ВЕКОВ.....	34
2.1 Раскрытие образа кидалта в кинематографе.....	34
2.2 Раскрытие образа кидалта в музыке.....	44
2.3 Сопоставительный анализ характеристик и средств создания образа «взрослого ребёнка» в поп-культуре	51
Выводы по главе 2	58
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	59
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	62
ПРИЛОЖЕНИЕ 1	66
ПРИЛОЖЕНИЕ 2	69

ВВЕДЕНИЕ

Современное общество переживает новую ступень развития, на которой дети и подростки задают тон культуре потребления, влияют на медиа-пространство и формируют желания и поведенческие паттерны взрослых. Современного взрослого человека эпохи постмодернизма характеризует беспрецедентный уровень инфантилизма. Он гонится за эстетикой и образом жизни молодых людей, живёт «одним днём», откладывает или вовсе избегает те жизненные этапы, которые традиционно признавались обществом как достижение зрелости. Классические парадигмы зрелости устарели и являются неэффективными. Более того, современные поведенческие модели не только встречают социальное одобрение, но и постоянно культивируются СМИ.

Тема нашей работы вызывает интерес, однако является малоизученной. Её **актуальность** заключается в уникальности наблюдения и исследования образа «взрослого ребёнка» на примере современного поколения молодых людей, а также с помощью различных каналов СМИ. Кроме того, с языковой точки зрения образ «взрослого ребёнка» ещё не был подробно рассмотрен в контексте современной поп-культуры.

Целью данной работы является выявление и анализ общих характеристик и стилистических средств для создания образа «взрослого ребёнка» в поп-культуре конца XX – начала XXI веков. В соответствии с целью исследования, мы определили следующий ряд **задач**:

1. Изучить и проанализировать теоретический материал по теме исследования.
2. Рассмотреть особенности термина «кидалт» в различных культурах мира.
3. Исследовать использование термина «кидалт» в контексте поп-культуры.

4. Провести анализ полученных результатов и подвести итоги работы.

Объектом исследования выступает образ «взрослого ребёнка» в поп-культуре.

Предметом исследования являются выразительные средства, используемые для отображения образа «взрослого ребёнка».

В ходе работы были сформированы следующие **положения**:

1. Образ кидалта в поп-культуре и сознании людей является преимущественно негативным.

2. Основными характеристиками кидалта в поп-культуре являются незрелость, беспечность, безответственность, неуверенность и страх перед будущим.

3. Образ кидалта в поп-культуре создается в основном при помощи таких средств выразительности, как: эпитеты, сравнения, гиперболы и метафоры.

В работе были использованы следующие **методы исследования**: метод лингвистического наблюдения и описания, метод произвольной выборки (для отбора примеров из фильмов и текстов песен), элементы статистического анализа (для итогового подсчёта процентов по результатам опроса), метод обобщения, метод анкетирования, элементы ассоциативного эксперимента.

Научная новизна заключается в исследовании языковых средств для создания образа «взрослого ребёнка» в поп-культуре.

Теоретической базой исследования послужили труды таких ученых как Уильям Штраус и Нил Хау, Джеффри Арнетт, Кэтлин Шапутис, Карл Густав Юнг, Эрик Хомбургер Эриксон, Фрэнк Фуреди, Джакомо Бернардини и другие.

Практическим материалом для исследования послужили фильмы и музыка конца XX – начала XXI веков.

Теоретическая значимость работы состоит в обработке и анализе теоретического материала.

Практическая значимость заключается в возможности применения результатов исследования на занятиях и курсах английского языка.

Материал исследования изложен в следующей последовательности:

- введение,
- 2 главы,
- заключение,
- библиографический список,
- приложения (методическая разработка, таблицы теории поколений в США и России).

Во введении дается обоснование актуальности работы, определяются цели, задачи, объект и предмет исследования.

В первой главе рассматриваются теоретические основы исследования, включающие: раскрытие понятий «образ» и «поп-культура», а также некоторых средств художественной выразительности, трактовка образа кидалта в психологии, разных культурах мира и контексте современного информационного пространства.

Во второй главе приводятся примеры образа «взрослого ребёнка» в кинематографе и музыке с дальнейшим анализом. Помимо этого, мы представляем сопоставительный анализ материала, найденного в поп-культуре, с данными проведенного нами опроса.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ ИССЛЕДОВАНИЯ

1.1 Понятие образа в литературе и средства его создания

Художественный образ – одна из самых многогранных и сложных литературоведческих и философских категорий. Образ исследуется не только литераторами и философами, но и мифологами, антропологами, лингвистами, историками и психологами. Он является одной из важнейших категорий эстетики, определяющих суть и специфику искусства. Искусство часто понимается как мышление в образах и противопоставляется концептуальному мышлению, возникшему на более позднем этапе человеческого развития.

Образное мышление составляет основу человеческого мироощущения, в котором отражается действительность. Образ передает реальность и в то же время создаёт новый вымышленный мир, который воспринимается людьми как существующий на самом деле.

Когда речь идёт о художественных образах, обычно подразумевают образы действующих лиц произведения, а именно – людей. Однако в понятие «художественный образ» часто включаются также различные предметы или явления, изображённые в произведении. В подобных случаях предлагается говорить об образной детали, каковой может быть дерево (например, «образ дуба» в «Войне и мире» Л. Толстого), и об идее, теме или проблеме народа («образ народа» в том же романе-эпосе Толстого). Следовательно, в понятие «художественный образ» могут быть включены лишь изображения персонажей-людей. В иных же случаях употребление этого термина предполагает некоторую долю условности.

Для отечественного литературоведения характерен подход к образу как к живому и целостному организму. В сравнении с западной наукой понятие «образа» в русском и советском литературоведении само по себе является более многозначным, имея менее дифференцированную сферу употребления. Вся полнота значений русского понятия «образ» может

быть отражена целым рядом англо-американских терминов, например: термин «image» (образ) имеет гораздо более узкий и специальный смысл, «symbol» (употребляется шире, чем русский «символ», в значении «образ» вообще, с подчеркнутым моментом художественной условности), «copy» (копия, жизнеподобный образ), «fiction» (фикция, вымышленный образ), «figure» (образ в переносном, фигуральном значении), «icon» (иконический, изобразительный знак) и пр. [1].

По характеру обобщённости художественные образы можно разделить на индивидуальные, характерные, типические, образы-мотивы, топосы и архетипы.

Индивидуальные образы характеризуются самобытностью. Они обычно являются плодом воображения писателя. Индивидуальные образы чаще всего встречаются у романтиков и писателей-фантастов. Таковы, например, Квазимодо в «Соборе Парижской Богоматери» В. Гюго, Демон в одноименной поэме М. Лермонтова, Воланд в «Мастере и Маргарите» М. Булгакова.

Характерный образ, в отличие от индивидуального, является обобщающим. В нём содержатся общие черты характеров и нравов, присущие многим людям определённой эпохи и её общественных сфер (персонажи «Братьев Карамазовых» Ф. Достоевского, пьес А. Островского, «Саги о Форсайтах» Дж. Голсуорси).

Типичный образ представляет собой высшую ступень образа характерного. Типичное – это наиболее вероятное, образцовое для определенной эпохи. Изображение типичных образов было одной из главных целей, равно как и достижений, реалистической литературы XIX века. Примерами таких типичных образов могут выступать: Анна Каренина и Платон Каратаев Л. Толстого, мадам Бовари Г. Флобера и др. Порой в художественном образе могут быть запечатлены как социально-исторические приметы эпохи, так и общечеловеческие черты характера

того или иного героя (так называемые вечные образы) – Дон Кихот, Дон Жуан, Гамлет, Обломов.

Образы-мотивы и топосы выходят за рамки индивидуальных образов-героев. Образ-мотив – это устойчиво повторяющаяся в творчестве какого-либо писателя тема, выраженная в различных аспектах с помощью варьирования наиболее значимых ее элементов («деревенская Русь» у С. Есенина, «Прекрасная Дама» у А. Блока).

Топос (греч. *topos* – место, местность) обозначает общие и типичные образы, создаваемые в литературе целой эпохи, нации, а не в творчестве отдельного автора. Примером может служить образ «маленького человека» в творчестве русских писателей – от А. Пушкина и Н. Гоголя до М. Зощенко и А. Платонова.

В последнее время в литературе очень широко используется понятие «архетип» (греч. *arche* – начало и *typos* – образ). Впервые этот термин встречается у немецких романтиков в начале XIX века, однако широкое распространение он приобрёл благодаря работам швейцарского психолога К. Юнга. Он понимал архетип как общечеловеческий образ, бессознательно передающийся из поколения в поколение. Чаще всего архетипами являются мифологические образы, которые обитают в подсознании человека, независимо от его национальности, образования или вкусов.

Философы и литераторы, определявшие искусство как «мышление в образах», несколько упрощали сущность и функции художественного образа. Тем не менее, очевидно, что посредством образов не только мыслят, но и чувствуют, не только «отражают» действительность, но и творят особый эстетический мир, тем самым изменяя и облагораживая мир реальный.

Функции, выполняемые художественным образом, многочисленны и чрезвычайно важны. Они включают в себя эстетические, познавательные, воспитательные, коммуникативные и др.

Структура художественного образа одновременно и консервативна, и изменчива. Любой художественный образ включает в себя как реальные впечатления автора, так и вымысел. Однако по мере развития искусства соотношение между этими составляющими меняется. Так, в образах литературы эпохи Возрождения на первый план выдвигаются титанические страсти героев, в эпоху Просвещения объектом изображения преимущественно становится «естественный» человек и рационализм, в реалистической литературе XIX века писатели стремятся к всестороннему охвату действительности, открывая для себя противоречивость человеческой природы, и т. д.

Многозначность и широкая употребительность русского термина «образ», богатство его лексических оттенков и этимологических соответствий делают его центральной категорией отечественной эстетики, позволяющей связать воедино разные аспекты художественного творчества и понять их терминологическую соотнесённость – как отражение целостной и многогранной природы самого художественного образа.

Образность во многом определяется впечатлениями, которые создаются при чтении того или иного произведения. В художественной литературе и поэзии выделяют особые приемы, создающие эту образность с помощью специальных средств выразительности. Они придают речи яркость, усиливают её эмоциональное воздействие, привлекают внимание читателя или слушателя к высказыванию. Средства речевой выразительности многообразны. Они используются в разных сферах общения: художественной, публицистической, разговорной и т.д. Особую роль средства выразительности играют в художественной речи. Средства художественной выразительности помогают автору создать художественный образ, а читателю войти в мир художественного произведения, чтобы раскрыть авторский замысел.

Мы остановим наше внимание на некоторых художественных тропах. В самом общем (лингвистическом) смысле слова тропы – это слова и выражения, употребляемые в переносном значении. Более широкое (общеэстетическое) понимание гласит, что троп – это любой лексический или лексико-синтаксический прием, делающий речь более выразительной.

Одним из самых популярных тропов является эпитет – слово, определяющее, поясняющее или характеризующее какое-либо свойство или качество понятия, явления или предмета. Эпитет определяет какую-либо сторону или свойство явления лишь в сочетании с определяемым словом, на которое он и переносит свое значение или признаки. Используя эпитет, писатель выделяет те свойства и признаки изображаемого им явления, на которые он хочет обратить внимание читателя. От простого определения эпитет отличает художественная выразительность и образность. Например:

«God! he said quietly. Isn't the sea what Algy calls it: a great sweet mother? The snot-green sea. The scrotum-tightening sea!» (James Joyce, «Ulysses»)

Одним из самых распространённых и часто используемых тропов является сравнение. Общая структурная схема сравнения сводится к формуле А как В. Стилистическое сравнение в английском языке образуется с помощью предлогов like (как) или as...as (такой, как), когда устанавливается сходство или различие между двумя предметами или людьми. Например:

«My heart is like a singing bird
Whose nest is in a water'd shoot;
My heart is like an apple-tree
Whose boughs are bent with thickset fruit...»
(Christina Rossetti, «A Birthday»)

Следующим популярным тропом выступает метафора, которая является важнейшей категорией эстетики. Метафора – это скрытое

сравнение, когда одна часть сравнения выступает вместо другой. Это мощнейшее средство образности – отношения реальности к её видению автором. Например:

«A woman is a foreign land,
Of which, though there he settle young,
A man will ne'er quite understand
The customs, politics and tongue...»
(Coventry Patmore, «Woman»)

Весьма распространённым тропом является гипербола, иными словами, явное преувеличение. Она призвана подчеркнуть какой-то признак или обратить на него внимание. С помощью гиперболы автор способен создавать неожиданные, выразительные образы, проникнутые глубоким психологизмом. Например:

«I had to wait in the station for ten days – an eternity.»
(Joseph Conrad, «The Heart of Darkness»)

Помимо тропов существуют также стилистические приёмы, называемые фигурами речи. Они основаны на особых сочетаниях слов, выходящих за рамки обычного практического употребления, и имеющие целью усиление выразительности текста. К основным фигурам речи относятся риторический вопрос, риторическое восклицание и риторическое обращение. В нашей работе мы рассмотрим лишь риторический вопрос, который представляет собой вопрос-утверждение, не требующий ответа. Например:

«...O Wind,
If Winter comes, can Spring be far behind?»
(Percy Bysshe Shelley, «Ode to the West Wind»)

Одной из риторических фигур разговорного стиля является эллипсис – неполное предложение, где образность достигается за счёт экономии речевых средств при отсутствии члена предложения. Например:

«... I was standing beside his bed and he was sitting up between the sheets, clad in his underwear, with a great portfolio in his hands.»

(F. Scott Fitzgerald, «The Great Gatsby»)

Наконец, последней стилистической фигурой, рассматриваемой в нашем исследовании, выступает лексический повтор, состоящий в повторении какого-либо слова, части или целого предложения, нескольких предложений или строф с целью привлечения к ним особого внимания. Например:

«O Captain! my Captain! rise up and hear the bells;

Rise up – for you the flag is flung – for you the bugle trills...»

(Walt Whitman, «O Captain! My Captain!»)

Подводя итог, можно заключить, что средства художественной выразительности являются ключевым способом создания художественного образа. Мы рассмотрим, как вышеобозначенные средства выразительности используются в поп-культуре конца XX – начала XXI веков для создания образа кидалта.

1.2 Термин «поп-культуры»

Термин «поп-культура» (Pop-Culture) возник в начале 1930-х годов, однако его обширное изучение началось лишь в 1960-е годы. Несмотря на большое количество опубликованных исследований, учёные не достигли единого мнения на счёт этого феномена.

В западной литературе популярная культура отождествляется с массовой, а термины «mass», «popular», «low» являются синонимичными. Г. Гэнс стремится доказать равенство массовой культуры и народной, приравнивая первую к популярной, а популярную, соответственно, к народной (лат. *populus* – народ) [2]. Однако, подобная терминологическая небрежность не позволяет выделить и описать эти культурные феномены в собственных отличительных чертах. Так, 1950-1960-е годы – время расцвета массовой культуры – на Западе называют «поп-десятилетием», а одно из ярких проявлений массовой культуры – «поп-артом» («популярным искусством»).

В отечественной литературе массовая, популярная и народная культуры рассматриваются как функционально и содержательно автономные. Популярная культура предшествует массовой исторически, но продолжает сосуществовать с ней в современном культурном пространстве. От массовой культуры популярную отличает отсутствие направленности на коммерческую индустрию и естественная популярность. Популярная культура находится ближе к образам, языку и идеалам народной культуры, реальнее отражает мифы и ориентиры народного сознания. Если народная культура выступает как способ передачи социально значимого опыта, является механизмом социализации и регуляции, а также выполняет обрядовые функции, то популярная культура выступает по преимуществу как культура досуговая.

Наиболее обобщенно понятие «поп-культуры» можно выразить следующим образом: популярная культура – это область культуры,

доступная для понимания представителям всех социальных слоев и групп и получившая широкое распространение в обществе. Популярная культура апеллирует к обыденному сознанию, для её усвоения не требуется специальных знаний и навыков. Существенной чертой популярной культуры является её развлекательный характер. Содержание массовой культуры обусловлено событиями, стремлениями и потребностями, составляющими жизнь большинства населения.

Предпосылки формирования массовой культуры заложены в самом наличии структуры общества. Идею массового общества активно развивал испанский философ Хосе Ортега-и-Гассет, сформировавший подход к структурированию общества по признаку творческой потенции. Согласно этому принципу, можно выделить «творческую элиту», составляющую меньшую часть общества, и «массу» – основную часть населения. Соответственно возникают «элитарная» и «массовая» культура. Эту идею в дальнейшем поддержал и развил Алан Свингвуд. Он полагает, что причиной популярности поп-культуры стало ослабление традиционных общественных институтов, таких, как религия и семья. Следовательно, современное общество утратило некую иерархию власти, которая отвечала за формирование определённых культурных вкусов. В XX веке их место заняли средства массовой информации, которые и стали формировать культурные вкусы общества [3].

Термин «массовая культура» получил широкое распространение благодаря трудам представителей Франкфуртской социологической школы. Ученые этой школы пришли к выводу, что активное развитие массовой культуры обусловлено сущностью потребительского капитализма. «Культурная индустрия» заинтересована прежде всего в увеличении сбыта товаров, в связи с чем, она моделирует интересы общества в свою пользу. Это приводит к возникновению гегемонии определённых образцов культуры, влекущих к контролю над мыслями и чувствами широких народных масс.

К середине XX в. можно было выделить четыре уровня культуры:

1) элитарная – высокая, серьезная, производимая в пределах осознанного эстетического контекста и суждений, соответствующих принятому набору правил и норм;

2) фольклорная культура и искусство – анонимные, традиционные практики, не разделяющие принципиально общину и художника;

3) массовая – основанная на массовом производстве, стандартизации, коммерции, массовых поведенческих образцах;

4) популярная – понимавшаяся практически идентично массовой или как нечто среднее между массовым производством и фольклором.

В XX веке виднейшие учёные в разных научных областях анализируя массовую культуру, отмечают тенденцию к её коммерциализации. Британский литературный критик и мыслитель Фрэнк Рэймонд Ливиз, автор опубликованной в 1933 году книги «Культура и среда», обосновывал, что массовая культура является доказательством культурного упадка человечества. Ливиз и его многочисленные последователи придерживались мнения, что культуру губит стандартизация и массовое производство [4].

Более оптимистичных взглядов придерживаются сторонники теории «прогрессивной эволюции». Её суть состоит в том, что поп-культура позволяет самым разным людям реализовать себя в культурном пространстве. Соответственно, поп-культура – не зло, а благо. С точки зрения сторонников этой теории, поп-культура служит не уничтожению, а демократизации культуры в либеральном обществе, где можно проявлять свободу слова.

В истории человечества постоянно существовали так называемая «высокая» и «низкая» культура – первая процветала среди образованных представителей элиты, вторая – соответственно, среди малограмотного или вовсе неграмотного простонародья. Однако в последние десятилетия границы между этими культурами постепенно стираются. Частично это

объясняется тем, что участие в создании культуры стало намного более лёгким делом, чем ранее.

Отношение к массовой культуре в современной философской и культурологической мысли не является однозначным. Концепции, выдвинутые в начале XX века, были пересмотрены в 1960-1970 гг. в рамках постмодернизма.

Образцы популярной культуры, сформировавшиеся в 18-19 вв., попадая в контекст современной информационной среды, искажаются и претерпевают существенные модификации. В результате появляются производные от существовавших ранее жанры. Так, оперетта оказывает влияние на формирование мюзикла и музыкальной эстрады, а сентиментальный романс, уличные куплеты и шансон становятся основой поп-музыки. Характерно, что предмет культуры, получающий широкое распространение в массах, может оставаться при этом элитарным, включая в свою структуру как общедоступные для понимания уровни, так и уровни, воспринимаемые лишь специалистами.

Расцветом популярной культуры становится эпоха Нового времени. Современная поп-культура включает в себя такие направления, как: музыка, кинематограф, литература, средства массовой информации, реклама и множество других. Поп-культура, безусловно, является широко распространённой и доступной для восприятия большого круга людей. Эта универсальность открывает обширное поле для изучения. Таким образом, в нашем исследовании мы рассмотрим, как реализуется и раскрывается образ «взрослого ребёнка» в популярной культуре конца XX – начала XXI веков.

1.3 Образ «взрослого ребёнка» в психологии

Психологическим базисом нашей работы выступает теория поколений, разработанная Уильямом Штраусом и Нилом Хау. Мы прибегли к этой теории не случайно, ведь она описывает весьма любопытное явление, а именно – повторяющиеся поколенческие циклы. (см. Приложение 2) Теория поколений изображает историю США с 1584 года по настоящее время. Помимо тщательного изучения поколений на территории США, ученые также изучили поколенческие направления в других странах и обнаружили схожие циклы.

В своих научных трудах авторы пытались выявить общие закономерности в поведении различных поколений и связи между ними. Результаты исследования подтвердили, что такие исторические аналогии между прошлыми и настоящим поколениями существуют. Учёные обнаружили повторяющуюся модель поведения четырёх типов поколений, каждой из которых соответствует особый собирательный образ и характерный цикл четырёх разных типов эпохи, со свойственным ему настроением. Основы этой теории были изложены в книге «Поколения» (1991) [5], а более подробный анализ и проработанная терминология были представлены в книге «Четвёртое превращение» (1997) [6].

Поколение, по Штраусу и Хау, – это совокупность всех людей, рождённых в промежуток времени, составляющий примерно 20 лет, или одну фазу жизни: детство, молодость, средний возраст и старость. Учёные выделяют три критерия, по которым можно идентифицировать поколение. Представители одного поколения разделяют:

- одну историческую эпоху;
- определённые общие убеждения и модели поведения;
- чувство принадлежности к данному поколению.

Согласно теории Штрауса и Хау все поколения можно поделить на четыре цикла социальных и настроенческих эр (превращений):

- подъём (посткризисный период, когда институты сильны, а индивидуализм слаб);
- пробуждение (период, когда институты подвергаются нападкам во имя личной и духовной автономии);
- спад (институты слабы и лишены доверия, тогда как индивидуализм процветает);
- кризис (период, когда институциональные структуры разрушены и созданы вновь для выживания нации).

Каждый период длится около 20-22 лет. Четыре периода составляют полный цикл – saeculum (лат. «длинная жизнь человека» и «естественный век»), продолжающийся приблизительно 80-90 лет.

В книге «Четвёртое превращение» Штраус и Хау выделяют 4 вида поколенческих архетипов: Пророк, Странник, Герой и Художник. Все поколения каждого из архетипов объединяет как место в истории, так и базовые отношения к семье, культуре, ценностям и гражданской активности. Поколения, имеющие одинаковый исторический опыт в начале жизни, формируют коллективный портрет и живут согласно похожим жизненным сценариям.

В России, в отличие от США, теорию поколений изучают не историки, а маркетологи и HR-менеджеры, которые применяют её на практике [7]. Так, например, Уральский банк реконструкции и развития [8] и компания «Вымпелком» [9] поменяли HR-стратегию, чтобы привлечь и удержать работников-представителей поколения Миллениума: свободный график, постоянное обучение в игровой форме, геймификация карьерного роста, использование возможностей социальных медиа.

Для описания отечественных поколений предложены несколько вариантов: поколение победителей (1904-1924), поколение Холодной войны (1945-1964), поколение Перестройки (1965-1973), последнее советское поколение (1964-1973), «поколение лишних людей» (1967-1973),

первое советское поколение (Дети Перестройки) (1985-1991), цифровое поколение (1996-2009) [10]. (см. Приложение 2)

В рамках данного исследования, мы сосредоточим наше внимание на поколении Y («игрек»). Характеристики данного поколения варьируются в разных странах в зависимости от политических, экономических, социальных и других условий. В США поколение Y связывают с подъёмом рождаемости, который начался в 1982 году, так называемый «эхо-бум». В России же это люди, родившиеся в новых социально-политических условиях, с началом горбачевской Перестройки, распада СССР (1987-2004 гг.).

Представители данного поколения встретили новое тысячелетие в юном возрасте. В поколении Y отсутствуют выраженные предпочтения в областях религии, политики, искусства. Однако ярко проявляется тенденция «быть не таким, как все» [11]. Другой отличительной особенностью является склонность к «ортодоксальному антагонизму», то есть тяга к заведомо наименее популярному течению.

Поколения Y также принято называть «поколением трофеев» [12]. Этот термин отражает тенденцию в состязательных видах спорта, а также в других сферах жизни, где нет победителя и проигравшего. Подобное поведение характерно и в корпоративной культуре. У миллениалов слишком завышенные ожидания от своего трудоустройства: они предпочитают подстраивать условия работы под свою жизнь, а не наоборот. Это поколение нелегко адаптируется к иерархическим структурам и бюрократическим способам принятия решений. Они ожидают профессионального развития своих навыков и не хотят долго оставаться на одной и той же должности.

В исследовании доктора Ларри Нельсона отмечено, что поколение Y не торопится принимать на себя обязательства взрослой жизни из-за негативного примера предыдущего поколения. Представители поколения X, достигнув совершеннолетнего возраста, стремительно обзаводились

семьями и начинали карьеру. Такие действия очень часто приводили к разводам и неудовлетворённости своей работой [13].

Одной из отличительных особенностей психологии коммуникаций миллениалов является многозадачность в использовании средств коммуникации [14]. Более того, крайне важным для этого поколения является самовыражение. По всему миру благодаря доступу в интернет люди самоутверждаются в сетевых ролевых играх и виртуальных мирах (World of Warcraft, Second Life и т.п.). Некоторые представители поколения Y организуют онлайн-сообщества, запуская интернет-мемы или собирая флеш-мобы. Другие находят себя в анонимном онлайн-общении, позволяющем раскрепощаться.

Итак, в нашей работе мы попытаемся раскрыть образ «взрослого ребёнка», опираясь на теорию поколений Штрауса и Хау. Мы считаем, что данная теория является подходящей научной и терминологической базой для нашего исследования.

1.4 Интерпретация образа «взрослого ребёнка» в разных культурах мира

Образ «взрослого ребёнка» (англ. kidult) весьма непросто охарактеризовать ввиду того, что он имеет ряд отличительных особенностей в различных культурах. Поэтому, мы считаем, что прежде всего важно установить, к какому поколению наиболее применим данный феномен. В ходе изучения этого вопроса мы выяснили, что образ «взрослого ребёнка» имеет широкое распространение среди так называемого поколения Y.

Представители поколения Y (англ. Generation Y), также известные как миллениалы (англ. millennials), являются демографической группой, следующей за поколением X и предшествующей поколению Z. По мнению исследователей и популярных СМИ это поколение берёт начало в 1980-е годы и заканчивается серединой 1990-х – началом 2000-х [15]. Оно характеризуется, прежде всего, глубокой вовлечённостью в цифровые технологии. Название этой демографической группы обуславливается тем, что её члены стали взрослыми на рубеже тысячелетий.

Миллениалов также называют Echo Boomers, т.к. они являются потомками бэби-бумеров. Психолог Джин Твенге в своей книге *Generation Me: Why Today's Young Americans Are More Confident, Assertive, Entitled – and More Miserable Than Ever Before* описала миллениалов, как «Generation Me» [16]. Альтернативными названиями этого поколения являются: Net Generation и The Burnout Generation.

Американский социолог Кэтлин Шапутис предложила свой вариант наименования данного феномена, а именно: поколение бумеранга (англ. Boomerang Generation). Это название оправдано тем, что молодые люди надолго задерживаются в родительском доме.

В США и ряде других индустриальных культур традиционно по окончании школы дети покидали родительский дом, оставляя «empty nest».

Однако реальность 1990-х и 2000-х годов всё чаще приводила к так называемому «cluttered nest» или «crowded nest». Последний термин был популяризирован в книге Кэтлин Шапутис *The Crowded Nest Syndrome: Surviving the Return of Adult Children* [17].

В то время, как представители поколения бумеранга вынуждены возвращаться в родительский дом по причине внешних экономических факторов, люди с синдромом Питера Пена (англ. *Peter Pan syndrome*) намерено выбирают «детскую» линию поведения. Они склонны откладывать некоторые ритуалы перехода во взрослую жизнь на более длительные периоды, а также неспособны взрослеть или вести себя по-взрослому. Термин происходит от вымышленного детского персонажа Питера Пэна, который никогда не стареет.

Эта концепция приобрела популярность благодаря доктору Дэну Кили и его книге *Peter Pan Syndrome: Men Who Have Never Grown Up*, опубликованной в 1983 году [18]. Наблюдая за подростками, которых он лечил, доктор Кили заметил, что многие из них испытывают проблемы со взрослением и принятием взрослых обязанностей, подобно знаменитому персонажу из пьесы Дж. М. Барри. Эти проблемы продолжаются и в зрелом возрасте.

Люди с синдромом Питера Пэна впадают в состояние *puer aeternus* (лат. «вечный мальчик»). В мифологии *puer aeternus* – это бог-ребёнок, который остаётся вечно юным, в психологии – это взрослый человек, чья эмоциональная жизнь осталась на подростковом уровне.

Швейцарский психиатр К.Г. Юнг выделил ряд архетипов, среди которых можно найти и *puer aeternus*. Как и все архетипы, *puer* является биполярным. Его «положительный» аспект проявляется в новизне, обострённом инстинкте, потенциале роста и надежде на будущее. «Отрицательной» стороной является отказ взрослеть, неумение решать жизненные проблемы, безалаберность и капризность [19].

Наряду с эмоциональной незрелостью для «взрослого ребёнка» также характерна боязнь вступления в романтические отношения. Институт семьи и брака начал кардинально изменяться с переходом общества к индустриальной, а позже и к постиндустриальной форме. В наши дни коллективизм, в том числе в семейной жизни, стал пережитком прошлого. Современный человек, руководствуясь западными ценностями, живёт ради саморазвития. Людей, предпочитающих жить отдельно от других и сознательно отказывающихся от брака принято называть синглтоны (англ. singleton – «одиночка»).

Вышеупомянутые феномены объединяет общее состояние незрелости и ощущение промежуточности, которое принято называть Emerging Adulthood. Этот термин, предложенный Джеффри Арнеттом в статье журнала «Американский психолог», описывает фазу жизни между подростковым возрастом и полноценной взрослой жизнью, которая охватывает позднюю юность и раннюю взрослую жизнь [20]. Он характеризует молодых людей, не имеющих детей и достаточного дохода для финансовой независимости, а также не живущих в собственном доме. Арнетт определяет наступление зрелости, как особый период между 18 и 25 годами, когда подростки становятся более независимыми и исследуют различные возможности жизни.

Иными словами, молодые люди в возрасте 20-35 лет переживают кризис четверти жизни (англ. quarter-life crisis). Согласно газете The Boston Globe, кризис четверти жизни начинает проявляться после двадцатилетия, когда происходит соприкосновение с «реальным миром» [21]. Автор концепции восьми кризисов идентичности Э. Х. Эриксон считал, что основным конфликтом на начальном этапе взрослой жизни является кризис близости (интимности) против изоляции. Типичные симптомы кризиса четверти жизни – чувство потерянности, страха, одиночества или смятения перед взрослой жизнью. Исследования показали, что безработица

и выбор карьерного пути являются частыми причинами беспокойства или стресса у молодых людей.

Действительно, экономические перспективы многих миллениалов рухнули из-за Мирового экономического кризиса. Новые экономические условия сократили рабочие места и заработную плату. Молодые люди столкнулись с тем, что высшее образование больше не гарантировало престижность работы и стабильность заработка, что, в свою очередь, не позволяло им быть финансово независимыми.

Терминология для обозначения молодых людей с ограниченными возможностями трудоустройства и карьерного роста значительно расширилась после финансового кризиса 2007-2008 годов. Эти термины можно считать синонимичными поколению миллениалов. Греческие СМИ популяризировали термин «700 euro generation», т.к. минимальная зарплата в Греции составляет 700 евро. В Испании миллениалов называют «milleurista» (молодежь, которая живет с зарплатой в 1000 евро (mil euros)), во Франции «The Precarious Generation». В октябре 2007 года бывший министр экономики и финансов Италии Томмазо Падоа-Скьоппа назвал двадцатилетних, до сих пор живущих со своими семьями, «bamboccioni» («big, dummy boys»), вызвав разногласия в итальянских СМИ.

В Америке широкое распространение приобрел неологизм «twixter», описывающий новое поколение молодых людей в Америке и других странах, попавших в ловушку между подростковым и взрослым возрастом. Twixters, как правило, живут со своими родителями или же не являются независимыми в финансовом отношении. В случае их трудоустройства они часто имеют непостоянную и низкооплачиваемую работу. Они могут бросить университет или среднюю школу, чтобы начать карьеру.

В Великобритании миллениалов принято называть поколение NEET (англ. «Not in Education, Employment, or Training») или поколение Ni-ni (англ. «neither-nor»). Принято выделять две основные причины возникновения этого поколения:

– социально-экономическая ситуация в стране: подавляющая часть NEET происходит из малообеспеченных семей с низким уровнем образования;

– развитая система социального обеспечения: высокий уровень жизни вкупе с большими социальными пособиями приводит к ситуации, когда молодёжь теряет всякую мотивацию к труду.

В Японии весьма распространённой формой образа «взрослого ребёнка» являются так называемые «freeters» – молодые люди, которые сознательно решили не становиться наёмными работниками. Freeters не начинают карьеру после окончания средней школы или университета, вместо чего зарабатывают деньги на низкоквалифицированных и низкооплачиваемых работах. Они избегают продвижения по службе, чтобы минимизировать стресс и увеличить свободное время.

Слово «freeter» (или «freta») было впервые использовано около 1987-1988 годов и считается контаминацией от английского слова free и немецкого слова Arbeiter («рабочий»). Поскольку английский язык (наряду с немецким) использовался в японских университетах, слово «arubaito», описывающее работу на неполный рабочий день для студентов университетов, приобрело широкое распространение.

Многие freeters живут бесплатно со своими родителями как «паразиты-одиночки», т.к. родители в Японии обычно не вытесняют своих детей из дома. «Паразит-одиночка» (англ. parasite single) – японское выражение, используемое в отношении неженатых молодых людей старше 20-30 лет, живущих с родителями и наслаждающихся беззаботной и комфортной жизнью за их счёт.

«Паразитов-одиночек» часто винят во многих экономических и социальных проблемах страны, начиная от снижения рождаемости и старения населения и заканчивая ростом преступности и снижением темпов развития производства. Как отмечают японские социологи, они не

задумываясь бросают работу при возникновении малейших трудностей или проблем, что наносит ущерб экономике страны [22].

Крайней формой поколения NEET в Японии являются хикикомори – отшельники, которые добровольно выходят из общества и стремятся к полной изоляции [23]. Психиатр Алан Тео вывел ряд потенциальных культурных особенностей в Японии, которые могут способствовать развитию феномена хикикомори. К ним относятся: тенденции к конформности и коллективизму, чрезмерная родительская опека, а также особенности образовательной и экономической систем [24].

Весьма необычный неологизм, обозначающий людей, не способных выдерживать социальное давление или тяжёлый труд, в отличие от поколения их родителей, можно отыскать в Китае. Таких людей приписывают к «клубничному поколению» (англ. strawberry generation). Этот термин обозначает непокорных, избалованных, эгоистичных, высокомерных и ленивых людей, которые «легко мнутся» подобно клубнике [25].

Подводя итог, можно сделать вывод, что образ «взрослого ребёнка» является универсальным для многих культур во всем мире. Однако он обладает уникальными особенностями, свойственными той или иной территории использования. Данный образ является весьма современным, учитывая то, что мы можем наблюдать его зарождение и развитие в пределах одного современного поколения людей.

1.5 Образ «взрослого ребёнка» в контексте современного информационного пространства

Современная свобода выбора во всём открывает безграничные возможности, но вместе с тем она влечет за собой разочарование и беспокойство из-за сложности принятия решений и невозможности попробовать всё. Чувство незащищенности от осознания ответственности за свою жизнь беспокоит взрослых людей и приводит их к психологическому выходу из собственного состояния. Поэтому, они находят убежище в мире молодых людей, где возможности становятся все более обширными [26].

Маркетологи отмечают, что сегодняшние молодые потребители испытывают постоянно развивающийся набор новых этапов и моделей поведения, которые сильно отличаются от традиционных маркёров и временных рамок прошлых поколений. Общепринятые понятия взрослости исчезли, и мы наблюдаем новый мировой порядок взросления.

В начале XXI века часто наблюдаемым явлением стали взрослые люди, испытывающие интерес к сферам, традиционно считавшимся детскими [27]. Индустрия развлечений быстро осознала эту тенденцию и ввела специальную категорию товаров «kidult», предназначенных для продажи как детям, так и взрослым. Состояние под название «kidulthood» является довольно распространённым явлением, учитывая огромный успех таких фильмов, как «Гарри Поттер» (англ. Harry Potter, 2001), мультипликационного сериала «Дружба – это чудо» (англ. My Little Pony: Friendship Is Magic, 2010-2019), а также популярность отдыха в тематических парках среди взрослых людей.

Кидалты рассматривают взрослую жизнь как набор обязанностей и неизбежное путешествие к старости. В попытке побега от неприглядной реальности, они находят выход в обращении к простым детским удовольствиям. СМИ всячески поощряют незрелость и образ жизни

молодежи, делая популярным гедонистическое мировоззрение. Оно, вместе с эстетикой досуга, высокой чувственностью и склонностью к соблазнам, характерно для кидалтов. Постмодернистские сообщества расценивают досуг и удовольствие как ключи к развитию и счастью.

Детское поведение среди взрослых успокаивает нервы, повышает творческий потенциал, а также помогает избежать страха старения. Примером тому могут служить книжки-раскраски для взрослых, которые входят в десятку самых продаваемых товаров на сайте Amazon. В Лондоне существует гигантская игровая зона для взрослых с бассейном, заполненным 81 000 белых шаров, где взрослые люди предаются детским развлечениям и даже проводят офисные встречи. Считается, что неформальная обстановка способствует развитию творческого мышления.

Американская индустрия игрушек обнаружила, что молодые люди составляют огромный потребительский рынок. Так, ещё в 1946 году во время своего визита в Америку, французский антрополог Клод Леви-Стросс отметил инфантильные черты американской культуры среди взрослых, а именно: детскую любовь к бейсболу и игрушечным машинам. Ностальгические покупки старых игрушек и винтажных статуэток, таких, как «Звездный путь» (англ. Star Trek) и «Звездные войны» (англ. Star Wars), имеют большой спрос среди взрослых покупателей. Более того, ретро-ностальгия является не только англо-американским феноменом. В Японии, например, персонаж Hello Kitty пользуется огромной популярностью среди взрослого населения.

Инфантилизация взрослых покупателей является весьма прибыльным делом. На смену оценке качества продукта и его взвешенному приобретению приходят высокая внушаемость и иррационализм. Кидалты являются идеальной мишенью для продавцов. Они обладают большим количеством желаний наряду с реальной возможностью совершения покупок. Современные условия рынка приспособились в равной степени отвечать запросам детей, стремящимся

вырасти, и взрослых, которые хотят вести себя как дети. В виду этого, индустрии компьютерных игр такие, как Microsoft X-Box, Sony Playstation2 и GameBoy Advance успешно процветают.

Ностальгия по подростковому периоду обусловлена опасениями по поводу мрачной реальности взрослой жизни. Этим объясняется стремление популярной культуры «навязать» свои образцы для подражания молодёжной культуре. Подростковый возраст постоянно идеализируется средствами массовой информации. В отличие от поверхностного характера взрослого опыта, статус подросткового возраста часто наделен смыслом и серьезностью. Пробуждение чувства ностальгии по лучшим дням является весьма успешной стратегией, которой неуклонно следуют на телевидении и в кино.

Поп-культура может, как отражать, так и формировать изменения в нашей жизни. Некоторые кидалты, возможно, хотят повзрослеть, но корпорации и рекламодатели заинтересованы в том, чтобы держать их в податливом, подростковом состоянии. В настоящее время, поклонники поп-культуры более разнообразны, чем когда-либо. Поп-культура является наиболее чувствительной и восприимчивой, когда дело касается социальных изменений.

Медиа-коммуникация, в особенности реклама, в настоящее время, способствуют некоему коллективному регрессу. Современные люди ожидают того, что их потребности будут удовлетворены немедленно. Состояние молодости становится объектом, которым можно владеть. Современный человек является молодым не в силу возраста, а в силу права придерживаться определенного образа жизни и потребления. Это ярко иллюстрирует термин «Peterpandemonium» (слияние понятий «Peter Pan» и «pandemonium» – обитель демонов), используемый СМИ, для описания людей в возрасте от 20 до 30 лет, заинтересованных в продуктах, которые возвращают их в беззаботные дни детства.

Одна из самых популярных форм медиа среди миллениалов – это социальные сети. Миллениалы используют сайты социальных сетей, такие как Facebook и Twitter, чтобы создать чувство принадлежности, завести новые знакомства и поддерживать связь с друзьями. В 2010 году исследование, опубликованное в журнале *Elon Journal of Undergraduate Research*, выявило, что у студентов, решивших выйти из социальных сетей и людей, решивших бросить курение, наблюдаются схожие симптомы абстиненции [28]. Эпизод американской программы журналистских расследований *Frontline* под названием «Generation Like» посвящён миллениалам и их зависимость от технологий, а также способам коммерциализации сферы социальных медиа.

Марк Пренски в 2001 году ввел термин «цифровой абориген», описывающий студентов, выросших вместе с цифровыми технологиями [29]. В книге 2007 года *Connecting to the Net.Generation: What Higher Education Professionals Need to Know About Today's Students*, авторы провели исследование большой выборки среди студентов колледжа (7705). В своем опросе они обнаружили, что 97 % этих студентов имели компьютер, 94 % – мобильный телефон, а 56 % – MP3-плеер. Они также выявили, что учащиеся разговаривали со своими родителями в среднем 1,5 раза в день по широкому кругу вопросов. Другие результаты опроса показали, что 76 % студентов используют мгновенные сообщения, 92 % способны к многозадачности при отправке мгновенных сообщений, 40 % используют телевидение для получения большинства новостей, а 34 % опрошенных студентов используют Интернет в качестве основного новостного источника [30].

Ввиду того, что традиционный институт брака претерпевает изменения, люди прибегают к помощи современных технологий в бытовых вопросах. Одной из таких систем является TaskRabbit, которая объединяет занятых людей с большим количеством неразрешенных вопросов и

специалистов разных сфер деятельности, готовых незамедлительно прийти на помощь.

Родители поколения Y не всегда способны давать нужные советы своим детям. Отсюда, доверие детей к цифровым технологиям и интернет-источникам не только приравнялось, но в некоторых случаях превысило доверие к родителям. Многие признают, что они регулярно вводят запрос в Google «как сделать» что-то, а некоторые согласны с тем, что большинство своих жизненных навыков они обрели в Интернете.

Детство поколения Y проходило в 1990-е годы, а юность пришлась на эру неопределенности, наступившую в результате глубоких трансформаций в начале нового тысячелетия. Однако, ни глобализация, ни технологические инновации не вызывают у миллениалов чувство страха. Неопределенность – их привычная среда. Поколение Y чувствует себя комфортно в быстро меняющейся сети переменных. В мире, подверженном постоянным переменам, мгновенный отклик – единственно приемлемая форма реакции.

Поколение Y – это самое разнообразное поколение в истории с точки зрения этнического происхождения, географии, возраста, языка, предпочтений в стиле жизни, антропологических характеристик, а также любых других критериев классификации людей. С точки зрения поколения Y, каждый человек с его уникальным сочетанием жизненного опыта, характерных качеств, антропологических параметров представляет собой единственный в своем роде пример бесконечного многообразия. Представители этого поколения не чувствуют ни малейшей потребности соответствовать каким-либо стандартам для того, чтобы получить доступ к общественным институтам.

Мы находимся в гуще того, что социологи называют «меняющимся графиком взрослой жизни». Ценности «пост-подросткового» периода, вложенные в концепцию кидалтов, представляют собой фрейдовский прообраз детских страхов, неуверенности, инстинктивного поведения,

бесконечных поисков себя и неспособности любить и работать. Взросление всё чаще откладывается, т.к. современное общество чрезмерно стимулируется средствами массовой информации, предлагающими обширный выбор жизненных возможностей, что в свою очередь делает молодых людей неспособными к принятию серьезных и обдуманных решений. Современный взрослый человек следует за своего рода вдумчивой незрелостью, сознательным уходом от обязанностей анахронической модели жизни. Текущие, изменяющиеся, гибкие условия постмодернистской реальности больше не требуют, чтобы человек был заключен в жесткие пределы жизненных этапов. Отказ от линейного развития является одной из отличительных черт, характерных для молодого человека XXI века, и интересным полем для исследования.

Выводы по главе 1

1) Художественный образ выступает центральной фигурой в различных сферах искусства. Он имеет многогранную сущность и достигается с помощью разнообразных стилистических средств выразительности.

2) Поп-культура оказывает наибольшее воздействие на сознание людей, являясь тем самым основным каналом медийного пространства.

3) Образ «взрослого ребёнка» закономерно рассматривать в контексте теории поколений Уильяма Штрауса и Нила Хау. Данная теория помогла нам обозначить границы исследования, сосредоточив наше внимание на группе людей, известных, как поколение Y.

4) Термин кидалт имеет богатое разнообразие форм и значений в разных культурах мира. Их суть определяется специфическими особенностями той или иной страны.

5) Мы проследили причинно-следственные связи влияния современного медиа-пространства на молодых людей. Нами было выявлено значительное воздействие современных технологий на жизнь и этапы взросления миллениалов.

ГЛАВА 2. АНАЛИЗ ОТОБРАЖЕНИЯ ОБРАЗА «ВЗРОСЛОГО РЕБЁНКА» В ПОП-КУЛЬТУРЕ XX-XXI ВЕКОВ

2.1 Раскрытие образа кидалта в кинематографе

Наиболее существенное развитие культуры кидалтов можно наблюдать в средствах массовой информации. В частности, актёры среднего возраста часто исполняют роли, прославляющие культ незрелости. Например, 40-летний Робин Уильямс прекрасно показал себя в роли Питера Пэна в фильме «Капитан Крюк» (англ. Hook, 1991). Том Хэнкс сыграл 12-летнего ребёнка, запертого в теле взрослого мужчины, в фильме «Большой» (англ. Big, 1988), а также доверчивого и простодушного персонажа в фильме «Форрест Гамп» (англ. Forrest Gump, 1994), олицетворяющего новую добродетель инфантилизма.

Идеализация подросткового возраста резко контрастирует с тем, как представлены взрослые. В последние годы телевидение представило новую породу недееспособных и незрелых взрослых, которые нуждаются в консультировании подростков. В культовой американской драме «Бухта Доусона» (англ. Dawson's Creek, 1998-2003) именно серьезные и мудрые подростки дают указания незрелым взрослым. Британская комедия «Красиво жить не запретишь» (англ. Absolutely Fabulous, 1992-2012) изображает юмористический контраст между беспутной и необязательной матерью и ее не по годам серьезной дочерью. В сериале «Учителя» (англ. Teachers, 2001-2004) взрослые более чем соответствуют своим ученикам по уровню незрелости.

Американское «Шоу Дрю Кэри» (англ. Drew Carey Show, 1995-2004) представляет повседневную жизнь четырех незрелых взрослых друзей, которые не знают, как вырасти. Многие из ведущих комедийных сериалов – «Фрейзер» (англ. Frasier, 1993-2004), «Друзья» (англ. Friends, 1994-2004), «Эллен» (англ. Ellen, 1994-1998) – представляют взрослых мужчин и женщин, «застрявших» в юношеском возрасте. В Великобритании комедия

«Негодники» (англ. Men Behaving Badly, 1992-2014) стала популярной благодаря неустанному изображению незрелых взрослых мужчин.

Патология взрослой жизни поразительно отражена в комедийном сериале «Сайнфелд» (англ. Seinfeld, 1989-1998). Дезориентация, бессмысленность и стагнация – одни из определяющих характеристик взрослой жизни в этой программе. Персонажи наслаждаются своим детским поведением и постоянно стремятся избежать каких-либо обязательств, традиционно связанных со взрослой жизнью.

Ностальгия является одним из главных движущих мотивов среди потребителей, поскольку многие взрослые по-прежнему тянутся к брендам поп-культуры своей молодости. Так, например, телеканал Netflix выпустил в 2016 году культовый сериал «Очень странные дела» (англ. Stranger Things), стилистика которого полностью воссоздает атмосферу 70-х и 80-х годов, что привлекает зрителей взрослого поколения. Современная киноиндустрия умело научилась играть на чувствах и воспоминаниях людей.

Было время, когда ностальгия была прерогативой пожилых людей. Сегодня ностальгия популярна среди людей, едва достигших подросткового возраста. «Старые добрые времена» все чаще ассоциируются с 1980-ми и 90-ми. Успех телесериала BBC I Love the 1970s/1980s/1990s (кульминация которого – I Love 1999) свидетельствует о том, что молодые люди стали ностальгировать в исторически беспрецедентно раннем возрасте.

В попытках вернуть беззаботные детские годы многие взрослые люди увлекаются просмотром мультсериалов. Так, телеканал Cartoon Network является весьма популярным среди зрителей 18-34 лет. Двумя крупнейшими коммерческими голливудскими хитами 2001 года, нашедшими отклик в равной степени у детской и взрослой аудитории, были мультфильмы «Шрек» (англ. Shrek) и «Корпорация монстров» (англ. Monsters Inc). Современные мультсериалы «Рик и Морти» (англ. Rick &

Morty, 2013-2020) и «Вселенная Стивена» (англ. Steven Universe, 2013-2020) находят огромный отклик у подростковой и взрослой аудитории.

Таким образом, можно сделать вывод, что киноиндустрия является одним из основных рычагов влияния в формировании различных моделей поведения людей. Проведя анализ реплик персонажей 20 различных фильмов (70 предложений), мы пришли к выводу, что образ «взрослого ребёнка» активно развивается в рамках данного искусства.

Ранее было обозначено, что кидалты испытывают кризис четверти жизни. Одной из первых картин, посвящённых этому явлению, был фильм «Выпускник» (англ. The Graduate, 1967). Главный герой фильма Бен, недавно окончивший колледж, возвращается в родительский дом, чтобы взять паузу на раздумье о будущем. Он постоянно испытывает чувство неопределённости и страха перед будущим, которые часто можно уловить в его речи. Например, «I'm just sort of disturbed about things», «I'm just a little worried about my future. I'm a little upset about my future». Эпитеты disturbed, worried, upset обладают яркой эмоциональной окраской и передают кризисное состояние героя фильма.

Тема кризиса четверти жизни также освещается в фильме «Трудности перевода» (англ. Lost in Translation, 2003), где открытым текстом говорится о данном феномене («You're probably just having a midlife crisis»). Герои фильма испытывают чувство потерянности, говоря: «I'll take that and put a delay on it...», «I felt like the shell that a crab comes in», «I'm stuck», «I just don't know what I'm supposed to be», «I'm completely lost». Выражение to put a delay on передаёт чувство паузы на раздумье, а сравнение felt like the shell создаёт образ раковины, в которую можно спрятаться от проблем. Эпитеты stuck и completely lost близки к состоянию отчаяния перед жизненными перипетиями, а фраза I just don't know what I'm supposed to be выражает страх необоснованных общественных ожиданий.

В фильме «Дневники няни» (англ. *The Nanny Diaries*, 2007) главная героиня, только что выпустившаяся из колледжа, также находится в поисках себя и, по случайному стечению обстоятельств, устраивается работать няней. Она использует это время, чтобы разобраться в себе («It seemed that fate now offered me a wonderful alternative...an opportunity to completely duck out of my life») и своих желаниях («It's just a way for me to get my head together»). Однако следуя такому пути («You know the path of least resistance?») она понимает, что обманывает себя («I just...had to get away»), откладывая принятие серьезных жизненных решений («My desire to be an observer of life...was actually keeping me from living one»).

Подобные чувства («I just got out of school. This is a very hard time for me...I am a young, young person...who is trying very hard») испытывает героиня фильма «Крошечная мебель» (англ. *Tiny Furniture*, 2010), которая сталкивается с неким парадоксом, имея диплом выпускника, но не зная, как его можно применить («I have no idea what I'm qualified for»).

Примером персонажа с синдромом Питера Пэна может выступать герой фильма «Один прекрасный день» (англ. *One Fine Day*, 1996) («You're blaming your Peter Pan complex on your mother»), порицаемый за свою незрелость и безответственность («I called him immature...and irresponsible!»). Эпитеты *immature* и *irresponsible* ярко описывают состояние героя. Он осознаёт своё положение «взрослого ребёнка» и извлекает из него выгоду («That's an advantage of being an adult. You get to act like a kid any time you feel like it»).

В киноиндустрии порой встречаются почти маргинальные образы героев, ведущих беззаботный образ жизни. Примером такого персонажа может послужить герой фильма «Большой Лебовски» (англ. *The Big Lebowski*, 1998) по прозвищу Чувак. В фильме его описывают как самого ленивого человека, не соблюдающего ни морального кодекса, ни общественных норм поведения и являющегося безработным («And even if he is a lazy man, and the Dude was most certainly that, quite possibly the laziest

in Los Angeles county, which would place him high in the running for laziest worldwide», «– And what do you do, sir? – I'm unemployed»). Его лень гиперболизирована в контексте фильма.

Один из ярчайших образов «взрослого ребёнка» был создан британским писателем Ником Хорнби в романе 1998 года «Мой мальчик» (англ. *About a boy*). Книга была экранизирована в одноимённом фильме 2002 года. Главный персонаж истории Уилл Фриман, сама фамилия которого (англ. *Freeman*) создаёт образ человека без обязательств, является идеальным примером кидалта. Его описывают как неудачника («you useless, superficial loser») с помощью целого ряда эпитетов, таких как: поверхностный («You know, the first time I met you, I thought you were a bit...blank»), эгоистичный («Self-centered bastard», «That's what I keep telling him. He always puts himself first»), легкомысленный («You're 38, and you've never had a job...Or a relationship that lasted longer than two months. I wouldn't exactly say you were okay. I would say you're a disaster»). Протагонист порой подвергает себя самокритике («...I really am this shallow», «Going back to my usual role of Will, the unreliable, emotionally-stunted asshole», «The interesting thing about me is I don't actually do anything»). Отличительной особенностью этой истории является контраст Уилла, взрослого мужчины, ведущего себя по-детски, и Маркуса, замкнутого школьника, вынужденного брать на себя роль взрослого.

Подобную «смену ролей» мы можем наблюдать также в картине «Городские девчонки» (англ. *Uptown Girls*, 2003). Героиня фильма Молли являет собой почти детскую наивность, сопротивляясь взрослой жизни («What's so great about being a grownup anyway?») и не зная, как себя вести («Unfortunately, you don't know how to run your life, Molly»). В отличие от восьмилетней школьницы Рэй, серьёзной, собранной и рассудительной, которая часто поучает Молли («When are you gonna grow up?», «Act your age, not your shoe size», «God, you're pathetic»).

Эффект потерянности и промежуточности положения кидалта показан в фильме «Детка» (англ. *Laggies*, 2014). Мы понимаем это из слов главной героини («I don't know what to do with my future»), которая «плывёт по течению» («...I was kind of floating»). Она привыкла перекладывать ответственность в принятии решений на других («...maybe it was the start of a habit of waiting for other people to make decisions for me»), и, более того, является прокрастинатором («I took a personality test...and the type that I am is a procrastinator»). Подобный персонаж создан в фильме «Гринберг» (англ. *Greenberg*, 2009). Уязвимый («He seems vulnerable») и несвязанный обязательствами («I'm not tied to anyone»), он живёт «по воле случая» («I'm really trying to do nothing for a while», «I'm really trying to do nothing right now», «I want to be doing nothing. I'm doing nothing deliberately», «I'd procrastinate, take time off»). Как и неприятный герой («I'm OK with being unimpressive») фильма «Страна садов» (англ. *Garden State*, 2004), который не торопится принимать на себя какие-либо обязательства («I'm only 26. I'm not in any rush»). В некоторых случаях, легкомысленность персонажа может быть передана с помощью фразового эпитета, как, например, в фильме «Модная мамочка» (англ. *Raising Helen*, 2004) («And you're Tra-La-La Helen. So free. Miss Party-Party-All-Night-Long...»).

Феномен поколения бумеранга ярко представлен в картинах «Любовь и прочие неприятности» (англ. *Failure to Launch*, 2006) и «Сводные братья» (англ. *Step Brothers*, 2008). Взрослые люди в этих фильмах («...I have a 40-year-old son, Dale, who still lives at home [...] I have a 39-year-old son named Brennan...who still lives at home with me», «The boy's 35 years old!») по-прежнему живут в родительском доме («Look, many young men who should be able to move out, simply can't. It's called "failure to launch"...», «... you'd be amazed at how many adult children are still living at home [...] the root cause is a lack of self-esteem», «...it's going to take a stick of dynamite to get me out of my parents' house») и «вытягивают» из них деньги («at least I'm not sponging off my parents...»). Персонажи снова «впадают в

детство» («You're failures! Failures!») и перекладывают принятие важных жизненных решений на родителей («You're adults. It's time you started acting like adults», «You live in a fantasy land. You refuse to get a job [...] You don't take responsibility for your actions», «...you should take responsibility for your own lives»). Примечательно, что персонажи не только живут в доме родителей, но и пользуются атрибутикой своего детства («I do sleep well [...] On a twin bed, with Superman sheets that you've had since you were six»).

Одной из причин, влияющих на возвращение взрослых людей в отчий дом, является финансовая несостоятельность и долги по учёбе. Эти обстоятельства были упомянуты в сериале «Большая маленькая ложь» (англ. *Big Little Lies*, 2017) («You know, the whole college thing, it's kind of a racket, especially liberal arts. People go off and study Homer for four years and then you graduate with a ton of debt and no job prospect»).

Термин «синглтон» был популяризирован романами и фильмами о Бриджит Джонс. В одной из сцен фильма «Дневник Бриджит Джонс» (англ. *Bridget Jones's Diary*, 2001) главная героиня упоминает этот термин («...and asks me the question dreaded by all Singletons»).

О языковой инфантилизации рассуждает персонаж фильма «Стажёр» (англ. *Intern*, 2015) («...Nobody calls men "men" anymore. Have you noticed? Women went from "girls" to "women". Men went from "men" to "boys"?»). По мнению главной героини фильма современные мужчины утратили свою маскулинность и вновь вернулись в детский возраст («And I wonder sometimes how guys fit in, you know? [...] They're still dressing like little boys. They're still playing video games»).

Языковая инфантилизация приобретает всё большее распространение в современном обществе. Так, слово «women» всё чаще заменяется на слово «girls» [31]. Этот процесс активно поддерживается рекламой, в которой женщины часто выступают в не соответствующем их возрасту амплуа вместе с детской атрибутикой [32]. Более того, инфантилизация лексики встречается в таких словах, как: «mom», «dad» и

«kid» вместо полноценных «взрослых» аналогов – «mother», «father» и «child».

Помимо фильмов образ кидалта можно также наблюдать в мультфильмах. Примером такого может послужить мультфильм «Клаус» (англ. Klaus, 2019), главный персонаж которого категорически отказывается взрослеть и целенаправленно проваливается на любом поприще («When will I grow up? When will I stop squandering all these opportunities, which you so kindly force me into, and become my own man? I guess I must really hanker down and rethink my priorities», «You think I'm just going to watch you purposely fail and then let you waltz right back to a privileged life void of any purpose or meaning?»).

Термин кидалт также может характеризовать родителей, которым нравится проводить время со своими детьми, но они не желают принимать более авторитарную роль. Примером такого типа родителей может послужить персонаж Робина Уильямса в фильме «Миссис Даутфайр» (англ. Mrs. Doubtfire, 1993). Его персонаж – отец, который развлекается со своими детьми, но по мнению жены является неподходящим примером и безответственным главой семьи («– What about their real father? – What can I say? The guy's a loser»). Образ незрелого отца также изображён в фильме «Большой папа» (англ. Big Daddy, 1999). Главного героя упрекают в беспечности и несерьёзном отношении к жизни, сравнивая его с 6-летним ребёнком («You still act like you're 6»), а также акцентируя его несостоятельность и эгоизм («...you're useless», «You don't think things through», «All you care about is yourself!»).

В 2019 году Бруклинская музыкальная академия (Brooklyn Academy of Music) создала каталог фильмов, под названием We Can't Even: Millennials on Film, посвященный миллениалам. Фильмы, собранные в этом каталоге призваны передать всю сложность и многогранность этого поколения. В собрание входят такие картины, как: Mean Girls (2004), Frances Ha (2012), The Bling Ring (2013) и другие. Само название We Can't

Even является культовой фразой интернет-языка, используемой на сайтах блогов (в основном Tumblr) и обозначающей незаконченное предложение от сильного эмоционального отклика из-за сказанного или увиденного. В данном контексте фраза используется также как ироничный ответ на заявления старших поколений о том, что миллениалы пассивны и безразличны.

Одной из картин в этом собрании является американский фильм *Lady Bird* (2017), повествующий об опыте взросления в начале 2000-х. Его главная героиня чрезвычайно уязвима и неуверенна, но при этом умна, упряма и решительна («I wish I could live through something», «I want to go to the east coast. I want to go where culture is like, New York, or Connecticut or New Hampshire»). «Леди Бёрд» может рассматриваться как история молодой женщины, поборовшей свою наивность через различные жизненные события.

Другой фильм под названием *The Hate U Give* (2018) драматизирует битву за социальную справедливость, в которой миллениалы принимают активное участие, выражая свою политическую позицию. Это особенно актуально в настоящее время, когда во всём мире молодые люди выступают против расовой дискриминации и насилия в отношении чернокожего населения под лозунгом *Black Lives Matter*.

Итак, проанализировав некоторые фильмы, содержащие образ кидалта, мы можем заключить, что в киноискусстве он создаётся с помощью таких средств выразительности, как: эпитеты (*disturbed, worried, upset, stuck, lost, immature, irresponsible, lazy, unemployed, useless, blank, self-centered, shallow, unreliable, emotionally-stunted, pathetic* и т.д.), сравнения (*like the shell, like a kid, like little boys, like you're 6* и т.п.), гиперболы (*you're a disaster, it's going to take a stick of dynamite to get me out of my parents' house*) и риторические вопросы (*What's so great about being a grownup anyway? When are you gonna grow up?*). Проведя анализ реплик героев выбранных фильмов, мы пришли к выводу, что наиболее

частотными характеристиками, присущими образу «взрослого ребёнка» в кинематографе конца XX – начала XXI веков являются: незрелость (immature, irresponsible, unemployed, unreliable,), страх перед будущим (disturbed, worried, upset) и потерянность (stuck, lost) (см. Рисунок 1).

Несмотря на то, что СМИ часто называют миллениалов «поверхностными нарциссами», одержимыми симпатиями в социальных сетях, поколение Y представляет собой необычайно разнообразную группу, чья жизнь, сформированная социально-политическим переворотом, экономическим спадом и драматическим развитием технологий лишь сейчас начинает раскрываться в полной мере. В некотором смысле это травмированное поколение. Тем не менее, оно готово отстаивать свои интересы, стремиться к своим мечтам и вкушать жизнь во всём её многообразии. Образ «кидалта» можно считать лейтмотивом поколения миллениалов, которое является самым противоречивым за всю историю человечества.

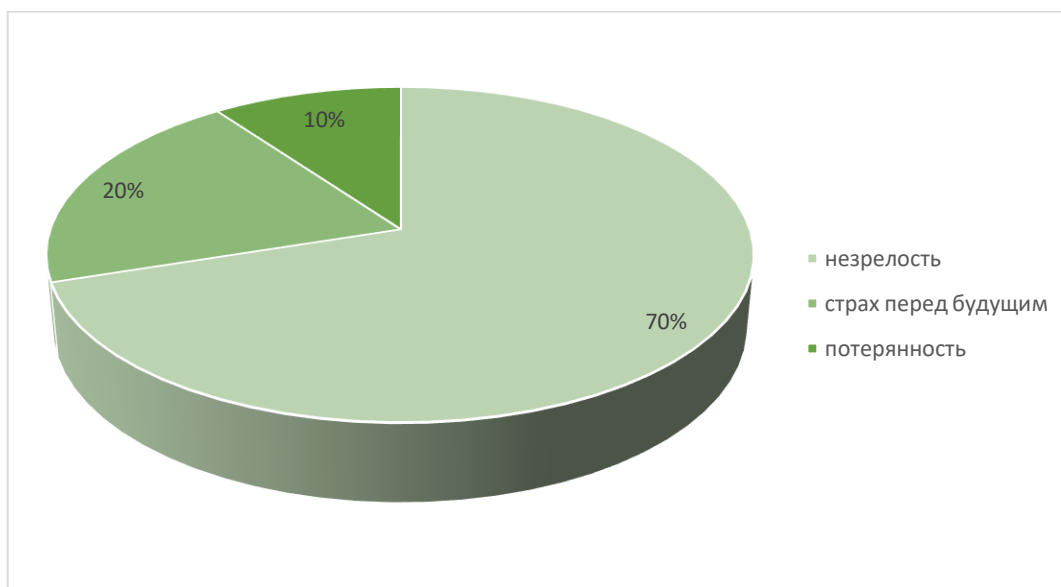


Рисунок 1 – Характеристики образа кидалта в кино

2.2 Раскрытие образа кидалта в музыке

Музыка занимает центральное место в современной молодёжной культуре. Она имеет свойство контролировать настроение и улучшать эмоциональное состояние, а различные музыкальные стили нередко определяют субкультуры, модели поведения и даже внешний вид людей.

Современные люди используют музыку, чтобы получить информацию об окружающем мире, оградиться от социальных контактов, используя MP3-плеер в качестве барьера (наподобие людей, прячущихся за чтением газеты), облегчить дружеские и социальные отношения или создать личную идентичность. Музыка также часто служит фоном для других видов деятельности: чтения, учебы, разговоров, работы по дому, вождения и т.д.

В нашем исследовании мы сосредоточили своё внимание на поп-музыке, в виду того, что она обращена к сознанию большой массы людей. Некоторые эксперты склонны считать, что поп-музыка современности используется для «промывания мозгов» слушателей с помощью различных каналов СМИ. Однако популярность данного жанра неумолимо растёт.

Основная причина успеха поверхностных и откровенно ужасных песен в том, что у большинства миллениалов недостаточно терпения, чтобы оценить глубокую лирику и тонкие нюансы песен. Они предпочитают короткие, простые и действительно запоминающиеся хиты. Вследствие этого, у большинства современных поп-песен незамысловатая и цикличная лирика. Проза современной поп-музыки отличается плоским характером, редко выражающим целостное мировоззрение.

Многие современный поп-хиты скудны содержанием, зато буквально «заедают» у людей в головах, как надоедливая пластинка. В современной поп-музыке существует отдельный термин для обозначения мелодичного паттерна, часто использующего междометия «woah» и «oh», под названием «the millennial whoop» [33]. Подобное явление можно наблюдать в целом

ряде песен: Baltimora – Tarzan Boy (1985), The Rasmus – In the Shadows (2003), Lady Gaga – Poker Face (2008), Katy Perry – California Gurls (2010), The Rolling Stones – Living in a Ghost Town (2020) и др. Данный феномен, а также прогрессивная гомогенизация музыкального дискурса в целом привели к односложности и однообразию современных песен.

Как упоминалось выше, одной из ключевых черт современной поп-музыки является её цикличность. Бурный ритм жизни современных молодых людей обуславливает динамичный, цепляющий и повторяющийся нарратив музыки. Молодые люди хотят «всё и сразу», они не отличаются терпением. Миллениалы обладают клиповым мышлением, которое характеризует быстрая смена коротких ярких образов и посланий. Оно в свою очередь формирует сниженную концентрацию внимания. Из-за широкого разнообразия во всех сферах жизни человек склоняется к чему-то обыденному и привычному. Большинство слов в современных текстах песен не предназначены для рассказа или обмена сообщениями. Они, в совокупности с монотонным музыкальным рядом, создают скорее общий шум, схожий шуму, повседневно окружающему людей в реальном мире. Таким образом, часть (если не большинство) современных песен, которые мы слышим каждый день, на самом деле спроектированы так, чтобы сливаться с шумом нашего собственного окружения.

«I'm talkin' about everybody getting' crunk, crunk
Boys try to touch my junk, junk
Gonna smack him if he gettin' too drunk, drunk
Now, now we go until they kick us out, out
Or the police shut us down, down
Police shut us down, down
Po-po shut us down»
(Kesha, «Tik Tok»)

Миллениалы склонны к гедонистическому стилю жизни. Современная поп-музыка давно уловила эту тенденцию. Многие

популярные песни воспевают праздный образ жизни, наполненный вечеринками, весельем и пьянством. Современные слушатели предпочтут запоминающуюся песню для вечеринки длинной, глубокой и эмоциональной балладе. Тем не менее, миллениалы постоянно переживают внутреннюю борьбу, освободиться от которой помогает «облегчённая» музыка. Незамысловатые тексты и простые мелодии современной поп-музыки позволяют молодым людям ненадолго отвлечься от ежедневных проблем и дают выход их чувствам и эмоциям.

«Party rock is in the house tonight
Everybody just have a good time
And we gon' make you lose your mind
Everybody just have a good time»
(LMFAO, «Party Rock Anthem»)

Журнал *Psychology of Aesthetics, Creativity and the Arts* опубликовал отчет, в котором анализировались изменения языка популярной песни за последние 30 лет [34]. Исследователи взяли выборку из 10 самых популярных песен в Америке с 1980 по 2007 год и попытались оценить, как фанаты поп-музыки использовали музыку для звукового сопровождения своего эмоционального состояния. Они обнаружили, что употребление местоимения первого лица единственного числа «I» постоянно увеличивалось с течением времени, и предположили, что музыка приобрела более индивидуальный характер. Они также отметили рост антисоциальных и гневных слов, предполагая, что поп-хиты отражают растущее чувство личной ярости и социальных волнений.

Несмотря на множество проблем современности, поп-музыка часто внушает людям некий самообман. В то время как поп-музыка прошлого века часто анализировала межличностные отношения и жизненную борьбу, современная поп-музыка уверяет нас в том, что всё в порядке. Современная поп-музыка – это некая «зона комфорта», в которой люди учатся принимать свою индивидуальность и быть счастливыми,

независимо от обстоятельств. Поп-музыка дарит людям надежду на светлое будущее. Несмотря на то, что миллениалы являются поколением волнений и беспокойств, они также способны проявлять благодарность за то, что имеют.

«I couldn't lie, couldn't lie, couldn't lie
Every thing that kills me makes me feel alive.
Lately I've been, I've been losing sleep
Dreaming about the things that we could be
But baby, I've been, I've been praying hard
Said no more counting dollars, we'll be counting stars»
(One Republic, «Counting Stars»)

Технологический потенциал XXI века и доступность интернета, с его безграничными возможностями, значительно расширили возможности для самовыражения современных молодых людей. Тенденции преодоления страха общественного мнения и самовыражения были подхвачены поп-музыкой. Многие музыканты исполняют песни о «белых воронах», воспевая их уникальность.

«You say I'm crazy
'Cause you don't think I know what you've done
But when you call me baby
I know I'm not the only one»
(Sam Smith, «I'm Not The Only One»)

Образ кидалта весьма активно развивается в современной поп-музыке. Так, в 1985 году американская рок-группа The Replacements выпустила хит под названием Bastards Of Young о тернистом пути молодого человека во взрослую жизнь. Он изображён с помощью эллипсиса («Dreams unfulfilled, graduate unskilled»). Начальные строки песни («God, what a mess, on the ladder of success / Where you take one step and miss the whole first rung») доказывают всю сложность карьерного пути, который в конечном итоге может привести человека к рутинному труду и

чувству неудовлетворения. В песне эта идея достигается с помощью метафоры «It beats pickin' cotton and waitin' to be forgotten», где музыканты сравнивают работу с рабским трудом.

В 2002 году знаменитая поп-певица Бритни Спирс (англ. Britney Spears) представила песню I'm Not A Girl, Not Yet A Woman, в которой была освещена проблема перехода молодой девушки на новую стадию взрослой жизни («I'm not a girl / Not yet a woman / All I need is time / A moment that is mine / While I'm in between»). Название и текст песни построен на антитезе – противопоставлении образов «девочки» и «женщины» – они, в свою очередь, подчёркивают промежуточность состояния молодой девушки.

В песне под названием Hold On 2004 года австралийская рок-группа Jet описывает дилемму поиска себя в современном мире («You tried so hard to be someone / That you forget who you are [...] When it's hard to be yourself / It's not to be someone else»).

Английская рок-группа Kaiser Chiefs в песне Heat Dice Down (2007) повествует об отсрочке вступления в брак («I cannot imagine growing old / To have and to hold»), где строки to have and to hold являются ссылкой на обет брачной клятвы.

По-детски наивные манера исполнения и содержание песни The Show (2008) австралийской певицы Lenka создают образ маленькой, испуганной девочки, которая находится в полной растерянности перед жизнью («I'm just a little bit caught in the middle / Life is a maze and love is a riddle [...] I'm just a little girl lost in the moment / I'm so scared but I don't show it / I can't figure it out / It's bringing me down I know»). Метафоры «life is a maze and love is a riddle» акцентируют запутанность жизни и сложность поиска любви в ней, а выражения «caught in the middle», «lost in the moment», «can't figure it out» и «it's bringing me down» свидетельствуют о чувстве потерянности и замешательстве героини песни.

Полной противоположностью предыдущему образу выступает фигура бунтующего неудачника в песне Underdog (2009) британской рок-группы Kasabian («I'm the underdog / Live my life on a lullaby [...] Feels like I'm lost in a moment / I'm always losing to win»). Здесь мы снова встречаем фразу «lost in a moment», указывающую на потерянность героя песни в реальности. Неоднократно повторяющиеся строки «keep myself riding on this train» создают метафоричный образ поезда, на котором герой мчится по жизни и с которого не может сойти. В песне также есть строки, описывающие жизненные приоритеты миллениалов, а именно – деньги и власть не являются для них высшими благами («It don't matter, I won't do what you say / You've got the money and the power, I won't go your way»).

Британская певица Лили Аллен (англ. Lily Allen) рассуждает о туманных перспективах 22-летней девушки в песне под названием 22 (2009) («It's sad, but it's true how society says her life is already over [...] She's got an alright job, but it's not a career»). Подобную лирику можно встретить у канадского музыканта Мак Демарко (англ. Mac DeMarco) в песне Salad Days (2014) («Oh mama, actin' like my life's already over / Oh dear, act your age and try another year»). Помимо этого, в песне присутствуют строки, выражающие неуверенность в своих силах и безразличие к жизни («As I'm getting older, chip up on my shoulder / Rolling through life, to roll over and die [...] Always feeling tired, smiling when required / Write another year off and kindly resign»). В творчестве данного исполнителя также можно встретить проблему трудоустройства молодых людей, выраженную в песне Freaking Out the Neighbourhood (2012) («Really, I'm fine / Never been better, got no job on the line»).

Американский музыкант Конол Оберст (англ. Conor Oberst) в песне You Are Your Mother's Child (2013) рассматривает проблему зависимости от родителей с точки зрения самих родителей, отмечая их чрезмерную опеку, которая не позволяет их чадам жить самостоятельно («Our love's a protective poison / But you are your mother's child»). Эта мысль передаётся с

помощью метафоры, где певец сравнивает родительскую любовь с ядом, отравляющим жизнь детей.

Двадцатисемилетняя американская певица Princess Nokia в своей песне *Green Eggs & Ham* (2020) беспечно заявляет, что она до сих пор ребёнок и вполне этим довольна («I'm still a kid / But kids are fun»). Британская певица Charli XCX в песне *Break The Rules* (2014) позиционирует себя в качестве ученицы, которая бунтует против похода в школу («I don't wanna go to school / I just wanna break the rules»).

Понимание роли поп-музыки в современной культуре во многом помогает понять кидалтов, как весьма обширную группу представителей поколения Y. Проведя анализ текстов 16 песен (66 предложений), мы пришли к выводу, что наиболее частотными характеристиками образа кидалта в поп-музыке конца XX начала XXI веков являются: потерянность (I'm in between, I'm just a little bit caught in the middle, I'm lost in a moment), неуверенность (I'm the underdog, it's hard to be yourself) и легкомыслие (Everybody just have a good time) (см. Рисунок 2). Образ кидалта в поп-музыке обозначенного периода создаётся с помощью таких средств выразительности, как: лексический повтор (см. Kesha – *Tik Tok*, One Republic – *Counting Stars*), метафора (Life is a maze and love is a riddle, Our love's a protective poison) и эллипсис (Dreams unfulfilled, graduate unskilled).

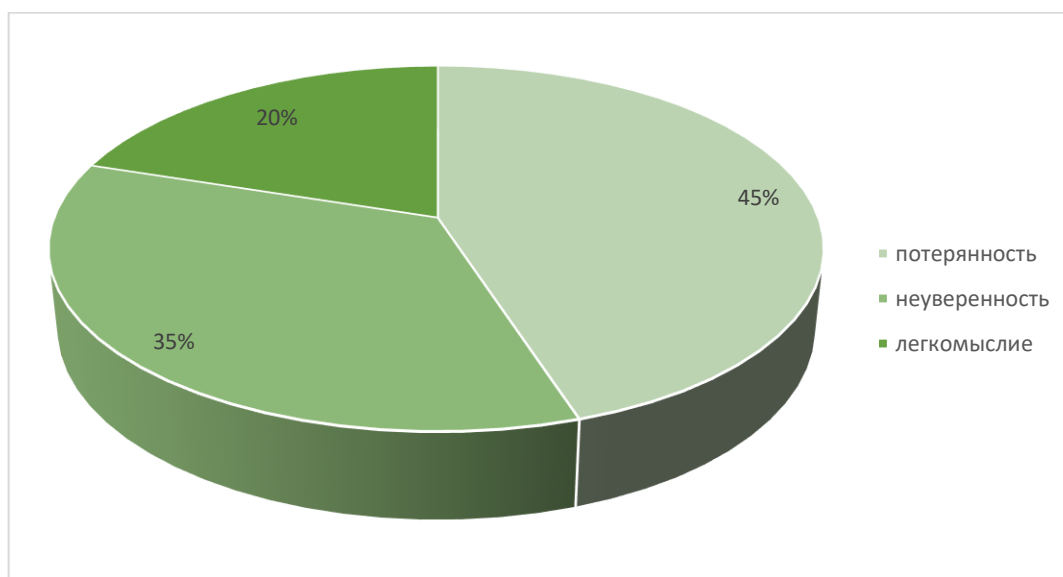


Рисунок 2 – Характеристики образа кидалта в музыке

2.3 Сопоставительный анализ характеристик и средств создания образа «взрослого ребёнка» в поп-культуре

Растущую культуру инфантилизации, затрагивающая практически все сферы и ценности взрослой жизни, является одним из отличительных признаков постмодернизма. Процесс социальных изменений, связанный с явлениями индивидуализма, глобализации и мультикультурализма породил беспрецедентную социальную фигуру – кидалта, который представляет собой прототип незрелости и неуверенности.

В пунктах 2.1 и 2.2 мы попытались проследить, как образ «взрослого ребёнка» реализуется в таких проявлениях поп-культуры, как кинематограф и музыка. В ходе нашего исследования мы провели опрос людей в возрасте 16-27 лет с целью выявления преобладающих тенденций в отношении образа кидалта с точки зрения современных молодых людей. В опросе приняло участие 118 респондентов, среди них 87,3 % составили женщины, а 12,7 % – мужчины. Опрос был проведён среди учеников старших классов (10-11) и студентов 1-5 курсов ЮУрГГПУ.

В качестве метода исследования нами был выбран свободный ассоциативный эксперимент, который на протяжении многих лет активно используется для изучения представлений групп людей об исследуемом предмете или явлении. В данном эксперименте опрашиваемым было предложено слово-стимул – кидалт.

Перед опрошенными стояла задача – написать на слово-стимул первое слово-реакцию. При исследовании реакций людей на слово-стимул мы опирались на модель, предложенную З. Д. Поповой и И. А. Стерниным [35]. Модель, описанная в книге, широко используется научным сообществом при анализе различных концептов и их номинативных полей. Нами были сформированы частотные (ядро, ближняя периферия и дальняя периферия) ассоциативные поля для слова-стимула, отражающие образ

мысли людей различных возрастных групп. Также был проанализирован коннотативный аспект приводимых слов-реакций.

Ядром ассоциативного поля оказались эпитеты irresponsible (7) и childish (6). На ближней периферии можно наблюдать такие слова, как: careless (3), dependent (3), infantile (3), absent-minded (2), unreliable (2). На дальнюю периферию попали следующие определения: annoying, carefree, characterless, frivolous, flippant, foolish, indecisive, impulsive, light-minded, lazy, naive, selfish, stubborn, strange, suggestible, stupid, shy, thoughtless, undecided. Некоторые респонденты дали развёрнутые определения на слово-реакцию, например: Adult in appearance, child in actions; A poor person who cannot find himself and realize his role in life; An adult with childlike magnifications and childlike thinking; A person who is an adult physically but not psychologically; An adult who does not want to make decisions on his own; A grownup person that cannot take responsibilities for what he is doing or cannot take serious decisions; A spoilt, indecisive human being, actually seeking for help but pretending completely independent, throwing tantrums all the time and teaching kids the opposite; Big old baby; Couch potato; Can't live independently and always need to be cared for; He just can't provide his life himself and can't solve serious problems; Indefinite overgrown; It is a person, who isn't responsible for his decision; The one who is not ready to take responsibility for the life, depends on his/her parents in material and mental way. He/she is still not separated from parents because of some reasons and afraid to do it. Среди представленных определений можно выделить образ «лежебоки», переданный с помощью идиомы couch potato.

Можно отметить, что все вышеобозначенные определения содержат негативную коннотацию, изображающую кидалта, как безответственного, беззаботного и ненадёжного человека. Исключением является ответ респондента, описавшего «взрослого ребёнка» следующим образом: Happy person (because he knows that life is really difficult, but he also knows that it has very beautiful things and he can smile, he can see those things. He is happy,

because he knows that life is the gift that you should use as if you were a child, but not as a boring adult). В данном случае, можно наблюдать положительную коннотацию образа кидалта. Данное определение свидетельствует о том, что миллениалы могут сохранять позитивный настрой и быть благодарными за то, что имеют.

Мы бы хотели отметить, что некоторые участники трактовали исследуемый образ с точки зрения ребёнка, а не взрослого. В следствии этого, они наделили его положительными характеристиками. Ядром данного ассоциативного поля выступают эпитеты *responsible* (8) и *independent* (7). Ближняя периферия включает в себя эпитет *confident* (3). Дальняя периферия формируется словами *brave, knowing, mature, mentally resilient, polite, prudent, purposeful, rational, serious, smart, stress-resistant, understanding* и другими. Данное терминологическое смешение является весьма любопытным явлением.

В ходе опроса мы попросили участников оценить некоторые аспекты их жизни и пришли к следующим выводам:

1) 16,9 % опрошенных считают себя взрослыми, 50 % склонны считать себя взрослыми, 31,4 % не склонны считать себя взрослыми;

2) на вопрос «Обеспечиваете ли вы себя самостоятельно?», 61,9 % респондентов ответили отрицательно, 19,5 % опрошенных дали положительный ответ, а 18,6 % признались, что частично обеспечивают себя, но им все ещё нужна родительская помощь;

3) большинство опрошенных согласилось с тем, что они несут полную ответственность за свою жизнь;

4) однако большая часть респондентов не знает, чем хочет заниматься в жизни;

5) 63,6 % планируют продолжать обучение по окончании текущего;

6) а в вопросе о принятии серьёзных жизненных решений респонденты дали равное количество положительных и отрицательных ответов.

На основе анализа ответов респондентов можно сделать вывод, что ассоциативный ряд усредненного молодого человека строится на отрицательной коннотации образа «взрослого ребёнка». Наряду с этим, большая часть опрошенных (55,1 %) не была знакома с термином кидалт. Из чего можно заключить, что данный термин воспринимался опрошенными на уровне неосознанного содержания.

Проанализировав ответы респондентов, мы заключили, что большинство опрошенных обладают характеристиками, присущими образу кидалта. Многие из них не являются финансово независимыми, нуждаются в родительской помощи и покровительстве, лишь малый процент опрошенных с уверенностью заявил о своём «взрослом» статусе, большинство участников опроса не знают, какая профессия пришлась бы им по душе, поэтому они планируют продолжить обучение. Полученные ответы позволяют нам заключить, что основными характеристиками, присущими опрошенным молодым людям, выступают неуверенность и страх перед будущим. Интересным нам представляется тот факт, что участники опроса, будучи представителями поколения миллениума, весьма категорично оценили образ «взрослого ребёнка», наделив его негативными характеристиками. Наряду с этим, в их ответах можно проследить некоторые черты, присущие этому образу. Такой критичный подход может говорить о глубоком самосознании, а также о символической, а в некоторых случаях прямой, проекции внутреннего «взрослого ребёнка» у представителей данного поколения.

В поп-культуре образ кидалта активно создаётся с помощью различных средств выразительности. При этом, киноискусство имеет некоторое преимущество перед музыкой в виде визуального ряда, сюжетной линии и диалогов персонажей. Соответственно, образ «взрослого ребёнка» является более полным и раскрытым, имея наглядную опору. Языковой же образ кидалта чаще всего создаётся с помощью эпитетов («He seems vulnerable», «you useless, superficial loser» и т.д.),

целью которых выступает акцентирование каких-либо черт характера героя для дальнейшего раскрытия авторского замысла. Применение подобного художественного приема позволяет сценаристу придать тонкости, глубины и выразительности сюжету. Использование такого художественного приёма, как сравнение («You get to act like a kid any time you feel like it», «I felt like the shell that a crab comes in» и др.), делает восприятие речи многоплановым, помогает глубже проникнуть в смысл высказывания и рождает богатые образные ассоциации, вызывая интерес у зрителей. Употребление гиперболы («...the Dude was most certainly [...] the laziest in Los Angeles county...», «I would say you're a disaster» и т.п.) оправдано целью создания яркого и впечатляющего образа, с помощью которого выявляется авторское отношение к персонажу и создаётся общее впечатление от высказывания. Наконец, риторический вопрос («When will I grow up?», «When will I stop squandering all these opportunities, which you so kindly force me into, and become my own man?» и др.) подчёркивает важность того или иного момента или проблемы, акцентируя на них внимание зрителя. Мы считаем, что использование перечисленных средств выразительности является вполне закономерным, учитывая их соотнесённость с живой речью людей (см. Рисунок 3).

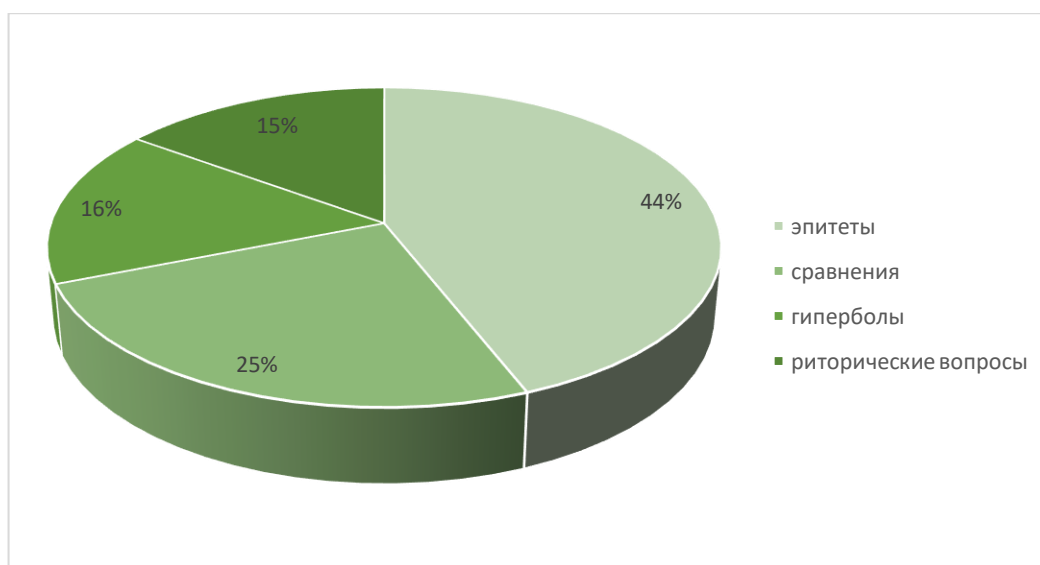


Рисунок 3 – Использование средств выразительности для создания образа кидалта в кино

В музыке же образ кидалта создаётся ограниченным количеством средств выразительности, в виду того, что музыкальные произведения, как правило, ограничены временными рамками, а также из-за особенностей стиля нарративной речи. Самым популярным средством выразительности выступает лексический повтор, придающий тексту песни экспрессивность и иллюзию движения, а также подчёркивающий некую важную мысль (Kasabian – Underdog (2009), Kesha – Tik Tok (2009) и т.д.). Применение метафоры в музыке («Life is a maze and love is a riddle», «Our love's a protective poison» и др.) является весьма важным, учитывая тот факт, что слушатели создают музыкальные образы самостоятельно, опираясь лишь на текст песни и своё воображение. Наконец, эллипсис придает тексту песни особую выразительность, динамичность и образность («Dreams unfulfilled, graduate unskilled» и т.п.). Обозначенные средства выразительности позволяют слушателям лучше уловить и составить образ, созданный в той или иной песне (см. Рисунок 4).

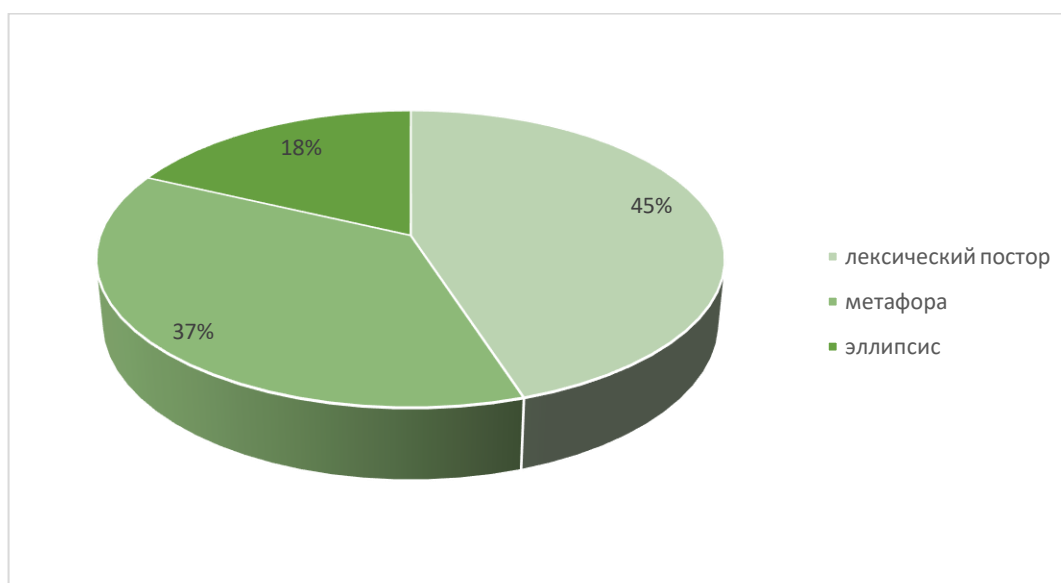


Рисунок 4 – Использование средств выразительности для создания образа кидалта в музыке

Соотнеся контексты современного медиа-пространства и результаты проведённого нами опроса, мы пришли к выводу, что образ «взрослого ребёнка» является весьма актуальным и распространённым явлением, при

этом характеристики, выявленные в поп-культуре и в опросе, совпадают. Сравнительный анализ характеристик, присущих образу кидалта в кино и музыке конца XX – начала XXI веков, показал, что данные разновидности искусства используют разные средства выразительности для создания исследуемого образа. Мы считаем, что это оправдано спецификой обеих областей поп-культуры.

Итак, основными чертами образа «взрослого ребёнка» в поп-культуре выступают: незрелость (*immature, irresponsible, unreliable* и т.д.), потерянности (*stuck, lost* и т.д.), страх перед будущим (*disturbed, worried, scared* и др.), неуверенность (*vulnerable, unimpressive, unskilled* и т.п.) и легкомыслие (*unemployed, self-centered* и др.) (см. Рисунок 5). Образ кидалта, созданный поп-культурой совпадает с представлениями опрошенных и позволяет выявить значительное количество современных молодых людей ему соответствующих.

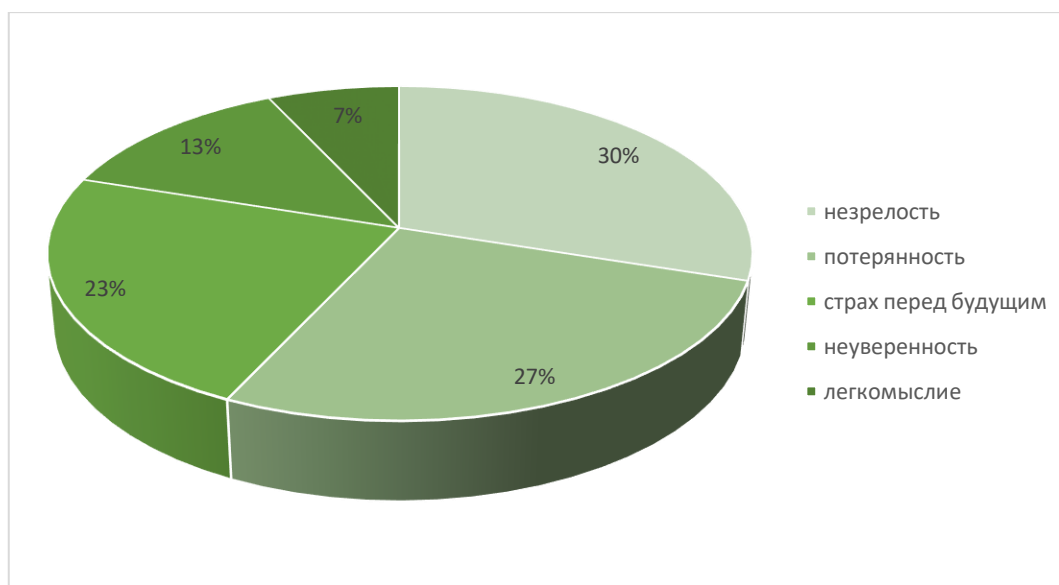


Рисунок 5 – Характеристики образа кидалта (на основе примеров из поп-культуры и результатов опроса)

Выводы по главе 2

1) Образ кидалта в кинематографе является весьма распространённым явлением. Тенденции к инфантилизации в киноискусстве проявляются в упрощённой речи персонажей. Фигура кидалта может проявляться в различных ролях, от потерянного выпускника колледжа до безответственного родителя.

2) Раскрытие образа «взрослого ребёнка» осуществляется в разных музыкальных жанрах. Популярная музыка прибегает к различным видам речевых средств выразительности для создания запоминающихся образов и мотивов.

3) Результаты сопоставительного анализа характеристик и средств создания образа «взрослого ребёнка» в поп-культуре и опросе позволили нам оценить уровень проявления изучаемого явления среди респондентов. Мы выявили сходства между образом, созданным поп-культурой, и представлениями участников опроса о нём. Более того, мы выяснили, что изучаемый феномен в значительной мере присущ опрошенным молодым людям.

Таким образом, опираясь на проанализированный материал и стандарты ФГОС, мы составили методическую разработку, которая может быть использована на уроках английского языка в старших классах школ или на занятиях английского языка в университетах. (см. Приложение 1)

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Мы живем в эпоху, когда рамки традиционных жизненных этапов размыты, а отказ от принятия собственного возраста является социальной нормой. Учитывая сложившееся положение вещей, несложно проследить фундаментальную роль СМИ, рынка и рекламы в трансформации жизненных этапов. Доказательства в пользу этого тезиса можно найти в массовой культуре: телевизионные программы постепенно утрачивают свою первоначальную педагогическую ценность в пользу веселья и развлечений, а киноиндустрия – культурную значимость и сюжетную глубину; использование Интернета взрослыми всё чаще носит развлекательный характер, а видеоигры, которые некогда были прерогативой молодёжи, стали выполнять ностальгически-эскапистскую функцию, способствующую возвращению взрослых людей в утопический мир фантазии и последующему бегству от семейных и социальных обязанностей.

Фигура кидалта стала архетипом поощрения некоего коллективного регресса. Экономическое продвижение духа инфантилизма широко повлияло на социальные и медийные контексты. Кидалта можно считать эволюционным пиком постмодернистских изменений, связанных с социо-медиа инфантилизацией, порождающих слабые ценностные модели среди взрослого населения, что приводит к социальному и психологическому переосмыслению юношеского нравственного облика.

Данная работа была нацелена на нахождение и выделение характерных черт образа кидалта в поп-культуре.

В первой главе, посвящённой теоретическим предпосылкам, мы рассмотрели содержание понятия образ, а также некоторые стилистические средства для его создания. Помимо этого, мы разобрали суть понятия поп-культура. Наконец, мы исследовали, как образ кидалта

проявляется в психологии, разных культурах мира и контексте современного информационного пространства.

Вторая глава представляет собой последовательные этапы нашего исследования. В первом пункте мы рассмотрели примеры образа кидалта в кинематографе. Нами были выявлены некоторые стилистические приёмы, использующиеся для описания особенностей образа «взрослого ребёнка». Помимо этого, мы выделили ряд присущих исследуемому образу характеристик, найденных в проанализированных примерах. Во втором пункте мы разобрали некоторые примеры современной поп-музыки, на основе которых выявили характерные стилистические приёмы, а также черты кидалта. В третьем пункте второй главы мы провели сравнительно-сопоставительный анализ примеров образа кидалта, найденных в поп-культуре, и результатов опроса с целью выявления сходств и различий. На основании этого анализа были сделаны выводы о самых часто используемых тропах и причинах их использования.

На основе вышеизложенного материала можно сделать следующие выводы:

1. Образ «взрослого ребёнка» имеет преимущественно негативную коннотацию среди людей, а также интенсивно продвигается с поп-культурой.

2. Наиболее частотными характеристиками, присущими образу кидалта являются: незрелость, потерянности, страх перед будущим, неуверенность и легкомыслие. Вышеобозначенные черты являются усреднёнными показателями анализа медийных контекстов в сочетании с результатами проведённого опроса.

3. К лексико-стилистическим средствам создания образа кидалта в поп-культуре относятся такие приёмы, как: эпитет, сравнение, гипербола, метафора, риторический вопрос, лексический повтор и эллипсис. Их роль заключается в создании выразительности и образности, что заставляет людей переосмысливать знакомые явления под другим углом.

По результатам исследования можно сделать вывод, что медийные пространства в сочетании с экономическими, социальными и политическими аспектами современности не только сформировали, но и активно поддерживают новую поведенческую модель в лице кидалта. Этот новый образ передаётся с помощью языковой инфантилизации в контексте поп-культуры. Он создаётся ограниченным кругом средств выразительности, которые оказывают сильное воздействие на восприятие современных молодых людей. Образ «взрослого ребёнка» выходит за свои условные рамки и активно распространяется.

Таким образом, цель и задачи работы выполнены, положения доказаны. Само направление исследования представляется перспективным, так как в работе рассматривается и анализируется современный и актуальный материал, в котором фигура кидалта выступает противоречивой и интересной для дальнейшего исследования.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Кожевников В. М. Литературный энциклопедический словарь / под общ. ред. В. М. Кожевникова, П. А. Николаева. – Москва : Советская энциклопедия, 1987. – 256 с. – ISBN 1071915
2. Gans H. J. American Popular Culture and High Culture in a Changing Class Structure // Prospects: An Annual of American Cultural Studies. – Cambridge, 1985. – Vol. 10. – ISBN 0-03-000364-4
3. Swingewood A. The Myth of Mass Culture. – Palgrave Macmillan, 1977. – ISBN 978-1-349-15783-9
4. Leavis F. R. Culture and Environment: The Training of Critical Awareness / F. R. Leavis, D. Thompson. – Greenwood Press, 1977. – ISBN 978-0837196961
5. Strauss W. Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069 / W. Strauss, N. Howe. – Harper Perennial, 1991. – ISBN 978-0688119126
6. Strauss W. The Fourth Turning: What the Cycles of History Tell Us About America's Next Rendezvous with Destiny / W. Strauss, N. Howe. – Broadway Books, 1997. – ISBN 978-0767900461
7. Асташова Ю. В. Теория поколений в маркетинге // Вестник Южно-Уральского государственного университета. – 2014. – № 1. – Т. 8.
8. Демидова М. Идеальная работа для поколения Y: свободный график, соцсети и квесты. // Портал 66.ru – 2014. – URL: <https://66.ru/news/business/154485/> (дата обращения: 22.05.2020)
9. Фуколова Ю. Иду на X. Как компания «Вымпелком» приручила «игреков» // Журнал "Коммерсантъ Секрет Фирмы". – 2014. – №6. – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/2483998> (дата обращения: 18.04.2020)
10. Левада Ю. А. Поколения XX века: возможности исследования // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2001. – № 5. – С. 7-14.

11. Тулган Б. Люди на букву Y: вся правда о самом необычном поколении в истории человечества. // Harvard Business Review Россия. – 2017. – URL: <https://hbr-russia.ru/biznes-i-obschestvo/fenomeny/p20171> (дата обращения: 13.04.2020)
12. Alsop R. The Trophy Kids Grow Up: How the Millennial Generation is Shaking Up the Workplace. – Wiley, 2008. – ISBN 0470409908
13. Lusk B. Study Finds Kids Take Longer to Reach Adulthood. // Daily Herald. – 2007. – URL: https://www.heraldextra.com/news/study-finds-kids-take-longer-to-reach-adulthood/article_3db6743c-35bc-5e6a-a737-938b93f57ac3.html (дата обращения: 25.02.2020)
14. Pedró F. The new millennium learners: Challenging our Views on Digital Technologies and Learning. – Digital Kompetanse, 2007. – Vol. 2. – P. 244-264.
15. Rauch J. Generation next. Millennials will outnumber baby-boomers in 2019. // The Economist. – 2018. – URL: <https://worldin2019.economist.com/millennialsvboomers> (дата обращения: 07.03.2020)
16. Twinge J. Generation Me – Revised and Updated: Why Today's Young Americans Are More Confident, Assertive, Entitled – and More Miserable Than Ever Before. // Atria Books. – 2007. – ISBN 978-1476755564
17. Shaputis K. The Crowded Nest Syndrome: Surviving the Return of Adult Children. – Clutter Fairy Publishing, 2004. – ISBN 978-0972672702
18. Kiley D. The Peter Pan Syndrome: Men Who Have Never Grown Up. – Avon Books, 1983. – ISBN 978-0380688906
19. Sharp D. Jung Lexicon: A Primer of Terms & Concepts. – Inner City Books, 1991. – P. 109-110. – ISBN 0-919123-48-1
20. Arnett J. J. Emerging adulthood: A theory of development from the late teens through the twenties. – American Psychologist, 2000. – Vol. 55, № 5. – P. 469-480.
21. Goldstein M. The quarter-life crisis. // The Boston Globe. – 2004. – URL: <http://archive.boston.com/news/globe/living/articles/2004/09/08/>

the_quarter_life_crisis/ (дата обращения: 10.01.2020)

22. Железняк О. Парасайто сингуру. // Независимая газета. – 2004. – URL: https://www.ng.ru/style/2004-11-29/16_japan.html (дата обращения: 19.01.2020)

23. Kremer W. Hikikomori: Why are so many Japanese men refusing to leave their rooms? // BBC News. – 2013. – URL: <https://www.bbc.com/news/magazine-23182523> (дата обращения: 05.02.2020)

24. Teo A. R., Stufflebam K. W., Kato T. A. The Intersection of Culture and Solitude: The Hikikomori Phenomenon in Japan / A. R. Teo, K. W. Stufflebam, T. A. Kato ; Wiley-Blackwell, 2014. – P. 445–460. – ISBN 978-1-118-42736-1

25. Schott B. Strawberry Generation. // The New York Times. – 2008. – URL: <https://schott.blogs.nytimes.com/2008/11/30/strawberry%generation/> (дата обращения: 09.04.2020)

26. Bernardini J. The Role of Marketing in the Infantilization of the Postmodern Adult // The University of Texas at Arlington. – 2013. – URL: https://www.uta.edu/huma/agger/fastcapitalism/10_1/bernardini10_1.html (дата обращения: 04.02.2020)

27. Noxon C. Rejuvenile: Kickball, Cartoons, Cupcakes, and the Reinvention of the American Grown-up. – Broadway Books, 2007. – ISBN 978-1400080892

28. Cabral J. Is Generation Y Addicted to Social Media? – The Elon Journal of Undergraduate Research in Communication, 2011. – Vol. 2, № 1. – P. 5–13.

29. Prensky M. Digital Natives, Digital Immigrants. – MCB University Press, 2001. – Vol. 9, № 5. – P. 1–6.

30. Junco R. Connecting to the Net.Generation: What Higher Education Professionals Need to Know About Today's Students / R. Junco, J. Mastrodicasa. – National Association of Student Personnel Administrators, 2007. – ISBN 978-0-931654-48-0

31. Richardson L. Feminist frontiers: Gender stereotyping in the English language. – McGraw-Hill Publishing Co., 2003. – ISBN 9780072824230

32. Carlson C. Desensitization of infantilization. – Journal of Undergraduate Research, 2010. – Vol. 13. – P. 1-23.

33. Metzger P. The Millennial Whoop: A glorious obsession with the melodic alternation between the fifth and the third. // The Patterning. – 2016. – URL: <https://thepatterning.com/2016/08/20/the-millennial-whoop-a-glorious-obsession-with-the-melodic-alternation-between-the-fifth-and-the-third/>
(дата обращения: 14.03.2020)

34. Anglada-Tort M. Names and Titles Matter: The Impact of Linguistic Fluency and the Affect Heuristic on Aesthetic and Value Judgements of Music / M. Anglada-Tort, J. Steffens, D. Müllensiefen ; Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts. – 2019. URL: https://www.researchgate.net/publication/324229062_Names_and_Titles_Matter_The_Impact_of_Linguistic_Fluency_and_the_Affect_Heuristic_on_Aesthetic_and_Value_Judgements_of_Music (дата обращения: 6.05.2020)

35. Попова З.Д. Когнитивная лингвистика. Федеральное агентство по образованию Воронежский государственный университет / З.Д. Попова, И.А. Стернин. – Москва : Восток-Запад, 2007. – ISBN 978-5-17-045103-6

ПРИЛОЖЕНИЕ 1



a)



b)

1. Describe people in pictures a) and b) in a few words.
2. Which one of them is a kidult? Why?
3. What are pros and cons of being a kidult? Discuss your opinion with a partner. Give at least 3 reasons for and against.
4. Sort out the following words in 2 columns.

Annoying, understanding, confident, absent-minded, careless, carefree, purposeful, responsible, knowing, childish, dependent, frivolous, flippant, polite, brave, serious, infantile, indecisive, impulsive, rational, mature, mentally resilient, light-minded, lazy, naive, smart, selfish, prudent, stubborn, suggestible

Positive	Negative

5. Define the following characters using quotes.

a) “I’m really trying to do nothing for a while”, “I’d procrastinate, take time off”, “I’m not tied to anyone” (Greenberg, 2009)

b) “But I'm on my own. It's just me. I'm not putting myself first, because there's nobody else”, “The interesting thing about me is I don't actually do anything” (About a Boy, 2002)



c) “Well, I took a personality test. And the test came back and the type that I am... is a procrastinator”, “I don't know what to do with my future”. (Laggies, 2014)



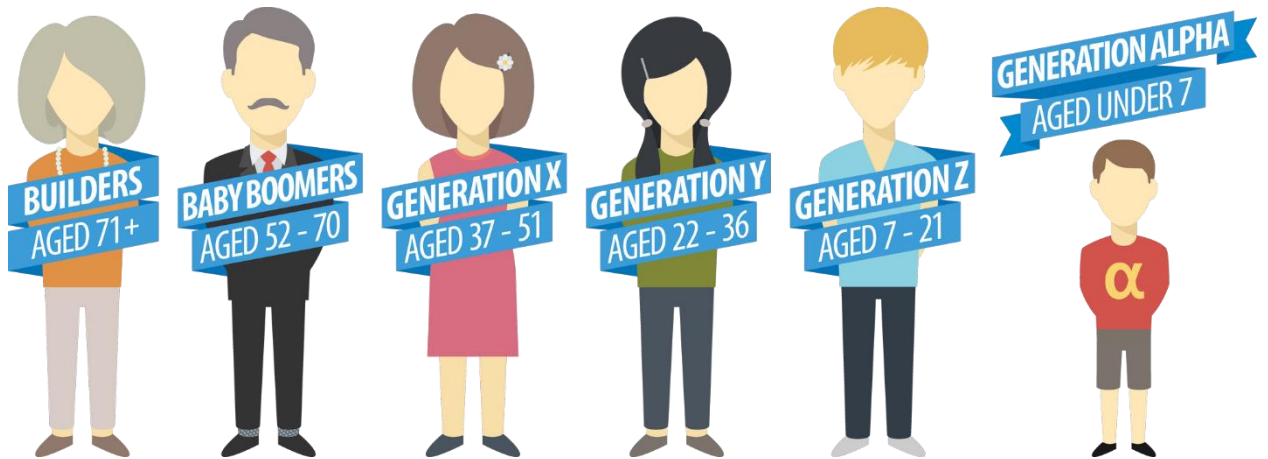
d) “It seemed that fate now offered me a wonderful alternative...an opportunity to completely duck out of my life”, “My desire to be an observer of life...was actually keeping me from living one” (The Nanny Diaries, 2007)



e) “You still act like you're 6”, “You don't think things through”, “All you care about is yourself!”



6. Who is who? Match definitions with generations.



a) resistant towards current trends, 48% listening to the radio, well researched purchase decisions, 62% reading the newspapers, isolated, often called the MTV Generation;

b) pre-feminism, staying at home moms and men pledging their loyalty to a lifetime job, focused on their careers rather than on activism, largely encouraged to conform with social norms;

c) sophisticated, technology wise, immune to most traditional marketing and sales pitches, delay some steps into adulthood (like housing, career and marriage) for longer periods than most generations before them, often live with their parents, labeled as the Peter Pan generation;

d) the most technological-infused, use smartphones and tablets naturally, learn by doing, interacting with Artificial Intelligence and voice assistants, the most racially diverse generation;

e) the first tolerant generation, strong work ethic, self-assured, competitive, goal-centric, resourceful, mentally focused, team oriented, disciplined;

f) digital integrators, savvy consumers, over saturated with brands, globally focused, visually engaged, educationally transformed, socially defined, entirely dependent on IT;

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

Таблица 1 – Теория поколений в англо-американской истории

Поколение	Архетип	Годы рождения	Превращение и ключевые события
Бэби-бумеры	Пророк	1945-1963	Подъём: Рах Americana
Поколение X / 13-е поколение	Странник	1964-1984	Пробуждение: Революция сознания
Поколение Y / Поколение Миллениума	Герой	1985-2004	Спад: Культурные войны, Постмодернизм
Поколение Z / Поколение Родины	Художник	2005-наши дни	Кризис: Мировой экономический кризис (с 2008 года), Изменение климата, Война против терроризма

Таблица 2 – Теория поколений в России

Поколение	Годы рождения	Повлиявшие события	Характеристики
Бэби-бумеры	1944-1963	Окончание Второй мировой войны, Советская оттепель, покорение космоса, СССР — мировая супердержава, холодная война, первые пластические операции и создание противозачаточных таблеток, единые стандарты обучения в школах и гарантированность медицинского обслуживания, рок-	Оптимизм, заинтересованность в личностном росте и вознаграждении, в то же время коллективизм и командный дух, культ молодости

		музыка	
Поколение X	1964-1983	Продолжение холодной войны, Перестройка, наркотики, война в Афганистане, гранж	Готовность к изменениям, возможность выбора, глобальная информированность, техническая грамотность, индивидуализм, стремление учиться в течение всей жизни, неформальность взглядов, поиск эмоций, прагматизм, надежда на себя, равноправие полов
Поколение Y / Поколение Миллениума	1984-2003	Распад СССР, теракты и военные конфликты, атипичная пневмония, развитие цифровых технологий, мобильные телефоны и Интернет	Гражданский долг и мораль, ответственность, но при этом психологи отмечают их скептицизм и неумение подчиняться, немедленное вознаграждение
Поколение Z	2004-2023	Развитие интернета, смартфоны, продукты массового потребления	Многозадачность, практичность, доверительные отношения с родителями, техническая и информационная грамотность