

**«Психологические механизмы смыслообразования при восприятии
мультфильма "Адажио"»**

Научный руководитель – Собкин Владимир Самуилович

Юсим Мария Михайловна

Студент (специалист)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет
психологии, Кафедра психологии личности, Москва, Россия

E-mail: yusimmaria@gmail.com

Когда начинаешь задумываться о мультфильме Гарри Бардина «Адажио», как бы разбирая его на составные части: музыка, визуальная составляющая, сюжет, то первым, что привлекает внимание, является музыка. Музыка в произведении имеет две основные функции: она выражает эмоциональную и ценностную сферы человека, и также она оказывает воздействие на прослушивающего. То есть автор, выбирая то или иное музыкальное сопровождение, закладывает в это какой-то свой посыл (создать атмосферу, передать настроение и отношение к персонажам и так далее), а вот зритель уже принимающая сторона, он воспринимает композицию сообразно своим личностным особенностям.

Поэтому первый вопрос, который возник, был следующим: есть ли влияние музыки на восприятие «Адажио»? А если есть, то каково оно, что дает музыка, что без нее теряется при просмотре.

Второй вопрос, который был поставлен, касается воздействия уже самого мультфильма (как целостного произведения) на зрителя. Интуитивно было ясно, что влияние после просмотра должно быть, по всем законам мультфильм должен его оказывать, поэтому было принято решение изучить этот аспект, но все оказалось не так просто. В работе Собкина и Маркиной, посвященном влиянию опыта травли в школе на понимание подростками фильма «Чучело», был подходящий для второго вопроса дизайн исследования, позволяющий хорошо изучить и раскрыть проблему, поэтому разработка дизайна исследования была основана на работе Собкина и Маркиной.

При изучении влияния музыки на восприятие мультфильма, было проведено 20 неформализованных глубинных интервью с просмотром фильма без музыкального сопровождения и с ним (5 девушек и 5 юношей в каждой подвыборке). Интервью проводились дистанционно, им предшествовал показ мультфильма. До того, как начать искать респондентов, был составлен опорный список вопросов, минимальное число вопросов – 9, их количество могло увеличиваться в ходе беседы для наиболее полного раскрытия слов респондента.

Интересным является то, что респонденты, смотревшие мультфильм с музыкальным сопровождением, трактовали сюжет через религиозную призму. Без музыкального сопровождения не было упоминаний сходства сюжета с религиозной тематикой, внимание обращалось на остросоциальность проблематики происшедшего в мультфильме.

Также была обнаружена разнонаправленность эмоций и трактовок мультфильма (тяжелые негативные переживания и позитивный посыл) – эффект сглаживания возникающего внутреннего конфликта и неудовлетворения от негативных эмоций.

Целью второй части исследования являлось выявление того, как мультфильм влияет на Я-концепцию (мы использовали понятия «Я-идеал»/«Я-идеальное», «Я-антиидеал»/«Антиидеал», «Я-реальное»), изменяются ли эти компоненты в ходе просмотра или после него, как конкретные персонажи влияют на самоощущение человека. Каково влияние на нравственно-моральную сферу зрителя, может быть, как меняются его взгляды?

Как он оценивает поступки персонажей? Эти вопросы были поставлены перед вторым этапом исследования.

Были выделены следующие задачи:

- Разработка опросника (он был двухэтапным, сама методика будет описана ниже);
- Поиск респондентов и сбор данных;
- Статистический анализ данных с помощью программы SPSS и содержательный анализ полученного материала;
- Поиск литературы на данную тему.

При разработке методики для этого исследования в качестве примера была рассмотрена методика из исследования Собкина и Маркиной «Фильм «Чучело» глазами современных школьников.»: в ней респондентов просили оценить свой Идеал, Антиидеал и себя самих по 28 биполярным шкалам. До просмотра респонденты оценивали по этим шкалам себя, после – себя и персонажей. Исследование строилось на основе метода личностного семантического дифференциала Осгуда.

Методика для исследования 2023 года была построена следующим образом: первый этап состоял из 3 пунктов: оценка Я-реального, Я-идеального, Я-антиидеала по 34 биполярным шкалам. Второй этап состоял из 3-х содержательных блоков: первый включал в себя 9 открытых вопросов, направленных на раскрытие понимания сюжета, отношения к мультфильму, а также понимание эмоций, вызываемых мультфильмом. Второй блок содержал 6 вопросов, нацеленных на определение пиковых переживаний, полученных в процессе просмотра, и их оценку (положительные или отрицательные). Было выбрано 10 эпизодов на основе исследования 2022 года и анализа глубинных интервью, проведенных тогда: респонденты выделяли эти эпизоды как наиболее значимые для сюжета, в исследовании 2023 года респонденты выбирали, во время просмотра каких эпизодов они испытывали наиболее сильные негативные и позитивные переживания. А также их просили объяснить смысл выбранных эпизодов. Дополнительно участников просили оценить по 5-тибалльной шкале эти же 10 эпизодов, чтобы потом сопоставить с ответами на предыдущие вопросы (совпадают оценки с эмоциями или же нет). В третьем блоке по 34 биполярным шкалам просилось оценить сначала персонажей: Серые, Черный и Белый, а после этого компоненты личности: Я-реальное, Я-идеальное, Я-антиидеал. Также анкета содержала в себе ссылку на мультфильм и социодемографические данные (пол, возраст, образование). Второй этап проходил спустя 3-5 дней после первого.

34 биполярные шкалы, отобранные нами для исследования, соотносились с факторами ММПЮ и сферами личности.

Двухэтапность методики позволяла выявить присутствие или отсутствие изменений вследствие просмотра. Возраст респондентов варьировался от 15 до 28 лет. Всего в исследовании приняло участие 50 человек (63 в первом этапе, 50 во втором, 13 респондентов не прошли 2 этап), 31 женщина и 19 мужчин. Анкета высылалась дистанционно.

Полученные результаты были обработаны с помощью программы SPSS. Групповые матрицы, содержавшие обобщенные результаты двух подвыборок (женской и мужской), полученные после прохождения двух этапов исследования, были обработаны с помощью факторного анализа с вращением Varimax Кайзера. В подвыборках было выделено 4 фактора, объясняющих 97,3% у женщин и 97,1% у мужчин общей суммарной дисперсии.

В женской выборке было получено 4 фактора: первый фактор «Обобщенный» объяснял около 69% общей дисперсии, в него вошло 28 из 34 шкал, поэтому для удобства было решено разделить его на подкатегории с использованием факторов ММПЮ. Было выбрано из оригинальных названий категорий те, которые отражали наши шкалы, вошедшие туда. Первый фактор затрагивает почти сферы личности: «Активность – робость», «Дружелюбие – враждебность», «Организованность – неорганизованность», «Толстокожесть

– чувствительность», «Ограниченность – любознательность», «Общительность – замкнутость», «Лидерство – подчиненность», «Деликатность – бесцеремонность». Больше всего шкал вошло в категорию «Лидерство-Подчиненность» - 5.

Есть содержательные различия в шкалах, которые вошли у женщин и мужчин в разные факторы.

В первом факторе у женщин самая нагруженная категория – «Лидерство-Подчиненность», тогда как у мужчин – «Общительность – замкнутость».

Во второй фактор у женщин («Открытость(-)-Закрытость(+») вошли шкалы: «Верующий-Неверующий», «Экстраверт-Интроверт» и «Бесхитростный-Хитрый», у мужчин («Свобода(-)-Несвобода(+»)»: «Неподчиняющийся-Подчиняющийся», «Снисходительный-Требовательный», «Радикал-Консерватор».

Третий: у женщин («Мягкость(-)-Жесткость(+») – «Снисходительность-Требовательность» и «Мечтательность-Реалистичность», у мужчин («Возвышенный(-)-Приземленный(+») – «Верующий-Неверующий» (0,960) и «Мечтательный-Реалистичный» .

Четвертый: у женщин («Эмоциональность(-)-Рациональность(+») «Эмоциональность-Рациональность», у мужчин («Хитрый(-)-Бесхитростный(+») – «Хитрый-Бесхитростный».

Можно предположить, что по первому фактору и те, и те ориентированы на коммуникативную сторону, но женщины обращают больше внимания на расстановку сил и авторитеты, а мужчины – на открытость к общению в целом. Второй фактор характеризует взаимоотношения с миром, но их можно описать через разные подходы: мужской более агрессивный (про изменения, напор), а женский больше про восприятие этого самого мира, чем про изменения. Третий фактор, как и четвертый, говорит о разных акцентах: женщины больше сосредоточены на эмоциональном аспекте, тогда как мужчины – на когнитивном.

Если же обратиться к результатам, полученным благодаря методу семантического дифференциала, то становится видна двуплановость повествования: верхний слой – конечный продукт деятельности режиссера и съемочной команды, рассказывает историю, передает сюжет и посыл, происходит обмен режиссер-зритель, но на втором слое все работает по-другому: Бардин создает мультфильм, отталкиваясь от ожиданий зрителя, а обмен здесь выглядит скорее как зритель-режиссер, потому что автор предлагает героев, которые заведомо сконструированы на основе представлений зрителя о добре и зле, хороших и плохих. Поэтому, поставив перед собой вопрос: «Как меняются компоненты личности после просмотра мультфильма «Адажио»?», была обнаружена эта удивительная картина: они не меняются, собственно, потому, что изначально герои, созданные Бардиным, отвечают представлениям человека о хорошем – Я-идеальное, и плохом – Я-антиидеал. Большинство шкал вошло в фактор, названный «Общий», по которому изменений после просмотра не возникло, но по менее нагруженным факторам изменения проскальзывали, причем, опять же, видны гендерные различия.

Источники и литература

- 1) Бандура А. «Теория социального научения». – СПб.: Евразия, 2000. – 320 с.
- 2) Бардин Г. И вот наступило потом.. – Orenburgskoe knizhnoe izdatel'stvo im. GP Donkovt [U+FE20]s [U+FE21]eva, 2018.
- 3) Белинская, Е. (2017). Идентификационные модели подростков и молодежи: «герои нашего времени». Психологические исследования, 10(54).
- 4) Бернс Р. Развитие Я-концепции и воспитание. – М.: Прогресс, 1986 – 31 с.

- 5) Блохина Тамара Самвеловна Соотношение понятий "Я-концепция" и "образ я" // Акмеология. 2017. №3 (63). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sootnoshenie-ponyatiya-ya-kontseptsiya-i-obraz-ya> (дата обращения: 06.05.2023).
- 6) Брайан Д. Джордж Лукас. Путь Джедая – Эксмо: 2019. – 480с.
- 7) Евгеньева А.П., Словарь русского языка: В 4-х т. / РАН, Ин-т лингвистич. исследований; 4-е изд., стер. — М.: Рус. яз.; Полиграфресурсы, 1999
- 8) Зуева Елена Юрьевна Психологические аспекты Я-концепции личности // Вопросы науки и образования. 2018. №1 (13). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/psihologicheskie-aspekty-ya-kontseptsii-lichnosti> (дата обращения: 06.05.2023).
- 9) Кубрак, Т.А. Роль психологических характеристик восприятия кино в процессе его воздействия / Т.А. Кубрак. В сборнике: Психологическое воздействие в межличностной и массовой коммуникации. – 2014. – С. 94-111
- 10) Кулькова Л.Д., «Образ героя в представлениях современных россиян: социологический анализ», бакалаврская работа, 2019
- 11) Кэмпбелл Д. «Тысячеликий герой» — СПб.: Питер, 2018. — 352 с
- 12) Лотман Ю.М., Семиотика кино и проблемы киноэстетики, Издательство "Ээсти Раамат" Таллин, 1973.
- 13) Максимова Л.А., Введение в общую психологию [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие / Урал. гос. пед. ун-т ; авт.-сост. Ю. Е. Водяха, С. А. Водяха. – Электрон. дан. – Екатеринбург : [б. и.], 2018 – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).
- 14) Малюкова Л.Л. Гарри Бардин: Гадкий Утенок – герой?// Новая газета, 2008, №01-02
- 15) Михайловский Н. Герои и толпа. — Т. 2. — СПб.: Алетейя, 1998. — С. 5-92.
- 16) Ницше Ф.В. Злая мудрость. Афоризмы и изречения: электрон. книг. 2007. №1.
- 17) Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка / Российская академия наук. Институт русского языка им. В. В. Виноградова. – 4-е изд. – М.: А Темп, 2004.
- 18) Психосемантика. Метод семантического дифференциала: учебнометодическое пособие для студентов высших учеб. заведений / О.В. Кожевникова, С.А. Вьюжанина. – Ижевск: Издательский центр «Удмуртский университет», 2016. – 120 с.
- 19) Райс Ф., Долджин К. Психология подросткового и юношеского возраста. СПб.: Питер, 2012
- 20) Роджерс К. Становление личности. Взгляд на психотерапию. М.: «Эксмо-Пресс», 2001.
- 21) Собкин В.С., Маркина О.С. Фильм «Чучело» глазами современных школьников. Труды по социологии образования. Т. XIV. Вып. XXV. — М.: Институт социологии образования РАО, 2010. — 152 с.
- 22) Хорни К. Невроз и личностный рост. Борьба за самоосуществление. – СПб.: Восточно-Европейский институт психоанализа и БСК, 1997 – 16 с.
- 23) Эйзенштейн С.М. Мемуары. Т. 2. М.: ред. газ. «Труд»; Музей кино, 1997
- 24) Юнг К.Г. Структура психики и архетипы. – М.: Акад. проект, 2009. - 302
- 25) Bettelheim, B. (1943). Individual and mass behavior in extreme situations. Journal of Abnormal and Social Psychology, 38, 417–452.

- 26) Bettelheim, B. (1976). The uses of enchantment: The meaning and importance of fairy tales. New York: Knopf.
- 27) Cohen J., Defining identification: a theoretical look at the identification of audiences with media characters//Department of Communication University of Haifa, Mass communication & society, 2001, 4(3), с. 245–264
- 28) Fiske, J. (1989). Television culture. London: Routledge
- 29) Huesmann, L. R., Lagerspetz, K., & Eron, L. D. (1984). Intervening variables in the TV violence-aggression relation: Evidence from two countries. *Developmental Psychology*, 20, 746–775.