

Постпросмотровый синдром

В статье предложен подход к изучению постпросмотровых состояний кинозрителя. Посредством свободных ассоциаций от зрителя, только что посмотревшего фильм, исследователь получает конечный набор словоформ. На следующем шаге они распределяются на четыре категории: оценка личных состояний, оценка себя, описательная позиция к фильму, эмоциональное постпереживание фильма. Это позволяет установить базовые психологические характеристики человека, опосредованные только что просмотренным фильмом, показать направление и глубину воздействия киноленты на зрителя. Упрощенный экспериментальный план не

позволяет формулировать валидных выводов, однако задает направление для методических и методологических размышлений об особенностях нахождения в кинореальности после завершения просмотра.

Ключевые слова: исследование кино, ассоциативный тест, постпросмотровое состояние зрителя, фильмы зомби жанра.

Дмитрий Rogozin

декан факультета социальных наук МВШСЭН (Москва)

Исследователи кино традиционно мало внимания уделяют зрительскому восприятию. Но об этом хотя бы время от времени пишут психологи и искусствоведы (см., например: [Elsaesser, Hagener, 2009; McGinn, 2007; Plantinga, 2009]). Уже не удивляют утверждения о синхронизации происходящего на экране с психофизическим состоянием зрителя. "Когда мы смотрим фильм, изменяется пульс, усиливается потоотделение, мускулы поочередно напрягаются и расслабляются" [Grodal, 2009, p. 4], указывая на телесное погружение в киносеанс. Хотя мы не далеко отошли от интуитивных построений раннего С. Эйзенштейна, уже наметилась исследовательская программа. О постпросмотровом состоянии, результатах воздействия фильма на эмоциональный фон кинозрителя известно гораздо меньше. Станным образом, наиболее значимые с точки зрения маркетинга вопросы, определяющие воздействие продукта, остаются без внимания. Что происходит с сознанием зрителя сразу после окончания просмотра? Насколько сильно экранная реальность повлияла на его состояние? Принимает или преодолевает зритель преподнесенное кинопослание? Круг этих вопросов можно обобщить в категорию "постпросмотрового синдрома", к изучению которого мы и приступим.

Методика

После просмотра испытуемым давалось задание в течение минуты произносить вслух любые слова, которые ассоциируются с фильмом¹. Экспериментатор засекал время и останавливал испытуемого, когда заканчивалась минута.

В эксперименте приняло участие 12 человек: 7 мужчин и 5 женщин в возрасте от 19 до 43 лет. Все смотрели фильм "Добро пожаловать в Зомбиленд" в специально оборудованном зале.

Из речи испытуемых выделялись лишь те слова, которые точно соответствуют данному заданию (см. приложение), то есть могут идентифицироваться в качестве ассоциаций. Вводные высказывания, описания собственных состояний, извинения определяются в качестве задержки ответа, поэтому исключены из дальнейшего анализа.

Единицей наблюдения задана ассоциация, высказываемая испытуемым. Всего, 12 испытуемыми, в течении одной минуты названы 118 ассоциаций. Пространство признаков состоит из двух переменных:

(1) направленность высказывания: 1 — про себя ("вздраги-

ваю", "неприятно", "хватаю мужа за руку"), 2 — про фильм ("зомби", "кровь", "яркий");

(2) модус высказывания: 1 — описание ("дороги", "голливуд", "одноэтажная америка"), 2 — оценка ("нереалистичный", "правдивый", "жуткий").

Лишь две ассоциации, в силу языковой полисемичности, оказались трудно идентифицируемыми по отобраным переменным. Например, "испуг", "ужас" может относиться к описанию личного переживания или к характеристике фильма. Кодировщик в первом случае выбрал код 1 "про себя", во втором 2 "про фильм". Присутствующая неопределенность в идентификации слов может существенным образом снизить надежность теста.

Результаты

Из 130 ассоциаций лишь 16, или 12%, направлены на себя, или описание собственного состояния, и 114, или 88%, можно отнести к описанию фильма. Напротив, оценочность или описательность ассоциации разделилась более равномерно: 76 ассоциаций, или 58%, отнесено к описанию и 54, или 42%, к оценке.

На пересечении двух признаков направленности и модуса высказываний можно построить пространство постпросмотрового состояния кинозрителя (рис. 1), определяемое эмоциональностью и фокусированностью высказываний, озвученных сразу после завершения сеанса.

Нейтральные высказывания о личных состояниях ("вздрагиваю", "подпрыгиваю", "хочется, чтобы закончилось хорошо" и т.д.) указывают на быстрый, осмысленный выход зрителя из кинореальности. Только покинув зал, испытуемый занимает рефлективную позицию по отношению к своим состояниям. Как бы сильны не были переживания во время просмотра, благодаря собственной психической системе восприятия (стремление отказать от увиденного) или вследствие слабого воздействия кинопотока на психику, испытуемый быстро переходит в повседневную, отличную от экранной реальность. Оценка себя, собственных состояний ("страшно", "неприятно", "понравился" и т.д.) может проводится так же лишь с некоторой дистанции. Когда человек, действительно, переживает страх, неприятие или ужас, он не рассказывает об этом, а демонстрирует невербальными или вербальными реакциями. Эмоциональный компонент в оценочной речи более выражен, что сиг-

¹ Метод свободных ассоциаций - один из наиболее распространенных психологических приемов. Наиболее широкое распространение получил в психоанализе, но также применяется и в качестве жесткой экспериментальной процедуры. А. Лурия подчеркивал важность осознания допущений, на которых строится метод. Испытуемый должен говорить все слова, приходящие в голову, не подбирая более подходящие для текущего момента [Лурия, 1998, с. 104]. Полное выполнение такого условия весьма проблематично. Однако для нас достаточен сам факт выбора тех или иных слов. Поскольку дальнейшая их классификация производится по неизвестным для испытуемого категориям, он не может контролировать наиболее адекватные и с его точки зрения приемлемые для экспериментатора закрытия.

нализирует о меньшем выходе из фильма. Испытуемый не использует конструкции прошлого времени, высказывая о настоящих переживаниях как бы возвращают его в ситуацию

Рис. 1 Пространство постпросмотрового состояния,
% от всех ассоциативных слов

| | | МОДУС | |
|----------------|----------|--------------------------------------|---|
| | | описание | оценка |
| направленность | про себя | описание личных состояний 8% | оценка себя 4% |
| | про кино | описательная позиция к фильму 50% | эмоциональное постпереживание фильма 38% |

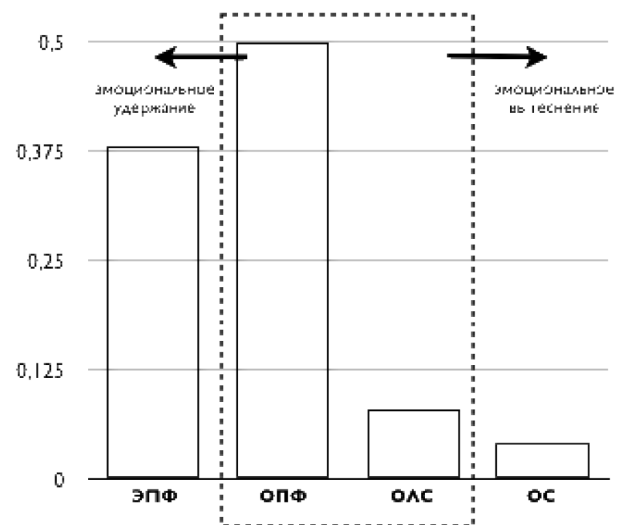
просмотра.

Еще более близки к сопереживанию фильма испытуемые, в центр своего оценочного высказывания ставящие фильм. Отметим, что задание "проговаривать любые ассоциации, связанные с фильмом", подталкивают к этой позиции. Отклонение от него, при прочих равных условиях, свидетельствует об осмысленном вытеснении фильма.

Четыре значения постпросмотрового состояния можно представить как шкалу эмоционального шлейфа, остающегося после просмотра фильма. Центральные позиции занимают нейтральные высказывания, крайние – эмоциональные реплики, направленные либо на фильм и удержание эмоционального состояния от просмотра, либо на описание собственных переживаний и вытеснение эмоционального воздействия от фильма (рис. 2).

Эмоциональные удержания и вытеснения не зависят от направленности самих эмоций (позитивных или негативных). Эта характеристика отражает психологические приемы, направленные на конструирование собственной позиции по отношению к фильму. Удерживая эмоции, проговаривая личное отношение к фильму, актуализируя эмотивные состояния, зритель закрепляет пережитое во время просмотра. Переводя разговор на себя, описывая свое личное эмоциональное состояние, он смещает акценты, буквально, вытесняет эмоциональное воздействие. Поэтому обе характеристики могут включать как положитель-

Рис. 2. Шкала постпросмотрового состояния
ЭПФ – эмоциональное постпереживание фильма, ОПФ – описательная позиция к фильму, ОЛС – описание личных состояний, ОС – оценка себя.



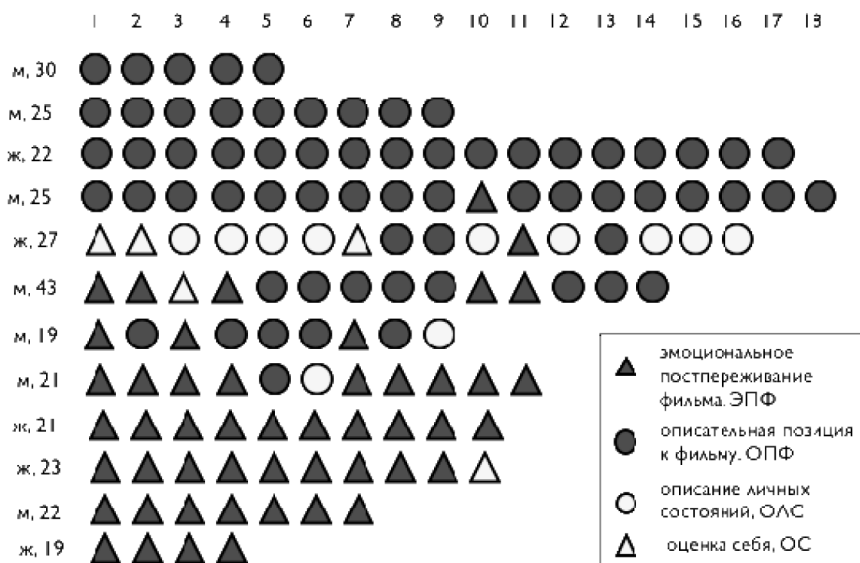
ные, так и отрицательные отзывы о киноленте. Их различие важно не для оценки отношения к фильму (что можно сделать куда более прямым способом, спросив напрямую, например), а для определения стратегий постпросмотрового потребления кинопродукции, или постпросмотрового синдрома. Если зритель актуализирует свое отношение к фильму, ставит в центр внимания увиденное на экране, он более расположен к последующему воспроизводству кинопродукции, то есть участию в дискуссиях, опровержению или подтверждению мнений других, покупке сопутствующих товаров, проявлению внимания к деталям кинокартины. Если же внимание уделяется собственным переживаниям, кинопросмотр антропоморфизируется, сужается до рефлексии собственных чувств и переживаний, особенности увиденного будут вскоре стерты из памяти, подменены другими более актуальными эмоциональными всплесками. Если в ассоциативном ряду наблюдаются лишь описательные конструкции, не предполагающие вовлечение эмоционального контекста, значит потребление кинопродукции уже завершено. Зритель отчужден от увиденного и не испытывает постпросмотровый синдром.

Таблица 1. Индивидуальные ассоциативные ряды, абс. значения

* ЭПФ – эмоциональное постпереживание фильма, ОПФ – описательная позиция к фильму, ОЛС – описание личных состояний, ОС – оценка себя.

| Испытуемый | ЭПФ* | ОПФ | ОЛС | ОС | Итого |
|---------------|-----------|-----------|-----------|----------|------------|
| жен., 27 лет | 1 | 3 | 9 | 3 | 16 |
| муж., 19 лет | 3 | 5 | 1 | 0 | 9 |
| муж., 21 год | 9 | 1 | 1 | 0 | 11 |
| муж., 25 лет | 1 | 17 | 0 | 0 | 18 |
| муж., 43 год | 5 | 8 | 0 | 1 | 14 |
| жен., 23 года | 9 | 0 | 0 | 1 | 10 |
| жен., 21 год | 10 | 0 | 0 | 0 | 10 |
| жен., 19 лет | 4 | 0 | 0 | 0 | 4 |
| муж., 22 года | 7 | 0 | 0 | 0 | 7 |
| муж., 25 лет | 0 | 9 | 0 | 0 | 9 |
| жен., 22 года | 0 | 17 | 0 | 0 | 17 |
| муж., 30 лет | 0 | 5 | 0 | 0 | 5 |
| Итого | 49 | 65 | 11 | 5 | 130 |

Рис. 3 Индивидуальные ассоциативные ряды (фигурами обозначены слова, расставленные в порядке произнесения испытуемым)



Описательные ассоциации наиболее частотны (рис 1, 2). Однако, если обратиться к индивидуальным выборам (табл. 1), можно увидеть, что исключительно описательная позиция к фильму наблюдается лишь у трех человек, а исключительное описание личных состояний — ни у кого.

Несмотря на доминирование нейтральных слов в целом по выборке, испытуемых придерживающихся эмоциональных описаний больше нежели нейтральных, пять против четырех человек, соответственно (рис. 3). Это происходит потому, что люди с нейтральным отношением произносят больше слов за минуту, нежели эмоционально переживающие увиденное. По всей видимости, эмоциональные ассоциации вторгаясь в речь испытуемых, мешают сконцентрироваться на вопросе, снижают скорость речевой реакции на полученный стимул.

Вся выборка делится на три группы: В первую входят испытуемые, занявшие описательную позицию по отношению к фильму (муж., 30; муж, 25; жен., 22; муж, 25); во-вторую, эмоционально переживающие увиденное (жен., 19; муж, 22; жен., 23; жен., 21); в-третьей, смешанные оценки (жен., 23; муж, 43; муж, 19).

К сожалению, особенности экспериментального задания² существенно сужают интерпретативные возможности. Ассоциативный тест, выполненный в формальной манере (жесткий контроль ответов по времени), подвергает испытуемых в непривычную стрессовую ситуацию и, тем самым, разрушает экологическую валидность эксперимента. На это, как минимум, указывают низкие частоты ассоциативных слов (табл. 1). Кроме того, у нас нет дополнительных переменных для проверки надежности полученных данных. Если продолжать линию ассоциативного тестирования, следует заимствовать лурьевскую методологию сопряженной регистрации психофизиологических параметров, позволяющую оценить степень ментальной и физиологической (рас)согласованности ответов. Альтернативным способом регистрации постпросмотрового синдрома служит более экологичный вариант разговора после фильма, инициируемого обыденным набором вопросов: Как вам фильм? Понравилось? Что привлекло внимание? Стоит посмотреть?

Нарративное повествование, проводимое в привычной для зрителя форме, может дать не меньшее количество значимых для нас маркеров. В то же время мы снимаем проблемы тестовой искусственности процедуры.

Заключение

После просмотра любого фильма зритель выходит в измененном состоянии, хотя бы потому, что вынужден проводить в весьма специфическом месте продолжительное время. Наиболее сильное воздействие оказывается на эмоциональную составляющую психики, что мы называем постпросмотровым синдромом. Человек либо актуализирует внимание на фильме, эмоционально наделяя его определенными характеристиками, либо эмоционально описывает собственные состояния. В обоих случаях переживаемый им постпросмотровый синдром видоизменяет его поведение, вносит на какой-то промежуток времени значимые возмущения. Добиться точной и надежной фиксации постпросмотрового син-

дрома — достойная исследовательская задача. Представляется весьма перспективным обнаружить способы измерения силы и продолжительности воздействия фильма на эмоциональную структуру сознания зрителя. Небольшой опыт с ассоциативным тестом предоставил исходные материалы для конструирования более валидных экспериментальных планов, которые могут развиваться либо в сторону большей формализации и расширения исследовательских переменных, либо большей экологичности, приближении эксперимента к повседневным практикам.

Литература

1. Elsaesser, T., Hagener, M. Film theory: An introduction through the senses. New York: Routledge, 2009.
2. Grodal, T. Embodied visions: Evolution, emotion, culture, and film. Oxford: Oxford University Press, 2009.
3. McGinn, C. The power of movies: How screen and mind interact. New York: Vintage, 2007.
4. Plantinga, C. Moving viewers: American film and the spectator's experience. New York: University of California Press, 2009.
5. Кэмпбелл, Д. Модели экспериментов в социальной психологии и прикладных исследованиях / Пер. с англ. А.У. Хараша, Ю.М. Жукова, П.Б. Шошнина; Сост., общ. ред. М.И. Бобневой; Вступ. ст. Г.М. Андреевой. СПб.: Социально-психологический центр, 1996.
6. Лурия, А.Р. Язык и сознание. М.: Изд-во Московского ун-та, 1998.

¹ В кэмпбелловской классификации мы имеем дело с исследованием единичного случая (X O, где X — экспериментальное событие, или задание которое выполняет испытуемый, O — результат проведенного экспериментатором измерения), когда изучаются лишь последствия от выполнения задания [Кэмпбелл, 1996, с. 51-52]. Мы отказались не только от привычной психологам рандомизации испытуемых, но и от обязательного для контролируемых экспериментов наличия контрольной группы.

Приложение: Отфильтрованный ассоциативный ряд

| № | испытуемый | ассоциации за минуту |
|----|---------------|--|
| 1 | муж., 25 лет | зомби - кровь - кишки - хаммер - беверли хилс - голливуд - девушка - бензопила - шон ган - бред - компьютерные игры - американская культура - штампы - шляпа - аттракционы - дороги - одноэтажная америка – бурбон |
| 2 | жен., 22 года | зомби - кровь - люди - пистолет - америка - эпидемия - кости - машины - девушка - сестра - семья - карусели - погони - туалет - дороги - голливуд – актеры |
| 3 | жен., 21 год | мерзкий - отвратительный - отталкивающий - глупый - бессмысленный - никакого нормального сюжета - безвкусный - плоский юмор - ни одной умной вещи – нереалистичный |
| 4 | муж., 25 лет | зомби - неожиданность - Индиана Джонс - виски - ковбой - пай-мальчик - плохая девочка - аттракцион ужасов – ужас |
| 5 | муж., 43 год | яркий - - цветной - понравился - положительная идея - тема семьи - тема ужаса - билл мюррей - старый актер - шутки - яркий - позитивный - конец - катастрофа - американские фильмы |
| 6 | жен., 19 лет | интересный - необычный - веселый - хорошие актеры |
| 7 | муж., 19 лет | интересный - комедия - смешной - эффекты - сама идея - сюжет - экшн настоящий - ужасиком не назовешь - еще бы посмотрел |
| 8 | муж., 21 год | крутой - противный - мерзкий - актеры неплохие - бензопила - так и не увидел - ироничный - добрый - правдивый - не убогий – забавный |
| 9 | жен., 27 лет | страшно - неприятно - вдрагиваю - подпрыгиваю - кричу - хватаю мужа за руку - неприятные эмоции - цвет - констистенции зомби - переживаю за живых - напряженные моменты - замирает дыхание - редкие звуки - хочется чтобы закончилось хорошо - иногда смешно, но редко – испуг |
| 10 | муж., 22 года | веселый - страшный - отвратительный - ужасный - смешной - мрачный – прикольный |
| 11 | жен., 23 года | ужасный - страшный - кровавый - бестолковый - агрессивный - специфический - жуткий - пугающий - бессмысленный - вызывающий отвращение |
| 12 | муж., 30 лет | обычная тема, которую все мусолят - штампы - саундтрек - обыденность - развлечения |