

Постпросмотровый синдром

Социолог Дмитрий Рогозин о методах исследования нашего восприятия увиденного на киноэкранах

10.12.2014

В статье предложен подход к изучению постпросмотровых состояний кинозрителя, когда посредством свободных ассоциаций от зрителя, только что посмотревшего фильм, исследователь получает конечный набор словоформ и устанавливает базовые психологические характеристики человека, опосредованные только что просмотренным фильмом, показывает направление и глубину воздействия киноленты на зрителя.

Исследователи кино традиционно мало внимания уделяют зрительскому восприятию. Но об этом хотя бы время от времени пишут психологи и искусствоведы. 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», указывая на телесное погружение в киносеанс. Хотя мы недалеко отошли от интуитивных построений раннего С. Эйзенштейна, уже наметилась исследовательская программа. О постпросмотровом состоянии, результатах воздействия фильма на эмоциональный фон кинозрителя известно гораздо меньше. Странно, но 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 кино послание? Круг этих вопросов можно обобщить в категорию «постпросмотрового синдрома», изучением которого мы занимались.

О методе свободных ассоциаций

Во время проводимого нами исследования использовался метод свободных ассоциаций — один из наиболее распространенных психологических приемов. Наиболее широкое распространение он 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 подходящих для текущего момента. 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.

После просмотра испытуемым давалось задание в течение минуты произносить вслух любые слова, которые ассоциируются с фильмом. 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, 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 течение одной минуты названо 118 ассоциаций. Пространство признаков состоит из двух переменных:

(1) направленность высказывания: 1 — про себя («вздрагиваю», «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 отобранному переменным. Например, «испуг», «ужас» могут относиться к описанию личного переживания или к характеристике фильма. Кодировщик в первом случае выбрал код 1 («про себя»), во втором — код 2 («про фильм»). Присутствующая неопределенность в идентификации слов может существенным образом снизить надежность теста.

Из 130 ассоциаций лишь 16 (или 12%) направлены на себя или на описание собственного состояния, и 114 (или 88%) можно отнести к описанию фильма. Оценочность или описательность ассоциации, напротив, разделились 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.

		модус	
		описание	оценка
направленность	про себя	описание личных состояний 8 %	оценка себя 4 %
	про кино	описательная позиция к фильму 50%	<u>эмоциональное постпереживание фильма</u> 38%

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

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 рефлексивную позицию по отношению к своим состояниям. Как бы сильны ни 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 проводиться также 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 сигнализирует о меньшем выходе из фильма. Испытуемый не использует конструкции прошлого времени, высказывания о настоящих переживаниях как бы возвращают его в ситуацию просмотра.

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

Удержание и вытеснение эмоций

Эмоциональные удержание и вытеснение 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 положительные, 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 к 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 вовлечения эмоционального контекста, значит, потребление кинопродукции уже завершено. Зритель отчужден от увиденного и не испытывает постпросмотрового синдрома.

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

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., 25лет	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

Несмотря на доминирование нейтральных слов в целом по выборке, испытуемых, придерживающихся эмоциональных описаний, больше, нежели тех, кто придерживается нейтральных — пять против четырех человек соответственно (рис. 3). Это происходит потому, что люди с нейтральным отношением произносят больше слов за минуту, нежели те, кто эмоционально переживает 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).

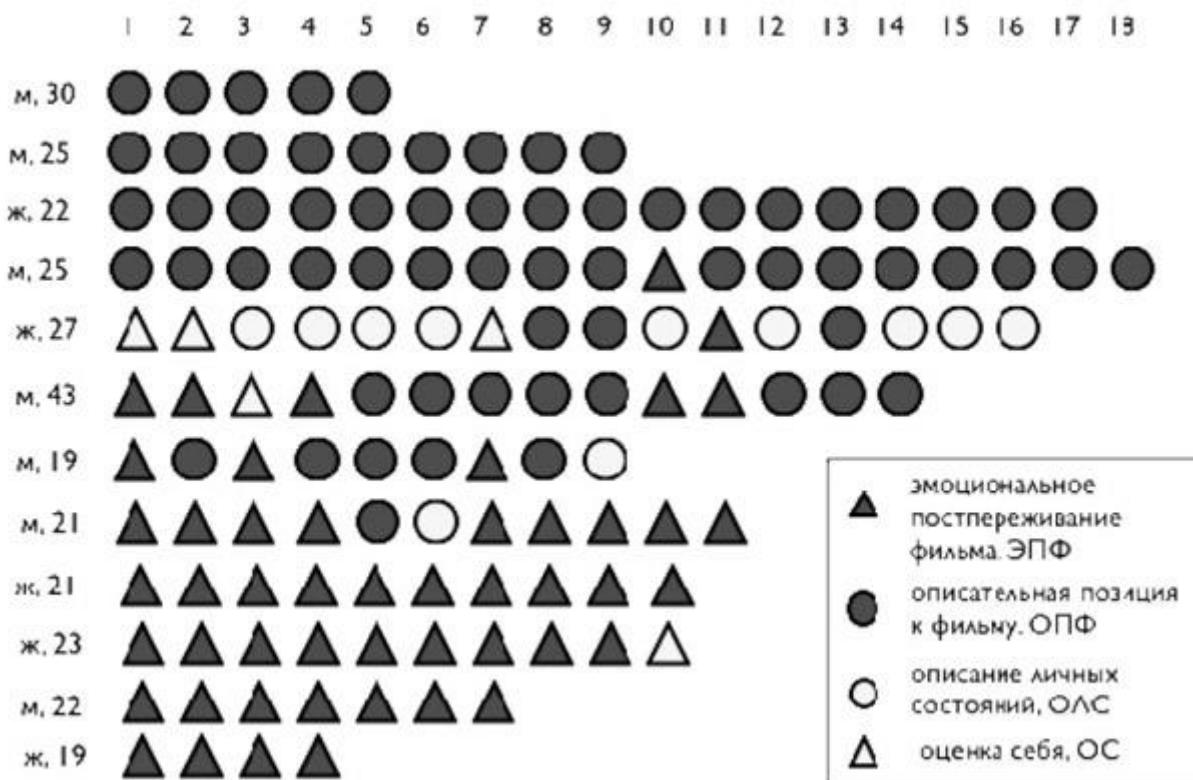


Рис. 3 Индивидуальные ассоциативные ряды (фигурами обозначены слова, расставленные в порядке произнесения испытуемым)

К сожалению, особенности экспериментального задания существенно сужают интерпретативные возможности. Ассоциативный тест, выполненный в формальной манере (жесткий контроль ответов по времени), повергает 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.

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 эмотивную составляющую психики, что мы называем постпросмотровым синдромом. Человек либо актуализирует внимание на фильме, эмотивно

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 синдрома — достойная исследовательская задача. Представляется весьма перспективным обнаружить способы измерения силы и продолжительности воздействия фильма на эмотивную 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 в сторону большей экологичности, приближения эксперимента к повседневным практикам.

Полная версия статьи Дмитрия Rogozina «Постпросмотровый синдром» опубликована в №3 журнала «Телескоп: журнал социологических и маркетинговых исследований» за 2012 год.