

# Эмпирические исследования

## Empirical researches

---

DOI: 10.51217/npsyresearch\_2021\_01\_03\_05

Орестова В.Р., Ткаченко Д.П., Гасс О.К.

Кинематограф как дополнительное пространство переживания  
ситуации неопределенности

Orestova V.R., Tkachenko D.P., Gass O.K.

Cinematography as an additional space for experiencing  
a situation of uncertainty

*Российский государственный гуманитарный университет, Москва, Россия*

Статья посвящена исследованию значения кинематографа в жизненном пространстве современных людей. Выдвигается идея о том, что кинематограф является существенной составляющей социального капитала, особенно востребованной в периоды масштабных потрясений. Обсуждается роль кино в преодолении психологического дистресса, вызванного пандемией COVID-19, в том числе ситуацией фрустрации социального пространства в период вынужденной самоизоляции. Приводятся данные исследований, подтверждающие предположение о возможности использования кинематографа как пространства для эмоционального и когнитивного проживания трудных жизненных ситуаций. Постулируется, что обращение к кинематографическому контенту представляет собой значимый внешний аспект поддержания личностного адаптационного потенциала современных зрителей, соотносимый с разнообразными личностными ресурсами. Эмпирическое исследование направлено на выявление связи кинематографических предпочтений с личностными ресурсами зрителей, причем исследуется специфика этих связей как у мужчин, так и у женщин, а также у зрителей разных поколений. Выборку составили 582 человека, из них 168 мужчин и 414 женщин в возрасте 14 до 60 лет. Результаты исследования позволяют говорить о существовании значительных межпоколенческих и межполовых различий в предпочтениях разных жанров, а также в мотивации обращения к киноконтенту. Анализируется специфика связей кинопредпочтений и различных сторон переживаний зрителей при кинопросмотре с копинг-стратегиями, психологическими защитами и базовыми убеждениями у мужчин и женщин. Делается вывод о возможности изучения и понимания вариативности внутриличностных процессов человека по отношению к тому, какой киноконтент он предпочитает и что стремится

получить от просмотра фильма. Результаты позволяют рассматривать кинематограф как пространство для переживания различных эмоций, в том числе связанных с трудными жизненными ситуациями, а также в качестве возможности формирования образа мира средствами культуры.

*Ключевые слова:* кинопредпочтения, личностные ресурсы, копинг-стратегии, неопределенность

*Для цитирования:* Орестова, В.Р., Ткаченко, Д.П., Гасс, О.К. Кинематограф как дополнительное пространство переживания ситуации неопределенности // Новые психологические исследования. 2021. № 3. С. 97–120. DOI: 10.51217/npsyresearch\_2021\_01\_03\_05

## **Введение**

На сегодняшний день кинематограф является самым доступным и массовым видом искусства, составляющим большую часть культурного и информационного пространства современного человека. Обилие форм, видов и жанров кинематографа направлены на удовлетворение и, во многом, на формирование разнообразия зрительских кинопредпочтений. В этом ключе можно рассматривать кинематограф как значимую часть информационного поля человека, воздействующую на его личность и разнообразные аспекты мировоззрения. Кроме того, кинематограф представляет собой один из важных и наиболее востребованных аспектов социального капитала, к которому современный человек прибегает в моменты разнообразных социальных потрясений и кризисов.

Самым ярким вызовом современности, потрясшим человечество в последние годы, стала пандемия COVID-19, принеся с собой не только необходимость перестраивать повседневные привычки и среды обитания, но также пересматривать и переосмысливать вопросы бытийного характера. Так, самые ранние исследования, проведенные еще в марте 2020 года, показали, что порядка 20% россиян испытывают сильную тревогу из-за ситуации пандемии и неопределенности будущего, а 2–6% пребывают в состоянии паники. Ученые разных стран обнаружили, что пандемия коронавирусной инфекции и связанные с ней ограничительные меры спровоцировали комплекс нарушений в поведенческой и эмоциональной сфере людей: появление депрессивных симптомов, тревоги, страха, повышенного беспокойства, чувства одиночества, рост употребления алкоголя и наркотиков, нарушение сна, суицидальное поведение, эмоциональное выгорание. Таким образом, пандемия COVID-19 стала мощнейшей стрессогенной ситуацией, предъявляющей повышенные требования к личностным ресурсам человека и требующей формирования

адекватных стратегий совладания с возникшей неопределенностью как на когнитивном, так и на поведенческом уровне. Ввиду ограниченности личностного потенциала людей, неожиданно оказавшихся в новой ситуации преодоления последствий глобального кризиса, на первый план вышли разнообразные внешние источники ресурса и поддержания внутриличностного благополучия. К одним из таких источников относится кинематограф.

В этом ключе кинематографический контент можно рассматривать как своеобразное пространство для идентификации себя с персонажами и безопасного проживания разнообразных эмоциогенных ситуаций и конфликтов. Благодаря возможности спроецировать внутриличностные процессы и состояния в пространство кинофильма, человек тренирует свои стратегии совладания и поддерживает целостность идентичности. Переживание и осмысление разнообразных эмоций в процессе просмотра фильмов, подтверждение и пересмотр различных аспектов системы мировоззрения, поиск и обнаружение новых ресурсов для проживания сложных жизненных ситуаций и трудностей, в том числе и ситуации социальной транзитивности, в конечном итоге способствует росту компетентности в собственной жизни. Именно благодаря возможности погрузиться в пространство кинофильма или сериала, человек выходит за рамки своей действительной ситуации и получает шанс испытать множество состояний, которые недоступны в обыденной реальности (Орестова, Ткаченко, 2018).

Возросшая востребованность киноконтента во всем мире в период пандемии COVID-19 проявила себя в повышении темпов роста продаж таких компаний, как Netflix и Amazon Prime Video. За первый квартал 2020 года появилось 15,8 миллионов новых платежеспособных пользователей, во втором квартале компания приросла 10,9 миллионами подписчиков. Аудитория онлайн-сервисов в России также заметно увеличилась во втором квартале того же года, причем речь идет не только о количестве пользователей, но и объемах просмотров. Наиболее популярными кинокартинами в самом начале пандемии стали фильмы-катастрофы о похожих событиях: «28 дней спустя», «Эпидемия» и «Заражение». Однако пролонгация срока ограничений породила смещение зрительских предпочтений на комедийный контент и сюжеты о реальной жизни. Кроме того, исследователям из США удалось выявить, что предпочитающие фильмы ужасов зрители в меньшей мере испытывали психологический дистресс, связанный с пандемией, и обнаружили большую «готовность» к эпи-

демии коронавируса (Scrivner et al., 2021). Авторы считают, что наличие возможности систематически проживать тревогу и страх при просмотре фильмов ужасов повысили толерантность к стрессогенным ситуациям в реальной жизни, в частности, к последствиям пандемии коронавируса (Иванова, 2020).

На современном этапе изучения связи кинопредпочтений с личностными особенностями кино предстает значимым культурным феноменом, являющимся инструментом совладания со стрессом и способствующим личностному росту. В рамках этого подхода кинематограф рассматривается как один из внешних ресурсов, на который человек может опереться в стрессовой ситуации наравне с психологическими защитами, копинг-стратегиями или базисными убеждениями. Идентифицируясь с героем и погружаясь в сложности его судьбы, зритель учится преодолевать свои психологические трудности и находить решения для выхода из собственных проблемных ситуаций. Помимо этого зритель получает новую информацию и расширяет личный опыт, что позволяет ему развивать осознанность и компетентность в реальной действительности. Отдельно стоит отметить, что в практическом плане эти идеи реализуются через такой метод в рамках психотерапевтического направления, как кинотерапия. Важнейшим условием для использования фильмов в качестве терапевтических инструментов является не только соответствие их содержания личностным особенностям клиента, но также конгруэнтность киноконтента актуальным задачам возрастного развития человека (Захарова, Карабанова, 2018).

В рамках изучения связи отдельных жанров кино с личностным потенциалом, в частности, особенностями копинг-стратегий, исследователи выделяют такие жанры, как драма и ужасы в плане их позитивного вклада в развитие совладающего поведения. Также отмечаются положительное воздействие на рост самооценки и удовлетворенности жизнью и снижение суицидальных склонностей при просмотре фильмов. Считается, что в данном случае работает «эффект контраста» при сравнении своей жизни с ситуацией, показанной в картине, что позволяет с некоторой оптимистичностью переосмыслить обстоятельства собственной судьбы. Кроме того, столкновение с ощущением уязвимости и смертности при просмотре фильмов ужасов дает возможность ощутить большую осмысленность и ценность своей жизни. При этом преобладание той или иной копинг-стратегии оказалось важнейшим фактором, во многом определяющим, какой эффект фильм оказывал на зрителя (Воскресенская, 2016).

Однако не всегда воздействие киноконента на зрителя приводит к позитивным итогам для развития когнитивных и эмоциональных процессов. В частности, в одном из исследований показано, что зрители ощутили ухудшение настроения и повышение депрессивных состояний после просмотра драмы, что особенно проявилось при просмотре сцен с насилием. Возможно, данный эффект был связан с тем, что сюжет фильма был сфокусирован именно на проблемах и безысходности в жизни главного героя, в конечном итоге приведших к его гибели (Зубакин, 2013).

Исходя из результатов этих и многих других работ, можно уверенно говорить о наличии выраженной роли взаимодействия внутриличностных факторов с разнообразными аспектами киноконента, а также об очевидном вкладе кинематографа в развитие и поддержание внутриличностного потенциала человека. Кроме того, различные исследования показывают половые различия как в предпочтениях жанров (Hutchinson, 1999), так и в эмоциональных реакциях на фильмы разных жанров (Hoffner, Cantor, 1991; Wühr et al., 2017). Тем не менее, все еще вызывает множество вопросов характер связей и вклада различных факторов, а также границы распространения данных, получаемых в подобного рода исследованиях, в контексте мультикультурного многообразия зрителей современного кинематографа. Отдельно стоит отметить, что изучение способов восприятия – это относительно новая концепция медиапсихологии, в рамках которой накоплено еще крайне мало сведений. Именно поэтому для формирования адекватных представлений о механизмах исследуемых явлений важно учитывать множество других переменных, опосредующих индивидуальную стратегию восприятия фильмов и, следовательно, эмоциональные, а также когнитивные и, возможно, даже поведенческие реакции на кинематографическое зрелище. Эта проблема теснейшим образом перекликается с проблемой охраны здоровья, так как многие исследования обнаруживают связь между содержанием транслируемого киноконента и ростом негативных реакций зрителей после просмотра (Niederkrotenthaler et al., 2009).

### **Постановка проблемы**

В рамках проведенного нами исследования мы ставили *цель* выявить и изучить особенности связи личностных ресурсов у мужчин и женщин, а также зрителей разных поколений с их кинематографическими предпочтениями.

*Объектом* исследования стали психологические особенности

людей с разными кинопредпочтениями. *Предметом* исследования выступили особенности связи личностных ресурсов (таких, как базисные убеждения, психологические защиты и копинг-стратегии) у мужчин и женщин и зрителей разных поколений с их кинематографическими предпочтениями.

*Основной гипотезой* исследования явилось предположение о том, что обращение к кинематографическому контенту является значимым внешним аспектом поддержания личностного адаптационного потенциала современных зрителей, соотносимым с разнообразными личностными ресурсами. Кроме того, существуют значительные межпоколенческие и межполовые различия в кинопредпочтениях и связанных с ними личностных ресурсах.

Данное предположение было конкретизировано в эмпирических *гипотезах*:

1. Респонденты – представители молодого поколения (условно отнесенные к поколениям Z и Y) отдадут предпочтение более популярным в современном медиаполе жанрам (хоррор и фантастика), при этом при просмотре кино стремятся к идентификации с персонажами и переживанию эмоций.

2. Женщины отличаются тем, что в большей мере предпочитают такие жанры, как мелодрама и драма, а мужчины – боевики и фантастику. При этом женщины в большей степени ориентированы на эмоциональные переживания при просмотре, а мужчины – на идентификацию с героем и отвлечение от обыденности.

3. Для респондентов-женщин характерна связь между такими стратегиями совладания со стрессовыми ситуациями, как концентрация на эмоциях и их активное выражение наряду со стремлением смотреть кино под воздействием внутриличностных переживаний и чувства одиночества.

4. Для мужчин характерна связь между тенденцией идентифицировать себя с главным героем и такими стратегиями совладания со стрессовыми ситуациями, как мысленный уход от проблем и позитивное переформулирование и личностный рост.

5. Для зрителей характерна связь таких базисных убеждений, как вера в справедливость и благосклонность мира наряду с предпочтением таких жанров кино, как мелодрама и комедия. Кроме того, желание идентифицировать себя с киногероем при просмотре кино связано с подчеркнутой ценностью собственного Я.

6. Выраженность таких психологических защит, как проек-

ция связана со стремлением к идентификации с киногероем, а замечание – с предпочтением таких жанров, как боевик и ужасы.

### Методы

Для операционализации исследуемых явлений и верификации выдвинутых гипотез был использован следующий пул стандартизированных методик: «Индекс жизненного стиля LSI», ИЖС Р.Плутчик в соавторстве с Г.Келлерманом и Х.Р.Контом (Вассерман и др., 2005); «Шкала базисных убеждений», Р. Янов-Бульман, адаптация Падуи, Котельникова, 2007); COPE К. Карвер, М. Шейер и Дж. Вейнтрауб (Рассказова и др., 2013). Кроме того, привлекалась авторская анкета на выявление кинопредпочтений, которая была направлена на определение предпочитаемых жанров кино и разнообразных состояний, которые зрители стремятся испытать при просмотре кино.

Статистическо-математическая обработка данных реализована при помощи пакета программ STATISTICA 12.0 с применением непараметрических критериев Манна-Уитни (Mann–Whitney U-test) и H-критерия Краскела-Уоллиса (Kruskal–Wallis test) для анализа различий между группами, а также коэффициент ранговой корреляции Спирмена (Spearman rank correlation coefficient) – для оценки связей между показателями.

Выборку исследования составили 582 человека, среди которых было 168 мужчин и 414 женщин в возрасте 14 до 60 лет (ср. возраст – 39,9 лет; SD=11,02). Для более корректного анализа данных выборка была разделена по поколенческому и половому признаку. Опираясь на классификацию Е. Никонова и Е. Шамис, были выделены группы поколений: Z (Зеты) – 51 человек, Y (Миллениумы) – 187 человек, X (Иксы) – 281 человек, Бумеры – 63 человека. Все респонденты – жители Москвы и Московской области. Участие в исследовании было добровольным и анонимным, и работа проводилась на основе онлайн сервиса Google Forms.

### Результаты и обсуждение

На предварительном этапе исследования, по итогу проверки гипотез о наличии различий между мужчинами и женщинами, а также представителями разных поколений в кинопредпочтениях с использованием непараметрического U-критерия Манна-Уитни (Mann–Whitney U-test) и H-критерия Краскела-Уоллиса (Kruskal–Wallis test) были получены следующие достоверные результаты (Табл.1, 2).

Таблица 1. Межполовые различия по показателям кинопредпочтений

Пункт	Средние		Mann-Whitney U-Test		
	М (168)	Ж (414)	U	Z	p-value
Кинокомедия	4,11	3,86	30719,5	-2,21	0,027
Драма	3,64	4,14	25133,5	5,25	0,000
Мелодрама	2,60	3,51	20511,0	7,73	0,000
Боевик	3,45	2,29	16411,0	-9,99	0,000
Фантастика	3,99	3,07	21591,0	-7,14	0,000
Ужасы	2,54	1,91	25508,0	-5,01	0,000
Хорошее настроение	3,03	2,84	30928,5	-2,09	0,036
Грусть/хандра	2,06	2,69	23471,5	6,15	0,000
Желание отвлечься от рутины	2,91	3,15	29860,0	2,67	0,007
Чувство одиночества	1,71	2,06	29367,0	2,94	0,003
Внутриличностные переживания	1,99	2,57	25022,5	5,31	0,000
Мне нравится счастливый финал.	2,51	2,82	28839,0	3,23	0,001
Мне нравится атмосфера фильма и я погружаюсь в нее.	3,53	3,74	29546,0	2,85	0,004
Мне нравится характер главного героя и мне хотелось бы быть на него похожим	2,39	2,19	31091,0	-2,00	0,045
Я похож на главного героя характером и образом жизни, и это повышает мою самооценку.	1,95	1,75	30662,5	-2,24	0,025
Я наслаждаюсь художественной красотой в фильме (пейзажи, костюмы, цветовая палитра, достоверность эпохи и пр.)	3,17	3,50	27142,0	4,15	0,000

• Для мужчин более предпочтительными являются такие жанры, как кинокомедия ( $U=30719,5$ ;  $Z=-2,21$ ;  $p=0,027$ ), боевик ( $U=16411,0$ ;  $Z=-9,99$ ;  $p=0,000$ ), фантастика ( $U=21591,0$ ;  $Z=-7,14$ ;  $p=0,000$ ) и ужасы ( $U=25508,0$ ;  $Z=-5,01$ ;  $p=0,000$ ), в то время как женщины отдают предпочтение драмам ( $U=25133,5$ ;  $Z=5,25$ ;  $p=0,000$ ) и мелодрамам ( $U=20511,0$ ;  $Z=7,73$ ;  $p=0,000$ ).

• Женщины чаще мужчин отмечают хорошее настроение ( $U=30928,5$ ;  $Z=-2,09$ ;  $p=0,036$ ) при просмотре, переживание одиночества ( $U=29367,0$ ;  $Z=2,94$ ;  $p=0,003$ ), грусти/хандры ( $U=23471,5$ ;  $Z=6,15$ ;  $p=0,000$ ) и желание отвлечься от рутины ( $U=29860,0$ ;  $Z=2,67$ ;  $p=0,007$ ). Кроме того, женщины более ориентированы на эстетические переживания ( $U=27142,0$ ;  $Z=4,15$ ;  $p=0,000$ ), вовлеченность в атмосферу фильма ( $U=29546,0$ ;  $Z=2,85$ ;  $p=0,004$ ) и счастливый финал ( $U=28839,0$ ;

$Z=3,23$ ;  $p=0,001$ ). Мужчины же в большей мере склонны идентифицировать себя с главным героем ( $U=31091,0$ ;  $Z=-2,00$ ;  $p=0,045$ ), что повышает их самооценку ( $U=30662,5$ ;  $Z=-2,24$ ;  $p=0,025$ ).

Таблица 2. Межпоколенческие различия кинопредпочтений

Шкалы	Средние				Kruskal-Wallis
	Z (51)	Y (187)	X (281)	B (63)	p-value
Драма	3,49	3,99	4,06	4,13	0,008
Триллер	3,61	3,79	3,50	2,94	0,000
Фантастика	3,94	3,59	3,18	2,81	0,000
Ужасы	2,96	2,28	1,93	1,52	0,000
Апатия/скука	2,63	2,43	2,07	1,92	0,000
Мне нравится характер главного героя и мне хотелось бы быть на него похожим.	2,86	2,43	2,05	2,13	0,000
Мне нравится, как главный герой решает проблемы и как действует в сложных ситуациях.	3,06	2,89	2,67	2,76	0,030
Я похож на главного героя характером и образом жизни, и это повышает мою самооценку.	2,14	1,93	1,72	1,59	0,000

- Представители поколений Y и Z предпочитают такие жанры, как триллер ( $p=0,000$ ), фантастика ( $p=0,000$ ) и ужасы ( $p=0,000$ ), в то время как представители поколений X и B (бумеры) выбирают драму ( $p=0,008$ ).

- Представителям поколений Y и Z более свойственно отмечать переживание апатии/скуки ( $p=0,000$ ) при просмотре кино. Кроме того, они чаще испытывают симпатию к главному герою ( $p=0,000$ ) и к его способам совладания с проблемами ( $p=0,030$ ), а также хотят быть на него похожим или обозначают, что сходство с героем повышает их самооценку ( $p=0,000$ ).

Таким образом, исходя из результатов межполовых и межпоколенческих сравнений, можно говорить о наличии особенностей зрительских предпочтений при выборе и просмотре кино. Подтверждается предположение о том, что для мужчин более значимым при просмотре фильмов является развлекательный характер киноконента и наличие возможности для идентификации с киногероем. В то время как у женщин при просмотре кино, судя по всему, на первый план выступают эстетические и

эмоциональные переживания. Также подтверждается предположение о межпоколенческих особенностях кинопредпочтений, что проявляется не только в выборе разных жанров кино, но также в различиях переживаний, возникающих во время просмотра. Видимо, для представителей молодого поколения (Z и Y) более ценным является наличие в фильме яркого героя, с которым они отождествляют себя и свой жизненный путь. Можно предположить, что наблюдается именно возрастная специфика ориентации при выборе контента, а не поколенческая, так как именно этот возраст наиболее чувствителен к формированию и переструктурированию представлений о себе в контексте процесса становления и развития идентичности. Но данное предположение требует отдельной проверки.

На следующем этапе анализа данных было принято решение разделить выборку на мужчин и женщин, ввиду наличия достаточного количества достоверных различий между ними, что указывает на выраженный межполовой фактор в кинопредпочтениях. Исходя из этого, корреляционный анализ с использованием критерия Спирмена (Spearman rank correlation coefficient), направленный на выявление связей между кинопредпочтениями и личностными особенностями, был проведен отдельно для групп женщин и мужчин. Анализируя полученные корреляции, можно говорить о следующих тенденциях (ввиду слабости корреляционных коэффициентов, мы не можем утверждать, что эта тенденция сохранится при расширении выборки).

Результаты анализа связи кинопредпочтений с копинг-стратегиями, базисными убеждениями и психологическими защитами у женщин представлены в таблицах (3.1–3.3).

*Таблица 3.1. Связь между шкалами авторской анкеты и копинг-стратегиями у женщин*

Шкалы	F1	F2	F3	F4	F6	F7	F10	F11	F12	F14
Драма								0,23		
Мелодрама				0,20					0,22	
Триллер				0,20					0,25	
Хорошее настроение			0,25		0,26	0,25				
Грусть/хандра		0,21								
Чувство одиночества		0,28		0,22					0,22	
Внутриличностные переживания		0,20						0,23	0,26	
Чувство успокоения							0,21			

Счастливым финал					0,38				
Погружение в атмосферу		0,26			0,29				
Реалистичность истории		0,21		0,25					
Характер ГГ, быть похожим		0,21		0,30			0,21		
Как ГГ решает проблемы	0,21			0,26		0,26			0,25
Подтверждение принципам						0,31			
Характер ГГ, повышение самооценки		0,23	0,20	0,31				0,21	
Торжество справедливости					0,264	0,37			0,28

*Примечание:* все представленные в таблице коэффициенты корреляции значимы на уровне  $p < 0,05$ . ГГ – главный герой. Значение шкал методики COPE: F1–Позитивное переформулирование и личностный рост; F2–Мысленный уход от проблемы; F3–Концентрация на эмоциях и их активное выражение; F4–Использование инструментальной социальной поддержки; F6–Отрицание; F7–Обращение к религии; F10–Сдерживание; F11–Использование эмоциональной социальной поддержки; F12–Использование «успокоительных»; F14–Подавление конкурирующей деятельности.

Прежде всего стоит проанализировать связь копинг-стратегий с кинопредпочтениями у женщин. Здесь выявлено большее количество и разнообразие связей, по сравнению с двумя другими методиками. Показано, что женщины, склонные к позитивному переформулированию, больше увлечены способами совладания с проблемами, которые демонстрирует главный герой. Респондентки с выраженной тенденцией мысленно уходить от проблем чаще отмечают наличие внутриличностных переживаний, грусти/хандры и одиночества, предпочитают реалистичные истории, а также идентифицируют себя с героем, благодаря чему повышается их самооценка. Зрительницы, которые в проблемной ситуации концентрируются на эмоциях и активно выражают их, при просмотре кино погружены в его атмосферу, отмечают хорошее настроение и повышают самооценку за счет идентификации себя с главным героем. Склонные к использованию инструментальной социальной поддержки респондентки отдадут предпочтение таким жанрам, как

триллер и мелодрама. При этом они переживают одиночество во время просмотра и идентифицируют себя с героем, что способствует повышению самооценки. Женщинам, склонным к отрицанию в стрессовой ситуации, свойственно хорошее настроение при просмотре кино, а также предпочтение фильмов с реалистичной историей и торжеством справедливости. Зрительницы, обращающиеся к религии в трудные жизненные моменты, также поднимают себе настроение при просмотре кино, активно вовлекаясь в атмосферу и идентифицируясь с главным героем. Для них значимы счастливый финал и торжество справедливости. Женщины, склонные к сдерживанию себя в трудной ситуации, получают возможность при просмотре кино испытать чувство успокоения. Используя эмоциональную социальную поддержку в трудных жизненных обстоятельствах респондентки предпочитают драмы, при просмотре которых актуализируют внутриличностные переживания и идентифицируют себя с главным героем, что позволяет поднять самооценку. Женщины, прибегающие к «успокоительным» в стрессовые периоды жизни, предпочитают смотреть триллеры и мелодрамы, позволяющие проявляться внутриличностным переживаниям и ощущению одиночества. А подавляющую конкурирующую деятельность в трудных ситуациях зрительницы отмечают способы совладания с трудностями, которые демонстрирует главный герой, а также ожидают торжества справедливости.

Респондентки с низкой ценностью веры в благосклонность мира в меньшей степени ориентируются на счастливый финал и более склонны переживать одиночество при просмотре фильма. Женщины, верящие в справедливый мир, чаще выбирают мелодрамы и ценят реалистичность истории. Зрительницы, для которых важна контролируемость мира, при просмотре кино получают подтверждение своим жизненным принципам и ориентирам. Переживание чувства одиночества более характерно для респонденток с низкой ценностью собственного Я, а женщинам, ценящим самоконтроль, нравится способ решения проблем и поведение в сложных ситуациях, которые демонстрирует киногерой.

*Таблица 3.2.* Связь между шкалами авторской анкеты и показателями базисных убеждений у женщин

Шкалы	Благосклонность мира	Справедливость мира	Контролируемость мира	Ценность собственного «Я»	Степень самоконтроля
Мелодрама		0,21			
Чувство одиночества	-0,18			-0,19	
Мне нравится счастливый финал	0,18				
Мне нравится реалистичность истории, «как в жизни»		0,25			
Мне нравится, как главный герой решает проблемы и как действует в сложных ситуациях					0,22
Я получаю подтверждение своим жизненным принципам и ориентирам			0,20		

*Примечание:* все представленные в таблице коэффициенты корреляции значимы на уровне  $p < 0,05$ .

*Таблица 3.3.* Связь между шкалами авторской анкеты и психологическими защитами у женщин

Шкалы	Регрессия	Компенсация	Проекция	Замещение	Реактивное образование
Триллер				0,22	
Фантастика				0,23	
Ужасы				0,22	
Чувство одиночества	0,22		0,22		
Мне нравится счастливый финал					0,20
Мне нравится характер главного героя, и мне хотелось бы быть на него похожим		0,34			
Я получаю подтверждение своим жизненным принципам и ориентирам		0,23			

В фильме торжествует справедливость, и мне это нравится						0,21
---	--	--	--	--	--	------

*Примечание:* все представленные в таблице коэффициенты корреляции значимы на уровне  $p < 0,05$ .

Женщины с проявляющейся склонностью к регрессии и проекции более чувствительны к переживанию одиночества при просмотре кино. Респондентки с выраженными компенсаторными защитами более ориентированы на подтверждение жизненных принципов и идентификацию с киногероем при просмотре. Триллер, фантастику и ужасы предпочитают зрительницы с тенденцией к замещению. А респондентки с развитым защитным механизмом реактивное образование отдают пальму первенства фильмам со счастливым финалом и торжеством справедливости.

Далее будут представлены результаты анализа связей кинопредпочтений с копинг-стратегиями, базисными убеждениями и психологическими защитами у мужчин (Табл. 4.1–4.3). Опять-таки стоит оговориться, что получены преимущественно слабые коэффициенты корреляций, поэтому представленные результаты рассматриваются как тенденция, которая может исчезнуть при расширении выборки или изменении принципа выравнивания выборки.

*Таблица 4.1.* Связь между шкалами авторской анкеты и копинг-стратегиями у мужчин

Шкалы	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9	F11	F12	F13	F14
Драма												-0,20
Ужасы	0,26	0,21			0,28							
Хорошее настроение					0,29							0,23
Грусть/хандра	0,25	0,26	0,23							0,21		
Апатия/скука	0,31											
Чувство одиночества	0,35	0,36						0,23				
Внутриличностные переживания	0,31	0,25	0,31						0,30			
Чувство успокоения	0,38				0,23			0,24		0,25		

Счастливым финал	0,37	0,24			0,35	0,21			0,35	0,21		0,30
Реалистичность истории	0,32		0,26			0,25	0,23					
Характер ГГ, быть похожим	0,36		0,24		0,28			0,31	0,25			
Как ГГ решает проблемы	0,29		0,26		0,25			0,22	0,31			0,25
Подтверждение принципов	0,38		0,31		0,23		0,24		0,33			
Характер ГГ, повышение самооценки	0,36		0,24		0,24	0,25			0,34			
Торжество справедливости			0,26						0,26			0,24
Художественная красота				0,28			0,22				0,25	

*Примечание:* все представленные в таблице коэффициенты корреляции значимы на уровне  $p < 0,05$ . ГГ – главный герой. Значение шкал методики COPE: F2–Мысленный уход от проблемы; F3–Концентрация на эмоциях и их активное выражение; F4–Использование инструментальной социальной поддержки; F5–Активное совладание; F6–Отрицание; F7–Обращение к религии; F8–Юмор; F9–Поведенческий уход от проблемы; F10–Сдерживание; F11–Использование эмоциональной социальной поддержки; F12–Использование «успокоительных»; F13–Принятие; F14–Подавление конкурирующей деятельности.

Многообразие связей кинопредпочтений с копинг-стратегиями свидетельствует о том, что для мужчин просмотр кино представляет собой пространство для поддержания внутриличностного ресурса. Видимо, при этом одним из самых значимых аспектов является возможность идентифицировать себя с главным героем и тем самым повысить самооценку, что характерно для мужчин, склонных к мысленному уходу от проблем, использованию инструментальной и эмоциональной социальной поддержки, поведенческому уходу от проблем и подавлению конкурирующей деятельности, а также отрицанию. Предпочтение такого жанра, как ужасы, возможность актуализировать внутриличностные переживания и чувство одиночества, а также ожидание счастливого финала характерны для мужчин, мысленно уходящих от проблемы и концентрирующихся на эмоциях и их активном выражении в стрессовой ситуации. Чувство успокоения при просмотре и счастливый финал значимы для респондентов, склонных

к отрицанию и использованию «успокоительных» в стрессовой ситуации. В то время как реалистичность истории важна для мужчин, стремящихся к мысленному уходу от проблемы, к инструментальной социальной поддержке, обращению к религии и юмору. Хорошее настроение при просмотре кино важно для респондентов, видящих выход в отрицании и подавлении конкурирующей деятельности, а внутриличностные переживания, грусть/хандра и чувство одиночества характерны для зрителей, полагающихся на инструментальную и эмоциональную социальную поддержку, поведенческий уход от проблем и прием «успокоительных». Мужчины, прибегающие к мысленному и поведенческому уходу от проблем, ищут чувства успокоения при просмотре кино, а счастливый финал и торжество справедливости важны для респондентов, ориентирующихся на инструментальную и эмоциональную социальную поддержку, обращающихся к религии и подавляющих конкурирующую деятельность в ситуации жизненных трудностей. Художественная красота значима для мужчин, принимающих проблему и активно совладающих с ней, а также для респондентов, с юмором подходящих к решению трудностей, которые при просмотре фильма стремятся к подтверждению своих принципов. Характер главного героя и возможность идентифицироваться с ним для поднятия самооценки важен для мужчин, обращающихся к религии в трудную минуту. Отдельно стоит сказать о том, что фильмы ужасов предпочитают мужчины, предпочитающие отрицать проблемы, а драмы в большей мере интересны зрителям, испытывающим трудности при подавлении конкурирующей деятельности.

*Таблица 4.2.* Связь между шкалами авторской анкеты и базисными убеждениями у мужчин

Шкалы	Благосклонность мира	Справедливость мира	Контролируемость мира	Ценность собственного «Я»	Степень удачи
Кинокомедия	0,27				0,23
Драма		-0,19			
Хорошее настроение	0,28	0,31			
Апатия/скука	-0,29				
Я испытываю чувство успокоения, снижается тревожность.				-0,23	

Мне нравится счастливый финал		0,36	0,23		
Мне нравится реалистичность истории, «как в жизни»		0,27			
Мне нравится характер главного героя и мне хотелось бы быть на него похожим.				-0,26	
Я получаю подтверждение своим жизненным принципам и ориентирам		0,27			
Я похож на главного героя характером и образом жизни, и это повышает мою самооценку				-0,24	
В фильме торжествует справедливость, и мне это нравится		0,31			

*Примечание:* все представленные в таблице коэффициенты корреляции значимы на уровне  $p < 0,05$ .

Предпочтение кинокомедиям отдают мужчины, верящие в благосклонность мира и удачу, а драма – менее привлекательный жанр для респондентов, верящих в справедливость мира. При этом они отмечают хорошее настроение при просмотре и подтверждают свои жизненные принципы, предпочитая реалистичные истории с хорошим концом и торжеством той самой справедливости. Зрители, склоняющиеся к мысли о доброжелательности мира, также отмечают хорошее настроение при просмотре кино, при этом в меньшей степени испытывают апатию/скуку. Для респондентов, убежденных в контролируемости мира, наиболее значимым является счастливый финал кинокартины. А мужчины с низкой убежденностью в ценности собственного Я стремятся снизить тревогу при просмотре и идентифицироваться с героем для поднятия самооценки.

*Таблица 4.3.* Связь между шкалами авторской анкеты и психологическими защитами у мужчин

Шкалы	Отрицание	Подавление	Регрессия	Компенсация	Проекция	Замещение	Интеллектуализация	Реактивное образование
Кинокомедия					0,25			
Мелодрама		-0,22						
Боевик						0,22		
Фантастика							0,21	
Хорошее настроение	0,24			0,3				
Грусть/хандра			0,23				-0,20	
Желание отвлечься от рутины						0,21		
Апатия/скука			0,22		0,24	0,31		
Чувство одиночества			0,26			0,21		
Внутриличностные переживания	-0,21	-0,25						
Я испытываю чувство успокоения, снижается тревожность.				0,21				
Мне нравится счастливый финал.			0,36	0,37	0,26			0,23
Мне нравится характер главного героя и мне хотелось бы быть на него похожим.			0,25	0,38				
Мне нравится, как главный герой решает проблемы и как действует в сложных ситуациях.			0,23	0,32				
Я получаю подтверждение своим жизненным принципам и ориентирам.				0,32				

Я похож на главного героя характером и образом жизни и это повышает мою самооценку.			0,25	0,45				
В фильме торжествует справедливость и мне это нравится					0,24			0,22

*Примечание:* все представленные в таблице коэффициенты корреляции значимы на уровне  $p < 0,05$ .

Мужчины, склонные к проекции, предпочитают кинокомедии и фильмы со счастливым финалом, где торжествует справедливость, при этом им свойственно переживать апатию/скуку при просмотре. Для респондентов, с тенденцией к подавлению, мелодрамы и фильмы, дающие возможность актуализировать внутриличностные переживания, являются менее привлекательными. Избегание внутриличностных переживаний при просмотре кино свойственно мужчинам, подверженным отрицанию, при этом они стремятся поднять настроение за счет киноконтента. Для зрителей, стремящихся к замещению, наиболее близким жанром является боевик, несущий возможность переживать в процессе апатию/скуку и чувство одиночества, а также отвлекаться от рутины. У мужчин, предпочитающих фантастику и избегающих переживания грусти/хандры при просмотре, развита интеллектуализация. Причем респонденты с выраженной регрессией стремятся пережить грусть/хандру, апатию/скуку и чувство одиночества при просмотре кино, а также активно идентифицируют себя с главным героем и выбирают счастливый финал. Возможность идентифицировать себя с героем важна также для мужчин с развитой компенсацией, при этом они желают снизить тревожность и поднять настроение во время просмотра фильма. Респонденты, кому присуще реактивное образование, особо выделяют фильмы со счастливым финалом и торжеством справедливости.

## **Выводы**

Таким образом, опираясь на результаты исследования, можно говорить о частичном подтверждении выдвинутых нами гипотез. Полученные данные позволяют рассматривать кинематограф как пространство для переживания различных эмоций и переоценки

себя, а также для переосмысления разных аспектов мировоззрения. Мы констатируем, что кино выступает как внешний источник ресурса, поддерживающий зрителей не только на когнитивно-информационном уровне, но также на ценностно-смысловом и эмоционально-личностном. Кроме того, опираясь на представленные в работе данные, мы видим отражение вариативности внутриличностных процессов человека в том, на какой киноконтент он нацелен и что стремится получить от просмотра фильма. Особо следует подчеркнуть, что важно рассматривать кинематографические предпочтения людей не только через призму их личностных особенностей, но в преломлении социально-демографических характеристик, которые также будут задавать определенные тенденции зрительских вариативностей. Однако масштаб проведенного нами исследования лишь очерчивает совокупность вопросов и проблем, которые еще предстоит разрешить, но на более крупных и аккуратно уравненных выборках и с использованием более чувствительных методов сбора и обработки данных.

### **Благодарность**

Исследование выполнено при поддержке гранта РНФ № 19-18-00516 «Транзитивное и виртуальное пространства – общность и различия».

### **Литература**

*Вассерман, Л.И., Ерышев, О.Ф., Клубова, Е.Б.* Психологическая диагностика индекса жизненного стиля. СПб.: СПбНИПНИ им. В.М.Бехтерева, 2005.

Воскресенская, Н.Г. Влияние на выбор кинофильмов уровня эмоционального напряжения зрителей // Социальная психология и общество. 2016. Том 7. № 3. С. 121–134.

Рассказова, Е.И., Гордеева, Т.О., Осин, Е.Н. Копинг-стратегии в структуре деятельности и саморегуляции: психометрические характеристики и возможности применения методики COPE // Психология. Журнал Высшей школы экономики. 2013. Т. 10. № 1. С. 82–118.

Захарова, Е.И., Карабанова, О.А. Кинотерапия: современный взгляд на возможности применения // Национальный психологический журнал. 2018. № 2(30). С. 57–65.

Зубакин, М.В. Депрессия зрителей после восприятия художественных кинофильмов с насилием в связи с чертами личности // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. 2013. № 4(16). С. 158–168.

Иванова, Е.В. Пандемия и жизнестойкость личности: Обзор психологических исследований // Психологическая газета. URL: <https://psy.su/feed/8681/> (дата обращения 01.11.2020)

Орестова, В.Р., Ткаченко, Д.П. Кинопредпочтения и представления о супергероях как отражение потребностей современного молодого человека в условиях транзитивности // Психологические исследования. 2018. Т. 11. №. 61. С. 11. URL: <http://psystudy.ru/index.php/num/2018v11n61/1629-orestova61.html> (дата обращения 01.11.2020)

Падуи, М.А., Котельникова, А.В. Методика исследования базисных убеждений личности. М.: Лаборатория психологии и психотерапии посттравматического стресса ИПРАН, 2007

Hoffner, C., Cantor, J. Perceiving and responding to mass media characters / In J. Bryant, D. Zillmann (Eds.), Responding to the screen: Reception and reaction processes. New York: Routledge, 1991. P. 63–101.

Hutchinson, B. D. Gender differences in film preference. PhD thesis. Kansas, 1999.

Niederkrotenthaler, T., Till, B., Herberth, A. et al. Copycat effects after media reports on suicide: A population-based ecologic study // Social science & medicine. 2009. Vol 69. No. 7. P. 1085–1090.

Scrivner, C., Johnson, J. A., Kjeldgaard-Christiansen, J., Clasen, M. Pandemic practice: Horror fans and morbidly curious individuals are more psychologically resilient during the COVID-19 pandemic // Personality and individual differences. 2021. Vol. 168. P. 110397. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2020.110397>

Wühr, P., Lange, B.P., Schwarz, S. Tears or fears? Comparing gender stereotypes about movie preferences to actual preferences // Frontiers in psychology. 2017. Vol. 8. P. 428.

### Сведения об авторах

*Василиса Р. Орестова*, доктор психологических наук, Институт психологии имени Л.С. Выготского, Российский государственный гуманитарный университет; 125047, Россия, Москва, Мнусская площадь, д. 6; [v.r.orestova@gmail.com](mailto:v.r.orestova@gmail.com)

*Дарья П. Ткаченко*, кандидат психологических наук, Институт психологии имени Л.С. Выготского, Российский государственный гуманитарный университет; 125047, Россия, Москва, Мнусская площадь, д. 6; [big-bro-littlebro@yandex.ru](mailto:big-bro-littlebro@yandex.ru)

*Ольга К. Гасс*, магистрант, Институт психологии имени Л.С. Выготского, Российский государственный гуманитарный университет; 125047, Россия, Москва, Мнусская площадь, д. 6; [fili2007@mail.ru](mailto:fili2007@mail.ru)

Orestova V.R., Tkachenko D.P., Gass O.K.

Cinematography as an additional space for experiencing  
a situation of uncertainty

*Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia*

The article is devoted to the study of the importance of cinema in the living space of modern people. The idea is put forward that cinema is a significant aspect of social capital, especially in demand during periods of large-scale shocks. The role of cinema in overcoming the psychological distress caused by the COVID-19 pandemic, including the situation of frustration of the social space during the period of forced self-isolation, is discussed. Research data are presented that confirm the assumption of the possibility of using cinema as a space for emotional and cognitive living in difficult life situations. It is postulated that the appeal to cinematic content is a significant external aspect of maintaining the personal adaptive potential of modern viewers, correlated with a variety of personal resources. Empirical research is aimed at identifying the connection between cinematic preferences and the personal resources of viewers, and the specificity of these connections in men and women, as well as in viewers of different generations, is investigated. The study sample consisted of 582 people, including 168 men and 414 women aged 14 to 60 years. The results of the study allow us to speak about the existence of significant intergenerational and intergender differences in the preferences of different genres, as well as in the motivation for using film content. The specificity of connections between film preferences and various aspects of viewers' experiences during film viewing with coping strategies, psychological defenses and basic beliefs in men and women is analyzed. Concluded that it is possible to study and understand the variability of a person's intrapersonal processes in what kind of film content he prefers and what he seeks to get from watching a film. The results of the study allow us to consider cinema as a space for experiencing various emotions, including those associated with difficult life situations, as well as a cultural means of shaping the image of the world.

*Key words:* film preferences, personal resources, coping strategies, uncertainty

*For citation:* Orestova, V.R., Tkachenko, D.P., Gass, O.K. (2021). Cinematography as an additional space for experiencing a situation of uncertainty. *New Psychological Research*, No. 3, 97–120. DOI: 10.51217/npsyresearch\_2021\_01\_03\_05

### **Acknowledgement**

The study was supported by the Russian Science Foundation grant No. 19-18-00516 “Transitive and virtual spaces – commonality and differences”.

## References

Hoffner, C., Cantor, J. (1991). Perceiving and responding to mass media characters. In J. Bryant, D. Zillmann (Eds.), *Responding to the screen: Reception and reaction processes* (pp. 63–101). New York: Routledge.

Hutchinson, B.D. (1999). *Gender differences in film preference*. (Doctoral dissertation). Kansas.

Ivanova, E.V. (2020, November 03). Pandemic and Personal Resilience: A Review of Psychological Research. *Psikhologicheskaya gazeta*. Retrieved from <http://psy.su/feed/8681/>

Niederkrötenhaler, T., Till, B., Kapusta, N.D., Voracek, M., Dervic, K., Sonneck, G., (2009). Copycat effects after media reports on suicide: A population-based ecologic study. *Social science & medicine*, 69(7), 1085–1090.

Orestova, V.R., Tkachenko, D.P. (2018). The reflection of the needs of today's young people through the film preferences and perceptions of superheroes in the conditions of transitivity. *Psikhologicheskie issledovaniya*, 11(61). 11. Retrieved from <http://psystudy.ru/index.php/eng/2018v11n61e/1641-oresto-va61e.html>

Padun, M.A., Kotelnikova, A.V. (2007). *Research methodology for the basic beliefs of a person*. Moscow: Laboratoriya psikhologii i psikhoterapii posttravmaticheskogo stressa IPAN.

Rasskazova, E.I., Gordeeva, T.O., Osin, E.N. (2013). Coping strategies in the structure of activity and self-regulation: psychometric characteristics and the possibility of using the COPE methodology. *Psikhologiya. Zhurnal Vysheishkoly ekonomiki*, 10(1), 82–118.

Scrivner, C., Johnson, J., Kjeldgaard-Christiansen, J., Clasen, M. (2021). Pandemic practice: Horror fans and morbidly curious individuals are more psychologically resilient during the COVID-19 pandemic. *Personality and individual differences*, 168, 110397. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2020.110397>

Voskresenskaya, N.G. (2016). Influence of the audience's emotional stress on the choice of films. *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo*, 7(3), 121–134.

Wasserman, L.I., Eryshev, O.F., Klubova, E.B. (2005). *Psychological diagnostics of the life style index*. St. Petersburg: SPbNIPNI im. V.M.Bekhtereva

Wühr, P., Lange, B.P., Schwarz, S. (2017). Tears or fears? Comparing gender stereotypes about movie preferences to actual preferences. *Frontiers in psychology*, 8, 428.

Zakharova, E.I., Karabanova, O.A. (2018). Film therapy: a modern view on the possibilities of application. *Natsional'nyi psikhologicheskii zhurnal*, 2(30), 57–65.

Zubakin, M.V. (2013). Depression of viewers after the perception of feature films with violence in connection with personality traits. *Filosofiya. Psikhologiya. Sotsiologiya*, 4(16), 158–168.

**Information about authors**

*Vasilisa R. Orestova*, Doctor of Science (Psychology), Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia; bld. 6, Miusskaya square, Moscow, Russia, 125047; *v.r.orestova@gmail.com*

*Daria P. Tkachenko*, Ph.D (Psychology), Russian State University for the Humanities; bld. 6, Miusskaya square, Moscow, Russia, 125047; *bigbro-littlebro@yandex.ru*

*Olga K. Gass*, undergraduate student, Russian State University for the Humanities; bld. 6, Miusskaya square, Moscow, Russia, 125047; *fili2007@mail.ru*