

УДК 82

Методы формирования мировоззренческих установок у общества через киноиндустрию

Коробицина Олеся Алексеевна

Член Российского Союза Писателей,
член Союза Писателей Северной Америки,
член Интернационального Союза Писателей,
член Международного Союза Русскоязычных Писателей,
независимый исследователь,
119019, Российская Федерация, Москва, ул. Воздвиженка, 3/5;
e-mail: alessiabrown.work@gmail.com

Аннотация

На сегодняшний день фильмы занимают значительную часть медиапродуктов, потребляемых обществом. Кино рассматривается как средство индивидуальной и социальной трансформации, которое вносит вклад в формирование мировоззрения зрителя, в том числе его отношения к актуальным социальным проблемам. В то же время вопрос об эффективности воздействия фильмов остается открытым в психологической науке. Эстетическое воздействие киноиндустрии на общество позволяет ему выполнять ряд мировоззренческих функций, связанных с изменением и формированием жизненных ценностей, толерантности, пропагандой и обучением. Фильмы воспитывают, просвещают и развлекают. Однако, не следует забывать о том, что через киноиндустрию распространяется информация, которая влияет на формирование общественной мысли через психологическое влияние. В этой статье рассмотрим методы, с помощью которых киноиндустрия влияет на социум. Покажем примеры фильмов, которые уже оказали влияние на людей и проведем аналитический разбор представленных примеров.

Для цитирования в научных исследованиях

Коробицина О.А. Методы формирования мировоззренческих установок у общества через киноиндустрию // Культура и цивилизация. 2024. Том 14. № 6А. С. 43-51.

Ключевые слова

Киноиндустрия, психология в кино, влияние кино на общество, мировоззренческие установки, методы создания кино.

Введение

На сегодняшний день киноиндустрия является одной из главных составляющих социокультурной жизни человека. Может ли она формировать мировоззренческие установки у общества? Ответ будет точно утвердительным! Эстетическое воздействие фильмов на человека позволяет ему выполнять ряд мировоззренческих функций, связанных с изменением и формированием жизненных ценностей, толерантности, пропагандой и обучением [Коршунов, 2021]. Кино воспитывает, просвещает и развлекает. Методы, с помощью которых кино воздействует на личность объясняют вкладом фильмов в социальную динамику опосредованно, через изменения социальной психологии. Иными словами, через кино распространяется информация, которая влияет на формирование общественной мысли через психологическое влияние [Карпова, 2020].

Кино может оказать существенное влияние на гендерные и этнические стереотипы, изменить отношение к определенным группам людей и стать причиной формирования новых мнений по различным вопросам. Например, фильмы о ВИЧ способствуют сочувствию людям, живущим с ВИЧ, сериалы с персонажами-трансгендерами способствуют положительному отношению к трансгендерам; Изображение психических расстройств в фильмах влияет на знания людей о психически больных и их отношение к ним. Кроме того, просмотр вызывающего сочувствие фильма об иммигрантах также вызывает более позитивное отношение к ним. Другие фильмы влияют на отношение людей к курению и на их намерения бросить курить, а сериалы с позитивным посланием о пожертвовании помогает зрителям принять решение о собственном пожертвовании [Мардахаева, 2023]. Эмоциональная вовлеченность зрителя в просмотр повышает эффективность воздействия фильма, сериала, рекламы или другого видеоконтента; погружает его в повествование, коррелирует с потребностью в познании и характеризуется смещением фокуса с реального мира на изображенный.

Материалы и методы исследования

Кино может изменить мнение людей по конкретным вопросам, не затрагивая более устойчивых конструктов: например, фильм «Дж. Ф. Кеннеди», посвященный убийству Кеннеди, повлиял на суждения о причинах этого преступления, но в целом не изменил политических убеждений зрителей; в то же время фильмы «Арго» и «Ноль темных тридцати» изменили мнение зрителей о правительстве США, что отразилось в улучшении настроений в отношении этого правительства и его институтов. Кино создает образы других стран и стимулирует интерес к ним.

Давайте рассмотрим примеры того, как кино повлияло на массовую культуру и жизнь человека.

К примеру, после роста популярности сериала «Друзья» модной стала прическа «как у Рэйчел». После показа по телевидению бразильского сериала «Рабыня Изаура» словом «фазенда» у нас стали называть садовые участки и дачи. А, например, после выхода фильма «101 далматинец» в 1996 году американцы стали в покупать для своих детей щенков породы далматин. Но, будучи неподготовленными к уходу за относительно сложной породой, многие владельцы в итоге отказались от животных. Эти собаки были подвергнуты эвтаназии или оказались в приютах. Только через год после премьеры фильма количество далматинцев в приютах увеличилось на 300 %. Кстати, то же самое происходило после выхода сериала «Лесси»

и фильма «Бетховен». Собаки породы колли и сенбернар стали невероятно популярны и востребованы среди любителей домашних животных.

Фильм «Матрица», который вышел в 1999 году оказал серьезное влияние не только на мировую киноиндустрию в целом, но и на мир моды. Знаменитые модельеры посвящали блокбастеру свои новые коллекции. Длинные кожаные плащи и узкие темные очки, как в фильме «Матрица», до сих пор можно встретить на подиумах и за их пределами.

А после выхода фильма «Бойцовский клуб» в том же 1999 во многих странах стали появляться настоящие бойцовские клубы. Жестокие мероприятия до сих пор нелегальны, но все равно привлекают как бойцов, так и зрителей.

Далее можно отметить фильм «Гарри Поттер и философский камень», который вышел в 2001. После его показа в некоторых странах стали намного чаще продавать сов. Так, на птичьих рынках Явы, Бали, Индонезии на продажу были выставлены сотни пойманных птиц. Общая популярность сов в качестве домашних животных в Индонезии выросла до такой степени, что это может поставить под угрозу сохранение некоторых из немногочисленных видов.

После выхода фильма «В поисках Немо» в 2003 году в мире значительно вырос спрос на рыбу-клоуна. И это несмотря на то, что основная идея анимационной ленты сосредоточена на охране коралловых рыб и противодействии хищного к ним отношения.

В 2004 году вышел фильм «Послезавтра». Эта апокалиптическая картина рассказывает о глобальном потеплении и его последствиях. И хотя с научной точки зрения фильм нельзя назвать точным, он значительно повлиял на сознание широкой публики. Как показал опрос, 83 % кинозрителей заявили, что стали чувствовать глубокую обеспокоенность глобальным потеплением.

Также можно отметить фильм «Двойная порция», который вышел тоже в 2004 году. В нем рассказывается об эксперименте, который человек провел на себе: он в течение 30 дней 3 раза в день питался только в McDonald's. В итоге он набрал 11,1 кг, стал испытывать перепады настроения. Не прошло и 2 месяцев после показа фильма, как McDonald's начал удалять из меню порции блюд размера super-size.

Южнокорейский фильм «Паразиты» 2019 года, получивший «Золотую пальмовую ветвь» 72-го Каннского кинофестиваля, премию «Оскар» и десятки других наград, обнажил некоторые социальные проблемы, существующие в Южной Корее: раскол между богатыми и бедными, а также ущербность существования таких типов жилья, как банджиха (полуподвальные малогабаритные квартиры). Вскоре после выхода этого фильма власти Сеула объявили, что запустят программу ремонта в общей сложности 1 500 подвальных квартир, выделив на семью до 3,2 млн вон. Эти деньги предлагается использовать для улучшения систем отопления, замены полов, установки кондиционеров, осушителей, вентиляторов, новых окон и пожарной сигнализации.

А осенью 2020 года распространилось увлечение игрой в шахматы, и все благодаря одному успешному сериалу от Netflix «Ход королевы» [Тан, 2023].

История показывает, что иногда даже фразы и цитаты из фильмов могут оказывать влияние на общественное сознание, становиться символами и формировать культурное наследие. Они помогают людям понимать историю и современность, выражать свои идеи и убеждения, а также объединяться вокруг общих ценностей.

Прецедентные высказывания являются частью общего наследия человечества, и их значение сохраняется на протяжении многих поколений. Они не только обогащают язык, но и способствуют культурной идентификации. Люди используют эти фразы не только для того,

чтобы выразить свои мысли, но и для того, чтобы продемонстрировать принадлежность к определенной культурной общности, разделяющей общие ценности и знания.

Давайте рассмотрим несколько примеров:

1. "I'll be back." (Я вернусь) – Арнольд Шварценеггер, "Терминатор" (1984). - эта фраза стала символом решительности и неизбежности возвращения.

2. "May the Force be with you." (Да придёт с тобой Сила) – "Звездные войны" (1977). Используется как пожелание удачи и поддержки.

3. "Houston, we have a problem." (Хьюстон, у нас проблема) – "Аполлон-13" (1995). - Используется для обозначения непредвиденных трудностей и ситуаций, требующих немедленного вмешательства.

4. "The name's Bond. James Bond." (Меня зовут Бонд. Джеймс Бонд) – Шон Коннери, "Доктор Ноу" (1962). - Ставшая фирменной фразой агента 007, символизирующая уверенность и элегантность.

5. "Life is like a box of chocolates. You never know what you're gonna get." (Жизнь как коробка шоколадных конфет: никогда не знаешь, какая начинка попадет) – Том Хэнкс, "Форрест Гамп" (1994). Метафора непредсказуемости жизни.

6. "I'm the king of the world!" (Я король мира!) – Леонардо ДиКаприо, "Титаник" (1997). - Фраза, выражающая крайнюю степень счастья и эйфории.

7. "Hasta la vista, baby." (До свидания, детка) – Джон Коннор, "Терминатор 2: Судный день" (1991). - Часто используется как прощальная фраза с оттенком угрозы или решительности [Тихонова, 2022].

Эти фразы стали неотъемлемой частью культурного лексикона и часто используются в различных контекстах, чтобы передать определенные эмоции, идеи или ассоциации.

Методика создания мировоззренческих установок и аналитика

В целом, кинематограф - такая форма подачи информации, которая проникает глубоко в бессознательное и способна влиять на людей и их представление о мире. Кино способно манипулировать человеческими эмоциями, обращаясь к первобытным страхам, детским кошмарам, подавленным желаниям и проблемам [Железняк, 2024].

Причем отметим, что разные жанры фильмов затрагивают разные эмоции.

Например, при просмотре комедий у человека выделяется гормон счастья - эндорфин, который и заставляет нас смеяться. Но также комедии - это не только способ поднять себе настроение. Ведь эндорфин защищает человека от вирусов и бактерий, то есть помогает иммунной системе.

В свою очередь драмы не отвлекают от проблем, а заставляют задуматься обо всем неприятном. Смотря драмы, человек задумывается о том, что сделал плохого, в голове возникают миллионы мыслей, даже мелочам человек придает огромное значение. Драмы существенно влияют на человека, так как он неосознанно принимает на себя эмоции тех персонажей, которые ему нравятся или хоть немного на него похожи. Если же он совершал плохие поступки, то начинает задумываться о схожести с антигероем, пытается их оправдать. Или же наоборот, осуждает себя за содеянное.

Хорроры влияют на людей по-разному. Для одних — это простой способ получить заряд адреналина, на получение которого в реальности у нас не хватает смелости. Для других хорроры под запретом, люди хотят посмотреть такие фильмы, но страх берет свое. Давно признано

сильное влияние фильмов этого жанра на психику, поэтому для большинства введены ограничения на просмотр [Новашина, 2023].

Нужно понимать, что фильмы - это способ развлечения. Человек хочет отдохнуть от обыденной суеты, посмотреть на другие миры и немного помечтать. Во время просмотра человек забывает обо всех проблемах, погружается в мир героев и пытается стать одним из них.

Человек даже не задумывается о том, что просмотр фильмов, рекламы и другого видеоконтента оказывает влияние на принятие решений в его жизни.

Однако, создатели видеоконтента давно об этом знают и широко используют приемы психологического влияния.

Создание сценария практически всегда сопровождается длительным исследовательским циклом. На предварительном этапе проводят антропологические и культурологические исследования аудитории. Далее изучают проблему, на решение которой должен быть направлена тематика. На основе собранной информации разрабатывают характеры персонажей и выстраивают основные сюжетные линии. Обязательно изучают структуру политики, с которой связана ключевая тема. Далее все это резюмируют через модели национального легального регулирования связанных с ней отношений, позиции государства, групп влияния и лидеров мнений. Затем создают сетку общепринятых ценностей, которую фиксируют через положительные и отрицательные значения ключевых моментов сюжетных линий [Яновский, 2021]. Также используется психология цвета.

На сегодняшний день цвет является эффективным инструментом, используемым кинематографистами для оказания воздействия на зрителя посредством манипуляции его вниманием или с помощью создания эмоциональной окраски сцены.

Восприятие кадра зрителем зависит непосредственно от преобладающего на экране цвета. Цвет в кинематографе довольно часто несет в себе очень сильный смысловой подтекст. С его помощью кинематографисты передают настроение главных героев, создают определённую атмосферу в кадре, вселяют в зрителя чувство тревоги или радости. Ассоциации с каждым цветом имеют как положительный, так и отрицательный характер. Кинорежиссёры этим успешно оперируют и буквально контролируют эмоции зрителя во время просмотра фильма.

Например, красный цвет символизирует страсть и любовь. Также красный говорит об опасности и тревоге, силе. В свою очередь розовый цвет символизирует женственность, игривость, невинность, нежность, юношескую влюбленность, инфантильность. Довольно часто розовый выступает в качестве прикрытия, маскировки отрицательных персонажей.

Оранжевый цвет символизирует радость и спокойствие. Нередко доминирует в кадрах, которые необходимы для иллюстрации внутренней гармонии персонажа. При правильном использовании оранжевый цвет, с одной стороны, может отражать домашний уют, доброе волшебство, теплую и дружескую атмосферу, а с другой стороны - духоту, одиночество и потерянность.

Жёлтый цвет неоднозначный. Например, его могут применять для изображения тревоги, болезни или даже безумия, но также его используют для изображения теплоты и наивности. Зелёный цвет ассоциируется с природой, жизнью, гармонией и детством. В некоторых случаях символизирует таинственность, магию, опасность, нечто зловещее.

Синий цвет. Цвет холодного спокойствия, одиночества и депрессии. Используется для проецирования эмоций в диапазоне от легкой меланхолии до полной изоляции и неспособности найти себя. Также ассоциируется с тишиной, покоем, загадочностью.

Фиолетовый цвет символизирует вечность, богатство, мудрость и близость. Довольно часто

занимает центральную позицию в фантастических фильмах, ассоциируясь с мистикой и иллюзорностью.

Несмотря на то, что основную визуальную информацию в кино несет форма объектов, их расположение в пространстве и соотношенность с другими объектами, значительную роль в восприятии экранного изображения играет цвет. Он является важным компонентом в формировании представления об окружающей человека действительности. Цветовая гамма не только оказывает на зрителя сильное эстетическое и эмоциональное воздействие, но и может быть органичной частью драматургии фильма, а также способствовать созданию на экране нужной атмосферы действия. В определенном контексте цветовое решение фильма, кадра или отдельного объекта способно приобретать метафорическое или символическое звучание.

Грамотное владение техникой использования различных цветовых схем способствует оказанию более сильного воздействия на восприятие зрителя [Мусаелян, 2023].

Вот таким образом после проведения анализа темы, изучении политического отношения к ней, внедрения общепринятых ценностей, выстраивании всего этого на экране в правильных цветах и получается новое произведение, которое не только отображает культуру, но и формирует ее. Произведение, несущее в себе ценности, установки и идеологию, которые затем проникают в сознание зрителей.

Если фильм «угадывает» переживания и эмоциональное состояние зрителя, значит произошло психологическое подключение. Эта реакция происходит на уровне бессознательного. При просмотре интересного зрителю фильма активизируется нейронная сеть - мозг принимает события на экране за чистую монету, переживает все происходящее вместе с героем или нагружает героя вдобавок собственными проблемами. В обоих случаях зритель переживает эмоции более отстраненно, как бы перекладывая часть ответственности на фильм.

«Пусковым механизмом» эмоций в момент кинопросмотра служат зеркальные нейроны. Если герой вызывает у зрителя симпатию, то мозг обрабатывает сыгранную им драку как реальную, а его ранение - как собственное.

Кино воздействует на зрителя на нескольких уровнях: через сопоставление себя с персонажем, перенос сюжета на ситуацию в реальной жизни и через отвлеченное наблюдение со стороны. Первые два уровня отвечают за всплеск эмоций и за наиболее точное «подключение».

Также, кино, в отличие от других видов искусства, воздействует на зрителя со всех сторон: использует язык, изображение, звук и даже тактильные ощущения запахи и движения. Зритель тем временем оказывается в пассивной позиции, притупляются воля и контроль. На первый план выходят восприятие и непроизвольное внимание, которое возникает независимо от человека при условии, если фильм действительно увлекательный [Черкасов, 2023].

Как следствие, повышаются чувствительность, сентиментальность, эмоциональный отклик, пробуждаются подавленные чувства, внутренние конфликты, бессознательные желания - все, что нам недоступно в обычной жизни [Никонова, 2023].

Заключение

Подводя итог можно сделать вывод о том, что кино - мощное средство и инструмент социальных изменений. Кинематограф может влиять на общество, включая его политические и социальные аспекты. Фильмы могут повлиять на общественное мнение, могут вызвать общественную реакцию, привести к изменениям в законодательстве и в культуре.

Кроме того, кинематограф может влиять на культурные и эстетические ценности общества. Фильмы о культурном наследии, например, могут поднимать важные вопросы, связанные с сохранением и продвижением культурных традиций и идентичности нации. Фильмы о жизни известных людей могут стать примером для подражания и вдохновить молодежь на достижение высоких целей.

Таким образом, кинематограф играет важную роль в общественном развитии и формировании общественного мнения. Фильмы, которые рассказывают истории о социальных проблемах, могут привлечь внимание к этим проблемам и помочь в их решении. Кроме того, фильмы могут влиять на культурные ценности общества и вдохновлять людей на достижение высоких целей [Тихонова, 2022].

Кроме того, фильмы могут стимулировать экономический рост и развитие. Фильмы привлекают культурные туристы, создают рабочие места, приводят к созданию новых индустрий и развитию технологий. Фильмы могут стать причиной общественных дискуссий и изменений в менталитете людей, а также оказать влияние на мировоззрение и поведение зрителей.

В настоящее время кинематограф продолжает влиять на общество и культуру. Новые технологии и возможности в создании фильмов позволяют снимать картины с невероятными спецэффектами, создавать атмосферу реальности, порой неотличимую от нашего реального мира. Кинематограф по-прежнему является мощным инструментом формирования общественного мнения и воспитания зрителей.

Таким образом, кино имеет большое влияние на культуру и общество. Фильмы не только развлекают, но и помогают нам лучше понимать себя и мир вокруг нас. Кинематограф способен вызвать дискуссии и изменения в обществе, а также формировать новые тенденции и стереотипы. Все это подчеркивает важность кинематографа в нашей жизни и делает его неотъемлемой частью нашей культуры и общества.

Библиография

1. Железняк Н.Е. Кинофильм как средство обучения и терапии психоэмоциональных состояний молодежи и студентов. Психология образования в поликультурном пространстве. 2024. № 2 (66). С. 35-49.
2. Карпова Н.Л. Психология. Литература. Театр. Кино. Психологический институт Российской академии образования, Литературный институт им. А. М. Горького; редкол.: К.В. Миронова, Н.А. Борисенко, С.Ф. Дмитренко / Москва, 2020.
3. Коршунов В.В. Цифровой человек: новый зритель и новый персонаж. Международный журнал исследований культуры. 2021. № 2 (43). С. 21-33.
4. Мардахаева Я.В., Миллер И.С. Влияние кинематографа на формирование общественного сознания. В сборнике: Университетские чтения - 2023. Материалы региональной межвузовской научно-практической конференции. Пятигорск, 2023. С. 165-170.
5. Мусаелян С.М. Психология цвета в кино. В сборнике: Экранные искусства в ракурсе современной культуры. Материалы IV Всероссийской научной конференции. Под редакцией А.А. Резванов [и др.]. Ростов-на-Дону, 2023. С. 200-204.
6. Никонова К. Современный кинематограф как фактор влияния на человека. В сборнике: Вклад молодых ученых в инновационное развитие АПК России. Сборник материалов Международной научно-практической конференции молодых ученых. Пенза, 2023. С. 100-103.
7. Новашина М.С. Исследование проблемы воздействия фильмов ужасов на психику в процессе изучения дисциплины «Психология кино». Новое в психолого-педагогических исследованиях. 2023. № 3 (70). С. 174-181.
8. Тан К. Влияние кинематографа на социум. Научный аспект. 2023. Т. 25. № 12. С. 3087-3096.
9. Тихонова С.В. Как кино меняет социальную реальность: the social impact entertainment. Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Философия. Психология. Педагогика. 2022. Т. 22. № 2. С. 170-175.
10. Grubba L. S. Cinema, human rights and development: the cinema as a pedagogical practice //CINEJ Cinema Journal. – 2020. – Т. 8. – №. 1. – С. 87-123.

Methods of forming ideological attitudes in society through the film industry

Olesya A. Korobitsina

Member of the Russian Union of Writers,
member of the Writers Union of North America,
member of the International Union of Writers,
member of the International Union of Russian-Speaking Writers,
Independent researcher,
119019, 3/5, Vozdvizhenka str., Moscow, Russian Federation;
e-mail: alessiabrown.work@gmail.com

Abstract

Today, films occupy a significant part of media products consumed by society. Cinema is considered as a means of individual and social transformation, which contributes to the formation of the viewer's worldview, including his attitude to current social problems. At the same time, the question of the effectiveness of the impact of films remains open in psychological science. The aesthetic impact of the film industry on society allows it to perform a number of ideological functions associated with changing and forming life values, tolerance, propaganda and education. Films educate, enlighten and entertain. However, we should not forget that the film industry disseminates information that influences the formation of public opinion through psychological influence. In this article, we will consider the methods by which the film industry influences society. We will show examples of films that have already influenced people and conduct an analytical analysis of the presented examples.

For citation

Korobitsina O. A. (2024) Metody formirovaniya ideologicheskikh ustanovok v obshchestve posredstvom kinoindustrii [Methods of forming ideological attitudes in society through the film industry]. *Kul'tura i tsivilizatsiya* [Culture and Civilization], 14 (6A), pp. 43-51.

Keywords

Film industry, psychology in cinema, the influence of cinema on society, ideological attitudes, methods of creating cinema.

Referents

1. Zheleznyak N.E. (2024) *Kinofil'm kak sredstvo obucheniya i terapii psikhoemotsional'nykh sostoyaniy molodezhi i studentov* [Psychology of education in a multicultural space] No. 2 (66). P. 35-49.
2. Karpova N.L. (2020) *Psikhologiya. Literatura. Teatr. Kino. Psikhologicheskiy institut Rossiyskoy akademii obrazovaniya* [A.M. Gorky Literary Institute]; editorial board: K.V. Mironova, N.A. Borisenko, S.F. Dmitrenko / Moscow.
3. Korshunov V.V. (2021) *Tsifrovoy chelovek: novyy zritel' i novyy personazh* [International Journal of Cultural Studies] No. 2 (43). P. 21-33.
4. Mardakhaeva Ya.V., Miller I.S. (2023) *Vliyaniye kinematografa na formirovaniye obshchestvennogo soznaniya. V sbornike*. In the collection: University readings - 2023. [Proceedings of the regional interuniversity scientific and practical conference. Pyatigorsk] S. 165-170.
5. Musaelyan S.M. (2023) *Psikhologiya tsveta v kino. V sbornike: Ekrannyye iskusstva v rakurse sovremennoy kul'tury*. [Proceedings of the IV All-Russian scientific conference] Edited by A.A. Reznov [et al.]. Rostov-on-Don, S. 200-204.

-
6. Nikonova K. (2023) *Sovremennyy kinematograf kak faktor vliyaniya na cheloveka*. Collection of materials [of the International scientific and practical conference of young scientists] Penza. S. 100-103.
 7. Novashina M.S. (2023) *Issledovaniye problemy vozdeystviya fil'mov uzhasov na psikhiku v protsesse izucheniya distsipliny «Psikhologiya kino»*. [New in psychological and pedagogical research]. No. 3 (70). P. 174-181.
 8. Tan K. (2023) *Vliyaniye kinematografa na sotsium..* [Scientific aspect] Vol. 25. No. 12. P. 3087-3096.
 9. Tikhonova S.V. (2022) *Kak kino menyayet sotsial'nuyu real'nost': the social impact entertainment*. Bulletin of the Saratov University. New series. Series: [Philosophy. Psychology. Pedagogy]. Vol. 22. No. 2. P. 170-175.
 10. Grubba, L. S. (2020). Cinema, human rights and development: the cinema as a pedagogical practice. CINEJ Cinema Journal, 8(1), 87-123.