

*Ковалева Т.А. Проблема манипулятивного воздействия киноязыка // Академия педагогических идей «Новация». Серия: Научный поиск. – 2017. – № 04 (декабрь). – АРТ 23-эл. – 0,1 п.л. - URL: <http://akademnova.ru/series-scientific-search>*

**РУБРИКА: ПСИХОЛОГИЯ**

**УДК 159.923**

**Ковалева Татьяна Алексеевна**

2-й курс магистратуры, кафедра психологической антропологии  
*Научный руководитель:* Ковалева Н.Б., к.психол.н., доцент  
ФГБОУ ВПО «Московский педагогический государственный университет»  
г. Москва, Российская Федерация  
e-mail: zarnizza@mail.ru

**ПРОБЛЕМА МАНИПУЛЯТИВНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ  
КИНОЯЗЫКА**

*Аннотация.* Статья посвящена анализу схемы манипулятивного воздействия кино на самосознание молодежи. Ставится задача формирования культуры понимания киноязыка как эффективного способа защиты от манипуляций.

*Ключевые слова:* манипулятивное воздействие, проблема, киноязык, культура понимания, самосознание.

**Kovaleva Tatiana**  
The second year of the master course  
Department of Psychological Anthropology  
Supervisor: N. Kovaleva, PhD, Associate Professor  
FGBOU VPO Moscow State Pedagogical University  
Moscow, Russian Federation

**PROBLEM THE MANIPULATIVE IMPACT OF MOVIE LANGUAGE**

Всероссийское СМИ

«Академия педагогических идей «НОВАЦИЯ»

Свидетельство о регистрации ЭЛ №ФС 77-62011 от 05.06.2015 г.

(выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций)

Сайт: [akademnova.ru](http://akademnova.ru)

e-mail: [akademnova@mail.ru](mailto:akademnova@mail.ru)

*Synopsis:* The article is devoted to analysis of manipulative influence's problem of cinema on self-consciousness of youth. The task is to form a culture of understanding of the cinematic language as an effective way of protection from manipulation.

*Key words:* manipulative effect, problem, the cinema language, the culture of understanding, self-awareness.

Одной из самых актуальных психолого-педагогических проблем современного общества является проблема формирования культуры понимания киноязыка у детей и молодежи [2; 4-8; 13-19]. Особое значение эта проблема получает в контексте поиска средств защиты от манипулятивного воздействия на личность и сознание человека или группы людей посредством рекламных роликов и кино. Заметим, что вслед за Доценко Е. И. мы определяем манипуляцию как «форму духовного воздействия на сознание и личность человека, психологическое управление изменениями его внутреннего мира, скрытое влияние на совершение выбора, сохраняющие иллюзию независимости и свободы» [4]. При этом многие исследователи подчеркивают, что особой силой обладает именно символическое воздействие визуальных образов и киноязыка [1; 3-13; 17]. Действительно, сплетенный из символов, знаков и образов, визуальный язык — сильнейший способ невербальной коммуникации, в законах которой сложно разобраться и оттого — научиться определять манипулятивное воздействие. Сжатый луч информации как нейтронная бомба действует на сознание человека: визуальный поток оставляет внутри триггеры, цепочки ассоциаций, памятные знаки, которые все вместе задают систему образов зрителя, в большой мере определяющих информационную или экранную зависимость.

Мир визуальных образов заслоняет собой реальность у подрастающего поколения. Об иллюзорности мира для современных подростков говорят исследования Д.И. Фельдштейна [18]. Он выделяет феномен информационной (или экранной) социализации подростков и молодежи, совершающейся под воздействием СМИ и медиа-искусства.

Рассмотрим один из примеров, раскрывающих особенности законов киноязыка, и схемы их воздействия на зрителя, позволяющие лучше понять, в чем опасность стихийной информационной (точнее «экранной») социализации. Чтобы выделить одну из популярных схем воздействия и показать, как работают они работают, мы выбрали ролик «Как сделать гениальный трейлер» (<https://www.youtube.com/watch?v=5tJlbSNHL9k>). В этом трейлере место видеоряда занимает описание авторского замысла, и фоново звучит музыка — кавер культовой песни, усиленный саунд-дизайном. Активно используются такие известные спецэффекты и факторы влияния, как усиление звучания и выразительности музыки, высокий темп речи, упоминание известных имен, которые должны позитивно повлиять на зрителя. Причем авторы напрямую об этом пишут. Например, на экране высвечивается реальная часть схемы сценария:

- Интригующая заставка
- Список спецэффектов
- Бум
- Главный актер...

Однако зритель не улавливает смысл напечатанного послания, зато испытывает те самые эмоции, которые должны возникать при просмотре «успешного» трейлера — в меру загадочного, темпового и увлекательного (за счет музыки и спецэффектов).

**Всероссийское СМИ**

**«Академия педагогических идей «НОВАЦИЯ»**

Свидетельство о регистрации ЭЛ №ФС 77-62011 от 05.06.2015 г.

(выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций)

**Сайт:** [akademnova.ru](http://akademnova.ru)  
**e-mail:** [akademnova@mail.ru](mailto:akademnova@mail.ru)

Опыт демонстрации ролика молодежной аудитории наглядно подтверждает то, как легко мы попадаем под влияние технически качественно сделанных схем, которые по сути манипулируют нашим вниманием. Мы испытываем восторг, замираем в нужных местах, переживаем за определенного героя, даже если он «плохой парень» и, хотя смысловые акценты ролика — стандартны, мы переживаем ровно то, что нужно производителям: в данном случае, не можем включить рефлекссию и отключить эмоции, хотя авторы нам намекают: «очнись — это манипуляция!». Несмотря на то, что данные законы драматургии уже полвека успешно формируют наше мировоззрение, неискушенный зритель все равно неспособен отсеять ненужную информацию и сформировать собственное мнение о просмотренном ролике. Тем более трудно увидеть предлагаемую схему. Опрос публики после просмотра, если там нет профессионалов, — в 90 % случаев подтверждает, что зритель увидел только то, что запрограммировано. Хотя отдельные текстовые реплики респондентами воспроизводятся корректно (нота, одиночная нота, антигерой и т.п.), но общий смысл текста ускользает.

Таким образом, в числе последствий стихийной экранной социализации представляется важным отметить два: вмененность системы ценностей и потребительских установок и клиповость самосознания. Клиповое сознание проявляется в фрагментарности, синкретичности, разрозненности мышления, ситуативной связанности, трудностями формирования понятийного плана мышления. В рамках школы медиагерменевтики Н.Б. Ковалевой [5-7] были открыты такие феномены симулякративного сознания, как феномен «понимания по мнению», феномен «метафорической слепоты», феномен «потокowości мышления» и другие [7], возникающие в результате редукции культуры понимания

киноязыка и его символической основы. Медиагерменевтика, как показывают исследования [5-8;11], является эффективной технологией, создающей условия для творческого присвоения культуры понимания законов киноязыка в среде диалога и сотворчества.

### Список использованной литературы:

1. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. М.: Добросвет, 2015. 392с.
2. Л.С.Выготский. Проблема культурного развития ребенка (1928) // Вестн. Московского университета. Сер. 14, Психология. 1991. N 4. С. 5-18
3. Дженнингз Б., Томпсон С. Основы воздействия СМИ. М.: Изд. дом «Вильямс», 2004.
4. Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита.— М.: ЧеРо, Издательство МГУ, 1997. 344 с.
5. Ковалева Н.Б. Медиаобразовательные перспективы рефлексивно-позиционного развития личности и способностей учащихся // Медиаобразование. 2017. № 1. С. 9-25.
6. Ковалева Н.Б. Текст как место встречи и недоразумений. Медиагерменевтика собственных представлений и образов // Педагогика и просвещение. 2016. № 3. С. 238-248
7. Ковалева Н.Б. Феномены понимания в медиакультуре // Педагогика и психология образования. 2016. № 2. С. 114-126
8. Ковалева Н.Б., Ковалев Ф.А. Инновационное проектирование образовательных технологий. М.: ГАОУ ВО МИОО, 2015. 167 с.
9. Ковалева Т.А. Исследование кинокультуры у современной молодежи // Академия педагогических идей «Новация». Серия: Студенческий научный вестник. 2017. № 08. URL: <http://akademnova.ru/page/875550>
10. Лосев А.Ф. Знак. Символ. Миф. М.: МГУ, 1982. 480 с.
11. Марков Б.В. Люди и знаки: антропология межличностной коммуникации. СПб.: Наука, 2011. 667 с.
12. Наумова С.В. Феномены вменного понимания в самосознании современных подростков // Психологические науки. 2016. № 1 (17). С. 6-8.
13. Реклама: внушение и манипуляция: медиа-ориентированный подход. Самара: Бахрах-М, 2007. 752 с.
14. Рикёр П. Конфликт интерпретаций: Очерки о герменевтике. М., Медиум, 1995. 416 с.
15. Савчук В. В. Медиафилософия. Приступ реальности. СПб. 2013. 338 с.
16. Скрипкарь М.В. Воздействие манипулятивных технологий кинематографа на процесс социализации и формирование ценностных ориентаций молодежи . Автореф. дисс. канд.социолог. н., Чита, 2009. 13 с.

**Всероссийское СМИ**

**«Академия педагогических идей «НОВАЦИЯ»**

Свидетельство о регистрации Эл №ФС 77-62011 от 05.06.2015 г.

(выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций)

---

**Сайт:** [akademnova.ru](http://akademnova.ru)  
**e-mail:** [akademnova@mail.ru](mailto:akademnova@mail.ru)

17. Федоров А.В. Проблемы аудиовизуального восприятия // Искусство и образование. 2001. № 2. С. 57-64
18. Фельдштейн Д.И. Глубинные изменения современного Детства и обусловленная ими актуализация психолого-педагогических проблем развития образования // Вестник практической психологии образования. 2011. № 1. С. 45–54.
19. Филиппов С. Без границ. Перспективы развития киноязыка // Средства массовой коммуникации в художественной культуре России XX века. Том IV. Тенденции и перспективы. М.: ГИИ, 2003. С. 217–254.

*Дата поступления в редакцию: 29.12.2017 г.*

*Опубликовано: 30.12.2017 г.*

*© Академия педагогических идей «Новация». Серия: «Научный поиск»,  
электронный журнал, 2017*

*© Ковалева Т.А., 2017*