

УДК 316.74:82:7

ОСОБЕННОСТИ КОНСТРУИРОВАНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ С ПОМОЩЬЮ КИНО

В. А. ГУСЬКОВ

(Представлено: канд. ист. наук О. Г. КОРДЮКЕВИЧ)

В статье содержатся примеры психологических приёмов и кинематографических инструментов, позволяющих авторам в сфере киноиндустрии эффективно воздействовать на сознание зрителя и формирование общественного мнения в целом.

Введение. Механизмы конструирования общественного мнения в современном мире применяются и распространяются в самых широких масштабах. Результаты работы по изменению общественного мнения не сводятся только к общим сферам деятельности, наподобие политики и социальной сферы, но имеют свойство проникать даже в специфические области жизни, например, в кино. Сегодня, учитывая распространённость кинематографа и разнообразие жанров, управление общественным мнением стало ещё более доступным. Кроме того, если учесть ежегодный рост количества кинокартин, становится понятно, почему кино является весьма эффективным и популярным проводником идей, ценностей и взглядов той или иной социальной группы.

Основная часть. Специфика кино, как проводника конкретных идей и ценностей заключается в том, что режиссёр пытается добиться у зрителя катарсиса, чтобы тот прочувствовал и правильно воспринял основную мысль творения. Ещё одна особенность кино – создание эффекта погружения в саму киноленту, которое и позволяет получить некий контроль над эмоциями и мыслями особенно восприимчивых зрителей.

Есть несколько основных элементов, умелое использование которых добавляет не только эффективности, но и эффективности в коммуникации со зрителем. Одним из них следует считать работу с кадром. Французский исследователь Ж. Делёз в своём труде приводит следующее понятие кадрирования: «Кадрированием называют обусловленность закрытой или относительно закрытой системы, включающей в себя всё, что присутствует в образе: декорации, персонажи, аксессуары» [1, с.30]. Иными словами, целью кадрирования является расстановка акцентов во время действия, которое помогает зрителю отделить существенные акты в фильме от тех, что являются второстепенными. В некотором роде это можно считать кинематографической акцентуацией. Умелая работа с кадром даёт возможность режиссёру дополнительно обозначить важность нужного ему предмета. Такой эффект даёт величина в рассматриваемом нами кадре. Кроме того, существенно может повлиять на восприятие человеком кинокартины и движение камеры, изменение направления съёмки. Важными элементами в построении кадра являются свет и цвет. Эти характеристики создают нужную атмосферу и передают чувства, которые испытывают герои и которые, предположительно, должны испытывать зрители.

Одной из ключевых частей создания качественного кинопродукта следует считать также работу с монтажом. Монтаж – главный инструмент кино, создающий у зрителя ощущение времени. Процесс монтажа предполагает сбор наилучших фрагментов из тех, что были отсняты. Далее эти фрагменты складываются в единую систему. Качество монтажа во многом определяет правильность передачи замысла режиссёра. Подходы к монтажу разнообразны, что способствовало появлению различных школ. Наиболее известные нам – советская и голливудская школы монтажа.

Феномен кинематографа – работа с воображением человека, с его восприятием окружающей действительности. Режиссёр может лишь предоставить в своём фильме информацию, усилить её перечисленными элементами, но интерпретация увиденного – процесс, который зависит от личного опыта человека, его чувственной активности и многих других факторов. Люди по-разному воспринимают образы в кино: так один человек может увидеть в негативном персонаже некоторую долю храбрости, отваги и бунтарства, другой же в этом образе увидит асоциальную личность, способную вносить в мир лишь хаос и разрушение.

Невозможно представить качественный фильм без хорошо проработанного сюжета. Ю. Лотман описывает понятие сюжета так: «Сюжет – последовательность значимых элементов текста, динамически противопоставленных его классификационному строю. Структура мира предстает перед героем как система запретов, иерархия границ, переход через которые невозможен. Это может быть черта, отделяющая «дом» от «леса» в волшебной сказке, живых от мёртвых в мифе, мир Монтекки и мир Капулетти, знать и простонародье, богатство и нищету» [3, с.64]. Таким образом, сюжет придаёт повествованию плавность и логичность. Фильмы можно разделить на две основные категории: с линейным и нелинейным сюжетом. Линейность обеспечивает последовательность повествования. Нелинейный сюжет чаще

всего встречается в фильмах мелодраматического и детективного содержания, но нередки случаи использования этого художественного приёма в триллерах и драмах.

Использование психологических приёмов и эффектов является одним из самых популярных средств воздействия в кинематографе. Например, вокруг эффекта «глянца» или «парикмахерской» строится сюжет сериала «Не родись красивой» (Россия, 2005-2006, А. Назаров, С. Пикалов и др.). Сериал рассказывает о карьерной и любовной части жизни образованной и умной девушки Кати. Её главный минус – внешность, которая мешает ей устроиться на престижную работу. Но однажды ей повезло, и она устроилась в крупную фирму по производству одежды. Там она встречается лицом к лицу с жестокостью коллег и фальшивой любовью шефа. В итоге она увольняется из этой компании и устраивается на работу к знакомой в пиар-агентство. Получив ценный жизненный опыт, Катя преобразуется: она становится увереннее в себе, что отражается в изменении её внешнего вида. Далее она узнаёт о том, что теперь она из-за махинаций бывшего босса фактически становится владелицей компании. На этом действие сериала обрывается. Анализируя сюжет, мы можем заметить постепенное превращение Кати из «гадкого утенка» в успешную и привлекательную женщину, что полностью обуславливается использованием эффекта «глянца» или «парикмахерской» [2].

Эффект «трэша» используется в программах, которые показывают ужасающие и шокирующие человека фрагменты, например, фотографии или видео тел погибших после серьёзных катастроф. В кинематографе примером эффекта «трэша» является фильм «Поворот не туда» (США, Германия, Канада, 2003, Р. Шмидт). Сюжет разворачивается вокруг группы молодых людей, которые останавливаются в доме на горе. Далее герои встречаются с мутантами, которые пытаются их убить. Из шестерых людей в живых останутся только двое. На протяжении всего фильма демонстрируются сцены жестоких убийств [2].

Эффект «ореола» демонстрируется в супергеройских фильмах, где герой обладает большим авторитетом. Например, фильм «Железный человек» (2008, США, Канада, Джон Фавро).

Эффект «Крысы Скиннера». «Крысы в науках о человеке сыграли особую роль подопытных существ, чей мозг по сложности сравним с человеческим. Так нас учили в университетах. Крыса – создание благородное и ученое, хотя бы потому что послужила науке [2]. Суть эксперимента американца Скиннера состояла в том, что каждый раз при нажатии педали, животному раздражали центр удовольствия. По законам образования условных рефлексов, открытых на наших собаках российским академиком И.В. Павловым, американская крыса быстро научалась получать «кайф», изо всех сил давя на педаль. Так зритель может «ловить кайф», используя простое нажатие кнопки пульта. Трагедия крысы состоит в том, что она никогда не может остановиться, доводя себя до полного психического, а потом и физического истощения. Для человека просмотр телевидения, в том числе и кинофильмов, становится способом приятно провести вечер, получить удовольствие, не прилагая практически никаких усилий.

Одним из наиболее очевидных является эффект «запретного плода». Суть его заключается в том, что человек, несмотря на создаваемый вокруг телевидения отрицательный образ, всё равно будет проявлять к нему свой интерес: «Столько бы не разоблачали телевидение, не раскрывали секреты иллюзий, вера в иллюзорный придуманный мир пересилит все попытки самых изошённых критиков. В конце концов, и сам критик – только эпизодическая фигура в этом карнавале экранной жизни. Хочет он того или нет, но своими возгласами негодования или призывами выключить телевизор, он только стимулирует интерес аудитории» [2].

Выводы. Таким образом, конструирование социальной реальности, а следовательно, и формирование общественного мнения, в фильмах происходит путём передачи зрителю определённых жизненных установок и идеалов. Эти механизмы могут реализовываться не только в средствах массовой информации, но и через различные виды искусства, например, через кино. Данные цели достигаются как с помощью конкретных кинематографических приёмов (работа с кадром, монтаж, работа с цветом и светом), так и с помощью психологических эффектов восприятия (эффект «глянца» или «парикмахерской» эффект «трэша» и эффект «ореола», эффект «Крысы Скиннера»).

ЛИТЕРАТУРА

1. Делёз, Ж. Кино / Ж. Делёз. – М.: Ад Маргинем, 2004. – 624 с.
2. Кинопоиск [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.kinopoisk.ru/>. – Дата доступа: 01.05.2021
3. Лотман, Ю. Семиотика кино и проблемы киноэстетики / Ю. Лотман. – Таллин: Ээсти Раамат, 1973. – 92 с.
4. Новиков, Д. В. Психология массовых коммуникаций: учебное пособие / Д. В. Новиков, А. В. Иванов. – Комсомольск-на-Амуре: ФГБОУ ВПО «КнАГТУ», 2013 – 76 с.