

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АКАДЕМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ГУМАНИТАРНЫХ НАУК ФАКУЛЬТЕТ ПСИХОЛОГИИ

На правах рукописи



Старостина Алёна Алексеевна

**ИНДИВИДУАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ
ВОВЛЕЧЕННОСТИ ЗРИТЕЛЯ В КИНЕМАТОГРАФИЧЕСКИЙ
НАРРАТИВ**

Специальность: 5.3.1 – Общая психология, психология личности, история
психологии

Диссертация

на соискание ученой степени кандидата психологических наук

Научный руководитель:

Кубрак Тина Анатольевна,

кандидат психологических наук

Москва, 2025

Оглавление

Введение.....	3
Глава 1. Психологические исследования кино и особенности состояния кинозрителя.....	14
1.1. История психологических исследований кино.....	14
1.2. Состояние кинозрителя как предмет психологического исследования.....	31
1.3. Нарративное воздействие кино.....	38
1.4. Нарративная транспортиция как состояние вовлеченности в кинематографический нарратив .	40
1.4.1. Определение и феноменология	40
1.4.2. Экспериментальные исследования нарративной транспортиции.....	44
1.4.3. Характеристики качественных кинонарративов.....	51
1.4.4. Современные исследования нарративной транспортиции.....	55
Выводы.....	59
Глава 2. Исследование вовлеченности зрителя в кинематографический нарратив.....	62
2.1. Аprobация «Шкалы нарративной транспортиции» для русскоязычных кинозрителей	62
2.1.1. Описание «Шкалы нарративной транспортиции»	62
2.1.2. Метод	63
2.1.3. Результаты.....	66
2.1.4. Обсуждение результатов аprobации	69
2.2. Эмпирическое исследование нарративной транспортиции в кино	73
2.2.1. Метод	73
2.2.2. Связь нарративной транспортиции в фильм с индивидуально-психологическими характеристиками.....	80
2.2.3. Связь нарративной транспортиции в фильм и эмоционального состояния	88
2.2.4. Вклад устойчивых индивидуально-психологических характеристик и эмоционального состояния в нарративную транспортицию	90
2.2.5. Влияние нарративной транспортиции в фильм на выраженность изменения предрассудков.. ..	92
2.2.6. Обсуждение результатов эмпирического исследования.....	100
Выводы.....	110
Заключение.....	113
Библиография.....	116
Приложение 1.....	139
Приложение 2.....	140

Введение

Диссертационная работа посвящена изучению состояния вовлеченности в кинематографический нарратив, возникающего у зрителей во время просмотра фильмов. Вовлеченность в нарратив, включающая эмоциональные и когнитивные реакции на содержание кинофильма, определяется через понятие нарративной транспортировки, что позволяет её операционализировать для эмпирического исследования. Нарратив в свою очередь рассматривается как структурированное повествование на определенную тему о событиях, которые связаны между собой, происходят в едином пространственно-временном континууме и предполагают участие конкретных персонажей.

Актуальность темы. В современной науке психология кино выделилась в отдельную область исследований, которые в условиях активно развивающегося информационного общества приобретают растущую значимость. Несмотря на то, что в отечественной науке еще не накопилось достаточного количества психологических исследований кино, спектр затронутых в них вопросов довольно широк. Анализируются закономерности выбора фильмов (Кубрак и др., 2017; Орестова и др., 2021; Воскресенская, 2023; Kubrak, 2023), включая психологические особенности любителей определенных жанров (Воскресенская, 2015; Орестова, Ткаченко, 2018; Смирнова, Григорович, 2020; Воскресенская, 2022). Изучается восприятие и воздействие кино: изменение Я-концепции и представлений зрителей в результате просмотра (Кубрак, Гребенщикова, 2018; Kyshtymova, Kyshtymova, 2019; Kubrak, 2020; Яновский, Антропова, 2021; Яновский, 2023), зависимость воздействия фильмов от их жанровой принадлежности (Зубакин, 2017; Тылец, Краснянская, 2020; Новашина, 2023), влияние сцен насилия на агрессивное поведение (Зубакин, 2019; Кубрак, Латынов, 2019), кросс-культурные различия в восприятии фильмов (Яновский, Салалайко, 2014; Колтунов и др., 2017; Кубрак, Латынов, 2019) и др. Отдельное внимание уделяется восприятию и воздействию мультипликационных фильмов на детей и подростков (Матвеева и др., 2019; Kyshtymova, Matveeva, Deineko, 2021; Матвеева, Мочалова, 2023). При анализе кинопредпочтений уже складываются

определенные методические подходы, тогда как отечественные исследования восприятия и воздействия кино на данный момент не имеют специальных инструментов, позволяющих оценить психическое состояние зрителей и процессы, происходящие во время кинопросмотра. Попытки приблизиться к решению данной проблемы можно найти в работах, сфокусированных на психологическом воздействии на зрителя конкретных средств киноискусства (Гавриченко и др., 2017), в том числе киномонтажа (Яновский 2017; 2021), а также некоторых компонентов драматургии, связанных преимущественно с киноперсонажами: семантикой образов героев (Kyshtymova, Kyshtymova, 2019; Скорова, Суворова, 2023), мотивационной структурой их поведения (Собкин, Маркина, 2009) и степенью идентификации с ними (Коробова и др., 2018; Орестова и др., 2019; Грязева-Добшинская и др., 2023). Однако решая проблему фрагментарно, данные подходы не находят широкого применения.

В связи с этим одной из актуальных задач является нахождение релевантных психологических понятий, позволяющих описать психическое состояние зрителей во время просмотра фильма, а также формирование соответствующего психометрического инструментария, отсутствующего в отечественной психологии в настоящее время. При обращении к зарубежным работам в области психологии кино обнаруживается, что такие разработки, выполненные в рамках уже сформированных теоретических подходов, широко представлены, и их использование позволяет решать важные, в том числе социально значимые вопросы (Tan, 2018; Кубрак, Латынов, 2019; Luan et al., 2022). Сегодня значительная часть информационно-психологического воздействия осуществляется через нарративы, являющиеся составной частью большинства массмедийных продуктов, в том числе кинофильмов, что определяет развитие одного из важных направлений исследований - изучение нарративного воздействия кино (Murphy et al., 2013; Moyer-Gusé et al., 2019; Bilandzic, Sukalla, 2019; Lazić, Žeželj, 2021; Bozeman et al., 2022; Igartua, Cachón-Ramón, 2023; Green, Appel, 2024).

В русле данного направления американскими исследователями М. Грин и Т. Броком была разработана теория транспортиции (Transportation theory) с соответствующим психометрическим инструментом – «Шкалой нарративной транспортиции» (Transportation Scale, TS). Для описания состояния вовлеченности человека в нарратив авторами теории используется понятие нарративной транспортиции (Green, Brock, 2000; Sestir et al., 2020). Теория утверждает, что степень вовлеченности человека в нарратив коррелирует с эффективностью его влияния на установки и убеждения человека, причем это не зависит от того, вымышленной или реальной является история (Green, Brock, 2000). Эта теория не была подробно описана в отечественных трудах, ее использование для изучения русскоязычной аудитории было затруднено из-за отсутствия адаптированных методик.

Развитие теории транспортиции в психологических исследованиях кино позволит осмыслить проблемы восприятия и воздействия массмедиа и киноискусства в новом ракурсе, получив более глубокое представление об особенностях состояния зрителя во время просмотра фильма, его вовлеченности в кинематографический нарратив. Понимание механизмов нарративной транспортиции и ее роли в эффективности воздействия фильмов на зрителя видится актуальной задачей в условиях современного информационного общества, где кино продолжает оставаться влиятельным средством формирования социальных представлений и культурных норм, а также важным инструментом решения общественно значимых вопросов.

Объект исследования – русскоязычные кинозрители 17-29 лет.

В качестве **предмета исследования** выступает состояние вовлечённости зрителя при просмотре фильма.

Цель исследования — изучение связей вовлечённости в кинематографический нарратив с индивидуально-психологическими характеристиками зрителей и психологическими эффектами воздействия фильма.

Задачи:

1. Провести теоретико-методологический анализ психологических исследований кино с акцентом на работы, посвящённые вовлечённости в кинематографический нарратив и методам ее изучения.
2. Адаптировать методику «Шкала нарративной транспорти» для исследования вовлеченности русскоязычных зрителей в кинематографический нарратив.
3. Выявить связь между уровнем нарративной транспорти при просмотре фильма и индивидуально-психологическими характеристиками зрителей.
4. Изучить влияние состояния нарративной транспорти при просмотре фильма на эффективность его воздействия.
5. Выявить и сопоставить особенности состояния нарративной транспорти зрителей при просмотре фильмов различных жанров

Общие гипотезы исследования:

1. Существует связь между нарративной транспортией в фильм и индивидуально-психологическими характеристиками зрителей.
2. Нарративная транспортия влияет на эффективность воздействия фильма.
3. Нарративная транспортия в фильмы разных жанров определяется как общими, так и различными индивидуально-психологическими характеристиками.

Эмпирические гипотезы:

1. Уровень нарративной транспорти в фильм связан с устойчивыми индивидуально-психологическими характеристиками: экстраверсией, доброжелательностью, добросовестностью, нейротизмом, открытостью опыту; эмпатией; потребностью в познании.
2. Уровень нарративной транспорти в фильм связан с эмоциональным состоянием перед просмотром фильма.
3. Устойчивые индивидуально-психологические характеристики зрителя вносят больший вклад в транспортию, чем эмоциональное состояние.
4. Уровень нарративной транспорти связан с половой принадлежностью.

5. Уровень нарративной транспортировки в фильм о мигрантах влияет на выраженность изменения предрассудков по отношению к мигрантам. Изменение предрассудков после просмотра фильма также связано с общими установками по отношению к окружающему миру и людям (толерантность) и выраженностью предрассудков до просмотра фильма.
6. Нарративная транспортировка в драму и в комедию определяется специфическим набором индивидуально-психологических характеристик: экстраверсией, доброжелательностью, добросовестностью, нейротизмом, открытостью опыту; эмпатией; потребностью в познании; индексом толерантности; позитивным и негативным аффектом до просмотра фильма.

Научная новизна исследования. Исследование вносит вклад в психологию кино, расширяя существующие знания о механизмах его восприятия и воздействия на зрителя. Адаптирована и апробирована методика «Шкала нарративной транспортировки», которая является первым психометрическим инструментом, позволяющим оценивать вовлеченность в кинематографический нарратив у русскоязычных зрителей. Получены новые данные о связи нарративной транспортировки с индивидуально-психологическими характеристиками, а также ее роли в эффективности воздействия фильмов на зрителей. Впервые проведен сравнительный анализ вовлеченности при просмотре фильмов разных жанров (драма и комедия), что позволяет выявить жанровые особенности их восприятия и воздействия.

Методологическую и теоретическую основу исследования составили системный (Б.Г. Ананьев, В.А. Барабанщиков, Б.Ф. Ломов) и субъектно-деятельностный подходы (А.В. Брушлинский, А.Н. Леонтьев, С.Л. Рубинштейн), теория нарративной транспортировки (М.С. Green, Т.С. Brock), подходы к исследованию психологии состояний (Л.В. Куликов, Н.Д. Левитов, А.О. Прохоров и др.), исследования по психологии дискурса, кинодискурса и коммуникативного воздействия в Лаборатории психологии речи и психолингвистики ИП РАН (Н.Д. Павлова, Т.А. Кубрак, В.В. Латынов) и др.

Методы исследования. При адаптации и апробации «Шкалы нарративной транспортиции» использовались **методики:** 1. «Шкала нарративной транспортиции» (Transpotration Scale, TS) (Green, Brock, 2000). 2. «Диагностика переживаний в деятельности» (Клейн и др., 2019). 3. «Опросник эмоциональной эмпатии» (Emotional Empathic Tendency Scale, EETS) А. Мехрабиана и Н. Эпштейна в адаптации Ю.М. Орлова и Ю.Н. Емельянова (Солдатова, Шайгерова, 2008). 4. «Шкала потребности в познании» (The Need for Cognition Scale, NCS) в русскоязычной адаптации (Cacioppo et al., 1984; Щебетенко, 2011).

В квазиэкспериментальном исследовании с двумя экспериментальными группами, различающимися по стимульному материалу (драма/комедия), использовались **методики:** 1. «Шкала позитивного аффекта и негативного аффекта», ШПАНА (Positive and Negative Affect Schedule, PANAS) в русскоязычной адаптации (Осин, 2012). 2. «Методика для измерения предрассудков в отношении к мигрантам» (Gulevich, Sarieva, Prusova, 2015). 3. Краткая версия Big Five Inventory-2 (BFI-2-S) в русскоязычной адаптации (Мишкевич и др., 2022). 4. Экспресс-опросник «Индекс толерантности» Г.У. Солдатовой, О.А. Кравцовой, О.Е. Хухлаева, Л.А. Шайгеровой (Солдатова, Шайгерова, 2008). 5. «Шкала нарративной транспортиции» (Transpotration Scale, TS) в русскоязычной адаптации (Green, Brock, 2000; Кубрак, Старостина, 2023а). 6. «Опросник эмоциональной эмпатии» (Emotional Empathic Tendency Scale, EETS) А. Мехрабиана и Н. Эпштейна в адаптации Ю.М. Орлова и Ю.Н. Емельянова (Солдатова, Шайгерова, 2008). 7. «Шкала потребности в познании» (The Need for Cognition Scale, NCS) в русскоязычной адаптации (Cacioppo et al., 1984; Щебетенко, 2011).

Для **статистической обработки** полученных данных применялись статистические пакеты IBM SPSS Statistics 23 и STATISTICA 8.0 и **методы** параметрического и непараметрического анализа данных: корреляционный анализ (r -Спирмена, r -Пирсона), сравнение зависимых выборок (t -Вилкоксона, t -Стьюдента), сравнение независимых выборок (U -критерий Манна-Уитни, t -

Стьюдента), а также ковариационный и регрессионный анализ, эксплораторный и конфирматорный факторный анализ, анализ надёжности (α Кронбаха).

Выборка. Апробация «Шкалы нарративной транспортии» была осуществлена на выборке из 1171 человек: 49,3 % мужчин и 50,7 % женщин (577 мужчин и 594 женщин); возраст респондентов от 17 до 29 лет (средний возраст $M=19,80$; стандартное отклонение $SD=1,90$). В эмпирическом исследовании приняло участие 340 человек: 26,2% мужчин и 73,8% женщин (89 мужчин, 251 женщина); возраст респондентов от 17 до 24 лет (средний возраст $M=19,32$; стандартное отклонение $SD=1,23$).

Надежность и достоверность результатов исследования обеспечиваются его теоретической и методологической обоснованностью, адекватностью выбора методов сбора, анализа и обработки данных, соответствующих поставленной цели, задачам и гипотезам исследования, использованием современных программных методов статистической обработки данных.

Теоретическая значимость исследования заключается в развитии представлений о механизмах восприятия и воздействия фильмов и выявлении факторов, влияющих на уровень вовлеченности в них. Определение факторов нарративной транспортии, таких как индивидуально-психологические характеристики и эмоциональное состояние, способствует формированию более дифференцированного подхода к изучению кинематографического воздействия с учетом особенностей аудитории. Проведенное исследование не только дополняет существующие теоретические представления о нарративной транспортии, но и создает предпосылки для междисциплинарных исследований на стыке психологии, теории кино и массовых коммуникаций.

Практическая значимость. Адаптированная и апробированная русскоязычная версия «Шкалы нарративной транспортии» может применяться для оценки состояния вовлечённости в кинофильмы русскоязычных зрителей. Полученные результаты могут быть использованы при подготовке учебных курсов по теории кино, теории коммуникации, психологии массовой коммуникации и психологии искусства, а также в практике кинотерапии. Данные

исследования могут применяться для разработки рекомендаций по созданию эффективных кинопродуктов, способствующих более глубокой вовлеченности зрителей.

Положения, выносимые на защиту:

1. В ситуации кинопросмотра зритель испытывает состояние вовлеченности, определяемое как его психологическими особенностями, так и содержанием фильма. Нарративная транспортиция как состояние вовлеченности в кинематографический нарратив имеет три аспекта: когнитивный, эмоциональный и образный, которые оцениваются «Шкалой нарративной транспортиции», апробированной и адаптированной на выборке русскоязычных кинозрителей.
2. Нарративная транспортиция связана с устойчивыми индивидуально-психологическими характеристиками и эмоциональным состоянием зрителя перед просмотром фильма. Эмпатия, доброжелательность и позитивный аффект определяют уровень нарративной транспортиции в художественный фильм вне зависимости от его жанра. Вклад других психологических особенностей обусловлен жанром и содержанием фильма: нарративная транспортиция в драму связана с потребностью в познании, нарративная транспортиция в комедию – с экстраверсией.
3. Просмотр художественного фильма влияет на установки и убеждения зрителей. Значимым предиктором эффективности воздействия фильма является нарративная транспортиция, более высокий уровень которой обуславливает большую выраженность изменения предрассудков в отношении мигрантов после просмотра фильмов как драматического, так и комедийного жанров соответствующей тематики. В то же время эффекты нарративной транспортиции при воздействии драмы более предсказуемы, чем при воздействии комедии.

Апробация работы. Промежуточные эмпирические результаты работы были представлены на нескольких научных конференциях в России:

1. III Международная молодежная научно-практическая конференция по проблеме «Кинематограф в системе искусств и наук» «Личность и социальные модели в кино: fiction и non-fiction» (Москва, 2022).
2. Международная юбилейная научная конференция «История, современность и перспективы развития психологии в системе Российской академии наук», посвященная 50-летию создания Института психологии РАН (Москва, 2022).
3. IV Всероссийской молодежной научно-практической конференции по проблеме «Кинематограф в системе искусств и наук» «Сериалы в системе современных медиа» (Москва, 2023).
4. Международная научная конференция студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов» (Москва, 2023).
5. Всероссийская научная конференция «Человек, субъект, личность: перспективы психологических исследований», посвященная 90-летию со дня рождения А.В. Брушлинского и 300-летию основания Российской академии наук, (Москва, 2023).
6. IV Всероссийская научная конференция с международным участием «Психология состояний человека: актуальные теоретические и прикладные проблемы» (Казань, 2023).

Результаты работы отражены в следующих **публикациях** рецензируемых научных журналов, входящих в перечень ВАК МОН РФ:

1. Кубрак Т.А., Старостина А.А. Роль нарративной транспортировки в психологическом воздействии кино (на примере изменения предрассудков в отношении мигрантов) // Психологический журнал. 2025. Том 46. № 5. С. 23–31.
2. Кубрак Т.А., Старостина А.А. Апробация русскоязычной версии Шкалы нарративной транспортировки (Transportation Scale, TS). // Психологический журнал. 2023. Том 44. № 4. С.83–93.

3. Кубрак Т.А., Старостина А.А. Нарративная транспортиция как фактор психологического воздействия кино // Культурно-историческая психология. 2023. Том 19. № 4. С. 26–33.

Научные публикации в других изданиях:

4. Старостина А.А. Состояние транспортиции как основа эффективности воздействия кино и сериалов // В сборнике: Сериалы в системе современных медиа. М.: ВГИК, 2024. С. 37–42.
5. Старостина А.А., Кубрак Т.А. Нарративная транспортиция: феноменология состояния и его оценка // В сборнике: Психология состояний человека: актуальные теоретические и прикладные проблемы. Казань: Издательство Казанского университета, 2023. С. 569–573.
6. Старостина А.А. Подходы к исследованию психологических состояний зрителя во время просмотра фильма // В сборнике: Личность и социальные модели в кино: fiction и non-fiction. М.: ВГИК, 2023. С. 351–358.
7. Старостина А.А. Состояние транспортиции и психометрический инструмент его измерения для русскоязычных кинозрителей // Материалы Международного молодежного научного форума «ЛОМОНОСОВ-2023». Отв. ред. И.А. Алешковский, А.В. Андриянов, Е.А. Антипов, Е.И. Зимакова. [Электронный ресурс] М.: МАКС Пресс, 2023. ISBN 978-5-317-06952-0
8. Кубрак Т.А., Старостина А.А. Измерение состояния нарративной транспортиции у русскоязычных кинозрителей // В сборнике: Человек, субъект, личность: перспективы психологических исследований. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2023. С. 1072–1076.
9. Старостина А.А., Кубрак Т.А. Состояние транспортиции: определение и методы измерения. // В сборнике: История, современность и перспективы развития психологии в системе Российской академии наук. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2022. С. 698–700.

Структура и объём работы. Диссертация состоит из введения, двух глав, заключения, списка литературы, который насчитывает 221 источник, в том числе

163 — на иностранном языке. Объем диссертации составляет 143 страницы. В работе содержится 29 таблиц, 2 рисунка, 2 приложения.

Глава 1. Психологические исследования кино и особенности состояния кинозрителя

1.1. История психологических исследований кино

Появление кинематографа на рубеже XIX-XX вв. поставило целый ряд актуальных вопросов: как воспринимается движущееся изображение, какое воздействие оно оказывает на людей, какие сходства и различия имеет киновосприятие и восприятие фотографии, живописи, театра, литературы, как соотносится реальность и кинофильм, является ли кинематограф искусством или средством массовой информации? Эти вопросы требовали научного объяснения, вместе с тем интерес исследователей к данному феномену возникал постепенно. Первые попытки психологического изучения кинематографа в зарубежной психологии относят к началу 20 века. В 1916 г. Х. Мюнстерберг, ученик В. Вундта, опубликовал книгу «Фотопьеса: психологическое исследование», где представил первую систематическую теорию кино и описал связь кино и мышления на языке современной ему науки (Münsterberg, 1916). Мюнстерберг выделяет психологические аспекты различия кино и театра:

1. *Глубина и движение.* Кино – это серия плоских картинок, которые кажутся трехмерными, благодаря привычному восприятию бинокулярным зрением, а также намеренному расположению объектов на разных планах и их рассогласованному движению. Там, где объёмное сценическое действие предлагает непрерывный визуальный ряд, кино создает иллюзию движения, причем не только благодаря остаточным изображениям, которые компенсируют разрывы при смене кадров, но и благодаря некоторым «действием ума [по отношению] к неподвижным изображениям» (Münsterberg, 1916, с. 69). Таким образом, глубина и движение в театральном действии – нечто естественное, что существует и доступно зрителю без необходимости прилагать какие-либо сторонние усилия, тогда как в кино и то, и другое создается в результате используемых авторами приемов и последующей психической работы зрителя.

2. *Внимание.* Средства привлечение зрительского внимания в театре и кино во многом похожи (необычное лицо, странное платье, великолепный костюм или неожиданное отсутствие костюма, странный элемент декорации и пр.), тем не менее кино может конкурировать с театром, например, за счёт большей реалистичности места действия. Наиболее значительное достижение кинематографа, которое может управлять вниманием зрителя так, что с этим не может сравниться театр – это последовательная компоновка изображений (монтаж), позволяющая всем зрителям получить один и тот же опыт вне зависимости от их мест в зрительном зале, и фокусировка на объекте внимания (использование крупных планов).
3. *Память и воображение.* Кино, в отличие от театра, может предложить зрителю нелинейную цепь событий, вплетая в повествования флешбеки, флешфорварды, фантазии, сны и пр. В кино могут проецироваться на экран акты воображения или воспоминания: а) зрителя, которые при просмотре театральной постановки происходили бы только в его уме; б) героя, делая зрителя пассивным наблюдателем его психической жизни. Таким образом, кино экстериоризирует процессы работы психики, не подчиняясь реальным физическим законам внешнего мира.
4. *Эмоции.* Чувства, которые испытывает зритель, проецируются на экран – как на портреты персонажей, так и на картины декораций и фона. В отличие от театра необходимый эмоциональный тон также можно обеспечить через необычные ощущения с помощью технических средств: например, особого ритма монтажа или своеобразия движений камеры при съёмке.

Мюнстерберг сводит результаты своего исследования в единый принцип: «...фотопьеса рассказывает нам историю человека, преодолевая формы внешнего мира, а именно пространство, время и причинность, и подгоняя события к формам внутреннего мира, а именно вниманию, памяти, воображению и эмоциям» (Münsterberg, 1916, p.173). По его мнению, опыт кинопросмотра предполагает осознание нереальности происходящего на экране, но для того, чтобы называться

искусством, фильм не должен слишком отклоняться от репрезентации реальности. (Тан, 2018).

В СССР наиболее значимыми событиями в области психологии кино в это время были эксперименты, проводимые кинопрактиками. Большое внимание воздействию и восприятию кино при создании своих фильмов уделял С.М. Эйзенштейн. В 1920-е гг. он развивает свою концепцию «монтаж аттракционов», заключающуюся в том, чтобы разбивать кадры киноплёнки на группы и располагать не в логической последовательности, а в ритмическом порядке с целью вызвать у зрителя нужное переживание и передать идею (например, так смонтирована сцена расстрела на лестнице в «Броненосце «Потемкине» 1925 года), в частности, он открывает так называемый ассоциативный монтаж, когда соединение двух отдельных кадров, порой несовместимых по содержанию, дает не простую сумму одного кадра с другим, а новый объединенный образ с новым смыслом (например, в фильме «Стачка» 1924 г. расстрел демонстрации монтируется с убийством быков на бойне).

Серия экспериментов, объясняющих воздействие монтажа на зрительское киновосприятие, были проведены в 1920-х гг. и описаны в 1929 г. Л. Кулешовым. Первый эксперимент соединял в одном фильме двух актеров, снятых в разных географических локациях и не встречавшихся друг с другом в реальности так, что у зрителя не оставалось сомнений в том, что пространство организовано именно таким образом и встреча состоялась. Во втором эксперименте кинематографисты склеили из деталей разных людей, снятых в одном пространстве, единого человека, которого не существует в реальности. При правильной организации и направленности действий актеров в соседних кадрах монтаж создает иллюзию единого пространства и непрерывности действия или же единого образа. Третий эксперимент, получивший впоследствии название «эффект Кулешова», состоял в том, что одни и те же крупные планы актера монтировались поочередно с разными кадрами – ребёнок в гробу, тарелка супа, молодая девушка на диване, после чего публика определила различия в эмоциональном состоянии актера на экране. Было наглядно продемонстрировано, что сопоставление двух

разнородных кадров может изменить их содержание и создать новые смысловые образы (Кулешов, 1929). Таким образом, организация отснятого материала посредством монтажа способна создать новую реальность. Стоит отметить, что Кулешов называет используемые им принципы, описанные ещё Мюнстербергом – управление вниманием зрителя: быструю смену планов, использование крупных планов – «американским монтажом», ставшим новаторским для советского кинопроизводства, более близкого к театру.

В Америке в 1920-х годах активно изучалось воздействие массовой коммуникации и была популярна так называемая теория «шприца», или теория «пули», согласно которой информация, получаемая от средств массовой коммуникации (СМК), к которым относили в том числе кинематограф, непосредственно и мгновенно влияла на аудиторию, в связи с этим психологами активно изучалось воздействие СМК, в частности кинематографа (Брайант, Томпсон, 2003). В 1928 г. по инициативе У.Х. Шорта, исполнительного директора Совета по исследованиям в области кино, ряд университетских исследователей (психологов, социологов, педагогов) получили грантовую поддержку от Фонда Пэйна на проведение исследований в области психологии воздействия. С 1929 по 1932 гг. под общим руководством профессора У.У. Чартерса из Университета штата Огайо было проведено 12 исследований с целью установить влияние, которое оказывают кинофильмы на детей и подростков. Исследования делились на две группы: 1. измерение воздействия кинофильмов как таковых; 2. изучение текущего контента кинофильмов и посещаемости детьми и подростками коммерческих кинотеатров, чтобы увидеть, с чем они соприкасаются, когда посещают их (Charters, 1933). Так масштабное исследование П.У. Холадея и Дж.Д. Стоддарда показало, что объем информации, полученной из кинофильмов, детьми от 8 до 16 лет сопоставим со взрослым и чрезвычайно высок, а также что падение кривой забывания для этой информации поразительно медленное. Кроме этого, было обнаружено, что дети всех возрастов склонны принимать как подлинное то, что они видят в фильмах (Holaday, Stoddart, 1933). Другое исследование Р.К. Петерсон и Л.Л. Терстоун установило, что отношение детей к

социальной ценности (война, преступность и др.) может быть ощутимо изменено одним показом фильма, а также что эффект является кумулятивным: просмотр двух фильмов даёт больший эффект, чем просмотр одного, просмотр трёх фильмов – больший эффект, чем просмотр двух (Peterson, Thurston, 1933). В 1942 г. С. Стауффер высоко оценил точные методы работы Р. Петерсона и Л. Терстоуна (Stauffer, 1943; Брайант, Томпсон, 2003). Отдельное внимание исследователей было уделено влиянию фильмов на эмоциональное состояние детей и подростков. Эксперимент У. Дайсингер и К. А. Ракмик, изучающий реакции на изображение опасных ситуаций и сексуальный контент, выявил три значимых результата: 1. реакция взрослых на сцены опасности, конфликта или трагедии невелика по сравнению с реакцией детей младшей группы (от 6 до 12 лет) из-за их осознания нереальности сцен, качества игры и способности предсказывать, что произойдет; 2. дети младшей группы в среднем меньше всего подвержены влиянию эротических и романтических сцен, пик интенсивности реакции достигается не ранее 16 лет; 3. реакция на сцены с изображением опасных ситуаций и сексуальный контент у людей всех возрастов обусловлена индивидуальными различиями и не зависит от пола (Dysinger, Ruckmick, 1933). В своём исследовании Г. Блумер анализирует отчёты о случаях испуга, печали, любви и волнения, связанных с просмотрами кинофильмов, и делает вывод о том, что кино может так ярко воспроизводить определенную эмоцию в человеке, что «его импульсы могут быть настолько возбуждены, а его образы настолько фиксированы, что на некоторое время он выводится из своего обычного поведения и полностью подчиняется своим импульсам» (Blumer, 1933, p. 94). Таким образом, исследователи установили косвенные факторы, влияющие на поведение детей и подростков, после чего дополнили их прямыми связями, существующими между фильмами и поведением. Так на основе собранных отчетов разрабатывается феномен «эмоциональной одержимости» – глубоких и интенсивных переживаний, характерных для ребёнка перед киноэкраном. В таком состоянии ребёнок или подросток воспринимает фильм как авторитетный источник. Для того, чтобы усилить контроль над кинопросмотром, предлагается

развивать эмоциональную отстраненность (emotional detachment), присущую взрослым людям (adult discount), то есть убеждение в том, что увиденное в фильме не соответствует действительности, способствовать этому может обсуждение фильмов со взрослыми и повышение кинематографической грамотности.

В 1920-1930-е гг. в СССР популярным направлением психологических и педагогических исследований стало изучение воздействия учебного кино на детскую аудиторию (Штрикер, 2024). В результате экспериментов Н.И. Жинкина была разработана методическая основа для измерения степени и качества воздействия фильмов на детей. Он дополнил привычные исследовательские методы (анкетирование, наблюдения в зрительном зале и беседы после просмотра), новым – анализом детских сочинений после просмотра фильма, разработав для этого определенную схему, позволяющую отразить особенности восприятия и воздействия. Используемые в комплексе, эти методы компенсируют слабые и сильные стороны друг друга (Захарова, 2019). Помимо учебных фильмов, Жинкин провел эксперимент на восприятие школьниками одного и того же художественного фильма в разных вариантах монтажа, определив значение монтажа для детского восприятия и понимания фильма (Жинкин, 1998; Захарова, 2019). Кроме этого, в первой половине 1930-х гг. во ВГИКе была организована научно-исследовательская секция изучения зрителя, в которой принимали участие такие советские психологи как Б. Теплов, Н. Жинкин, О. Никифорова и др., отдельное внимание уделялось проблеме «Кино и дети» (Карпова и др., 2021).

За рубежом в 1933-1938 гг. разрабатывал свою концепцию киновосприятия влиятельный гештальтпсихолог Р. Арнхейм, представив её в книге «Кино как искусство» (Арнхейм, 1960). Сопоставляя выразительные средства кино и явления реальной жизни, Арнхейм опровергает взгляд на кинофильм с точки зрения механического воспроизведения действительности и приходит к описанию законов кино как искусства:

1. *Проекция объемных предметов на плоскую поверхность.* Для съемки объекта важно положение камеры по отношению к объекту съемки или

положение самого объекта. Это не механический процесс, автоматически копирующий жизнь, а творческая задача, имеющая удачные и неудачные решения.

2. *Перспективные изменения.* Кино дает нечто среднее между абсолютно плоским и полностью объемным изображением, то есть кинофильмы одновременно и двухмерны, и трехмерны. Потеря эффекта объемности, свойственная для киновосприятия, ведет к нарушению постоянства размера и формы, свойственных для изображений на сетчатке глаза. Перспективные искажения размеров и форм предметов на экране могут объясняться не только относительным отсутствием объемности, но и отсутствием цвета, ограниченностью размеров экрана и другими причинами.
3. *Освещение и отсутствие цвета.* До появления цветного кино сведение всех цветов к черному и белому «могло бы считаться серьезным отклонением от жизненной правды» (Арнхейм, 1960, с.11). Это несоответствие не мешает зрителю воспринимать жизнь на экране как настоящую, что объясняет явлением «частичной иллюзии»: многоцветный мир стал черно-белым, утратив соотношение красок, появилось сходство по окраске между предметами, которые резко различны в реальности. Роль освещения – в облегчении восприятия формы предмета и выделении объекта съемки.
4. *Ограниченность изображения; расстояние от камеры до объекта.* Естественный диапазон нашего зрения практически неограничен, в том числе благодаря подвижности глаз и головы, вместе с тем кадр ограничен рамками даже при движении камеры. Восприятие пространственного положения на экране (глубины или высоты, подъема или спуска) зависит от ограниченности кадра и наличия в нем образцов для сравнения, поскольку зритель, в отличие от реального мира, может полагаться только на свое зрение и только на то, что вошло в границы кадра. Емкость кадра зависит от расстояния от камеры до объекта съемки или объективов с различными фокусными расстояниями. Размеры объекта на экране зависят как от расстояния между ним и кинокамерой во время съемки, так и от размера

экрана. Таким образом, зрители по-разному воспринимают фильм в зависимости от условий просмотра, вплоть до того, на каком месте и в каком ряду одного и того же кинотеатра, они сидят: «сидя слишком близко или слишком далеко, зритель может совершенно неправильно понять замысел художника» (Арнхейм, 1960, с.15).

5. *Отсутствие пространственно-временной непрерывности.* Несмотря на логическое единство времени и места отдельных сцен и временной последовательности сцен внутри каждого эпизода (помимо флешбеков, снов и пр.), в кино могут стремительно меняться время и место действия, что сильно отличается от неразрывной пространственно-временной связи реальной жизни. Кроме этого, в отличие от театра, где зритель фиксировано видит события с одной точки, в кино зритель, находясь на одном месте, видит события с разных ракурсов и планов съёмки.
6. *Отсутствие внезрительных ощущений.* Во время просмотра фильма чувство равновесия полностью подчиняется зрительным ощущениям, не получая кинестетических стимулов, как это происходит в жизни, поэтому движение камеры для зрителя сначала воспринимается как движение самого объекта. При несложных и понятных сценах зритель легко ориентируется и автоматически исправляет эту ошибку восприятия, при сложных сценах – это может вызывать головокружение, не предусмотренное содержанием сцены. Слишком быстрое движение камеры относительно движущегося объекта влияет на восприятие его движения в обратном направлении, если на экране нет относительно неподвижных объектов, свидетельствующих о движении камеры (например, находящейся в автомобиле). Что касается пространственного восприятия кинокадра, то зритель автоматически воспринимает его в вертикальном плане (то есть перпендикулярно линии горизонта), если намеренно не создается каких-либо дополнительных ориентиров внутри кадра. Как отсутствие звука в эпоху немого кино не нарушало иллюзию действительности, так отсутствие обоняния, осязания или чувства равновесия не нарушает иллюзию действительности в том

числе звуковых фильмов, но косвенного возбуждения этих чувств можно достичь через удачное зрительное выражение.

Таким образом, Арнхейм приходит к выводу: «для полноты впечатления кинофильму не обязательно быть законченным с точки зрения абсолютно полного копирования реальной жизни», что позволяет художникам использовать вышеперечисленные отклонения в привычном восприятии в качестве художественных средств и оправдывает принадлежность кино к искусству (Арнхейм, 1960, с.26).

Первой фундаментальной отечественной научной работой по психологии кино стала кандидатская диссертация О.И. Никифоровой на тему «Психология киновосприятия» 1936 г. (Яновский, 2010).

В 1942-1945 гг. в Америке проводились исследования К. Ховленда по изучению изменения мотивации солдат в зависимости от просмотра учебных и пропагандистских фильмов. По результатам исследований просмотр подобных фильмов не повышал мотивации солдат, хотя помог им усвоить большой объем фактических данных (Hovland, Lumsdaine, Sheffield, 1949). В то время была популярна модель ограниченного воздействия массмедиа, заключавшаяся в том, что воздействия СМК опосредовано многочисленными факторами, в результате чего степень прямого воздействия СМК не очень высока (Брайант, Томпсон, 2003), что и подтвердилось в данном исследовании. У. Шрамм отмечал фундаментальный вклад К. Ховленда в исследования медиавоздействия в США (Schramm, 1997).

В 1940-е гг. в психологии кино появились также первые когнитивные исследования (Тап, 2018). В 1944 г. было проведено исследование Ф. Хайдера и М. Зиммеля, в результате которого было обнаружена склонность зрителя интерпретировать действия геометрических фигур, представленных в анимационном фильме, с точки зрения действий и мотивов одушевленных существ, что позволяет распространять данный метод на восприятие поведения актёров (Heider, Simmel, 1944). В 1946 г. была проведена серия исследований по

восприятию причинно-следственной связи в результате наблюдения за конфигурациями движущихся объектов А. Мишотта (Michotte, 1946).

В 1950-е гг. были проведены эксперименты, изучающие условия, которые управляют степенью усвоения зрителем содержания кинофильма (Michael, Massoby, 1953; Massoby, Willson, 1957). В исследовании Д.Н. Майкла и Н. Маккоби была продемонстрирована эффективность кинофильмов в обучении как с точки зрения открытой практики (записи ответов на вопросы), так и с точки зрения закрытой практики (мысленного ответа на вопросы) (Michael, Massoby, 1953). По результатам второго исследования запоминание информации фильма зависит от идентификации (пол, социальный статус) с главным героем и тематики этой информации (Massoby, Willson, 1957). Зрители идентифицируются с главными героями, схожими с ними по полу и принадлежащими к желаемому ими социальному классу, а не текущему объективному статусу, и запоминают несколько лучше действия и слова персонажа, с которым они отождествляют себя, особенно если они связаны с агрессивным контентом для мальчиков и любовным контентом для девочек. Е.Е. Маккоби и В.К. Вилсон описывают процесс кинопросмотра через поглощение (“becomes absorbed”) и вовлеченность (“involvement”) и одни из первых применяют идентификацию к зрительскому опыту (Massoby, Willson, 1957, p. 77).

В 1963 г. А. Бандура и его коллеги провели исследование, целью которого было изучение психологического воздействия кино на детей. По результатам исследования было установлено, что испытуемые, которые смотрели фильмы и мультфильмы с агрессивным содержанием, проявляли почти в два раза больше агрессии к кукле Бобо, чем испытуемые в контрольной группе. Несмотря на то, что наблюдение за реальными агрессивными моделями тоже приводило к агрессивному поведению, исследователи отмечают, что из трех экспериментальных условий просмотр кинофильма оказал большее влияние на формирование агрессивного поведения (Bandura, 1963).

Психология киновосприятия получила развитие в теоретических работах Н.И. Жинкина («О психологии восприятия учебного фильма», 1968; «Психология

киновосприятия», 1971) и А.А. Леонтьева («Психология киневосприятия», 1975). Придерживаясь лингвистического подхода в исследовании киневосприятия, Жинкин представляет фильм как сложную и специфическую знаковую систему, пиктографический язык, рассчитанный на декодирование в процессе восприятия (Жинкин, 1971). Для анализа фильма он использует две структурные оси, используемые для словесных языков – парадигматическую (вертикальную) и синтагматическую (горизонтальную), определяя их на разных, низших и высших, уровнях системы. Жинкин выделяет три уровня киневосприятия:

1. На *стробоскопическом уровне* изображение представляется как совокупность точек, иллюзорно движущихся в каком-либо направлении. Восприятие осуществляется за счёт способности сетчатки глаза удерживать последовательный положительный образ предмета между кадрами, а также способности прогнозировать последующие фазы движения (упреждающий синтез). Художественные средства кинематографа на этом уровне: регулирование частоты кадров, замедление или убыстрение движения (рапид, центрафер), управление статикой и динамикой движения.
2. Следующий уровень – *фигура и фон* – представляет изображение как пятна (множество черно-белых или цветных точек), неравномерно разбросанные по кадру. На нём происходит формообразование, выделение фигуры из фона. Восприятие осуществляется за счёт операций различения. Художественные средства кинематографа на этом уровне: изменение соотношения фигуры и фона, выделение фигуры на фоне и пр.
3. На третьем уровне – *видимая форма и вещь* – из различимых пятен происходит распознавание конкретных вещей. Восприятие осуществляется за счёт узнавания и отождествления. Быстроте узнавания вещи может способствовать избавление от изобразительного шума в кадре при съемке.

Все три уровня восприятия проявляются в композиции кадра, которая невозможна без учета смены планов, поскольку фильм – это линейная последовательность кадров. Кроме этого, Жинкин выделяет иерархическую структуру синтагматического ряда кинофильма: 1. познавательный жест

съемочного аппарата (смена планов); 2. ряд смысловых переходов взгляда, понимание видимого через детали и специфические признаки видимой жизни, система образов как результат; 3. сюжет (Жинкин, 1971). Примечательно, что в 1970-е можно найти зарубежные экспериментальные работы по киновосприятию, проводящие аналогию между кинотекстом и текстом на естественном языке (например, Carroll, Bever, 1976).

В отличие от Жинкина, Леонтьев отрицает отношение киноязыка к абстрактным знаковым системам и рассматривает его как «систему объективных эквивалентов субъективным психологическим процессам, образующим киновосприятие» (Леонтьев, 2019, с.246). Киновосприятие, подобно любому восприятию, это активный процесс, предполагающий два звена: 1. формирование образа и 2. манипулирование с этим образом, включение его в более сложные смысловые структуры. Согласно Леонтьеву оно распадается на два процесса: 1. автоматическое декодирование *кинотехники*, то есть системы киноприемов, 2. перевод последовательности кинообразов в систему *киномысли*, то есть восприятие языка кино, декодирование содержательной структуры фильма. Тогда как Жинкин разрабатывает свою теорию киновосприятия, уделяя внимание только кинотехнике, Леонтьев называет киномысль центральным элементом киновосприятия, без которого киноискусство не может существовать. Вместе с тем цель кино – не простой перевод кинотехники в киномысли и образы в смыслы, а осуществление динамики смыслообразование, которая достигается благодаря зрительскому сопереживанию герою фильма, идентификации с ним («перенос себя на место героя фильма» (Леонтьев, 2019, с.252).

В 1970-х гг. были проведены исследования Д. Цильмана и коллег, изучающие влияние кино на агрессивное поведение мужчин (Zillmann, 1971), в частности – умиротворяющий эффект счастливого финала (Zillmann, Johnson, Hanrahan, 1973), а также роль драматического напряжения (саспенса) (Zillmann, Hay, Bryant, 1975) и сюжетообразующих провокации и возмездия (Zillmann, Bryant, 1975) при просмотре детьми мультипликационных фильмов.

В конце 1970-х годов психология кино сформировалась как отдельная область академической психологии (Тап, 2018). В 1978 г. выходит книга Дж. Гибсона «Экологический подход к зрительному восприятию», где заключительная глава посвящена психологии киновосприятия. Гибсон резко выступает против строгих лингвистических подходов в данной области: «...фильм – не язык со своей грамматикой, как любят утверждать некоторые кинематографисты. Графическое изображение не является явным описанием, так же как кино не является словесным описанием» (Гибсон, 1988, с.414). Он считает, что восприятие фильмов ближе к естественному зрительному восприятию, чем восприятие живописи или фотографии. Фильм задаёт для зрителя точку наблюдения – изменяющийся оптический строй ограниченного охвата, соответствующий временному полю зрения наблюдателя в его естественном окружении. Гибсон выделяет следующие особенности киновосприятия:

1. *Композиция фильма.* Виртуальные события объединяются в единое целое (фильм) либо в процессе съемки (панорамирование, наезд), либо в процессе монтажа. Это обеспечивает зрителю понимание происходящего на экране и играет решающую роль в процессе создания фильма.
2. *Камера и голова зрителя.* Гибсон утверждает аналогию между кинокамерой и головой наблюдателя в отличие от Арнхейма, который был ярким противником такого сравнения. Сходство между кинокамерой и головой в том, что обе они могут поворачиваться, смотреть вверх и вниз и передвигаться, а также имеют ограниченное поле зрения, хотя угол, охватываемый камерой, значительно меньше. Различие состоит в том, что «свет, входящий в глаз и образующий сетчаточное изображение, ни в коей мере нельзя считать, как это делают фотографы, аналогичным свету, входящему в кинокамеру» (Гибсон, 1988, с.18). Для наблюдателя оптическим строем становится поле зрения камеры: зритель, смотрящий сцену, снятую с поворачивающейся камерой, находится под впечатлением, что это он поворачивает голову, хотя его голова остается неподвижной.

3. *Теория монтажа.* Гибсон критикует современные принципы монтажа, провозглашенные Эйзенштейном (любое соединение двух разных по содержанию кадров создает принципиально новый образ и смысл), поскольку они противоречат теории естественных глубинных инвариантов структуры. Целью монтажа определяется тщательное налаживание связей между отдельными единицами фильма (событий, эпизодов, случаев) для создания единого, непрерывного сюжета: «Последовательная встроенность событий в события более высокого уровня имеет решающее значение. Переходы между эпизодами должны быть психологически обоснованны, и последовательность эпизодов должна быть понятна» (Гибсон, 1988, с.423). Гибсон отмечает, что отдельное внимание должно уделяться анализу восприятия звукового ряда в кино и его связи с видеорядом.
4. *Кино как изобразительное средство.* Кино создает у зрителя ощущение присутствия в мире виртуальных событий, несмотря на то, что он осознает их нереальными, благодаря тому, что сегментация и соподчинение (переход между отдельными частями и сами части) потока картинного оптического подобны естественному оптическому строю. Подобно словесному описанию, киноизображение способно показать причинно-следственные связи и случайные события внешнего мира. Общность с картинами выражается в способности погрузить зрителя в атмосферу фильма.

Отмечая нехватку работ и специалистов в области психологии кино, Гибсон упоминает лишь один очерк Д. Хохберга и В. Брукс (Hochberg, Brooks, 1978). Эти психологи-когнитивисты изучали роль ментальных представлений, которые отрицал Гибсон, и когнитивных схем в киновосприятии (Tan, 2018). Впоследствии идеи Гибсона раскрылись в теоретических работах таких современных психологов, как Дж. Андерсон (Anderson, 1996) и Дж. Каттинг (Cutting, 2005).

В 1978 г. Дж. Андерсон и Б. Фишер отвергают идею о том, что восприятие движения на экране происходит за счёт накладывания неподвижных снимков друг на друга и называют мифом концепцию о «постоянстве зрения», или фи-

движения, объясняющую кажущееся движение и делающее зрителя пассивным наблюдателем, на чьей сетчатке накапливаются изображения (Anderson, Fisher 1978). Спустя 15 лет исследователи отмечают, что значительные изменения в представлениях относительно восприятия движения на экране среди теоретиков кино так и не были достигнуты. Они публикуют подробный обзор, в котором предлагают называть явление движения в кинофильме «кажущимся движением на коротком расстоянии», которое функционирует по правилам преобразования реального, непрерывного движения, поскольку зрительная система человека, по-видимому, не может их различить (Anderson, Anderson, 1993).

Период 1980-1990-х годов характеризуется большим количеством разнородных исследований по психологии кино за рубежом (Cutting, 1986; Hochberg, 1986; Zillmann, 1991; Anderson, Anderson, 1993; Cutting, Vishton, 1995; Anderson, 1996; Hochberg, Brooks, 1996 и пр.).

В отечественной психологии в эти же годы исследования по психологии кино малочисленны. В 1982 г. выходит статья В.Ф. Петренко и его коллег, где восприятие кино исследуется на примере кинофильма «Сталкер» с помощью сопоставления метода личностных конструкторов (модифицированная методика Келли) и метода семантического дифференциала (32 биполярные шкалы, объединявшиеся в 7 блоков-факторов, отражающих: 1. «оценку» фильма; 2. «напряженность», или «силу»; 3. «реалистичность», или «жизненность»; 4. «эмоциональный тон»; 5. «глубину», или «психологичность»; 6. «абстрактность»; 7. «многоплановость») (Петренко, Алиева, Шеин, 1982). Были сделаны выводы о том, что «существует прямая связь между когнитивной и эмоционально-оценочной организацией восприятия фильма. Глубина понимания фильма определяет и отношение к нему, а позитивное отношение, очевидно, поддерживает эмоциональную фиксацию на фильме: желание осмыслить, разобраться в нем. Эксперимент является наглядной иллюстрацией принципа единства аффекта и интеллекта и демонстрирует влияние эмоционального тона на процессы категоризации» (Петренко, 1988, с. 71). Исследования кинофильмов в

русле психосемантического анализа, заложенного в 1980-е гг., продолжают и в настоящее время (например, Петренко, Супрун, Кодирова, 2020).

Современная отечественная наука характеризуется отдельными исследованиями кино, затрагивающими довольно широкий спектр вопросов. Выявляются закономерности выбора фильмов (Кубрак и др., 2017; Орестова и др., 2021; Воскресенская, 2023; Kubrak, 2023), в том числе психологические особенности любителей отдельных жанров (Воскресенская, 2015; Орестова, Ткаченко, 2018; Смирнова, Григорович, 2020; Воскресенская, 2022). Разносторонне изучается восприятие и воздействие кино. Так одним из направлений исследования является изменение Я-концепции и представлений зрителей в результате просмотра (Кубрак, Гребенщикова, 2018; Kyshtymova, Kyshtymova, 2019; Яновский, Антропова, 2021; Яновский, 2023). Кроме этого, активное внимание уделяется зависимости воздействия фильмов от их жанровой принадлежности (Зубакин, 2017; Тылец, Краснянская, 2020; Новашина, 2023). Отдельными сферами интересов стали кросс-культурные различия в восприятии фильмов (Яновский, Салалайко, 2014; Колтунов и др., 2017; Кубрак, Латынов, 2019) и влияние сцен насилия на агрессивное поведение (Зубакин, 2019; Кубрак, Латынов, 2019). Большое внимание исследователей направлено на изучение восприятия и воздействия мультипликационных фильмов на детей и подростков (Матвеева и др., 2019; Kyshtymova, Matveeva, Deineko, 2021; Матвеева, Мочалова, 2023). Анализируется воздействие на зрителя и конкретных средств киноискусства (Гавриченко и др., 2017), в том числе киномонтажа (Яновский 2017; 2021) или некоторых компонентов драматургии, связанных преимущественно с киноперсонажами: семантикой образов героев (Kyshtymova, Kyshtymova, 2019; Скорова, Суворова, 2023), мотивационной структурой их поведения (Собкин, Маркина, 2009) и степенью идентификации с ними (Коробова и др., 2018; Орестова и др., 2019; Грязева-Добшинская и др., 2023).

В зарубежной психологии продолжают когнитивные исследования киновосприятия (Hasson et al., 2003; Cutting, 2005; Magliano, Zacks, 2011; Smith, 2012; Smith, Levin, Cutting, 2012; Zacks, 2013; Bezdek et al., 2015; Loschky et al.,

2015; Bezdek, Gerrig, 2017; Hinde et al., 2017), изучение кинофильмов ведётся в рамках модели психики человека (Theory of mind, ToM) (Levin, Hymel, Baker, 2013), изучаются такие аспекты опыта кинопросмотра, как присутствие (Schubert et al., 2001; Wirth et al., 2007), эмпатия (Zillmann, 2006; Konijn, 2013), идентификация (Cohen, 2001) и др.

Спектр затронутых тем в современных зарубежных исследованиях достаточно широк. Анализируются связи индивидуально-психологических характеристик с жанровыми предпочтениями (Martin, 2019; Riazi, Keshavarz, 2023; Nowack, 2025), а также различия в восприятии фильмов разных жанров (Martin, 2019; Castano, 2021). Исследуется влияние повествовательной структуры фильма и её нормативных аспектов на зрителя (Cutting, 2016, 2021), в том числе временной структуры кадра (Cutting, DeLong, Nothelfer, 2010) и расположения персонажей в кадре (Cutting, 2015). Анализируется роль музыки в зрительской интерпретации фильма (Tan, Spackman, Wakefield, 2017; Herget, 2021), а также роль эстетических характеристик фильма в прогнозировании настроения его сцен (Tarvainen, Westman, Oittinen, 2015). Отдельное внимание уделяется нарративной вовлеченности в кино: предпринимаются попытки описать такой опыт как на основе интервью зрителей (Bálint, Tan, 2015), так и с помощью объективных показателей (Kruger et al., 2017; González, Jankowska, 2024). Исследуется влияние внешней среды на идентификацию с персонажами (Razpurker-Apfeld, Tal-Or, 2025), а также связь идентификации с воздействием фильма (Igartua, 2010). Изучается феномен присутствия кинозрителей и его связь с техническими характеристиками просмотра и качеством контента (Cummings, Bailenson, 2016). Отдельное внимание уделяется нарративному воздействию (Oschatz, Marker, 2020), в том числе исследуется воздействие фильмов социальной тематики на аттитюды зрителей (Igartua, 2017; Fuller, 2022; Paravati et al., 2022; Igartua, Cachón-Ramón, 2023). Изучается влияние фильмов на эмоциональные реакции зрителей (Visch, Tan, Molenaar, 2010; Tan, 2013; Hanich et al., 2014). Выявляется терапевтический потенциал фильмов в лечении психических расстройств (Papni, Goyal, 2024).

Таким образом, вплоть до конца 1970-х гг. значимые фундаментальные работы теоретиков и практиков по психологии кино зачастую велись параллельно, что затрудняло коммуникацию в научном сообществе и не способствовало развитию научной области. На данный момент как в зарубежной, так и в отечественной психологии существуют разработки, основанные на теоретических моделях и подкрепленные экспериментальными исследованиями, но они находятся в рамках отдельных научных школ или в руках отдельных исследователей. В то время как в зарубежной психологии к настоящему времени уже сложились определенные подходы к изучению вовлеченности в кино, одной из задач российских исследователей становится нахождение релевантных психологических понятий, позволяющих описать состояния, возникающие у зрителя во время кинопросмотра, а также формирование соответствующего психометрического инструментария, отсутствующего в отечественной психологии в настоящее время.

1.2. Состояние кинозрителя как предмет психологического исследования

Изучение состояния зрителя при просмотре фильма представляет собой актуальное направление современных психологических исследований в области кино, поскольку способствует решению важных теоретических и прикладных задач, связанных со спецификой воздействия кинематографа на психику человека и особенностями киновосприятия.

В понимании А.О. Прохорова «Психическое состояние – это отражение личностью ситуации в виде устойчивого целостного синдрома (совокупности) в динамике психической деятельности, выражающегося в единстве поведения и переживания в континууме времени» (Прохоров, 2004, с. 37).

Попадая в ситуацию кинопросмотра, формируемую, в первую очередь, содержанием каждого конкретного фильма, а во вторую очередь, обстоятельствами, в которых она происходит, субъект реагирует на неё в силу своих индивидуально-психологических особенностей, включая устойчивые черты и предшествующие состояния, а также индивидуализированного отражения

отношения к содержанию кинофильма («личный смысл»). Результатом этих механизмов становится возникновение психического состояния в общем смысле (Прохоров и др., 2011).

Феномен самого психического состояния, в которое неминуемо погружается кинозритель, избравший определенный фильм или случайно вовлеченный в его просмотр, изучен ещё не достаточно. Можно отметить, что данная проблема несколько затрудняет психологические исследования в заданной области, заставляя ученых отказываться от изучения комплексного воздействия и восприятия кинематографа в пользу изучения его воздействия по отдельным составляющим – например, по фрагментарным компонентам его драматургии (Собкин, Маркина, 2010), что ведет к непрозрачности получаемых результатов и спорности последующего использования разработанных методик. Тем не менее, отдельные исследователи пытаются решить вышеуказанную проблему, исходя из представления о психологических механизмах формирования особого состояния у человека при просмотре кинофильма.

Одним из первых Г. Блумером и его коллегами был описан феномен «эмоциональной одержимости», соответствующий детскому восприятию кинофильма и описанный в предыдущем параграфе (Bumer, 1933; Charters, 1933). Феномен не получил дальнейшей разработки и экспериментального подтверждения.

В большинстве отечественных психологических исследованиях состояния зрителей при просмотре фильма берется за основу процесс переживания, в том числе потому, что восприятие искусства традиционно связывают с переживанием эстетического впечатления (Выготский, 1998). Например, В.Р. Орестова определяет восприятие фильма как зрительское переживание воссозданной кинореальности и последующее ее соотнесение с собственной реальностью, в результате чего «зритель переструктурирует собственный опыт, достраивает историю за рамками экранной жизни, вплетая ее в свою жизнь, воссоздавая собственную целостность» (Орестова, 2017, с. 5). Это кажется логичным, хотя и упускает из виду сам механизм, приводящий к такому переживанию и к таким

эффектам, который вероятнее всего запускается и развивается благодаря самим средствам киноискусства.

Исследователи часто обращают внимание, что процесс зрительского переживания и проживания кинореальности, в частности эмоциональное реагирование на нее, неразрывно связан с процессом сопереживания, в который они вовлекаются благодаря идентификации с героем (Воскресенская, 2018; Леонтьев, 2019), но это видится только частью общего состояния, в которое погружается зритель во время просмотра фильма, хотя и неоспоримой.

Уделяется внимание и эмоциональному состоянию во время просмотра фильмов. В статье Е.И. Шулевой, А.О. Кузнецова, И.И. Шулева представлено эмпирическое исследование с использованием короткометражных фильмов разных жанров (драмы, научной фантастики, комедии), результаты которого показали наличие статистически значимых сдвигов в показателях эмоционального состояния старших подростков при просмотре драмы и комедии (Шулева, Кузнецова, Шулев, 2017).

В работе С.Ю. Коробовой выделены типы динамики переживаний, дифференцированные на основе изменения активации нервной системы в драматургически значимых моментах фильма, при воздействии культового кино (Коробова, 2022).

М.И. Яновский предлагает изучать кинофильмы с точки зрения переживания присутствия, что обосновывается спецификой кинематографа моделировать с помощью видеоряда включенность человека в создаваемую им реальность (Яновский, 2014). В другой работе М. И. Яновский в соавторстве с Е. В. Клеваичук проводит убедительную аналогию между структурной природой фильма и сознанием: «кинофильм влияет на структуру сознания зрителя благодаря тому, что он организован как моделирование форм работы и структур сознания» (Яновский, Клеваичук, 2017, с. 175). Они разделяют состояния, вызываемое у зрителя просмотром разных фильмов, на две противоположные формы самонаблюдения – созерцание смыслов (наблюдение интенций) или погружение в переживание смыслов, в том числе образов (размышление о

смыслах), что в результате оказывает влияние на интегрированность-дезинтегрированность сознания и так или иначе воздействует на внимание и память человека. Эмпирическое исследование, подтверждает гипотезы, однако применение данной концепции ограничивается когнитивным аспектом киновосприятия.

Для решения задачи исследования психического состояния зрителя во время просмотра фильма представляется релевантным выделение своеобразия кинофильмов от других видов аудиовизуальных продуктов. Одной из таких значимых характеристик может являться нарративность – то есть повествовательный характер кинопроизведения, который не только ставится в основу его создания, но и является его целью: «Кино, по сути, это нарратив, история, рассказанная создателями фильма, где представлено некоторое событие, <...> прерывающее течение повседневности и создающее угрозу целостности личности, но и точку роста» (Орестова, 2017, с. 5). В той или иной форме, но фильм всегда сам по себе является выстроенным, обдуманым высказыванием автора, инициирующего диалог со зрителем и в целом ориентирующимся на адресата. Преимущественно фильм заключает в себе историю, разворачивающуюся по определенным законам, то есть подчиненную драматургии. Особенно это касается художественных фильмов, относящихся к категории игрового кино (fiction), но и большинство жанров неигрового кино (non-fiction) соответствуют этому критерию, хотя такие фильмы и отличаются от первых по способу создания и планирования этапов кинопроизводства. Вместе с этим нарративность может использоваться и при создании других аудиовизуальных продуктов, но в таком случае она будет лишь вспомогательным компонентом и средством донесения информации, тогда как целью кино всегда будет являться в первую очередь донесение до зрителя самой истории. Таким образом, нарративность видится неотъемлемой частью киноискусства, одной из его основных характеристик и представляет собой основополагающий и универсальный инструмент, влияющий на вовлечение зрителя в переживание и проживание кинореальности. Именно это состояние вовлеченности в

кинонарратив требует отдельного изучения в рамках психологических исследований кино, поскольку в нем сосредоточены многие способы воздействия на зрителя.

Нарратив определяется как структурированное повествование на определенную тему о событиях, которые связаны между собой, происходят в едином пространственно-временном континууме и предполагают участие конкретных персонажей (Kreuter, Green, Cappella, et al., 2007). В исследование активности коры головного мозга во время просмотра нарративных и ненарративных видеофрагментов, проведенном с использованием функциональной магнитно-резонансной томографии (ФМРТ), подтвердилась гипотеза о том, что у взрослых существует обширная, распределенная сеть коры головного мозга, которая связана с пониманием визуальных отредактированных последовательных сцен действия. Нарративные видеофрагменты в отличие от случайной или сильно зашифрованной последовательности кадров активируют распределенную сеть коры головного мозга, состоящую из компонентов в вентральном зрительном тракте, нескольких гомологов классических языковых областей правого полушария, а также особой двусторонней области в задней поясной извилине. Основной набор функций для восприятия и понимания нарратива выделяется следующий: избирательное зрительное внимание, распознавание объектов и людей, восприятие компоновки аллоцентрического пространства, распознавание поведения, понимание структурированных последовательностей событий и оценка глобальной значимости последовательности стимулов (Anderson, Fite, Petrovich et al., 2006).

Существует несколько зарубежных психологических концепций, которые ставят своей целью изучение различных аспектов психического состояния человека, связанного в том числе с нарративным опытом, и эффектов такого опыта: эмпатия (Zillmann, 2008), идентификация (Cohen, 2001), присутствие (Lee, 2004), поток (Sherry, 2004). Отдельно выделяется нарративная транспортировка как особое комплексное состояние вовлеченности в нарратив (Green, Brock, 2000). Е. Тан объединяет их в единую группу исследований медиапоглощения (Tan, 2018).

Эмпатия. Эмпатия вызывается как непосредственным наблюдением за сильными эмоциями другого человека с точки зрения их лицевых, телесных и других поведенческих выражений, так и узнаванием информации об обстоятельствах, ситуациях или действиях, вызвавших у него сильные эмоции, и проявляется в эмоциональном опыте, связанным с повышенным возбуждением и осознанием и имеющем некоторую степень сходства с эмоциями наблюдаемой стороны. Эмпатическая и контрэмпатическая реакция могут так же сильно быть вызваны кинематографическими сценами, как и реальными событиями, степень реакции не зависит от вымышленности нарратива. На силу реакции влияет: 1. позитивное или негативное расположение к персонажам в зависимости от их намерений и действий; 2. опыт персонажей в удачах или неудачах и подробное изображение эмоциональных последствий этого; 3. уплотнение структуры повествования, усиливающее эмоциональные реакции на значимые сцены. Благодаря этому, вымышленные нарративы могут быть организованы так, чтобы максимизировать как эмпатию, так и контрэмпатию к отдельным персонажам (Zillmann, 2008).

Идентификация. Применительно к медиавовлеченности идентификацию можно определить как отождествление себя с персонажем – воображаемый процесс, вызываемый в ответ на персонажей, представленных в нарративах. Зритель представляет себя этим персонажем, заменяет свою личную идентичность и роль как зрителя на идентичность и роль персонажа в нарративе, временно принимает точку зрения персонажа. Можно выделить следующие основания для идентификации: 1. принятие целей персонажа; 2. понимание событий сюжета в отношении к этим целям; 3. переживание чувств, относительно взаимодействия этих целей и происходящих событий (Cohen, 2001).

Присутствие. Присутствие – это особое состояние, в котором виртуальные (парааутентичные или искусственные) объекты воспринимаются как реальные объекты либо сенсорным, либо несенсорным образом. Выделяют три типа присутствия – физическое, социальное и самоприсутствие. Физическое присутствие происходит, когда пользователи воспринимают виртуальные

объекты как реальные физические объекты. Социальное присутствие происходит, когда пользователи не замечают пара-аутентичность опосредованных людей и/или искусственность симулированных нечеловеческих социальных субъектов. Самоприсутствие происходит, когда своё собственное «я» и искусственно сконструированные другие «я» внутри виртуальных сред воспринимаются как фактические «я». Для кинозрителя характерно физическое присутствие, а также самоприсутствие, которое обычно возникает в ответ на идентификацию с персонажем (Lee, 2004).

Поток. Поток – это концепция, выдвинутая Чиксентмихайи в 1970-х гг. для объяснения удовольствия, получаемого от погружения в повседневную деятельность (Csikszentmihalyi, 1997). Она наиболее описана в отечественной психологической литературе (Прохоров и др., 2011; Чиксентмихайи, 2025). Состояние потока характеризуется: 1. ясными целями (различимыми ожиданиями и правилами); 2. концентрацией и фокусом внимания на текущей деятельности, 3. потерей чувства самосознания (чувством слитности со своими действиями); 4. искаженным восприятием времени; 5. немедленной обратной связью об успешности деятельности; 6. ощущением полного контроля над ситуацией или деятельностью; 7. восприятием самой деятельности как награды, 8. равновесием между уровнями способностей субъекта и сложности задания (Прохоров и др., 2011). По мнению некоторых исследователей, медиапотребление, в частности просмотр кинофильмов, может вызывать состояние потока (Sherry, 2004).

Нарративная транспортиция. Нарративная транспортиция – это особое состояние вовлеченности человека в нарратив, включающее эмоциональные и когнитивные реакции на его содержание. Оно характеризуется: 1. отстранением от реального мира в пользу мира повествования; 2. переживанием сильных эмоций, даже когда известно, что представленные события нереальны; 3. формированием ярких мысленных образов героев и места действия, представленных в нарративе. (Green, Brock, 2000). Исследование взрослой практики запойного просмотра (binge-watching) показывает, что более частый просмотр фильмов может ослаблять транспортицию и снижать ее эффекты

(Warren, 2020). Нарративная транспортиция имеет общие характеристики с потоком, присутствием, эмпатией и идентификацией, которые описывают нарративный опыт (Sestir et al., 2020). Так состояние нарративной транспортиции включает: 1. ощущение присутствия в мире сюжета, которое характеризуется временной потерей осознания реального мира и эмоциональным реагированием на мир повествования (Lee, 2004); 2. включенность, сближающую ее с «потоком» (Csikszentmihalyi, 1990; Sherry, 2004); 3. субъективную значимость; 4. личную связь с событиями и персонажами, включая эмпатию (Zillmann, 1991). Нарративная транспортиция имеет общие черты и с идентификацией (Cohen, 2001), но существуют исследования, концептуально разделяющие эти понятия (Tal-Or, Cohen, 2010). Вобрав в себя черты ранее разработанных понятий, теория транспортиции сформировала более сложный, комплексный подход к изучению психического состояния вовлеченности в нарративную реальность (Green, 2021).

Несмотря на то, что данные теории и методики практически не освещены в русскоязычном научном дискурсе, они представляют собой довольно влиятельные и методологически сложившиеся исследовательские концепции в зарубежной психологии (Tan, 2018). При условии грамотной адаптации это позволяет найти им применение в отечественных психологических исследованиях. Фокусирование на нарративе позволяет преодолеть барьер между психологией искусства и психологией массовых коммуникаций, делая доступным применение одних и тех же методик для изучения разных продуктов массовой культуры на основе их качественной характеристики.

1.3. Нарративное воздействие кино

В условиях преобладания массовой культуры и стремительного развития цифровых технологий изучение медиавоздействия становится особенно актуальным. Понимание механизмов влияния медиа как на поведение отдельного человека, так и на общественные процессы в целом является ключевым для формирования эффективных стратегий коммуникации и образования. Психологические исследования в этой области способствуют выявлению как

позитивных, так и негативных эффектов, что важно для создания более осознанного и здорового медиапотребления в обществе (Латынов, 2013).

На данный момент современными зарубежными психологами активно ведётся изучение нарративного воздействия (Murphy et al., 2013). Утверждается, что нарративное воздействие является более эффективным, чем риторическое, так как снижает недоверие к получаемой информации, усиливает эмоциональную вовлеченность и личную включенность в представленную историю, которые приводят к большей реалистичности воспринимаемого (Dal Cin, Zanna, Fong, 2004). Погрузившись в нарратив, человек может не заметить изменения своих установок и убеждений или не связать их причину с источником воздействия, т.е. с самим нарративом (Green, Clark, 2012).

Многочисленные исследования показывают, что нарративы могут быть эффективно использованы для решения различных социальных, психологических, медицинских вопросов (Isberner et al., 2019; Bieniek-Tobasco et al., 2020; Ballard, Hoffner, 2021). По данным метаанализа поддерживающие вакцинацию фильмы положительно влияли на ее результаты (Łazić, Žeželj, 2021), посредством теленарративов формировалось более позитивное отношение к детской вакцинации (Vozeman et al., 2022), под воздействием историй о здоровом образе жизни менялись убеждения афроамериканских женщин по отношению к своему здоровью (Ballard et al., 2020). Вовлеченность в нарратив проэкологического фильма способствовала желанию скорректировать экологическое поведение (Bilandzic, Sukalla, 2019).

Нарративы часто используются для улучшения отношения к стигматизированным группам (Moyer-Gusé et al., 2019; Green, Appel, 2024). Расовым и этническим предрассудкам, представляющим собой одну из наиболее актуальных проблем современного мира, посвящено более половины всех научных работ разного рода предубеждений (Paluck et al., 2021). В настоящее время проводятся различные исследования, рассматривающие влияние аспектов нарративного опыта на этнические предрассудки. Так, сходство с персонажами-мигрантами на основе демографических характеристик и культурных привычек

повышало идентификацию с ними и усиливало нарративную транспортицию в нарратив, что способствовало более позитивному отношению к мигрантам и снижению воспринимаемой от них угрозы (Igartua, Cachón-Ramón, 2023). Более гуманное отношение к беженцам формировали истории о тех из них, которые преодолели жизненные трудности, вызванные вынужденным переселением в чужую страну (Paravati et al., 2022).

Известно, что изменению убеждений, связанных с сюжетом, и поведения, им соответствующего, способствует пребывание в состоянии нарративной транспортиции (Green, Brock, 2000). Установлено, что нарративная транспортиция может способствовать и быстрому убеждающему эффекту (Oschatz, Marker, 2020). По этой причине особую значимость в рамках данной темы приобретают исследования в русле теории транспортиции.

1.4. Нарративная транспортиция как состояние вовлеченности в кинематографический нарратив

Теория транспортиции (Transportation Theory), разработанная американскими исследователями М. Грин и Т. Броком утверждает, что степень вовлеченности человека в нарратив коррелирует с эффективностью его влияния на установки и убеждения человека, причем вне зависимости от того, вымышленными или реальными являются представленные в нарративе события (Green, Brock, 2000).

1.4.1. Определение и феноменология

Понятие нарративной транспортиции, заимствованное из психолингвистических трудов Р. Геррига (Gerrig, 1993), используется авторами теории для описания *особого состояния вовлеченности человека в нарратив, включающего эмоциональные и когнитивные реакции на его содержание* (Sestir et al., 2020; Green, Brock, 2000). В состоянии нарративной транспортиции, во-первых, происходит отстранение от реального мира в пользу мира повествования. Во-вторых, нарративная транспортиция может вызывать переживание сильных эмоций, даже когда известно, что представленные события нереальны. В-третьих,

нарративная транспортиция характеризуется формированием ярких мысленных образов героев и места действия, представленных в нарративе. Использование ЭЭГ показало связь транспортиции с активацией рабочей памяти, внимания, эмоций и воображения (Gordon et al., 2018).

Опыт нарративной транспортиции может привести к изменениям установок и убеждений, связанных с сюжетом, и поведения, им соответствующего. Нарративная транспортиция предполагает непосредственное погружение в нарратив, и ее более высокий уровень, как правило, способствует усилению его воздействия.

Нарративная транспортиция имеет общие характеристики с другими понятиями, которые описывают нарративный опыт:

1. эмпатией (испытывание тех же эмоций, что и наблюдаемый персонаж);
2. идентификацией (временное принятие точки зрения персонажа);
3. присутствием (ощущение себя «внутри» фильма так, что физический мир перестаёт замечаться);
4. потоком (общее чувство удовольствия от процесса, и в частности – концентрация и фокус внимания на кинопросмотре, потеря чувства самосознания, искаженное восприятие времени).

Таким образом, нарративная транспортиция – более конкретное и более сложное понятие, описывающее комплексное психическое состояние, возникающее у человека при соприкосновении с нарративом (Green, 2021).

Итак, нарративная транспортиция представляет собой особое состояние вовлеченности в нарратив, которое способствует усилению психологического воздействия и может привести к изменению связанных с содержанием нарратива установок и убеждений человека. Теория была представлена вместе с соответствующим психометрическим инструментом, измеряющим уровень транспортиции в форме самоотчета – «Шкалой нарративной транспортиции» (Transportation Scale, TS), которая была адаптирована и апробирована нами для применения на русскоязычных кинозрителях в рамках настоящего исследования (Кубрак, Старостина, 2023). Авторы выделяют когнитивный, эмоциональный и

образный фактор транспортиции, хотя рекомендуют анализировать результаты по общему баллу.

Стоит отметить, что первые исследования в русле теории транспортиции проводились со стимульными материалами в виде печатных произведений (Green, Brock, 2000 и др.), позже в качестве стимулов стала использоваться аудиовизуальная продукция (Dal Cin, Zanna, Fong, 2004; Slater, et al., 2006, и др.), постепенно набирало популярность исследование транспортиции в видеоигры (Tukachinsky, 2014; Green, 2021).

Поскольку нарратив может быть реализован и представлен автором в любом техническом исполнении (аудио, видео, печатный текст, их комбинации), есть причины предполагать, что проживание состояния нарративной транспортиции будет несколько отличаться в зависимости от типа предъявляемого стимульного материала, в пользу этого говорит, например, различие эффектов, полученных в результате манипуляций с условиями эксперимента и со стимульным материалом (обзор – Tukachinsky, 2014). Тем не менее взгляды на данную проблему различаются – некоторые исследователи, включая авторов теории, считают, что ключевые психологические составляющие опыта транспортиции сохраняются независимо от модальности стимула (Green, Brock, Kaufman, 2004), другие исследователи, сфокусированные на изучении нарративной транспортиции в кино, постулируют различия между транспортицией в нарративы разного типа (Slater, Rouner, Long, 2006; Brechman, 2010). Так в докторской диссертации Дж. Брекман обращает внимание на двойную модальность теле- и кинопродукции, которая определяет реакцию зрителей на информацию, представленную в аудиальном и визуальном каналах, как независимо, так и в сочетании друг с другом (Brechman, 2010). Стоит отметить, что критике с этой точки зрения подвергается не сам конструкт, а его внутренняя структура (Slater, Rouner, Long, 2006). Так в одном сравнительно недавнем исследовании было обнаружено, что способность создавать яркие мысленные образы влияет на транспортицию и идентификацию с персонажами в текстах, но не в фильмах, хотя нарративное воздействие при условии сильной транспортиции было эффективно в обоих случаях (Isberner,

Richter, Schreiner, Eisenbach, Sommer, Appel, 2019). В данном параграфе будет уделяться внимание преимущественно исследованиям, связанным с нарративной транспортией в аудиовизуальные произведения.

Несмотря на некоторые различия в подходах к представлению о нарративной транспортии, исследователи сходятся в том, что транспортиа различного типа может иметь свои особенности, которые выявляются в ходе экспериментальных исследований. Так люди с высокой потребностью в познании, ориентирующиеся на тщательный и подробный анализ поступающей к ним информации, сильнее вовлекаются в сюжеты при их чтении, а люди с более низкой потребностью в познании – при их просмотре (Green, Kass, Carrey, et al., 2008).

Состояние нарративной транспортии универсально, и его при взаимодействии с нарративами испытывают все люди, но интенсивность его проживания может обуславливаться некоторыми индивидуально-психологическими особенностями человека. Склонные к нарративной транспортии люди легко погружаются в нарратив, даже в достаточно короткий (Sestir et al., 2020). Так, существует немало исследований о связях между уровнем транспортии и уже упомянутой выше, потребностью в познании (need for cognition), взятой авторами для валидации методики (Green, Brock, 2000; Green, Kass, Carrey, et al., 2008; Shedlosky, 2010 и др.). Потребность в познании обычно слабо или совсем не коррелирует с транспортией (Green, Brock, 2000) высокий уровень потребности в познании влияет на бóльшую транспортию в серьезные фильмы, заставляющие задуматься, а также предпочтение таких фильмов для просмотра. Вместе с тем, обнаружены взаимосвязи между «истощением эго», транспортией и выбором развлекательного фильма даже у людей с высоким уровнем потребности в познании (Shedlosky, 2010).

Кроме этого, выявлена более сильная нарративная транспортиа и более выраженный эффект нарративного убеждения у людей с высокой потребностью в аффекте (need for affect) (Appel, Richter, 2010). Нарративная транспортиа коррелирует с показателем «Шкалы поглощения» (Absorption Scale) (Tellegen,

1982), на данный момент не апробированной на русский язык, которая измеряет склонность к образным переживаниям и переживаниям, связанным с уходом в себя (Green, Brock, 2000). М. Грин также отмечает корреляцию транспортиции с эмпатией, высказывая предположение о большей подверженности нарративному убеждению более эмпатичных людей, и связь транспортиции со склонностью к формированию мысленных образов (Sheehan, 1967), которая, как и поглощение фантазиями, вероятно будет усиливать эффект транспортиции (Green, 2006). Таким образом, несмотря на то, что состояние транспортиции проявляется и изменяется ситуативно, в зависимости от стимульного материала, ее уровень может определяться индивидуальной предрасположенностью – склонностью к транспортиции (transportability), то есть тенденции легко погружаться в повествование (Dal Cin, Zanna, Fong, 2004; Sestir, Moore, Green, 2020).

Также изучается связь состояния нарративной транспортиции и эмоциональных состояний. Эмоции играют значимую роль в нарративном воздействии, а транспортиция может усилить переживание эмоций, конгруэнтных событию (ключевой сцене фильма) – таким образом эти эмоции в свою очередь предсказывают воздействие нарратива (Appel et al., 2019). Исследовалась связь транспортиции с такими эмоциями, как удовольствие и возбуждение (Wang, Tang, 2021). В то же время сильным детерминантом транспортиции является качество самого нарратива, особенно в отношении киноповествований (Batat, Wohlfeil, 2009).

1.4.2. Экспериментальные исследования нарративной транспортиции

Сложность описания любого состояния состоит в том, что его труднее экспериментально проверить, чем более устойчивые психологические феномены. Нарративная транспортиция, как и другие состояния медиавовлеченности, возникает только непосредственно при взаимодействии с конкретным стимульным материалом. В связи с этим получение более глубокого представления о нарративной транспортиции, выявление ее особенностей возможно с помощью разнообразных манипуляций с условиями эксперимента и самим стимульным материалом. В ряде исследований нарративной вовлеченности

была выявлена ее зависимость от характеристик представления стимулов – размера экрана, качества звука, использования наушников по сравнению с динамиками и т.д. В связи с этим появилось предположение, что тот же эффект следует ожидать и для транспортиции (Tukachinsky, 2014). В то же время современные исследования нарративной транспортиции свидетельствуют о том, что на ее уровень не влияют такие формальные характеристик, как, например, размер экрана (Appel, Mengelkamp, 2022).

Существует немало исследований, где использовались манипуляции с условиями или сообщениями с целью усилить или помешать нарративному вовлечению. Они представляют интерес, поскольку раскрывают особенности механизма получения нарративного опыта. Исследования состояния нарративной транспортиции были сгруппированы в зависимости от способа манипулирования:

1. манипуляция с отвлечением внимания;
2. манипуляция с перспективой, когда с помощью инструкции предлагалось принять точку зрения определенного персонажа или дистанцироваться от сообщения;
3. манипуляция с помощью объективного сходства между персонажами и аудиторией;
4. манипуляция с метанарративной информацией (например, предоставление информации об источнике и жанре повествования или информации о том, как другие читатели оценили сообщение);
5. манипуляция с качествами повествования (например, рассказ от первого лица по сравнению с рассказом от третьего лица или согласованность структуры повествования) (Tukachinsky, 2014).

Мета-анализ, проведенный Р. Тукачински (R. Tukhachinsky) в 2014 году, представляют неоднородные результаты для всех групп исследований, кроме группы «манипуляция с перспективой», что частично объясняется зависимостью от типа самого стимула (видеоигра, печатное произведение, видеоконтент). В отсутствии большого количества подобных исследований, вероятно, стоит учитывать и тот факт, что исследования объединены в достаточно общие группы,

поэтому аспекты, на которые направлена та или иная манипуляция, могут быть принципиально разными, что может в том числе несправедливо объединять и усреднять выводы об их эффективности относительно нарративной транспортиции. Вместе с тем, приведем обобщенные выводы данного мета-анализа: манипуляция с отвлечением внимания, с перспективой и с метанарративной информацией обладают малой или средней эффективностью, манипуляции со сходством и литературными качествами повествования наименее эффективны, вместе с тем однородный эффект дает только манипуляция с перспективой; эффекты меньше для развлекательного контента по сравнению с рекламным (на примере печатных произведений), видимо потому, что человек обычно менее мотивирован «поглощать» его (Tukachinsky, 2014). Далее в рамках каждой группы рассмотрим те исследования, где в качестве стимульного материала используется видеоконтент (Popular movies, TV series, TV sitcom, TV crime series, Film, Movies), чтобы сделать выводы относительно конкретной реализации манипуляции и достигнутого результата.

В группу «манипуляции с отвлечением внимания» попали 11 исследований, рассмотрим некоторые из них. Это самая большая группа, вероятно, исходя из соображений, что, поскольку нарративная транспортиция является для человека желаемым состоянием, наиболее сильно на ее уровне будут отражаться прерывания самого состояния (Green, Clark, 2012). Сразу отметим, что два исследования были исключены из мета-анализа, потому что в них не было контрольной группы, а лишь сравнивались условия для транспортиции (Sestir & Green, 2010; So, 2012). Тем не менее, первое из них демонстрирует значимое влияние на уровень транспортиции респондентов инструкций «сосредоточиться на цветовой схеме, используемой в фильме» против «сосредоточиться на событиях, как если бы вы были внутри самого фильма» (Sestir & Green, 2010), а второе — для инструкций «уделять внимание актерскому акценту» против «фокусироваться на событиях, как если бы вы были внутри фильма» (So, 2012; цит. по Tukachinsky, 2014).

В другом исследовании в качестве инструкции респонденты получали роль зрителя (просмотр ради развлечения) или критика (осмысленный просмотр с последующими суждениями о сюжетной линии, игре актеров и т.д.), оно не показало значимых различий между уровнем транспортиции в отрывки из фильма разных жанров (серьезный/легкий), эффект роли не достиг статистической значимости (Shedlosky, 2010). В следующем исследовании респонденты наделялись ролью либо, ожидаемо более трудной, передатчика (transmitter) информации об отрывке из фильма, либо приемника (receiver), который должен оценить эту информацию после просмотра. Оно также опровергло гипотезу, что превращение опыта просмотра фильма в работу приведет к уменьшению уровня транспортиции, причем бóльшие когнитивные затраты усилили транспортицию в более легкий фильм (т.е. у получателей ее уровень оказался выше, чем у приемников) (Shedlosky, 2010). В двух исследованиях нарративная транспортиция в сериал усиливалась либо ослаблялась в зависимости от того, была ли дополнительная деятельность респондента связана с тематикой сериала – решение математических задач или рассмотрение критических вопросов, связанных с сериалом, и его более позднее критическое обсуждение (Tukachinsky, 2012; цит. по Tukachinsky, 2014). Два дублирующих друг друга исследования показали, что просьба респондентов посчитать количество сцен и отследить изменения в них приводит к более высокой транспортиции (Zhang et al., 2007; цит. по Tukachinsky, 2014). Фоновый шум, прерывания видео, а также сообщения, появляющиеся на экране во время просмотра, негативно влияли на транспортицию в фильм, а также на его воздействие (Zwarun & Hall, 2012; Tukachinsky, 2014).

Все приведенные здесь исследования показывают, что, вероятно, при определенных условиях человек в какой-то мере может регулировать процесс своей транспортиции в аудиовизуальный нарратив, намеренно сосредотачивая на нарративе свои когнитивные ресурсы, наличие той или иной цели/мотивации усиливает либо ослабляет транспортицию.

В группу «манипуляция с перспективой» вошло 1 исследование. Несмотря на то, что оно помещено в данную группу при мета-анализе, трактовать его

результаты с этой точки зрения затруднительно, поскольку оно изучает взаимовлияние нарративной транспортии и идентификации, а заявленная манипуляция с перспективой (наблюдать за отрывком из фильма с точки зрения независимого наблюдателя или с точки зрения главного героя клипа) в данном случае относится к повышению/понижению идентификации, но не транспортии (Sestir, Green, 2010). Стоит лишь отметить, что данная манипуляция не оказала значительного влияния на транспортию в отличие от манипуляции, направленной непосредственно на повышение/понижение уровня транспортии (сосредоточиться на событиях фильма или на цветовой схеме, используемой в нем). Таким образом, можно предположить, что транспортия не зависит от угла зрения, который зритель более или менее свободно займет относительно персонажей и сюжета. Манипуляция с перспективой в целом чаще используется в исследованиях идентификации, поскольку взгляд с позиции того или иного героя больше характеризует данный концепт. Тем не менее, благодаря такого рода исследованиям, в литературе можно найти достаточно доказательств, выделяющих специфику идентификации и транспортии (Sestir, Green, 2010; Tal-Or, Cohen, 2010; Tukachinsky, 2014; Green, 2021).

В группу «манипуляция с метанарративной информацией» вошли 2 исследования, одно из которых было исключено из мета-анализа (Tal-Or, Cohen, 2010). По его результатам нарративная транспортия повышалась при кратком информировании зрителей о будущих событиях фильма (саспенс), но, в отличие от степени идентификации, не менялась в зависимости от положительной или отрицательной характеристики поступков героя (как прошлых, так и будущих) (Tal-Or, Cohen, 2010). Второе исследование фактически представляет собой повторение одного из первых экспериментов М. Грин и Т. Брока с предъявлением респондентам одного и того же текста как художественного (fiction) или как документального (non-fiction) (Green, Brock, 2000). В качестве стимульного материала здесь использовался художественный полнометражный фильм о ментальном заболевании, который предъявлялся двум группам респондентов как вымышленная история или как созданный на основе реальных событий (Caputo,

Rouner, 2011). Зависимость уровня транспортиции от вымышленности нарратива, как и в исследовании авторов теории, на новом типе стимульного материала не подтвердилась. Среди недавних исследований можно отнести к этой группе весьма успешные попытки манипуляции с прочтением положительного отзыва, которые усилили транспортицию респондентов в короткометражный фильм (Appel et al., 2019; Tiede, Appel, 2020). Кроме этого, в исследовании фильмов ужасов обнаружилось независимость уровня транспортиции от предварительного пересказа сюжета (спойлера) и даже усиление удовольствия для любителей данного жанра от раскрытия мелких сюжетных моментов перед просмотром (Johnson et al., 2020).

В группу «манипуляция со сходством», которые в целом немногочисленны, вошли только исследования с использованием в качестве стимульного материала печатного произведения, причем аспекты изучаемого сходства также разнородны (пол, раса, возраст). Исследование сериала было исключено из мета-анализа, но стоит отметить, что в нем была установлена незначительная и слабая корреляция между транспортицией и субъективным сходством (McKinley, 2010). В более поздних исследованиях, посвященных непосредственно этому вопросу, М. Грин приходит к выводу, что сходство в ценностях и приоритетах между персонажем и аудиторией перевешивает демографические сходства или различия и более способствует повышению уровня транспортиции (Green, 2021). Вероятно, такого рода исследования и дальнейшая детализация проблемы представляют особенную необходимость, поскольку это может помочь в более точном выборе фильма для проведения исследования на той или иной аудитории либо воздействия на нее. В целом, предполагается, что опыт исследований других измерений медиавовлеченности может помочь с поиском, если не прямых ответов, то новых адекватных гипотез для их проверки относительно другого конструкта (Tukachinsky, 2014). Кроме этого, исследования говорят об отсутствии половых различий при транспортиции (Green et al., 2008; Thompson et al., 2018), хотя мужчины могут больше увлекаться одними историями, а женщины — другими (Green, 2006). Вместе с тем может быть важным учитывать объективные

характеристики героя, когда нет достаточных представлений о целевой аудитории (Green, 2021).

В группу «манипуляция с литературными качествами повествования» вошли 3 исследования, о результатах двух из которых мы можем судить лишь по описанию в таблице: как логическое редактирование серии сериала, то есть удаление сцен, ключевых для причинно-следственной структуры, так и эмоциональное ее редактирование, то есть удаление эмоционально насыщенных сцен, произвело небольшой эффект на уровень транспортиции респондентов (Boyan, 2006; цит. по Tukachinsky, 2014). В другой работе эксперимент с нарушением логической структуры сериального эпизода, которая должна была привести к разному уровню транспортиции, ограничился пилотажным исследованием с очень небольшой выборкой, а также вероятной неудачей в содержательной организации предъявления стимулов (Brechman, 2010). Вместе с тем, судя по дизайнам экспериментов, все эти исследования были сосредоточены на линейном повествовании, что вовсе не обязательно требуется для большей или меньшей нарративной транспортиции само по себе и не полностью раскрывает даже ее когнитивный аспект. Состояние транспортиции рассматривается как интеграция когнитивного, эмоционального и образного компонентов, а связность и структура, определяющие нарратив, не обязательно должны соответствовать причинно-следственной структуре. Так сравнительно новое исследование, продемонстрировало, что хронологическое киноповествование способствует большей транспортиции, чем его хронологический аналог (Huang, Grizzard, 2022). Таким образом, манипуляции с качеством аудиовизуального нарратива – актуальная и сложная область исследований, требующая большей теоретической разработки.

Исследования транспортиции в аудиовизуальные нарративы, представленные в данном параграфе, детализируют и конкретизируют представление о феноменологии данного состояния, применительно к кино- и телепродукции. Так как за последнее десятилетие появилось немало новых исследований, в том числе касающихся усиления/уменьшения уровня

нарративной транспортиции, кажется релевантным и далее проверять уже накопленные выводы относительно механизмов ее работы как на новых данных, так и в еще не описанных условиях.

Анализ литературы продемонстрировал недостаточный эффект использованных манипуляций при транспортиции в аудиовизуальный нарратив, хотя исследования были проведены в весьма реалистичных условиях (Tukachinsky, 2014). Поскольку манипуляции с внешними условиями слабо влияют на нарративную транспортицию, сделан вывод о том, что сильным детерминантом транспортиции является качество самого нарратива, что подтверждает теорию (Green, 2021). Оценить качество повествования является сложной исследовательской задачей, тем не менее при работе с литературой были выявлены критерии качественных нарративов, некоторые из которых благодаря накопленному экспериментальному опыту, в том числе описанному выше, принято считать в отношении к транспортиции более надежными, чем другие.

1.4.3. Характеристики качественных кинонарративов

Оценка нарратива является сложной исследовательской задачей, тем не менее в соответствии с представлениями о нарративе и на основе анализа накопленных данных по транспортиции выделяют основные аспекты, определяющие его качество: логическая последовательность (sequence), персонажи (character), структура (structure), хронотоп (bounded in space and time) и производство (production techniques) (Kreuter, Green, Cappella, et al., 2007).

Последовательность включает следующие характеристики:

1. *Связность*, то есть события, поступки персонажей и общий контекст истории должны быть понятны, чтобы было легко осмыслять поступающую информацию.

2. *Развитие сюжета*, то есть последовательность событий должна выстраиваться через кульминацию к развязке, чтобы усиливалась эмоциональная и когнитивная вовлеченность.

3. *Соответствие психологическим моделям*, то есть действия персонажей должны быть обоснованы и отвечать существующим моделям поведения, чтобы

достигать ощущения реальности происходящего и стимулировать научение при помощи наблюдения.

Персонажи характеризуется следующим:

1. *Развитием*, то есть должно быть включение информации об эмоциях и мотивах поведения персонажей, чтобы повысить эмоциональную и когнитивную вовлеченность и идентификацию с ними, а также усилить ощущение реальности происходящего.

2. *Выразительностью, красноречием*, то есть персонажи должны выражать мысли ясно и доступно, чтобы находить отклик у аудитории и удерживать ее внимание, способствовать идентификации с ними, в целом облегчать обработку информации и понимание смысла.

3. *Эмоциональной интенсивностью*, то есть в нарративе должно быть продемонстрировано разнообразие эмоций персонажа, чтобы повысить эмоциональную вовлеченность и личную значимость сюжета.

Структура включает:

1. *Драматическое напряжение (саспенс)*, то есть наличие конфликта, неопределенности или ожидания разрешения событий, чтобы усилить эмоциональную и когнитивную вовлеченность.

2. *Нарушение канона*, то есть присутствие в истории непредсказуемых решений, отклонений от ожидаемого или нарушений общепринятого, чтобы привлечь внимание и повысить когнитивную вовлеченность, позволить взглянуть на происходящее по-новому и дать иную интерпретацию привычному.

Хронотон характеризуется:

1. *Реализмом (точностью)*, то есть ситуации, персонажи и их действия должны восприниматься как реалистичные, чтобы усилить идентификацию с ними и повысить доверие к увиденному.

2. *Образностью*, то есть персонажи, события, темы должны быть представлены узнаваемыми образами и символами, чтобы актуализировать имеющиеся знания и вызвать знакомые эмоции, облегчить восприятие и запоминание увиденного.

3. *Соответствием культурным особенностям*, то есть визуальный ряд и используемые лингвистические средства должны быть знакомы аудитории, а действия персонажей соответствовать ее культурным представлениям, чтобы увеличить идентификацию с ними, облегчить осмысление сюжета и усилить ощущение реальности происходящего.

Производство включает *технические характеристики* – свет, монтаж, звук и т.д., которые могут управлять вниманием и повышать визуальную притягательность истории, а также делать персонажей более близкими и привлекательными.

Не все характеристики на данный момент достаточно изучены, поэтому определение вклада каждой из них в качество нарратива является актуальной задачей для новых исследований (Kreuter, Green, Cappella, et al., 2007; Green, Clark, 2012). Тем не менее, резюмируя вышесказанное с опорой на эмпирические исследования, можно обозначить ключевые критерии транспортабельных нарративов:

1. Связность истории.
2. Развитие характеров персонажей.
3. Эмоциональная насыщенность сюжета.
4. Драматическая напряженность (саспенс).
5. Психологический реализм (Green, 2021).

Кроме того, качественные нарративы предполагают соответствие культурным особенностям (в т.ч. языковым) целевой аудитории и высокий уровень «технического» исполнения (для визуальных нарративов). Также существуют немногочисленные исследования влияния лингвистических аспектов на уровень транспортировки – например, при сравнении уровней транспортировки в нарративы разной модальности (текст, аудио, фильм) на родном, первом, и неродном, втором, языке не было выявлено никаких различий (Chung-fat-yim, Cilento, Piotrowska, Mar, 2019). Отмечается важность структурированности истории и место знакового события в ней, в то же время отсутствие противоречий со знаниями о реальном мире или правилами мира вымышленного, которые могут

прервать ощущение погружения в историю и вызвать скептическое отношение к ней (Green, 2021). Более высокую транспортицию будут вызывать истории: 1. Знакомые и соотносимые с повседневным опытом. 2. Актуальные в настоящий момент и поэтому легче воспринимаемые (например, рождественская история в зимнее время). 3. Соответствующие жанровым предпочтениям аудитории (Green, 2004; Vaughn et al., 2010).

Тем не менее, вопреки тому, что опираться на обобщенные критерии кажется наиболее адекватным при планировании исследования, анализ практики показывает, что авторам не обязательно следовать каждому из этих пунктов, а повышение транспортабельности нарративов может достигаться за счёт нетривиальной и/или глубокой проработки лишь некоторых из них (Green, 2021).

Несмотря на то, что авторы теории признают значимую роль качества нарратива для уровня транспортиции, они, помимо склонности человека к транспортиции как индивидуально-личностной черты, также отмечают возможность влияния на него внешних манипуляций (Green, Brock, 2000), хотя, как рассмотрено выше, они не всегда оказываются успешными. Качественный нарратив в перспективе и с большей вероятностью предполагает высокий уровень транспортиции (Green, Clark, 2012, Green, 2021), но с помощью манипуляций, рассмотренных выше, можно добиться и более высокого уровня транспортиции для менее качественного нарратива или, наоборот, менее высокого для более качественного – исследования рекламных печатных текстов показали, что это весьма эффективно работает для убеждающих нарративов, которые человек менее мотивирован и заинтересован «потреблять» (Tukachinsky, 2014). Вероятность влияния внешних манипуляций, которая есть всегда, несет за собой некоторые трудности, связанные с организацией исследования. Так сопоставление фильмов с низким и высоким уровнем транспортиции рекомендуется проводить при прочих равных условиях. Что касается исследований с просмотром популярных фильмов, то эффекты нарративной транспортиции может быть трудно дифференцировать из-за их относительно высокого уровня транспортиции для большинства респондентов, тем не менее, обилие отрицательных и положительных отзывов на

высоко оцененные фильмы могут говорить в пользу значимых различий (Green, Clark, 2012).

1.4.4. Современные исследования нарративной транспортиции

В последние годы в русле теории транспортиции проведено множество исследований, связанных как с анализом воздействия нарративов, так и с уточнением самого механизма нарративной транспортиции. Наиболее значимыми направлениями исследования стали: 1. связи нарративной транспортиции с устойчивыми индивидуально-психологическими характеристиками; 2. связи нарративной транспортиции с эмоциональными состояниями; 3. изучение нарративной транспортиции в контексте воздействия кинофильмов.

Связь нарративной транспортиции с устойчивыми индивидуально-психологическими характеристиками

Считается, что состояние нарративной транспортиции универсально и при взаимодействии с нарративами его испытывают все люди, однако интенсивность этого переживания может обуславливаться индивидуальными различиями.

Изучение связи уровня транспортиции с полом продемонстрировало отсутствие значимых половых различий при нарративной транспортиции (Green et al., 2008; Thompson et al., 2018), хотя есть данные, что мужчины больше увлекаются одними историями, а женщины — другими (Green, 2006).

Исследования связи нарративной транспортиции с потребностью в познании (need for cognition) (Green, Brock, 2000; Green, Kass, Carrey, et al., 2008; Shedlosky, 2010; Meade, 2015 и др.). показывают, что эта связь часто бывает слабой или отсутствует (Green, Brock, 2000), однако высокий уровень потребности в познании может способствовать большей транспортиции в серьезное кино и выбор соответствующих жанров для просмотра (Shedlosky, 2010; Owen, Riggs, 2012). Помимо этого, обнаружено, что даже у людей с высоким уровнем потребности в познании наблюдаются взаимосвязи между «истощением эго», транспортицией и выбором развлекательных фильмов, что указывает на тенденцию зрителей выбирать развлекательный контент как способ отдыха,

несмотря на свои предпочтения к глубокому анализу (Shedlosky, 2010). Таким образом, исследования подчеркивают сложность взаимодействия предпочтений, а также когнитивных и эмоциональных реакций на различные типы кинопродукции.

Выявлена более сильная транспортиция и более выраженный эффект нарративного убеждения у людей с высокой потребностью в аффекте (need for affect) (Appel, Markus, 2010). Продолжается изучение взаимосвязей нарративной транспортиции с эмпатией (Green, 2006; Thompson et al., 2018). Отмечается высокий уровень транспортиции у людей, склонных к погружению в деятельность, к фантазированию, к переживанию ярких образов, к «поглощению» своим внутренним миром (Green, 2006; van Laer, Ruyter, Visconti, Wetzels, 2014; Meade, 2015). Сила транспортиции зависит и от общей предрасположенности человека погружаться в истории любого содержания и жанра – склонности к транспортиции (transportability) (Green, 2006; van Laer, Ruyter, Visconti, Wetzels, 2014; Sestir, Moore, Green, 2020).

Сравнительно недавно исследователи стали обращаться к изучению связей нарративной транспортиции и в целом медиа вовлеченности с чертами личности (Weibel, Wissmath, Mast, 2010). В ряде работ обнаружены противоречивые данные о наличии корреляций между нейротизмом и транспортицией (Meade, 2015; Rain, Cilento, Macdonald, Mar, 2017). В другом исследовании, посвященном изучению склонности к транспортиции, выявлены ее положительные связи с такими чертами личности, как открытость опыту, доброжелательность и экстраверсия (Meade, 2015). Однако полученных данных еще недостаточно, чтобы целостно оценить вклад личностных черт в нарративную транспортицию.

Связь нарративной транспортиции с эмоциональными состояниями

Изучение роли эмоций в воздействии фильмов показало, что нарративная транспортиция может усиливать эмоциональные переживания, конгруэнтные событию фильма (ключевым сценам), тем самым увеличивая влияние на связанные с ним установки зрителя (Appel et al., 2019); выявлена связь

транспортиции, оцениваемой по таким аспектам, как эмпатия, погружение и изменение убеждений, с удовольствием и возбуждением при просмотре фильма (Wang, Tang, 2021).

Отдельным направлением стало изучение эмоционального потока (emotional flow), и его связи с нарративной транспортией и эффектами воздействия. Эмоциональный поток определяется как «эволюция эмоционального опыта во время воздействия медиасообщения, которая отмечена серией эмоциональных сдвигов», включающих в себя изменения от негативного к позитивному, от позитивного к негативному, от одного негативного/позитивного состояния к другому с аналогичной валентностью, а также заметное изменение интенсивности одного и того же состояния (Nabi, Green, 2015, с. 143). Считается, что нарративная транспортиция поддерживается в том числе за счёт эмоционального потока, связанного с событиями нарратива, поэтому эмоциональные сдвиги косвенно влияют на изменение убеждений во время погружения в нарратив (Nabi, Green, 2015). Установлено, что эмоциональные сдвиги, зафиксированные с помощью измерения ответов в режиме реального времени (real-time response, RTR), положительно коррелировали с нарративной транспортией в фильм и эмоциональным потоком, измеряемым в форме самоотчета, а также что эмоциональные сдвиги и эмоциональный поток были выше у женщин, чем у мужчин (Winkler et al., 2022). В другом исследовании, проведенном с использованием аудиотекстов, было обнаружено, что нарративная транспортиция положительно связана с количеством и интенсивностью эмоциональных сдвигов (Schmidt et al., 2023).

Изучение транспортиции в контексте воздействия нарративов

Качественные нарративы с ожидаемо высокой транспортией предполагают большее воздействие на аудиторию, чем другие формы коммуникации и нарративы с низким уровнем транспортии. По этой причине они востребованы, и даже продукция, созданная с развлекательной целью, активно используется для политического, рекламного и прочего влияния.

Нарративная транспортиция может способствовать более эффективному воздействию на аудиторию, поскольку по сравнению с другими способами воздействия в ее механизме заложен ряд преимуществ: уменьшение контраргументации и недоверия, создание связей с персонажами, усиление восприятия реализма и эмоциональное вовлечение. Данный способ коммуникации может привести к изменению убеждений так, что эти изменения или причинно-следственная связь между объектом воздействия и изменением будут неочевидны для самого человека (Green, Clark, 2012). С этой точки зрения, изучение продакт-плейсмента в популярной кинопродукции в русле теории транспортиции позволяет оценить характер и масштабы такого внедрения. Так, например, обзор исследований курения в фильмах, ориентированных на молодую аудиторию, выявляет ограничения и потенциал нарративной транспортиции в предотвращении вредной популяризации и ориентировке на здоровый образ жизни, а также предлагает рекомендации для реализации данной цели (Green, Clark, 2012).

То, что исследователи признают значимую роль нарративной транспортиции в воздействии на человека, доказывается тем, что в качестве исследуемых тем выбираются преимущественно социально значимые проблемы из сферы здравоохранения, экологии и межличностных коммуникаций, исследуются возможности и потенциалы применения нарративной транспортиции в образовании, а в качестве целевой аудитории чаще всего выступают молодые люди. Например, исследование о продвижении проэкологического поведения, посвященное сравнению влияния сообщений об изменении климата, структурированных в виде историй, с информационными сообщениями, обнаружило большую эффективность и транспортабельность первых, причем особая роль также отводится негативному финалу (Morris et al., 2019). В другом исследовании было обнаружено, что высокий уровень транспортиции в текстовые и аудиовизуальные нарративы, где главные герои демонстрируют высокую самоэффективность, может влиять, по крайней мере временно, на собственные

убеждения респондентов о контроле над собой и событиями своей жизни (Isberner et al., 2019).

Обнаружено, что сообщения об изменении климата, встроенные в определенную историю, более эффективно влияли на проэкологическое поведение зрителей, поскольку их транспортиция в нарратив усиливала вовлеченность и эмоциональное возбуждение, способствовала проживанию нового опыта (Morris et al., 2019). В исследованиях воздействия фильмов на молодежную аудиторию выявлена позитивная роль эпилога, корректирующего потенциально вредное влияние определенных эпизодов, но только у зрителей, сильно увлеченных сюжетом (Russell et al., 2019).

Кроме этого, важным направлением исследований является изучение нарративной транспортиции в контексте воздействия нарративов на представления об этнических группах. Так нарративная транспортиция в документальный фильм о жителях Аппалачи способствовала изменению стереотипов по отношению к ним (Fuller, 2022), а транспортиция в рассказ о мигрантах, усиленная за счёт сходства с персонажами-мигрантами по демографическим характеристикам и культурным привычкам, приводила к более позитивному отношению к мигрантам и снижению воспринимаемой от них угрозы (Igartua, Cachón-Ramón, 2023).

Таким образом, многочисленные исследования подтверждают потенциал нарративной транспортиции в формировании более позитивных представлений о различных социальных группах. Использование нарративов с высоким уровнем транспортиции особенно актуально при работе с молодёжной аудиторией с целью достижения социально значимых изменений в различных сферах общественной жизни.

Выводы

Психологические исследования показывают, что кинофильмы могут оказывать значительное влияние на зрителей: их эмоции, установки и убеждения, поведение. Одной из актуальных проблем в рамках исследуемой области является

изучение психического состояния зрителя во время просмотра фильма, во многом определяющее это влияние. Вовлеченность в кинонарратив и ее отдельные аспекты (эмпатия, идентификация, присутствие, поток и т.д.) играют ключевую роль в процессах восприятия и воздействия фильмов. Нарративная транспортиция описывается как комплексное психическое состояние вовлеченности, возникающее у человека при соприкосновении с нарративом.

Состояние транспортиции – это субъективное переживание в процессе просмотра фильма. Зрители вовлекаются в сюжет и могут временно терять осознание окружающей реальности. Они могут испытывать сильные эмоции и идентифицироваться с персонажами, что усиливает эффект воздействия нарратива на их установки, убеждения и поведение. Кроме того, в состоянии нарративной транспортиции характерно возникновение ярких мысленных образов героев и места действия, представленных в сюжете.

Качественные нарративы способствуют более высокому уровню транспортиции. Для дальнейшей организации исследования в русле теории транспортиции на основе анализа литературы были сформулированы характеристики транспортабельных нарративов (связность истории, развитие характеров персонажей, эмоциональная насыщенность сюжета, драматическая напряженность, психологический реализм), что будет являться ориентиром при выборе стимульных материалов для апробации «Шкалы нарративной транспортиции» и последующего эмпирического исследования.

Обзор современных исследований нарративной транспортиции показал наиболее значимые их направления: 1. изучение связей нарративной транспортиции с устойчивыми индивидуально-психологическими характеристиками; 2. изучение связей нарративной транспортиции с эмоциональными состояниями; 3. изучение вклада нарративной транспортиции в эффективность воздействия фильмов. В каждом из них были обнаружены наименее проработанные темы, на основе чего были сформулированы эмпирические гипотезы исследования.

В исследованиях связи нарративной транспорти с устойчивыми индивидуально-психологическими особенностями были обнаружены противоречивые данные относительно половых различий и такой характеристики как потребность в познании. Кроме того, выявлен недостаток изучения влияния черт личности Большой пятерки (экстраверсия, доброжелательность, добросовестность, нейротизм, открытость опыту) на уровень нарративной транспорти. Анализ связи нарративной транспорти с эмоциональными состояниями в целом является новым направлением, где ощущается нехватка исследований, в том числе проведенных на кинофильмах. В работах по воздействию кино, в частности о роли нарративной транспорти в его эффективности, становится актуальным изучение влияния фильмов на этнические предрассудки. В связи с этим в эмпирическом исследовании была выбрана тема трудовых мигрантов из Средней Азии, широко обсуждаемая в стране. Отдельное внимание будет уделено сравнению коррелятов и эффектов транспорти в фильмах разных жанров (комедия и драма), поскольку подобных сопоставительных исследований нарративной транспорти практически нет, также как и сами комедийные фильмы часто остаются без внимания в работах по нарративной транспорти.

Глава 2. Исследование вовлеченности зрителя в кинематографический нарратив

2.1. Апробация «Шкалы нарративной транспортиции» для русскоязычных кинозрителей

2.1.1. Описание «Шкалы нарративной транспортиции»

«Шкала нарративной транспортиции» (Transportation Scale, TS), разработанная американскими психологами М. Грин и Т. Броком в рамках теории транспортиции, отражает следующие характеристики вовлеченности в нарратив: эмоциональную включенность, направленное внимание, чувство напряженного ожидания, увлеченность, отстраненность от окружающей реальности, наличие ярких образов (Green, Brock, 2000). Методика представляет собой форму самоотчета с набором утверждений, которая заполняется респондентами сразу после предъявления им стимульного материала (литературного произведения / фильма и т.п.). «Шкала нарративной транспортиции» включает 15 пунктов, из которых 11 направлены на выявление общих особенностей транспортиции, а 4 касаются образов главных героев конкретного нарратива (адаптируются под стимульный материал путем включения в них имен персонажей). Авторы выделили три фактора, которые были интерпретированы как три аспекта нарративной транспортиции (когнитивный, эмоциональный и образный). Выделенные факторы вместе с общими пунктами составили общий показатель транспортиции, который отражает целостный опыт погружения в нарратив. Стоит заметить, что первые исследования нарративной транспортиции проводились на текстовых материалах (Green, Brock, 2000), но затем с незначительными корректировками шкала стала применяться и для аудиовизуальной продукции (Tal-Or, Papirman, 2007; Green et al., 2008; Sestir, Green, 2010).

В 2015 году была представлена краткая версия «Шкалы нарративной транспортиции» (Transportation Scale-Short Form, TS-SF) (Appel et al., 2015). Шкала состоит из 6 пунктов, имеет однофакторную структуру и в настоящее время доступна на английском и немецком языках.

Для реализации цели данного исследования была проведена разработка русскоязычной версии «Шкалы нарративной транспортиции» (Transportation

Scale, TS) (Кубрак, Старостина, 2023а). Так как представленная методика не имеет аналогов в отечественной психометрике, было принято решение адаптировать ее полную версию, позволяющую получить более широкое представление о состоянии нарративной транспортиции.

2.1.2. Метод

Выборка. Всего в исследовании приняло участие 1451 человек, из них 15 человек – в адаптации на этапе достижения содержательной валидности итоговой русскоязычной версии методики. Остальные 1446 человек участвовали в ее апробации, из них 46 человек проходили опрос дважды с разным стимульным материалом для дополнительной оценки конструктивной валидности.

Разработка «Шкалы нарративной транспортиции» изначально проводилась авторами методики на студенческой выборке, в связи с чем для адаптации и апробации русскоязычной версии также были привлечены студенты российских высших учебных заведений. После исключения респондентов, не отвечающих выбранным критериям, апробация методики была осуществлена на выборке из 1171 человек: 49,3 % мужчин и 50,7 % женщин (577 мужчин и 594 женщин); возраст респондентов — от 17 до 29 лет (средний возраст — 20 лет ($M=19,80$); стандартное отклонение $SD=1,90$).

Сбор данных осуществлялся в дистанционном формате с использованием сервиса Google-формы. Все респонденты дали информированное согласие на их добровольное и анонимное участие в исследовании.

Методики. В исследовании использовались следующие методики:

1. «Шкала нарративной транспортиции» (Transpotration Scale, TS) – методика, измеряющая нарративную транспортицию – особое состояние вовлеченности в повествование. Опросник содержит 15 утверждений, каждое из которых оценивается респондентами по 7-балльной шкале в соответствии со степенью согласия от 1 («совсем не согласен») до 7 («полностью согласен»). Общий балл транспортиции подсчитывается путем суммирования ответов по всем пунктам, три из которых (2, 5 и 9) являются

обратными. Более высокий балл свидетельствуют о более высоком уровне нарративной транспортировки.

2. «Диагностика переживаний в деятельности» (Клейн и др., 2019) – методика, оценивающая субъективную репрезентацию соотнесения текущей деятельности с критериями усилия (ощущения контроля над процессом деятельности), удовольствия (положительных эмоций, сопровождающих процесс деятельности) и смысла (ощущения связи деятельности с другими сторонами жизни самого субъекта и других людей), отсутствие всех трёх компонентов проявляется в переживании пустоты. Опросник включает в себя 12 утверждений, оцениваемых респондентами по шестибальной шкале от «почти никогда» до «почти всегда»; пункты опросника составляют 4 отдельные шкалы (удовольствие, смысл, усилие, пустота), баллы за которые подсчитываются прямым суммированием.
3. «Опросник эмоциональной эмпатии» (Emotional Empathic Tendency Scale, EETS) А. Мехрабиана и Н. Эпштейна в адаптации Ю.М. Орлова и Ю.Н. Емельянова (Солдатова, Шайгерова, 2008). Методика предназначена для определения уровня эмпатических тенденций, способности к эмпатии как личностной черты. С точки зрения автора, эмоциональная эмпатия – это способность сопереживать другому человеку, чувствовать то, что чувствует другой, переживать те же эмоциональные состояния, идентифицировать себя с ним. Объектами эмпатии выступают социальные ситуации и люди, которым испытуемый мог сопереживать в повседневной жизни. Опросник состоит из 33 утверждений, с которыми респонденты выражают свое согласие / несогласие. Более высокие баллы свидетельствуют о более высоком уровне эмпатии.
4. «Шкала потребности в познании» (The Need for Cognition Scale, NCS) в русскоязычной адаптации (Cacioppo et al., 1984; Щебетенко, 2011). Опросник измеряет тенденцию увлекаться умственной деятельностью и получать удовольствие от умственных усилий. Опросник состоит из 18 утверждений, оцениваемых респондентами по 5-балльной шкале от

«абсолютно не характеризует» до «абсолютно характеризует». Более высокие баллы свидетельствуют о более высоком уровне потребности в познании.

Процедура. Для адаптации «Шкалы нарративной транспортиции» на русский язык было получено разрешение автора опросника М. Грин (M.C. Green). На начальном этапе была проведена кросс-культурная адаптация, состоявшая из нескольких шагов (Beaton et al., 2000):

1. Два переводчика-лингвиста (один – осведомленный о конструкте и являющийся научным сотрудником-психологом, второй – «наивный» переводчик) сделали независимые переводы оригинала методики.

2. В результате их совместного обсуждения был получен единый вариант перевода.

3. Два носителя американского английского языка с высоким уровнем знания русского языка, не информированные о конструкте и не знакомые с оригинальной методикой, осуществили обратный перевод.

4. Эксперт-лингвист провел оценку эквивалентности оригиналу всех версий перевода, и на основании его отчета был составлен предфинальный вариант перевода.

5. Осуществлено его тестирование на 15 респондентах (студентах), каждый из которых сначала смотрел короткометражный фильм, выбранный для адаптации, а затем заполнял переведенную методику и обсуждал ее выполнение с экспертами. В результате пункты шкалы были скорректированы до достижения содержательной валидности итоговой версии. Таким образом, цель кросс-культурной адаптации была достигнута, и далее была проведена психометрическая оценка методики на русскоязычной выборке.

Апробация русскоязычной версии «Шкалы нарративной транспортиции» проводилась посредством онлайн-опроса и включала в себя два этапа. На первом этапе респонденты (1171 человек) смотрели выбранный русскоязычный

короткометражный фильм¹, оцененный как «фильм с ожидаемо высоким уровнем нарративной транспортиции» в соответствии с критериями качественных и «транспортабельных» нарративов (Kreuter et al., 2007; Green, 2021), и сразу после просмотра заполняли «Шкалу нарративной транспортиции», а также остальные используемые для валидизации методики. Далее осуществлялась проверка структуры, внутренней согласованности и конвергентной валидности русскоязычной версии «Шкалы нарративной транспортиции». На втором этапе часть основной выборки (46 человек) проходила онлайн-опрос с просмотром другого короткометражного фильма², оцененного как «фильм с ожидаемо низким уровнем нарративной транспортиции», с последующим заполнением «Шкалы нарративной транспортиции» и методики «Диагностика переживаний в деятельности». Далее осуществлялось сравнение показателей по «Шкале нарративной транспортиции» при предъявлении разного стимульного материала в целях проверки критериальной валидности.

Математическая обработка данных проводилась с помощью следующих статистических пакетов: IBM SPSS Statistics 23 (эксплораторный факторный анализ, анализ надежности, корреляционный анализ, сравнение зависимых выборок), STATISTICA 8.0 (конфирматорный факторный анализ).

2.1.3. Результаты

Внутренняя структура опросника. На первом этапе, как и в исходном исследовании, для проверки структуры опросника был проведен эксплораторный факторный анализ (ЭФА) (метод главных компонент, вращение Варимакс; мера адекватности выборки Кайзера—Мейера—Олкина, КМО=0,876; значимость критерия сферичности Бартлетта, $p=0,000$). Полученные три фактора (59 % общей дисперсии), как и в оригинальной методике, содержательно соответствуют трем аспектам нарративной транспортиции – когнитивному, эмоциональному и образному. В то же время оказалось, что в русскоязычной версии есть отличия от

¹ Фильм «Болезнь роста» (2021, реж. Эллен Роднянская) URL: <https://www.youtube.com/watch?v=jQlX7sS1HaY>

² Фильм «А если нас не будет?» (2012, реж. Глеб Киселев) URL: <https://www.youtube.com/watch?v=IS4UqQqOveQ>

оригинальной методики по ряду пунктов. «Образный» фактор (п.п. 12-15) включил дополнительный пункт 1, «Эмоциональный» фактор (п.п. 5, 7, 11) – пункты 3 и 10, а общие пункты из исходной версии добавились в «Когнитивный» фактор (п.п. 4, 2, 6, 8, 9). При этом весомые пункты русскоязычной версии соответствуют факторам исходной модели.

Далее был проведен конфирматорный факторный анализ (КФА), в котором осуществлялась проверка трехфакторной структуры методики в исходном варианте и по результатам ЭФА. Результаты КФА свидетельствуют о том, что исходная модель эмпирически не подтверждается ($RMSEA > 0,1$; $GFI < 0,9$; $CFI < 0,9$), а новая модель обладает хорошими индексами пригодности ($RMSEA 0,061$, $GFI 0,965$, $CFI 0,965$) и соответствует эмпирическим данным.

Внутренняя согласованность опросника. Для проверки внутренней согласованности пунктов методики был использован коэффициент α Кронбаха. Результаты приведены в Табл. 1. Получены хорошие показатели надежности.

Таблица 1. Показатели α Кронбаха

<i>Фактор</i>	<i>α Кронбаха</i>
Когнитивный фактор (2, 4, 6, 8, 9)	0,776
Эмоциональный фактор (3, 5, 7, 10, 11)	0,715
Образный фактор (1,12,13,14,15)	0,849
Нарративная транспортиция (15 пунктов)	0,867

Валидность опросника. Была проведена проверка конструктивной и критериальной валидности «Шкалы нарративной транспортиции». Оценка конвергентной валидности методики предполагает использование других инструментов, измеряющих содержательно близкие конструкты. С этой целью нами был найден единственный релевантный психометрический инструмент на русском языке – методика «Диагностика переживаний в деятельности», которая измеряет актуальное состояние человека в деятельности и может быть скорректирована для ее конкретной реализации. Используемая в оригинальном исследовании «Шкала погружения» (Absorption Scale) (Tellegen, 1982) не имеет русскоязычной адаптации, поэтому не могла быть применена для валидизации. Кроме этого, были использованы два инструмента, выявляющие такие

личностные особенности, которые теоретически могут быть связаны с транспортией: «Опросник эмоциональной эмпатии», а также, как и у авторов оригинальной методики, «Шкала потребности в познании» в русскоязычном варианте.

Таблица 2. Корреляции «Шкалы нарративной транспортии» с показателями переживаний в деятельности, эмпатией и потребностью в познании

		<i>Когнитивный фактор</i>	<i>Эмоциональный фактор</i>	<i>Образный фактор</i>	<i>Транспортиция (общий балл)</i>
Переживание в деятельности	Удовольствие	0,373**	0,552**	0,352**	0,520**
	Смысл	0,436**	0,653**	0,467**	0,635**
	Усилие	-0,405**	-0,103**	-0,167**	-0,283**
	Пустота	-0,546**	-0,409**	-0,381**	-0,551**
Эмпатия		0,347**	0,234**	0,267**	0,351**
Потребность в познании		0,070*	0,051	0,069*	0,079**

*Примечание. В таблице приводятся значения коэффициента корреляции Пирсона. * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$*

В результате корреляционного анализа (Табл. 2) выявлены значимые положительные связи нарративной транспортии с такими субшкалами методики «Диагностика переживаний в деятельности», как «Удовольствие» и «Смысл», и отрицательные с двумя другими – «Пустота» и «Усилие». Обнаружена также положительная корреляция транспортии с эмпатией. Потребность в познании имеет значимую, но слабую корреляцию с общим баллом нарративной транспортии и двумя из трех факторов – когнитивным и образным. Связь с эмоциональным фактором не выявлена.

В целях проверки критериальной валидности был организован еще один этап исследования, предполагающий опрос респондентов с использованием другого стимульного материала. Сравнивался показатель нарративной транспортии у одних и тех же людей при просмотре фильмов с предположительно разным эффектом транспортии (критерий t -Стьюдента). Были выявлены значимые различия как по «Шкале нарративной транспортии», так и по показателям методики «Диагностика переживаний в деятельности» (Табл. 3). Уровень нарративной транспортии, а также переживание удовольствия и наполненности смыслом были более выражены у респондентов

при просмотре фильма с более высокой транспортабельностью. В то же время показатели усилия и пустоты были значимо выше при просмотре фильмов с низкой транспортабельностью.

Таблица 3. Сравнение уровня нарративной транспортиции и показателей переживаний в деятельности при просмотре фильмов с разным уровнем транспортабельности

	<i>Фильм с высокой транспортабельностью</i>		<i>Фильм с низкой транспортабельностью</i>		<i>t-тест</i>	
	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>T</i>	<i>P</i>
Транспортиция	74,89	10,692	56,15	19,725	6,052	0,000
Удовольствие	9,98	3,964	7,41	3,896	3,991	0,000
Смысл	12,22	4,000	8,74	4,123	4,334	0,000
Усилие	6,48	3,391	10,46	4,360	-5,022	0,000
Пустота	6,00	2,547	10,52	4,124	-6,961	0,000

2.1.4. Обсуждение результатов апробации

Была адаптирована и апробирована «Шкала нарративной транспортиции» на русскоязычной выборке. Резюмируя эмпирические результаты, можно сделать заключение о хорошей надежности русскоязычной версии «Шкалы нарративной транспортиции» и валидности получаемых с помощью нее данных.

Выполненный, как и при разработке оригинальной методики, ЭФА выявил ее трехфакторную структуру, соответствующую оригинальной методике, хотя и имеющую ряд различий с ней по распределению пунктов. КФА эмпирически не подтвердил исходную модель, в то время как новая модель продемонстрировала хорошее соответствие эмпирическим данным. Основное различие моделей относится к содержанию когнитивного фактора. В исходной модели он объединял мысленную вовлеченность (п. 4) с простотой и доступностью формирования представлений о событиях и их героях или, другими словами, легкостью переноса в нарратив (п.п. 1, 3), в русскоязычной же версии она сочетается с концентрацией на просмотре («отключением» от реальности) (п.п. 2, 9), интересом к разворачивающемуся сюжету и увлеченностью им (п.п. 6, 8). Такое различие можно объяснить следующим. Несмотря на то, что «Шкала нарративной транспортиции» предлагается для оценки взаимодействия с нарративом любой

модальности (Green, Brock, 2000; Tal-Or, Cohen, 2010), и она практически одновременно стала применяться в исследованиях кино (Tal-Or, Papirman, 2007; Green et al., 2008), ее разработка изначально проходила с использованием текстовых материалов, что позволяло исследователям в дальнейшем исключать некоторые «неподходящие» пункты по своему усмотрению. Так, появились варианты адаптации «Шкалы нарративной транспортной», скорректированные в зависимости от стимульного материала, например, для видеоклипов (Sestir, Green, 2010). Кроме того, на ее основе разрабатывались другие шкалы в соответствии с кросс-культурными особенностями аудитории (Jarrier et al., 2017) или следуя специальным исследовательским целям (Busselle, Bilandzic, 2009; Sestir, Green, 2010; Tal-Or, Cohen, 2010). Нашей же задачей была адаптация полной оригинальной «Шкалы нарративной транспортной» для применения на русскоязычных кинозрителях, что отвечало теоретическим представлениям, но могло нести за собой некоторые специфичные особенности – и более релевантным оказалось не исключать отдельные пункты, а пересмотреть внутреннюю структуру опросника. Сами авторы признают, что нарративная транспортация в фильм и транспортация в книгу могут иметь свои особенности, связанные с процессами мысленного вовлечения (Green et al., 2008). Таким образом, содержательная нагруженность нового когнитивного фактора, выделенного при апробации на русскоязычной аудитории, приобрела новые оттенки и, по-видимому, отразила специфику транспортной при просмотре фильмов, предполагающая меньше когнитивных усилий (Green et al., 2008; Tukachinsky, 2014). Другие факторы шкалы также уточнились: образный фактор включил сформированность представлений о героях фильма и о его сюжете; эмоциональный фактор стал интерпретироваться не только как эмоциональная включенность и реакция на фильм, но и его личная значимость для зрителя. Полученные результаты соответствуют теоретическим представлениям о нарративной транспортной.

Русскоязычная версия «Шкалы нарративной транспортной» демонстрирует высокую внутреннюю согласованность. Стоит отметить, что изменения в

структуре русскоязычной методики нивелируются тем, что авторы изначально предлагают не подсчитывать значения по отдельным факторам, а использовать общий показатель нарративной транспортиции (Green, Brock, 2000), отражающий целостный опыт переноса в мир повествования, аспекты которого соответствуют выделенным факторам (Appel et al., 2015).

Конвергентная и критериальная валидность удовлетворительны, что подтверждается данными корреляционного анализа. Оценка ретестовой надежности «Шкалы нарративной транспортиции» не проводилась, поскольку методика измеряет состояние, вызываемое конкретным стимульным материалом.

Были получены ожидаемые положительные корреляции нарративной транспортиции с такими компонентами «переживания в деятельности», как удовольствие и смысл, и обратные корреляции с пустотой и усилием. Данное представление о переживаниях в деятельности основано на концепции переживания потока, которое нередко сопровождает процесс нарративной транспортиции. «Наряду с выделением трех элементарных составляющих переживания в деятельности, комбинаторная модель описывает все их возможные сочетания. Сочетание удовольствия со смыслом образует комплексное переживание радости, смысла с усилием — комплексное переживание ответственности и удовольствия с усилием — комплексное переживание потока (наслаждения). Сочетание всех трех компонентов усилия, удовольствия и смысла создает подлинно оптимальное переживание — переживание увлеченности, описанное Дж. Накамурай и М. Чиксентмихайи в 2000-е гг.», вместе с этим «отсутствие всех трех компонентов проявляется в переживании пустоты, которую М. Чиксентмихайи описывает как психическую энтропию, ощущение пребывания объектом самопроизвольных и неконтролируемых процессов» (Осин, Леонтьев, 2017, с.32). Таким образом, нарративная транспортиция в фильм – это позитивное переживание, складывающееся из ощущения удовольствия (приятности) и смысла (т.е. «включенности в более широкие контексты»); переживание пустоты напротив препятствует транспортиции. Кроме того, в отличие от потока, нарративную транспортицию затрудняет переживание усилия (т.е.

«результативность деятельности»). Все выявленные нами связи согласуются с теоретическим описанием нарративной транспортиции.

Как мы и предположили, нарративная транспортиция тесно связана с эмпатией, которая приводит к усилению эмоционального реагирования на персонажей и события (Green, 2006). Большая склонность к эмпатии может непосредственно влиять на выраженность транспортиции (Thompson et al., 2018). Следуя этому, можно говорить и о различной склонности к нарративной транспортиции как индивидуальной особенности (Dal Cin et al., 2004; Green, 2006; Sestir et al., 2020).

Была выявлена слабая корреляция нарративной транспортиции с потребностью в познании. Предыдущие исследования показали, что сила их связи варьируется от слабой до умеренной и не всегда статистически значима (Green et al., 2008). Хотя потребность в познании не обязательно предсказывает выраженность транспортиции, предполагается, что люди, склонные к познанию, могут в целом быть мотивированы уделять больше внимания прочитанному или увиденному (Green, Brock, 2000). Это может приводить и к большей транспортиции. Особый интерес к анализу таких взаимосвязей обнаруживается в исследованиях кинозрителей (Owen, Riggs, 2012; Hall, Zwarun, 2012; Rosenbaum, Johnson, 2016). Отмечается также роль стимульного материала. Так, выявленная нами связь потребности в познании с нарративной транспортицией может объясняться жанром фильма (драма), использованного на основном этапе апробации и, вероятно, потребовавшего бóльших когнитивных усилий в процессе просмотра. При этом отсутствие значимой связи с эмоциональным фактором транспортиции может быть следствием того, что высокая потребность в познании, включающая предрасположенность к разрешению сложных задач и ситуаций, затрудняет непосредственное воздействие нарратива на человека, хотя и позволяет ему глубже погружаться в сюжет.

Сравнение данных первого и второго этапов апробации позволяет сделать вывод о том, что более «транспортабельный» фильм вызывает у зрителей значимо более высокий уровень нарративной транспортиции. Транспортабельность

фильма соответственно влияет и на коррелирующие с нарративной транспортной переживаниями в деятельности: повышает удовольствие и смысл, понижает усилие и пустоту. Полученные результаты представляют нарративную транспортию как неустойчивое состояние, каждый раз вызываемое конкретным фильмом, а также демонстрируют зависимость уровня транспортиции от качества нарратива. Кроме того, проведенный анализ дополнительно подтверждает связи нарративной транспортиции с отдельными составляющими переживания в деятельности.

Таким образом, результаты проведенного психометрического анализа показали, что русскоязычная версия «Шкалы нарративной транспортиции» представляет собой надежный и валидный инструмент, который теперь может быть использован для изучения нарративной транспортиции на русскоязычной выборке.

2.2. Эмпирическое исследование нарративной транспортиции в кино

2.2.1. Метод

Выборка. В исследовании приняло участие 340 студентов РГАУ-МСХА им. К.А. Тимирязева: 26,2% мужчин и 73,8% женщин (89 мужчин, 251 женщина), обучающихся на 1, 2, 3, 4 курсах бакалавриата, возраст респондентов от 17 до 24 лет (средний возраст $M=19,32$; стандартное отклонение $SD=1,23$).

В 1 этапе исследования приняло участие две группы респондентов. Первая группа состояла из 184 студента РГАУ-МСХА им. К.А. Тимирязева: 31% мужчин и 69% женщин (57 мужчин, 127 женщин), обучающихся на 1, 2 и 3 курсах бакалавриата, возраст респондентов – от 18 до 23 лет (средний возраст $M=19,21$, стандартное отклонение $SD=1,141$). Вторая группа состояла из 56 студентов РГАУ-МСХА им. К.А. Тимирязева: 12,5% мужчин и 87,5% женщин (7 мужчин, 49 женщин), обучающихся на 2 курсе, возраст респондентов от 18 до 22 лет (средний возраст $M=19,63$, стандартное отклонение $SD=0,752$).

Во 2 этапе исследования приняли участие 100 студентов РГАУ-МСХА им. К.А. Тимирязева: 25% мужчин и 75% женщин (25 мужчин, 75 женщин),

обучающихся на 1, 2, 3, 4 курсах бакалавриата, возраст респондентов – от 17 до 24 лет (средний возраст $M=19,37$, стандартное отклонение $SD=1,548$).

Методики:

1. «Шкала позитивного аффекта и негативного аффекта», ШПАНА (Positive and Negative Affect Schedule, PANAS) в русскоязычной адаптации (Осин, 2012), это один из наиболее распространенных инструментов экспресс-оценки широкого спектра позитивных и негативных эмоциональных состояний. Опросник содержит 20 прилагательных, каждое из которых оценивается респондентами по 5-балльной шкале в соответствии со степенью согласия от 1 («Почти или совсем нет») до 5 («Очень сильно»). Подсчитывается общий балл для позитивного (1,3,5,9,10,12,14,16,17,19) и негативного аффекта (2,4,6,7,8,11,13,15,18,20). Более высокие баллы свидетельствуют о более высоком уровне аффекта на момент исследования.
2. Методика для измерения предрассудков в отношении к мигрантам (Gulevich, Sarieva, Prusova, 2015) – модифицированная версия адаптации шкалы явных и скрытых предрассудков Петтигрю и Меертенса (Pettigrew, Meertens, 1995) для российской выборки. Опросник состоит из 26 утверждений, каждое из которых оценивается по 5-балльной шкале в соответствии со степенью согласия от «Абсолютно не согласен» до «Абсолютно согласен». Пункты 11-15, 21-26 являются реверсивными. Более высокие баллы свидетельствуют о большей выраженности предрассудков. В исследовании были использованы три шкалы – «предполагаемая экономическая угроза со стороны внешней группы» (РЕТ), «предполагаемая физическая угроза со стороны внешней группы» (РРТ), «избегание тесного контакта» (АСС).
3. Краткая версия Big Five Inventory-2 (BFI-2-S) в русскоязычной адаптации (Мишкевич и др., 2022) – краткая версия одной из последних методик тестирования в рамках модели Большой пятерки, разрабатываемая О. Джоном и К. Сото. Опросник содержит 30 утверждений, каждое из которых оценивается респондентами по 5-балльной шкале в соответствии со

степенью согласия от «Совершенно не согласен» до «Совершенно согласен». Подсчитывается общий балл по 5 основным шкалам («экстраверсия», «доброжелательность (склонность к согласию)», «добросовестность (контроль импульсивности)», «негативная эмоциональность (нейротизм)», «открытость опыту») и 15 субшкалам (по 3 к каждой шкале). Половина пунктов (1,3,7,8,10,14,17,19,20,21,24,26,27,28,30) являются обратными. Более высокий балл свидетельствует о большей выраженности черты или её аспекта.

4. Экспресс-опросник «Индекс толерантности» Г.У. Солдатовой, О.А. Кравцовой, О.Е. Хухлаева, Л.А. Шайгеровой (Солдатова, Шайгерова, 2008) – комплексная методика, в которой предпринята попытка объединить разные аспекты толерантности личности. В неё включены утверждения, отражающие общее отношение к окружающему миру и другим людям, социальные установки в различных сферах взаимодействия, а также отношение к некоторым социальным группам и коммуникативные установки. Опросник содержит 22 утверждения, каждое из которых оценивается респондентами по 6-балльной шкале в соответствии со степенью согласия от «Абсолютно не согласен» до «Полностью согласен». Для количественного анализа подсчитывается общий балл, без деления на субшкалы. Есть обратные пункты (2-8, 10, 12, 13, 15, 17-19). Для качественного анализа аспектов толерантности выделяются субшкалы («этническая толерантность», «социальная толерантность», «толерантность как черта личности»). Более высокий балл свидетельствует о более высоком уровне толерантности или её аспекте.
5. «Шкала нарративной транспортиции» (Transpotration Scale, TS) в русскоязычной адаптации (Green, Brock, 2000; Кубрак, Старостина, 2023a) – методика, измеряющая нарративную транспортицию – особое состояние вовлеченности в повествование. Опросник содержит 15 утверждений, каждое из которых оценивается респондентами по 7-балльной шкале в

соответствии со степенью согласия от 1 («совсем не согласен») до 7 («полностью согласен»). Общий показатель транспортиции подсчитывается путем суммирования ответов по всем пунктам, три из которых (2, 5 и 9) являются обратными. Более высокий балл свидетельствуют о более высоком уровне транспортиции. Выделяются три фактора нарративной транспортиции: когнитивный (пп. 2,4,6,8,9), эмоциональный (пп. 3,5,7,10,11), образный (пп. 1,12,13,14,15).

6. «Опросник эмоциональной эмпатии» (Emotional Empathic Tendency Scale, EETS) А. Мехрабиана и Н. Эпштейна в адаптации Ю.М. Орлова и Ю.Н. Емельянова (Солдатова, Шайгерова, 2008). Методика предназначена для определения уровня эмпатических тенденций, способности к эмпатии как личностной черты. С точки зрения автора, эмоциональная эмпатия – это способность сопереживать другому человеку, чувствовать то, что чувствует другой, переживать те же эмоциональные состояния, идентифицировать себя с ним. Объектами эмпатии выступают социальные ситуации и люди, которым испытуемый мог сопереживать в повседневной жизни. Опросник состоит из 33 утверждений, с которыми респонденты выражают свое согласие / несогласие. Более высокие баллы свидетельствуют о более высоком уровне эмпатии.
7. «Шкала потребности в познании» (The Need for Cognition Scale, NCS) в русскоязычной адаптации (Cacioppo et al., 1984; Щебетенко, 2011). Опросник измеряет тенденцию увлекаться умственной деятельностью и получать удовольствие от умственных усилий. Опросник состоит из 18 утверждений, оцениваемых респондентами по 5-балльной шкале от «абсолютно не характеризует» до «абсолютно характеризует». Более высокие баллы свидетельствуют о более высоком уровне потребности в познании.
8. Анкета, которая включала следующие вопросы: 1. «Оцените, насколько Вам понравился просмотренный фильм», 2. «Нравятся ли Вам серьезные, драматические фильмы?», 3. «Нравятся ли Вам лёгкие, развлекательные

фильмы?», которые оценивались по 6-балльной шкале Ликерта, а также вопрос: 4. «Смотрели ли Вы раньше этот фильм?», который оценивался выбором варианта ответа «Да» или «Нет».

Стимульный материал. В качестве стимульных материалов для исследования на основании экспертной оценки были выбраны два полнометражных фильма, затрагивающих проблему трудовой иммиграции, различных жанров – драма и комедия. Жанры характеризуются противоположными стилями подачи материала и способами эмоционального воздействия: драма фокусируется на глубоких эмоциональных переживаниях, сложных ситуациях и внутренней мотивации персонажей, что позволяет исследовать проблему трудовой иммиграции с более серьезной и рефлексивной стороны, тогда как комедия может привлекать внимание к проблемам через сатирические ситуации, ироничные диалоги и комичных персонажей, делая тему более доступной и вызывая улыбку или смех у зрителя. Сопоставление нарративной транспортировки в драму, серьёзный и глубокий жанр, и в комедию, лёгкий и развлекательный жанр, позволит получить новые данные о механизме транспортировки в кино, в том числе выявить ее роль в воздействии на аудиторию.

В качестве стимульного материала на 1 этапе исследования использовался художественный фильм «Звёзды»³ (Россия, 2018, жанр: драма; рейтинг Кинопоиска 6.9, IMDb 5.50; главная роль: Виктор Сухоруков, отрывок длительностью 60 минут). Все респонденты не смотрели данный фильм ранее. Сюжет фильма состоит в том, что главный герой, русский гражданин Узбекистана, чтобы оплатить лечение дочери, отправляется на заработки в Москву, где становится подсобным рабочим и испытывает все трудности жизни нелегального иммигранта.

В качестве стимульного материала на 2 этапе исследования был использован отрывок из художественного фильма «Вася не в себе»⁴ (Россия, 2023, жанр:

³ Фильм «Звёзды» (2018, реж. Александр Новиков-Янгинов) URL: <https://www.kinopoisk.ru/film/1142555/>

⁴ Фильм «Вася не в себе» (2023, реж. Гарик Петросян) URL: <https://www.kinopoisk.ru/film/5257393/>

комедия; рейтинг Кинопоиска 7.0, IMDb 6.30; главная роль: Павел Прилучный, отрывок длительностью 57 минут). Все респонденты не смотрели данный фильм ранее. Сюжет фильма состоит в том, что главный герой, владелец большой строительной компании, склонный обманывать своих рабочих-мигрантов, попадает в автомобильную аварию, после чего сам просыпается в теле мигранта из Средней Азии.

Фильмы были выбраны сопоставимые по основному месту действия (Москва), полу, социальному статусу и региону основного места проживания главного героя (мужчина, мигрант, Средняя Азия), а также по ожидаемому уровню нарративной транспортиции. Оба фильма являются фильмами с ожидаемо высокой транспортицией в соответствии с критериями качественных и транспортабельных нарративов, описанных в первой главе, о чём также свидетельствуют сравнительно высокие рейтинги фильмов. Кроме этого, главные роли в обоих фильмах играют популярные актёры, что также может влиять на ожидаемый высокий уровень нарративной транспортиции фильма.

Процедура исследования. Исследование проводилось во время занятий в аудиториях, технически оснащенных для просмотра фильма. Все респонденты сначала заполняли форму вступительного опроса, затем смотрели фильм, после чего проходили заключительный опрос.

Заполнение опросников проходило посредством QR-кода, ведущего на Google-форму, с личных мобильных устройств.

Вступительный опрос состоял из следующих методик: ШПАНА, Методика для измерения предрассудков в отношении к мигрантам, Краткая версия Big Five Inventory-2 (BFI-2-S), Индекс толерантности.

Для второй группы респондентов 1 этапа исследования вступительный опрос состоял только из ШПАНА и Краткой версии Big Five Inventory-2 (BFI-2-S).

Заключительный опрос был одинаковым для всех групп респондентов и состоял из следующих методик: ШПАНА, «Шкала нарративной транспортиции», Методика для измерения предрассудков в отношении к мигрантам, «Опросник эмоциональной эмпатии» (EETS) и «Шкала потребности в познании», а также 4-х

дополнительных вопросов: вопроса на привлекательность фильма («Оцените, насколько Вам понравился просмотренный фильм»), вопроса о просмотре ранее данного фильма («Смотрели ли Вы раньше этот фильм?»), вопросов на кинопредпочтения («Нравятся ли Вам серьёзные, драматические фильмы?», «Нравятся ли Вам лёгкие, развлекательные фильмы?»).

Сбор данных осуществлялся в дистанционном формате с использованием сервиса Google-формы. Все респонденты дали информированное согласие на их добровольное и анонимное участие в исследовании.

Для анализа влияния выраженности начального предрассудков на эффективность воздействия фильма участники делились на три группы на основе квартилей распределения показателей предрассудков. Группа с низким уровнем предрассудков включала участников с начальными значениями ниже 25-го процентиля (1-й квартиль), со средним – с значениями между 25-м и 75-м процентилями (2-й и 3-й квартиль), с высоким – выше 75-го процентиля (4-й квартиль). Таким образом, на 1 этапе: для предрассудка «Экономическая угроза» в низкую группу вошло 47 человек (значение показателя предрассудков от 5 до 12), в среднюю – 77 человек (от 13 до 16), в группу с изначально высокими предрассудками – 60 человек (от 17 до 25); для предрассудка «Физическая угроза» в низкую группу вошло 47 человек (от 5 до 11), в среднюю – 79 человек (от 12 до 16), с высокими – 58 человек (от 17 до 25); для предрассудка «Избегание тесного контакта» в низкую – 47 человек (от 5 до 8), в среднюю – 90 человек (от 9 до 15), с высокими – 47 человек (от 16 до 25); на 2 этапе: для предрассудка «Экономическая угроза» в низкую группу вошло 30 человек (значение показателя предрассудков от 5 до 13), в среднюю – 43 человека (от 14 до 18), в группу с изначально высокими предрассудками – 27 человек (от 19 до 25); для предрассудка «Физическая угроза» в низкую группу вошло 27 человек (от 5 до 12), в среднюю – 47 человек (от 13 до 17), с высокими – 26 человек (от 18 до 25); для предрассудка «Избегание тесного контакта» в низкую – 26 человек (от 5 до 9), в среднюю – 48 человек (от 10 до 15), с высокими – 26 человек (от 16 до 23).

Дополнительно были посчитаны показатели сдвигов предрассудков (разница значения предрассудка до и после просмотра фильма).

Все переменные были проверены на нормальность распределения (см. Таблицы 1,2 в Приложении 2). Так как ряд показателей имеет ненормальное распределение, в расчётах были использованы непараметрические критерии.

В начале, чтобы исключить влияние опыта заполнения методики измерения предрассудков до просмотра фильма на нарративную транспортию и на выраженность предрассудков после просмотра фильма, было проведено сравнение двух групп респондентов по показателям нарративной транспортии и уровню предрассудков по отношению к мигрантам после просмотра фильма (см. Таблица 4). Группы значимо не различаются по данным показателям ($p > 0,05$), следовательно, предварительное заполнение методики не влияет на нарративную транспортию и выраженность предрассудков после просмотра фильмов.

Таблица 4. Сравнение двух групп респондентов по U-критерию Манна-Уитни (драма)

<i>Переменные</i>	<i>1 группа</i>	<i>2 группа</i>	<i>U- критерий Манна- Уитни</i>	<i>p- уровень</i>
	<i>Среднее значение</i>	<i>Среднее значение</i>		
Нарративная транспортия	59,68	61,45	4909,000	0,593
Когнитивный фактор	22,30	22,35	5246,500	0,835
Эмоциональный фактор	16,07	16,58	4879,500	0,548
Образный фактор	21,30	22,52	4613,000	0,235
Экономическая угроза (после просмотра)	15,18	14,72	5461,000	0,495
Физическая угроза (после просмотра)	13,04	13,97	4469,000	0,132
Избегание тесного контакта (после просмотра)	12,71	12,33	5433,000	0,536

2.2.2. Связь нарративной транспортии в фильм с индивидуально-психологическими характеристиками

Для проверки гипотезы 1 (*Уровень нарративной транспортии в фильм связан с устойчивыми индивидуально-психологическими характеристиками:*

экстраверсией, доброжелательностью, добросовестностью, нейротизмом, открытостью опыту; эмпатией; потребностью в познании) был проведен корреляционный анализ (r-Спирмена) (см. Таблицы 5, 6).

Нарративная транспортиция в драму. Были выявлены значимые связи между уровнем нарративной транспортиции в драму и такими устойчивыми индивидуально-психологическими характеристиками респондента, как эмпатия ($r=0,369$, $p<0,01$) и потребность в познании ($r=0,206$, $p<0,01$). Эмпатия положительно коррелирует со всеми тремя факторами нарративной транспортиции – когнитивным ($r=0,285$, $p<0,01$), эмоциональным ($r=0,350$, $p<0,01$) и образным ($r=0,291$, $p<0,01$). Потребность в познании также положительно коррелирует с когнитивным ($r=0,184$, $p<0,05$) и образным фактором ($r=0,228$, $p<0,01$).

Выявлены значимые связи между уровнем нарративной транспортиции в драму и её факторами с показателями Большой пятерки (см. Таблица 5).

Общий показатель нарративной транспортиция в драму связан с доброжелательностью ($r=0,153$, $p<0,05$).

Обнаружены связи её отдельных аспектов со следующими характеристиками.

Когнитивный фактор связан:

- с доброжелательностью ($r=0,223$, $p<0,01$), а также с такими её аспектами как уважительность ($r=0,187$, $p<0,05$) и доверие ($r=0,168$, $p<0,05$);
- с добросовестностью ($r=0,193$, $p<0,01$), а также таким её аспектом как организованность ($r=0,187$, $p<0,05$).

Образный фактор связан:

- с открытостью опыту ($r=0,198$, $p<0,01$) и таким его аспектом, как творческое воображение ($r=0,183$, $p<0,05$).

Таблица 5. Связи нарративной транспортиции с эмпатией, потребностью в познании и показателями Большой пятерки (драма)

	<i>Нарративная транспортиция</i>	<i>Когнитивный фактор</i>	<i>Эмоциональный фактор</i>	<i>Образный фактор</i>

Эмпатия	0,369**	0,285**	0,350**	0,291**
Потребность в познании	0,206**	0,184*	0,102	0,228**
Настойчивость	-0,009	0,015	-0,029	0,002
Общительность	-0,032	-0,029	-0,051	0,004
Энергичность	0,165*	0,221**	0,026	0,197**
Экстраверсия	0,036	0,073	-0,031	0,067
Сочувствие	0,113	0,125	0,060	0,100
Уважительность	0,139	0,187*	-0,010	0,177*
Доверие	0,096	0,168*	0,059	0,038
Доброжелательность	0,153*	0,223**	0,052	0,129
Организованность	0,144	0,187*	0,029	0,145*
Продуктивность	0,117	0,127	0,037	0,118
Ответственность	0,076	0,129	0,018	0,071
Добросовестность	0,141	0,193**	0,033	0,130
Тревожность	0,020	-0,030	0,118	-0,037
Депрессивность	-0,107	-0,176*	0,075	-0,176*
Эмоциональная изменчивость	-0,109	-0,145*	-0,034	-0,112
Нейротизм	-0,057	-0,119	0,080	-0,115
Любознательность	0,114	0,059	0,097	0,135
Эстетичность	0,046	-0,068	0,079	0,114
Творческое воображение	0,129	0,128	0,021	0,183*
Открытость опыту	0,132	0,043	0,098	0,198**

Примечания: ** $p < 0,01$, * $p < 0,05$

Нарративная транспортиция в комедию. Были найдены связи между уровнем нарративной транспортиции в комедию и эмпатией ($r=0,393$, $p<0,01$). Эмпатия также положительно коррелирует со всеми тремя факторами нарративной транспортиции – когнитивным ($r=0,255$, $p<0,05$), эмоциональным ($r=0,405$, $p<0,01$) и образным ($r=0,352$, $p<0,01$).

Выявлены значимые связи между уровнем нарративной транспортиции в комедию и её факторами с показателями Большой пятерки (см. Таблица 6).

Общий показатель нарративной транспортиции в комедию связан:

- с доброжелательностью ($r=0,362$, $p<0,01$), а также всеми её аспектами: доверием ($r=0,333$, $p<0,01$), уважительностью ($r=0,224$, $p<0,05$) и сочувствием ($r=0,284$, $p<0,01$);
- с экстраверсией ($r=0,231$, $p<0,05$), а также такими её аспектами, как энергичность ($r=0,250$, $p<0,05$) и общительность ($r=0,239$, $p<0,05$).

Когнитивный фактор связан:

- с доброжелательностью ($r=0,272$, $p<0,01$), а также с такими её аспектами как уважительность ($r=0,207$, $p<0,05$) и доверие ($r=0,237$, $p<0,05$);
- с добросовестностью ($r=0,210$, $p<0,05$), а также таким её аспектом как организованность ($r=0,212$, $p<0,05$);
- с экстраверсией ($r=0,259$, $p<0,01$), а также такими её аспектами, как энергичность ($r=0,310$, $p<0,01$) и общительность ($r=0,207$, $p<0,05$);
- с нейротизмом ($r=-0,307$, $p<0,01$), а также такими его аспектами, как депрессивность ($r=-0,263$, $p<0,01$) и эмоциональная изменчивость ($r=-0,242$, $p<0,05$).

Эмоциональный фактор связан:

- с доброжелательностью ($r=0,377$, $p<0,01$), а также такими её аспектами, как доверие ($r=0,340$, $p<0,01$) и сочувствие ($r=0,368$, $p<0,01$).

Образный фактор связан:

- с доброжелательностью ($r=0,328$, $p<0,01$), а также всеми её аспектами: доверием ($r=0,290$, $p<0,01$), уважительностью ($r=0,223$, $p<0,05$) и сочувствием ($r=0,212$, $p<0,05$);
- с экстраверсией ($r=0,234$, $p<0,05$), а также такими её аспектами, как энергичность ($r=0,205$, $p<0,05$) и общительность ($r=0,270$, $p<0,01$).

Таким образом, результаты частично поддерживают гипотезу 1 и для драмы, и для комедии. Уровень нарративной транспортировки и в драму, и в комедию связан с такими устойчивыми индивидуально-психологическими характеристиками как доброжелательность и эмпатия, вместе с тем уровень нарративной транспортировки в драму также связан с потребностью в познании, а в

комедию – с экстраверсией. Такие черты как добросовестность, нейротизм и открытость к опыту не связаны с общим показателем нарративной транспортировки ни в один из рассматриваемых жанров.

Таблица 6. Связи нарративной транспортировки с эмпатией, потребностью в познании и показателями Большой пятерки (комедия)

	<i>Нарративная транспортировка</i>	<i>Когнитивный фактор</i>	<i>Эмоциональный фактор</i>	<i>Образный фактор</i>
Эмпатия	0,393**	0,255*	0,405**	0,352**
Потребность в познании	0,011	-0,007	-0,071	0,091
Общительность	0,239*	0,207*	0,151	0,270**
Настойчивость	0,075	0,110	-0,009	0,097
Энергичность	0,250*	0,310**	0,140	0,205*
Экстраверсия	0,231*	0,259**	0,113	0,234*
Сочувствие	0,284**	0,194	0,368**	0,212*
Уважительность	0,224*	0,207*	0,181	0,223*
Доверие	0,333**	0,237*	0,340**	0,290**
Доброжелательность	0,362**	0,272**	0,377**	0,328**
Организованность	0,116	0,212*	0,101	0,041
Продуктивность	0,051	0,161	-0,038	0,071
Ответственность	0,065	0,098	-0,007	0,110
Добросовестность	0,108	0,210*	0,036	0,092
Тревожность	-0,079	-0,184	-0,006	-0,083
Депрессивность	-0,152	-0,263**	-0,063	-0,068
Эмоциональная изменчивость	-0,155	-0,242*	-0,108	-0,093
Нейротизм	-0,190	-0,307**	-0,093	-0,141
Любознательность	0,110	0,092	0,061	0,144
Эстетичность	0,010	-0,039	0,036	0,078
Творческое воображение	0,101	0,081	0,029	0,184
Открытость опыту	0,053	0,007	0,037	0,141

Примечания: ** $p < 0,01$, * $p < 0,05$

Для проверки гипотезы 4 (***Уровень нарративной транспортиции связан с половой принадлежностью***) было проведено сравнение двух групп по показателю нарративной транспортиции по U-критерию Манна-Уитни для драмы и комедии (см. Таблица 7, 8). Было установлено, что уровень нарративной транспортиции в оба жанра не зависит от пола респондента: группы не различаются по данному показателю. Таким образом, гипотеза 4 о связи нарративной транспортиции с полом не подтвердилась: уровень нарративной транспортиции в драму и в комедию не связан с половой принадлежностью.

Таблица 7. Сравнение мужчин и женщин по показателю нарративной транспортиции (драма)

<i>Переменные</i>	<i>Мужчины</i>	<i>Женщины</i>	<i>U-критерий Манна-Уитни</i>	<i>p-уровень</i>
	<i>Среднее значение</i>	<i>Среднее значение</i>		
Нарративная транспортиция	61,72	61,32	3609,500	0,976
Когнитивный фактор	23,30	21,93	3114,000	0,130
Эмоциональный фактор	16,53	16,60	3607,500	0,971
Образный фактор	21,89	22,80	3315,500	0,362

Таблица 8. Сравнение мужчин и женщин по показателю нарративной транспортиции (комедия)

<i>Переменные</i>	<i>Мужчины</i>	<i>Женщины</i>	<i>U-критерий Манна-Уитни</i>	<i>p-уровень</i>
	<i>Среднее значение</i>	<i>Среднее значение</i>		
Нарративная транспортиция	58,04	63,51	755,500	0,147
Когнитивный фактор	20,76	22,81	740,500	0,116
Эмоциональный фактор	14,40	17,07	700,000	0,058
Образный фактор	22,88	23,63	836,500	0,421

Для проверки гипотезы 6 (***Нарративная транспортиция в драму и в комедию определяется специфическим набором индивидуально-психологических характеристик: экстраверсией, доброжелательностью, добросовестностью, нейротизмом, открытостью опыту; эмпатией;***

потребностью в познании; индексом толерантности; позитивным и негативным аффектом до просмотра фильма) были сопоставлены результаты корреляционных анализов (r-Спирмена) для драмы и для комедии (см. Таблица 5, 6).

Стоит отметить, что уровень нарративной транспортировки в комедию и драму значимо не различался, что было обусловлено подбором стимульного материала в соответствии с критериями качественных и транспортабельных нарративов (см. Таблица 9).

Таблица 9. Сравнение нарративной транспортировки в драму и комедию

<i>Переменные</i>	<i>Драма</i>	<i>Комедия</i>	<i>U-критерий Манна-Уитни</i>	<i>p-уровень</i>
	<i>Среднее значение</i>	<i>Среднее значение</i>		
Нарративная транспортировка	61,45	62,14	9556	0,590
Когнитивный фактор	22,35	22,30	9386	0,778
Эмоциональный фактор	16,58	16,40	8988	0,748
Образный фактор	22,52	23,44	10353	0,081

Обнаружена связь между уровнем нарративной транспортировки, как в драму, так и в комедию, с эмпатией.

Выявляется связь нарративной транспортировки в драму, а также её когнитивного и образного фактора, с потребностью в познании. Полученная нами значимая связь транспортировки в драму и привлекательности жанра увиденного фильма соответствует предположению о том, что люди с высокой потребностью в познании склонны сильнее погружаться в данный жанр из-за предпочтений в более сложном сюжете и противоречивых персонажах (см. Таблица 10).

Таблица 10. Связь транспортировки с привлекательностью фильма и кинопредпочтениями (драма)

	<i>Нарративная транспортировка</i>	<i>Когнитивный фактор</i>	<i>Эмоциональный фактор</i>	<i>Образный фактор</i>
Нравятся ли Вам серьёзные, драматические фильмы?	0,370**	0,333**	0,344**	0,272**

Нравятся ли Вам лёгкие, развлекательные фильмы?	0,104	0,084	0,058	0,122
Оцените, насколько Вам понравился просмотренный фильм.	0,696**	0,658**	0,525**	0,563**

Примечания: ** $p < 0,01$, * $p < 0,05$

Было проведено сравнение связи нарративной транспортиции с показателями Большой пятерки для драмы и комедии. Нарративная транспортиция вне зависимости от жанра фильма связана с доброжелательностью. Кроме этого, обнаружены значимые корреляции эмоционального и образного фактора нарративной транспортиции в комедию с доброжелательностью и ее аспектами (эмоциональный – доверие и сочувствие, образный – доверие, уважительность, сочувствие).

Нарративная транспортиция в комедию, а также её когнитивный и образный факторы связаны с экстраверсией и такими её аспектами, как энергичность и общительность, в отличие от нарративной транспортиции в драму, где эти связи не значимы.

Когнитивный фактор нарративной транспортиции в оба жанра имеет значимые корреляции с доброжелательностью и такими её аспектами как уважительность и доверие, а также с добросовестностью и таким её аспектом как организованность. Кроме этого, обнаружена обратная связь между когнитивным фактором транспортиции в комедию и нейротизмом, а также такими его аспектами, как депрессивность и эмоциональная изменчивость.

При нарративной транспортиции в драму образный фактор коррелирует с открытостью опыту и таким его аспектом, как творческое воображение.

Таким образом, данные свидетельствуют в пользу гипотезы 6. Несмотря на то, что нарративная транспортиция как в драму, так и в комедию связана с уровнем эмпатии и доброжелательностью, выявляется и своя специфика: бóльшая транспортиция в драму характерна для людей с высокой потребностью в

познании, а бóльшая транспортиция в комедию – для людей с такими аспектами доброжелательности, как доверие, уважительность и сочувствие, а также с выраженной экстраверсией и такими её аспектами, как энергичность и общительность.

2.2.3. Связь нарративной транспортиции в фильм и эмоционального состояния

Для проверки гипотезы 2 (*Уровень нарративной транспортиции в фильм связан с эмоциональным состоянием перед просмотром фильма*) был проведен корреляционный анализ для определения связи нарративной транспортиции в драму и в комедию с позитивным и негативным аффектом до просмотра фильма (r-Спирмена) (см. Таблицы 11, 13).

Нарративная транспортиция в драму. Выявлена значимая связь общего показателя нарративной транспортиции в драму и ее факторов (когнитивного, эмоционального и образного) с позитивным аффектом до просмотра фильма. Обнаружена отрицательная связь когнитивного и образного фактора с негативным аффектом (см. Таблица 11).

Таблица 11. Корреляции между нарративной транспортицией и эмоциональным состоянием респондента до просмотра фильма (драма)

	<i>Нарративная транспортиция</i>	<i>Когнитивный фактор</i>	<i>Эмоциональный фактор</i>	<i>Образный фактор</i>
Позитивный аффект до просмотра фильма	0,263**	0,313**	0,167*	0,161*
Негативный аффект до просмотра фильма	-0,136	-0,191**	0,007	-0,156*

Примечание: ** $p < 0,01$, * $p < 0,05$

Вместе с тем обнаружено, что изменений до и после просмотра фильма в позитивном и негативном аффекте нет (см. Таблица 12). Драматический фильм не влияет на эмоциональное состояние.

Таблица 12. Изменение позитивного и негативного аффекта до и после просмотра фильма (драма)

	<i>Среднее значение до просмотра</i>	<i>Среднее значение после просмотра</i>	<i>Значение z-критерия знаковых</i>	<i>Асимптотическая значимость (2-сторонняя)</i>

	<i>фильма</i>	<i>фильма</i>	<i>рангов Вилкоксона</i>	
Позитивный аффект	28,28	27,60	-1,063 ^b	0,288
Негативный аффект	16,61	17,30	-0,859 ^c	0,391

Примечание: *b* – на основе положительных рангов, *c* – на основе отрицательных рангов.

Нарративная транспортиция в комедию. Выявлена значимая связь между нарративной транспортицией в комедию и ее факторов (когнитивного, эмоционального и образного) с позитивным аффектом до просмотра фильма (см. Таблица 13).

Таблица 13. Корреляции между нарративной транспортицией и эмоциональным состоянием респондента до просмотра фильма (комедия)

	<i>Нарративная транспортиция</i>	<i>Когнитивный фактор</i>	<i>Эмоциональный фактор</i>	<i>Образный фактор</i>
Позитивный аффект до просмотра фильма	0,317**	0,373**	0,218*	0,226*
Негативный аффект до просмотра фильма	-0,036	-0,103	-0,025	0,038

Примечание: ** $p < 0,01$, * $p < 0,05$

Вместе с тем на значимом уровне обнаружено снижение негативного аффекта после просмотра фильма (см. Таблица 14).

Таблица 14. Изменение позитивного и негативного аффекта до и после просмотра фильма (комедия)

	<i>Среднее значение до просмотра фильма</i>	<i>Среднее значение после просмотра фильма</i>	<i>Значение z- критерия</i>	<i>Асимптотическая значимость (2- сторонняя)</i>
Позитивный аффект	28,20	28,76	-0,850 ^b	0,396
Негативный аффект	15,98	15,35	-2,256 ^c	0,024

Примечание: *b* – на основе положительных рангов, *c* – на основе отрицательных рангов.

Чтобы оценить роль нарративной транспортиции в изменении эмоционального состояния была проверена ее связь с выраженностью изменения негативного аффекта (разница между негативным аффектом после просмотра

фильма и негативным аффектом до просмотра фильма) (см. Таблица 15). Корреляционный анализ (г-Спирмена) показал отсутствие значимой связи.

Таблица 15. Корреляции между нарративной транспортией и выраженностью изменения негативного аффекта (комедия)

	<i>Нарративная транспортиция</i>	<i>Когнитивный фактор</i>	<i>Эмоциональный фактор</i>	<i>Образный фактор</i>
Выраженность изменения негативного аффекта	0,134	0,031	0,249*	0,078

Примечание: * $p < 0,05$

Таким образом, данные позволяют сделать вывод о поддержке гипотезы 2, что уровень нарративной транспортии связан с предшествующим кинопросмотру эмоциональным состоянием.

2.2.4. Вклад устойчивых индивидуально-психологических характеристик и эмоционального состояния в нарративную транспортию

Для проверки гипотезы 3 (***Устойчивые индивидуально-психологические характеристики зрителя вносят больший вклад в транспортию, чем эмоциональное состояние***) был проведен множественный регрессионный анализ для определения предикторов нарративной транспортии при просмотре фильмов обоих жанров – драмы и комедии (см. Таблица 16, 17). В качестве зависимой переменной выступил показатель транспортии, в качестве независимых переменных – пол, черты личности (экстраверсия, доброжелательность, добросовестность, нейротизм, открытость опыту), уровень эмпатии и потребности в познании, позитивный и негативный аффекты, а также индекс толерантности. Добавление в модель индекса толерантности – черты, не используемой ранее в корреляционном анализе, обусловлено тематическим содержанием фильма: ожидается, что она связана с нарративной транспортией в данные фильмы, поскольку они рассказывают историю жизни трудовых мигрантов.

По данным проведенного регрессионного анализа наиболее значимыми предикторами нарративной транспортии в драму являются позитивный аффект

($\beta=0,300$, $p<0,001$) и эмпатия ($\beta=0,431$, $p<0,001$), а менее значимыми – потребность в познании ($\beta=0,175$, $p<0,05$) и индекс толерантности ($\beta=0,156$, $p<0,05$) (см. Таблица 16).

Предикторами нарративной транспортии в комедию являются только позитивный аффект ($\beta=0,276$, $p<0,01$) и эмпатия ($\beta=0,381$, $p<0,01$) (см. Таблица 17).

Таким образом, гипотеза 3 не подтвердилась. Эмоциональное состояние (позитивный аффект) вносит больший вклад в нарративную транспортию, чем такие индивидуально-психологические характеристики как потребность в познании и индекс толерантности (для драмы), вместе с тем уступая эмпатии (для обоих жанров).

Таблица 16. Результаты регрессионного анализа для нарративной транспортии (драма)

<i>Переменные</i>	<i>Нарративная транспортия</i>		
	<i>B</i>	<i>SE B</i>	<i>β</i>
Пол	2,427	2,482	0,075
Эмпатия	1,289	0,243	0,431***
Потребность в познании	0,322	0,138	0,175*
Экстраверсия	-0,271	0,246	-0,093
Доброжелательность	-0,575	0,294	-0,152
Добросовестность	0,109	0,252	0,034
Нейротизм	-0,095	0,253	-0,035
Открытость опыту	-0,227	0,266	-0,061
Позитивный аффект до просмотра фильма	0,619	0,163	0,300***
Негативный аффект до просмотра фильма	-0,119	0,169	-0,052
Индекс толерантности	0,188	0,085	0,156*
R ²	0,311		
F	7,064***		

Примечания: *** $p < 0,001$, ** $p < 0,01$, * $p < 0,05$

Таблица 17. Результаты регрессионного анализа для нарративной транспортиции (комедия)

<i>Переменные</i>	<i>Нарративная транспортиция (комедия)</i>		
	<i>B</i>	<i>SE B</i>	<i>β</i>
Пол	-2,236	3,771	-0,060
Эмпатия	1,155	0,324	0,381**
Потребность в познании	-0,007	0,210	-0,004
Экстраверсия	0,429	0,326	0,140
Доброжелательность (Склонность к согласию)	0,606	0,457	0,140
Добросовестность (Контроль импульсивности)	-0,276	0,348	-0,082
Нейротизм	-0,446	0,396	-0,129
Открытость опыту	-0,276	0,412	-0,073
Позитивный аффект	0,621	0,244	0,276**
Негативный аффект	0,199	0,292	0,066
Индекс толерантности	0,005	0,163	0,003
R ²	0,336		
F	4,055****		

Примечания: **** $p < 0,001$, ** $p < 0,01$, * $p < 0,05$

2.2.5. Влияние нарративной транспортиции в фильм на выраженность изменения предрассудков

Проверялась гипотеза 5 (*Уровень нарративной транспортиции в фильм о мигрантах влияет на выраженность изменения предрассудков по отношению к мигрантам. Изменение предрассудков после просмотра фильма также связано с общими установками по отношению к окружающему миру и людям (толерантность) и выраженностью предрассудков до просмотра фильма*).

Изменение предрассудков после просмотра драмы. Сдвиг каждого предрассудка рассчитывался как разница между предрассудком после просмотра фильма и этим же предрассудком до просмотра фильма. Корреляционный анализ (r-Спирмена) выявил обратную связь сдвига по предрассудкам «Экономическая

угроза» и «Физическая угроза» с уровнем нарративной транспортировки в драму, что свидетельствует о зависимости их изменения от вовлеченности в нарратив: чем выше был уровень нарративной транспортировки у зрителя, тем более выраженным было снижение предрассудка (см. Таблица 18).

Таблица 18. Корреляции между нарративной транспортировкой и сдвигами по предрассудкам (драма)

	<i>Нарративная транспортировка</i>	<i>Когнитивный фактор</i>	<i>Эмоциональный фактор</i>	<i>Образный фактор</i>
Экономическая угроза	-0,288**	-0,209**	-0,247**	-0,261**
Физическая угроза	-0,236**	-0,218**	-0,246**	-0,142
Избегание тесного контакта	-0,075	-0,064	-0,087	-0,067

Примечания: ** $p < 0,01$, * $p < 0,05$

Для того чтобы определить, насколько значимые были изменения предрассудков в отношении мигрантов после просмотра драмы, был проведён сравнительный анализ (критерий Вилкоксона) уровня предрассудков по отношению к мигрантам до и после просмотра драматического фильма (см. Таблица 19). Были обнаружены значимые изменения предрассудков по одной из форм их проявления – физической угрозе.

Таблица 19. Изменение предрассудков по отношению к мигрантам после просмотра фильма (драма)

<i>Форма проявления предрассудка</i>	<i>Среднее значение до просмотра фильма</i>	<i>Среднее значение после просмотра фильма</i>	<i>Значение z- критерия знаковых рангов Вилкоксона</i>	<i>Асимптотическая значимость (2- сторонняя)</i>
Экономическая угроза	14,95	14,72	-1,034b	0,301
Физическая угроза	14,40	13,97	-2,331b	0,020
Избегание тесного контакта	12,30	12,33	-0,764c	0,445

Примечание: b – на основе положительных рангов, c – на основе отрицательных рангов.

В то же время предполагалось, что значимость изменений связана с выраженностью предрассудков до просмотра фильма. В связи с этим были выделены три группы респондентов: с низким, средним и высоким уровнем

предрасудков. Сравнительный анализ выявил значимые различия для предрасудков «Экономическая угроза» и «Физическая угроза» в группах с изначально высоким уровнем их выраженности (критерий Вилкоксона, $p < 0,05$, метод Бонферрони, $p < 0,0167$) (см. Таблица 20).

Таблица 20. Изменение предрасудков по отношению к мигрантам после просмотра фильма (драма) в группах с разной их выраженностью

<i>Форма проявления предрасудка (уровень)</i>	<i>Среднее значение до просмотра фильма</i>	<i>Среднее значение после просмотра фильма</i>	<i>Значение z-критерия знаковых рангов Вилкоксона</i>	<i>Асимптотическая значимость (2-сторонняя)</i>
Экономическая угроза (низкий)	9,5532	10,38	-1,847с	0,065
Экономическая угроза (средний)	14,5974	14,35	-0,763b	0,446
Экономическая угроза (высокий)	19,6333	18,60	-2,644b	0,008
Физическая угроза (низкий)	8,70	9,49	-1,742с	0,082
Физическая угроза (средний)	13,97	13,47	-1,876b	0,061
Физическая угроза (высокий)	19,60	18,28	-3,633b	0,000
Избегание тесного контакта (низкий)	6,13	6,70	-2,188с	0,029
Избегание тесного контакта (средний)	12,21	12,60	-1,417с	0,156
Избегание тесного контакта (высокий)	18,66	17,43	-1,952b	0,051

Примечание: b – на основе положительных рангов, c – на основе отрицательных рангов.

Изменение предрасудков после просмотра комедии. Сдвиг каждого предрасудка рассчитывался как разница между предрасудком после просмотра фильма и этим же предрасудком до просмотра фильма. Корреляционный анализ (r-Спирмена) выявил обратную связь сдвига по предрасудкам «Физическая угроза», «Экономическая угроза» и «Избегание тесного контакта» с уровнем нарративной транспортировки в комедию, что свидетельствует о зависимости их изменения от вовлеченности в нарратив: чем выше был уровень нарративной

транспортировки у зрителя, тем более выраженным было снижение предрассудка (см. Таблица 21).

Таблица 21. Корреляции между нарративной транспортировкой и сдвигами по предрассудкам (комедия)

	<i>Нарративная транспортировка</i>	<i>Когнитивный фактор</i>	<i>Эмоциональный фактор</i>	<i>Образный фактор</i>
Экономическая угроза	-0,218*	-0,103	-0,220*	-0,207*
Физическая угроза	-0,239*	-0,229*	-0,201*	-0,227*
Избегание тесного контакта	-0,200*	-0,130	-0,148	-0,231*

Примечания: ** $p < 0,01$, * $p < 0,05$

Для того чтобы определить, насколько значимые были изменения предрассудков в отношении мигрантов после просмотра комедии, был также проведён сравнительный анализ по критерию Вилкоксона (См. Таблица 22). Были обнаружены значимые различия в уровне предрассудков до и после просмотра комедии по двум формам их проявления – физической и экономической угрозе.

Таблица 22. Изменение предрассудков по отношению к мигрантам после просмотра фильма (комедия)

<i>Форма проявления предрассудка</i>	<i>Среднее значение до просмотра фильма</i>	<i>Среднее значение после просмотра фильма</i>	<i>Значение z- критерия</i>	<i>Асимптотическая значимость (2- сторонняя)</i>
Экономическая угроза	15,69	14,74	-2,823b	0,005
Физическая угроза	14,77	13,68	-3,859b	0,000
Избегание тесного контакта	12,51	12,43	-0,371b	0,711

Примечание: b – на основе положительных рангов.

Анализ в каждой из выделенных групп с низким, средним и высоким уровнем предрассудков выявил значимые различия для предрассудка «Экономическая угроза» в группе с изначально высоким уровнем его выраженности и предрассудка «Физическая угроза» в группах с изначально высоким и средним уровнем его выраженности (критерий Вилкоксона, $p < 0.05$, метод Бонферрони, $p < 0.0167$) (см. Таблица 26).

Таблица 23. Изменение предрассудков по отношению к мигрантам после просмотра фильма (комедия) в группах с разной их выраженностью

<i>Форма проявления предрассудка (уровень)</i>	<i>Среднее значение до просмотра фильма</i>	<i>Среднее значение после просмотра фильма</i>	<i>Значение z-критерия</i>	<i>Асимптотическая значимость (2-сторонняя)</i>
Экономическая угроза (низкий)	10,60	10,70	-0,466с	0,641
Экономическая угроза (средний)	15,77	14,77	-2,280b	0,023
Экономическая угроза (высокий)	21,22	19,19	-2,678b	0,007
Физическая угроза (низкий)	9,19	8,96	-0,640b	0,522
Физическая угроза (средний)	14,69	13,65	-2,694b	0,007
Физическая угроза (высокий)	20,12	18,00	-3,367b	0,001
Избегание тесного контакта (низкий)	6,69	7,50	-2,167с	0,030
Избегание тесного контакта (средний)	12,31	12,27	-0,550b	0,582
Избегание тесного контакта (высокий)	18,08	17,15	-1,214b	0,225

Примечание: b – на основе положительных рангов, с – на основе отрицательных рангов.

Изменение предрассудков после просмотра драмы. Для оценки вклада транспортировки в изменение предрассудков с учетом их выраженности до просмотра драматического фильма использовался анализ ковариации (ANCOVA) (см. Таблицы 24, 25). Начальный уровень предрассудка был включен в анализ в качестве независимой переменной (фактор), транспортировка как ковариата, а зависимой переменной выступил сдвиг предрассудка. Кроме того, учитывалось взаимодействие этих переменных.

Таблица 24. Результаты ANCOVA без учёта взаимодействия (драма)

	<i>Физическая угроза</i>		<i>Экономическая угроза</i>		<i>Избегание тесного контакта</i>	
	<i>Начальный уровень предрассудков</i>	<i>Нарративная транспортировка</i>	<i>Начальный уровень предрассудков</i>	<i>Нарративная транспортировка</i>	<i>Начальный уровень предрассудков</i>	<i>Нарративная транспортировка</i>
F (1, 180)	16,355	25,834	9,152	23,715	8,673	5,397

P	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,021
η^2	0,154	0,126	0,092	0,116	0,088	0,029

Таблица 25. Результаты ANCOVA с учётом взаимодействия (драма)

	Физическая угроза			Экономическая угроза			Избегание тесного контакта		
	Началь- ный уровень предрас- судков	Нарра- тивная транс- порта- ция	Взаи- модейст- вие	Началь- ный уровень предрас- судков	Нарра- тивная транс- порта- ция	Взаи- модейст- вие	Началь- ный уровень предрас- судков	Нарра- тивная транс- порта- ция	Взаи- модейст- вие
F (1,178)	1,169	21,98 9	0,583	1,675	18,75	1,532	0,367	4,278	1,735
p	0,313	0,00	0,560	0,190	0,00	0,219	0,694	0,040	0,179
η^2	0,013	0,110	0,007	0,095	0,095	0,017	0,004	0,023	0,019

Результаты ANCOVA показали, что транспортиция имела значительное влияние на изменение в предрассудках, относящихся к экономической угрозе. В то же время начальный уровень предрассудков не оказался значимым, как и взаимодействие между начальным уровнем предрассудков и транспортицией, после учета такого взаимодействия. Аналогичные результаты были получены в отношении предрассудка «Физическая угроза» и «Избегание тесного контакта»: транспортиция независимо влияла на их изменение в отличие от уровня предрассудка до просмотра фильма и его взаимодействия с транспортицией.

Изменение предрассудков после просмотра комедии. Для оценки вклада транспортиции в изменение предрассудков с учетом их выраженности до просмотра комедии использовался анализ ковариации (ANCOVA) (см. Таблицы 26, 27). Начальный уровень предрассудка был включен в анализ в качестве независимой переменной (фактор), транспортиция как ковариата, а зависимой переменной выступил сдвиг предрассудка. Кроме того, учитывалось взаимодействие этих переменных.

Таблица 26. Результаты ANCOVA без учёта взаимодействия (комедия)

	Физическая угроза		Экономическая угроза		Избегание тесного контакта	
	Начальный уровень предрассуд- ков	Нарратив- ная транспор- тация	Начальный уровень предрассуд- ков	Нарратив- ная транспор- тация	Начальный уровень предрассуд- ков	Нарратив- ная транспор- тация
F (1,96)	5,013	8,057	7,467	11,815	4,222	5,347
p	0,008	0,006	0,001	0,001	0,017	0,023
η^2	0,095	0,077	0,135	0,110	0,081	0,053

Таблица 27. Результаты ANCOVA с учётом взаимодействия (комедия)

	<i>Физическая угроза</i>			<i>Экономическая угроза</i>			<i>Избегание тесного контакта</i>		
	<i>Началь- ный уровень предрас- судков</i>	<i>Нарра- тивная транс- порта- ция</i>	<i>Взаи- модейст- вие</i>	<i>Началь- ный уровень предрас- судков</i>	<i>Нарра- тивная транс- порта- ция</i>	<i>Взаи- модейст- вие</i>	<i>Началь- ный уровень предрас- судков</i>	<i>Нарра- тивная транс- порта- ция</i>	<i>Взаи- модейст- вие</i>
F (1,94)	0,427	7,094	0,012	1,797	11,96 9	3,431	1,140	2,168	2,133
P	0,654	0,009	0,988	0,171	0,001	0,036	0,324	0,144	0,124
η^2	0,009	0,070	0,000	0,037	0,113	0,068	0,024	0,023	0,043

Результаты ANCOVA показали, что как транспортиция имела значительное влияние на изменение в предрассудках, относящихся к экономической угрозе, так и взаимодействие между начальным уровнем предрассудков и транспортицией. В то же время начальный уровень предрассудков не оказался значимым после учета такого взаимодействия. Транспортиция также независимо влияла на изменение предрассудка «Физическая угроза» в отличие от уровня предрассудка до просмотра фильма и его взаимодействия с транспортицией. На изменение предрассудка «Избегание тесного контакта» не повлияли ни транспортиция, ни начальный уровень предрассудка, ни их взаимодействие.

Изменение предрассудков после просмотра драмы. Для более детального понимания вклада транспортиции в эффективность воздействия драмы был проведен множественный регрессионный анализ, позволяющий учесть влияние разных переменных (см. Таблица 28). В качестве зависимой переменной выступил показатель изменения предрассудка, в качестве независимых переменных — транспортиция и индекс толерантности, который предположительно мог влиять на эффективность воздействия, а также уровень предрассудка до просмотра фильма. Несмотря на то, что по двум формам проявления предрассудков не было зафиксировано их значимых различий при сравнении до и после просмотра фильма (тест Манна — Уитни), они были включены в регрессионный анализ для оценки потенциального вклада транспортиции с учётом индивидуальных различий участников. Такой подход позволил выявить значимые предикторы изменения установок даже при отсутствии выраженных групповых эффектов.

Таблица 28. Результаты регрессионного анализа для изменения предрассудков (драма)

<i>Переменные</i>	<i>Экономическая угроза</i>			<i>Физическая угроза</i>			<i>Избеганием тесного контакта</i>		
	<i>B</i>	<i>SE B</i>	<i>β</i>	<i>B</i>	<i>SE B</i>	<i>β</i>	<i>B</i>	<i>SE B</i>	<i>β</i>
Транспортиция	0,058	0,013	0,275**	0,065	0,012	0,329**	0,030	0,014	0,145*
Предрассудок до просмотра	0,451	0,049	0,563**	0,477	0,043	0,664**	0,394	0,046	0,483**
Индекс толерантности	0,114	0,019	0,458**	0,090	0,017	0,382**	0,081	0,020	0,306**
R ²	0,322			0,366			0,150		
F	28,559**			34,673**			10,603**		

Примечание. ** $p < 0,001$, * $p < 0,050$

По данным регрессионного анализа наиболее значимым предиктором изменения предрассудков в результате просмотра драмы является уровень предрасудка до просмотра фильма, следующим – толерантность и менее значимым – нарративная транспортиция.

Изменение предрассудков после просмотра комедии. Для более детального понимания вклада транспортиции в эффективность воздействия комедии был проведен множественный регрессионный анализ, позволяющий учесть влияние разных переменных (См. Таблица 29). В качестве зависимой переменной выступил показатель изменения предрассудка, в качестве независимых переменных – транспортиция и индекс толерантности, который предположительно мог влиять на эффективность воздействия, а также уровень предрассудка до просмотра фильма. Несмотря на то, что по двум формам проявления предрассудков не было зафиксировано их значимых различий при сравнении до и после просмотра фильма (тест Манна — Уитни), они были включены в регрессионный анализ для оценки потенциального вклада транспортиции с учётом индивидуальных различий участников.

Таблица 29. Результаты регрессионного анализа для изменения предрассудков (комедия)

<i>Переменные</i>	<i>Экономическая угроза</i>	<i>Физическая угроза</i>	<i>Избегание тесного контакта</i>
-------------------	-----------------------------	--------------------------	-----------------------------------

	<i>B</i>	<i>SE</i> <i>B</i>	β	<i>B</i>	<i>SE</i> <i>B</i>	β	<i>B</i>	<i>SE</i> <i>B</i>	β
Транспортиция	0,053	0,017	0,302**	0,045	0,016	0,267**	0,042	0,016	0,255*
Предрассудок до просмотра	0,238	0,064	0,369***	0,266	0,064	0,418***	0,274	0,065	0,460***
Индекс толерантности	0,026	0,029	0,089	0,059	0,028	0,207*	0,071	0,029	0,259*
R^2	0,173			0,191			0,178		
F	6,684***			7,571***			6,930***		

Примечания: *** $p < 0,001$, ** $p < 0,01$, * $p < 0,05$

По данным регрессионного анализа наиболее значимым предиктором изменения предрассудков в результате просмотра комедии, как и в ситуации просмотра драматического фильма, является предрассудок до просмотра фильма. Для предрассудка «Экономическая угроза» следующим и менее значимым предиктором является нарративная транспортиция. Для предрассудка «Физическая угроза» следующим предиктором является нарративная транспортиция, а менее значимым – толерантность, для «Избегания тесного контакта» напротив: толерантность является вторым по значимости предиктором, а транспортиция – менее значимым.

Таким образом, результаты дают основание для дальнейших исследований по данной гипотезе. Нарративная транспортиция влияет на выраженность изменения отношения к мигрантам после просмотра фильма и является значимым предиктором сдвига предрассудков наряду с их исходным уровнем и толерантностью. Выраженность предрассудков до просмотра фильма играет важную роль в том, насколько сильно они меняются, однако вклад изначального уровня опосредуется транспортицией: чем больше человек погружается в фильм, тем эффективнее воздействие фильма.

2.2.6. Обсуждение результатов эмпирического исследования

Все полученные связи были обобщены и представлены на Рис. 1 и 2.

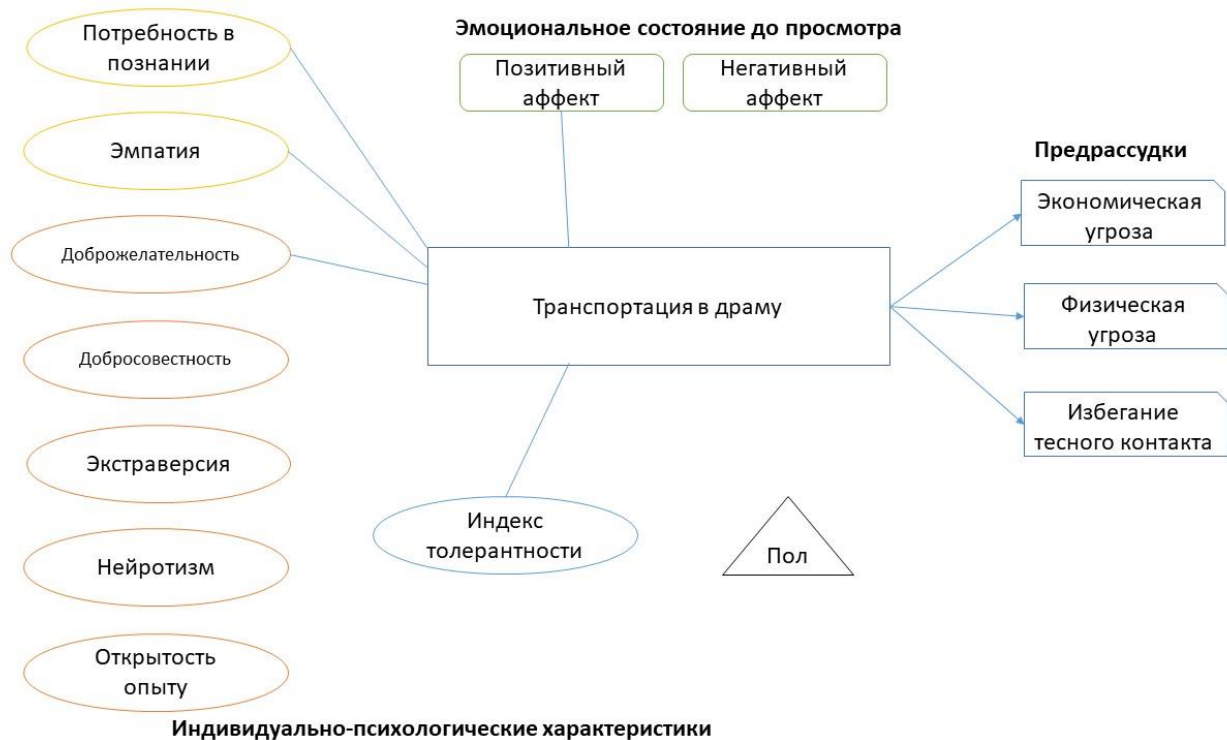


Рис.1. Связи нарративной транспортиции в драму с индивидуально-психологическими характеристиками, эмоциональным состоянием и сдвигом в предрассудках



Рис.2. Связи нарративной транспортиции в комедию с индивидуально-психологическими характеристиками, эмоциональным состоянием и сдвигом в предрассудках

Связь нарративной транспортиции с индивидуально-психологическими характеристиками. Установлено, что нарративная транспортиция в фильм связана с устойчивыми индивидуально-психологическими характеристиками, причём набор этих характеристик зависит от жанра фильма (драма или комедия). Обнаруженная корреляция между нарративной транспортицией, как в драму, так и в комедию, и эмпатией соответствует данным предыдущих исследований. Так, с эмпатией связана склонность к нарративной транспортиции в целом (Meade, 2015). Эмпатичные люди предрасположены больше вовлекаться в фильмы различных жанров: например, в драму (Кубрак, Старостина, 2023б), в семейный фильм и в приключенческий боевик (Thompson et al., 2018). Существуют данные, что опыт нарративной транспортиции, основанный на эмпатии, может впоследствии привести к более эмпатической реакции на реальных людей из стигматизированной социальной группы (Walkington, Wigman, Bowles, 2020).

В отличие от комедии выявляется связь нарративной транспортиции в драму, а также её когнитивного и образного фактора, с потребностью в познании, что согласуется с работами, в которых получены данные о влиянии стимульного материала на силу корреляции: высокий уровень потребности в познании обеспечивает бóльшую транспортицию в серьезное кино (Shedlosky, 2010; Owen, Riggs, 2012).

Нарративная транспортиция вне зависимости от жанра фильма коррелирует с таким показателем Большой пятерки, как доброжелательность. Данные согласуются с полученными ранее: обычно выраженная доброжелательность соответствует высокому уровню эмпатии, что объясняет её связь с нарративной транспортицией (Meade, 2015). Это особенно ярко проявляется на примере комедийного фильма, где дополнительно обнаружена корреляция нарративной транспортиции с таким аспектом доброжелательности как сочувствие. То есть зрители, склонные к проявлению заботы и помощи, могут больше погружаться в сюжет комедии. Кроме этого, обнаружены связи эмоционального и образного фактора нарративной транспортиции в комедию с доброжелательностью и ее аспектами (эмоциональный – с доверием и сочувствием, образный – с доверием,

уважительностью, сочувствием). Так, сильное эмоциональное вовлечение и яркое образное представление персонажей и художественного мира во многом обусловлено доверием к увиденному и сочувствием к его героям.

Вместе с тем, в отличие от драмы нарративная транспортировка в комедию, а также её когнитивный и образный факторы связаны с экстраверсией и такими её аспектами, как энергичность и общительность. Вероятно, экстраверты могут больше вовлекаться в комедийный фильм благодаря его более динамичному, по сравнению с драмой, ритму и положительным эмоциям, которые можно разделить с другими людьми.

Когнитивный фактор нарративной транспортировки в оба жанра коррелирует с доброжелательностью и такими её аспектами как уважительность и доверие, а также с добросовестностью и таким её аспектом как организованность. Так вежливые и доверчивые люди могут больше мысленно вовлекаться в фильм, чем склонные к антагонизму и подозрительности. Более подвержены мысленному вовлечению в фильм и организованные люди, вероятно, в силу своей способности быстрее включаться в кинопросмотр и лучше сосредотачиваться на сюжете. Кроме того, для комедии выявлена обратная связь между когнитивным фактором транспортировки и нейротизмом, а также такими его аспектами, как депрессивность и эмоциональная изменчивость. Люди, тяготеющие к отрицательным переживаниям и испытывающие сложности с регулированием эмоций, могут испытывать затруднения при мысленном вовлечении в комедийные фильмы. Полученные данные согласуются с данными другого исследования, где было обнаружено, что более высокий уровень тревожности отрицательно влияет на выбор лёгкого кино (Kubrak, 2023).

Помимо этого, для драмы образный фактор транспортировки связан с открытостью опыту и таким его аспектом, как творческое воображение. Это может объясняться необходимостью большей внутренней работы по представлению художественного мира, персонажей и отношений между ними при просмотре драматического фильма по сравнению с комедийным.

Было выявлено, что уровень нарративной транспортировки в оба жанра не зависит от половой принадлежности респондента. Данные о том, что нарративная транспортировка не зависит от пола, можно найти и в других исследованиях (Green, Brock, 2000; Green et al., 2008; Thompson et al., 2018; Green, 2021 и др.), хотя есть данные, что мужчины больше увлекаются одними историями, а женщины — другими (Green, Brock, 2000; Кубрак, Старостина, 2023б). Например, известно, что женщины предпочитают драматичные сюжеты, а также легкие позитивные фильмы развлекательного характера, тогда как мужчины — боевики, вестерны, военные и криминальные жанры (Кубрак, Латынов, 2019).

Связь нарративной транспортировки с эмоциональным состоянием. Нарративная транспортировка как в драму, так и в комедию зависит от позитивного эмоционального состояния до показа фильма, что может быть связано в том числе с положительным настроением на просмотр (Appel et al., 2019; Tiede, Appel, 2020). Когда зритель находится в хорошем настроении, он, как правило, более открыт к новым впечатлениям и эмоциям, которые можно получить в результате кинопросмотра. Кроме этого, позитивные эмоции могут снизить уровень критического мышления и самоконтроля (Gasper, Clore, 2002; Gable, Harmon-Jones, 2010), что позволяет зрителю легче принимать происходящее на экране. Таким образом, позитивное эмоциональное состояние перед просмотром фильма создает благоприятные условия для нарративной транспортировки, позволяя зрителю глубже вовлекаться в сюжет и переживания персонажей.

Вместе с тем, на когнитивный и образный фактор нарративной транспортировки в драму оказывают отрицательное влияние негативные переживания: мысленное вовлечение и восприятие системы образов в драматическом произведении, по-видимому, являясь более сложными процессами по сравнению с комедийным жанром, становятся тем труднее, чем с большим количеством отрицательных эмоций находится зритель на начало просмотра фильма. Негативные переживания могут привести к более критическому восприятию фильма, а также заставить зрителя сосредоточиться на своих

собственных проблемах и переживаниях, что отвлекает его от сюжета и персонажей.

Отсутствие корреляции между сдвигом негативного аффекта, который значительно снизился после просмотра фильма, и нарративной транспортией в комедию привело к следующему выводу: комедия способствовала разрядке отрицательных эмоций, но этот эффект не был напрямую связан с нарративной транспортией, а мог быть обусловлен другими факторами – например, тем, что юмор, содержащийся в комедии больше, чем в других жанрах, сам по себе отвлекает человека от негативных мыслей, помогает переключиться, в результате чего снижает отрицательные эмоции (Strick et al., 2009).

Предикторы нарративной транспортии. Эмпатия является наиболее значимым предиктором вовлеченности и в драму, и в комедию. Бóльшая склонность к эмпатии обуславливает бóльшую транспортию в фильм. Вместе с тем, значимым предиктором для обоих жанров является позитивный аффект: на выраженность транспортии влияет позитивное эмоциональное состояние до просмотра фильма вне зависимости от его жанра. Ещё одним значимым предиктором нарративной транспортии в драму является потребность в познании: люди с высокой потребностью в познании склонны больше вовлекаться в драматические фильмы с серьёзным сюжетом и противоречивыми персонажами. Наименее значимым предиктором нарративной транспортии в драму является толерантность. Вклад толерантности в нарративную транспортию в драматический фильм, вероятно, обусловлен более сложной социальной проблематикой драматического сюжета, который требует в том числе более глубокого понимания и эмоционального вовлечения, по сравнению с комедией. Люди с высоким уровнем толерантности могут больше вовлекаться в драмы, благодаря их тенденции исследовать сложные человеческие эмоции и социальные вопросы, в то время как комедии могут восприниматься ими как менее значимые или глубокие.

Ранее на других данных с использованием короткометражного драматического фильма в качестве стимульного материала была проверена

регрессионная модель со следующими переменными: пол, эмпатия, потребность в познании, экстраверсия, доброжелательность, добросовестность, нейротизм, открытость опыту (Кубрак, Старостина, 2023б). Наиболее значимым предиктором нарративной транспортировки оказалась эмпатия. Добавленные в регрессию новые переменные (позитивный и негативный аффект, индекс толерантности) значительно улучшили показатели модели ($R^2=0,336$) по сравнению с предыдущим анализом ($R^2=0,147$). Таким образом, показано, что учет эмоциональных состояний в значительной степени повышает предсказуемость вовлеченности в фильм.

Новые данные о психологических предикторах отдельных аспектов транспортировки представляют интерес в изучении феноменологии данного состояния и расширяют существующие представления о нем (Thompson et al., 2018; Appel et al., 2019; Tiede, Appel, 2020; Green, 2021 и др.). В целом, полученные результаты демонстрируют наличие значимых связей между индивидуально-психологическими характеристиками и нарративной транспортировкой, тем самым позволяя говорить о различной предрасположенности к ней. Эта предрасположенность во многом определяется уровнем эмпатии, но также и позитивным эмоциональным состоянием перед просмотром фильма. Данные о связях с другими характеристиками (индекс толерантности, потребность в познании) варьируются, что может объясняться в том числе особенностями самого нарратива, который является одним из важных факторов, влияющих на нарративную транспортировку (Green, 2021; Кубрак, Старостина, 2023б).

Вклад нарративной транспортировки в воздействие фильма. Установлено, что уровень нарративной транспортировки в фильм о мигрантах влияет на выраженность изменения отношения к мигрантам. При этом предполагалось, что эффективность воздействия будет зависеть также и от отношения к ним до просмотра фильма. По данным ковариационного анализа начальный уровень предрассудков, как и транспортировка, явился предиктором изменений предрассудков при просмотре как драмы, так и комедии, но после включения в

анализ дополнительной переменной взаимодействия с транспортировкой он перестал быть значимым. Это может свидетельствовать о том, что влияние предрассудков до просмотра фильма опосредуется транспортировкой: чем больше человек погрузился в фильм, тем сильнее изменились его установки вне зависимости от их начального уровня. При просмотре фильмов обоих жанров транспортировка является основным предиктором изменений. Таким образом, исходные установки играют важную роль в том, насколько сильно меняются предрассудки, но влияние транспортировки, выявленное по всем трём видам предрассудков, указывает на то, что вовлечённость в фильм является общим механизмом, способствующим их изменению.

Проведенное сравнение влияния драматического и комедийного фильмов на изменение предрассудков по отношению к мигрантам осуществлялось по нескольким ключевым аспектам: 1. изменение уровня предрассудков до и после просмотра; 2. эффекты у групп с разным исходным уровнем предрассудков; 3. вклад нарративной транспортировки в выраженность изменения предрассудков.

Были обнаружены значимые различия в уровне предрассудка «Физическая угроза» до и после просмотра как драматического, так и комедийного фильма: данный предрассудок снизился у зрителей обоих жанров. Есть данные, что несмотря на характерное для транспортировки дистанцирование от реального мира, она может усиливаться, если зритель связывает содержание нарратива со своей жизнью (Tchernev et al., 2023). По-видимому, физическая угроза в наибольшей степени оказывается в фокусе внимания при восприятии мигрантов и является наиболее чувствительным маркером отношения к ним. Помимо этого, до и после просмотра комедийного фильма обнаружено также значимое различие в уровне предрассудка «Экономическая угроза»: данный предрассудок снизился у зрителей комедии. Вероятно, комедийный фильм в целом больше раскрывает экономическую проблематику, связанную с трудовой миграцией, поскольку история здесь рассказывается с двух точек зрения: главный герой фильма сначала предстает зрителю директором строительной компании, который обкрадывает мигрантов, а после он сам превращается в мигранта из Средней Азии, наблюдая

жизнь своих подчиненных изнутри. Снижение этого предрассудка может быть связано с использованием юмора для смягчения страхов (Nabi, 2016), представлением позитивных образов героев, принадлежащих к стигматизированной группе, (Pearl et al., 2012) и сатирическим освещением проблем (Felldman, Chattoo, 2018).

Таким образом, установлено, что просмотр фильма повлиял на отношение к мигрантам, но это влияние было дифференцированным. Было выявлено значимое снижение предрассудков, связанных с физической угрозой со стороны иммигрантов для драмы и комедии и с экономической угрозой для комедии – их стали меньше бояться, однако готовность к близкому контакту с ними в среднем по выборке не повысилась: уровень предрассудка «Избегание тесного контакта» не изменился после просмотра фильма. Это может быть объяснено особенностями восприятия различных форм угроз: страх перед опасностью часто носит эмоциональный характер и более подвержен изменениям через вовлечение в нарратив (Oliver et al., 2012). Как показывает наше исследование, эта угроза может быть снижена. Полученные результаты согласуются с данными других работ, свидетельствующие о том, что эмоциональные аспекты предрассудков могут быть более подвержены воздействию, чем когнитивные (Bruneau, Kteily, Laustsen, 2018), которые в свою очередь изменить легче, чем поведение (Латынов, 2013; Pettigrew, Tropp, 2008; Ajzen, 1991).

Сравнительный анализ показал различное изменение уровня по каждому из трех предрассудков в группах с разной их начальной выраженностью. После просмотра как драматического, так и комедийного фильма значимое снижение предрассудков «Экономическая угроза» и «Физическая угроза» произошло в группах с высоким уровнем их выраженности. В то же время, после просмотра комедийного фильма уменьшение уровня предрассудка «Физическая угроза» было выявлено при среднем уровне его выраженности до просмотра. Таким образом, потенциальное воздействие комедийного фильма может быть шире и охватывать большее количество людей, то есть позитивно влиять не только на тех, у кого изначально высокий уровень предрассудков, но и на тех, у кого он

средний. По-видимому, фильмы оказали наибольшее воздействие на тех, у кого были изначально высокие предрассудки, однако на уровне всей выборки значимое влияние на сдвиг имела транспортиция. Это может быть, с одной стороны, связано с когнитивным диссонансом: зрители с изначально высоким уровнем предрассудков сталкиваются с конфликтом при просмотре фильма, в котором мигранты представлены в позитивном свете, что стимулирует их к переоценке своих установок (Brock, Balloun, 1967). С другой стороны, у зрителей с низкими предрассудками значительных изменений не происходило, так как их установки уже соответствовали представленному в фильме нарративу. Кроме того, наличие исходно высокого уровня предрассудков имело больший потенциал для снижения, что позволяло зафиксировать статистически значимые изменения.

Результаты ANCOVA показали, что уровень транспортиции в драму имел значительное влияние на изменение во всех трёх предрассудках в отличие от уровня предрассудка до просмотра фильма и переменной его взаимодействия с транспортицией. Вместе с тем транспортиция в комедию имела значительное влияние: а) на изменение предрассудка «Физическая угроза» в отличие от уровня предрассудка до просмотра фильма и его взаимодействия с транспортицией; б) на изменение предрассудка «Экономическая угроза» так же, как и взаимодействие между начальным уровнем предрассудков и транспортицией. Можно видеть, что нарративная транспортиция является значимым предиктором изменения предрассудков и в драме, и в комедии, но в комедии, помимо транспортиции, на него оказывают влияния и другие факторы. В то же время обнаружено, что для предрассудка «Избегание тесного контакта» при просмотре комедии после включения переменной взаимодействия перестала быть значимой и сама нарративная транспортиция. Вероятно, комедийный фильм является слишком поверхностным и не позволяет зрителю установить достаточно тесные связи с персонажами, чтобы как-либо повлиять на этот предрассудок.

По данным регрессионного анализа предикторами изменения предрассудков в результате просмотра фильмов обоих жанров является нарративная транспортиция и начальный уровень предрассудка. Вместе с тем

предиктором их изменений в результате просмотра драмы также является толерантность, возможно, делающая зрителя более восприимчивым к воздействию. Толерантность может способствовать и большей эмпатии к персонажам фильма, иммигрантам, и обуславливать более сильную идентификацию с ними (Igartua, Cachón-Ramón, 2023). Это согласуется с представлениями о том, что бóльшая близость фильма к определенной аудитории делает нарратив более транспортабельным для нее (Green, Brock, 2000; Mazzocco et al., 2010).

Стоит отметить, что регрессионная модель для предрассудков «Физическая угроза» и «Экономическая угроза» драматического фильма ($R^2=0,322$ и $R^2=0,366$ соответственно) превосходит регрессионную модель для тех же предрассудков комедийного фильма ($R^2=0,173$ и $R^2=0,191$ соответственно), что может говорить о большей предсказуемости эффектов воздействия драматического фильма. Таким образом, в обоих случаях нарративная транспортика играет важную роль в изменении отношения к мигрантам, но эффективность ее влияния может варьироваться в зависимости от жанра фильма.

В целом результаты исследования демонстрируют важность кино как инструмента психологического воздействия и значимую роль нарративной транспортики как ключевого фактора, его усиливающего, что соответствует развиваемым в настоящее время представлениям об эффективности нарративного воздействия (Green, Appel, 2024; Oschatz, Marker, 2020 и др.).

Выводы

В данной главе представлено исследование вовлеченности зрителя в кинонарратив и предложен один из эффективных методов её исследования для русскоязычной аудитории – адаптированная и апробированная «Шкала нарративной транспортики» (Transportation Scale). В ситуации отсутствия стандартизированных опросников, описывающих опыт кинопросмотра, русскоязычная версия «Шкалы нарративной транспортики» является перспективным психометрическим инструментом для проведения отечественных

исследований в области психологии кино. Результаты проведенного психометрического анализа показали, что русскоязычная версия «Шкалы нарративной транспортиции» представляет собой надежный и валидный инструмент, который теперь может быть использован для изучения вовлеченности в кино на российской выборке, а также для проведения кросскультурных исследований в этой области. Наличие данной методики позволит получать новые данные не только о психических состояниях зрителей во время просмотра фильмов, но и об эффективности воздействия кино на русскоязычную аудиторию, что может иметь также практическую значимость и быть непосредственно использовано в отечественном кинопроизводстве.

В результате проведенного эмпирического исследования выявлена связь нарративной транспортиции с устойчивыми индивидуально-психологическими характеристиками. Транспортиция как в драму, так и в комедию связана с эмпатией и доброжелательностью. Вместе с тем, нарративная транспортиция в драму также связана с потребностью в познании, а в комедию – с экстраверсией и такими её аспектами, как энергичность и общительность, а также со всеми аспектами доброжелательности (доверие, уважительность, сочувствие). Также выявлена связь нарративной транспортиции с эмоциональным состоянием до просмотра фильма: транспортиция как в драму, так и в комедию связана с позитивным аффектом.

Эмпатия и позитивный аффект оказались наиболее значимыми предикторами нарративной транспортиции в оба жанра, что подчеркивает вклад эмоциональных переживаний для вовлеченности в фильм. Соответствие полученных результатов данным других работ позволяет говорить об определенной склонности к транспортиции. Выявляется специфика нарративной транспортиции в драму: потребность в познании является ее предиктором, что подкрепляется связью транспортиции с привлекательностью жанра драматического фильма. Уровень нарративной транспортиции в оба жанра не зависит от половой принадлежности респондента.

Установлено, что после просмотра фильма, в котором повествуется о сложности жизни мигрантов, отношение к ним улучшается. Обнаруживается значимое снижение предрассудков, касающееся в первую очередь воспринимаемой физической угрозы со стороны мигрантов, что соответствует данным о том, что эмоциональные аспекты предрассудков более подвержены изменению. Вместе с тем при просмотре комедии снижаются также предрассудки, касающиеся воспринимаемой экономической угрозы со стороны мигрантов.

Таким образом, выявлен вклад нарративной транспортиции в эффективность воздействия фильма. Нарративная транспортиция влияет на выраженность изменения отношения к мигрантам после просмотра фильма. Транспортиция является значимым предиктором сдвига предрассудков наряду с их исходным уровнем и толерантностью. Выраженность предрассудков до просмотра фильма играет важную роль в том, насколько сильно они меняются, однако вклад изначального уровня опосредуется транспортицией: чем больше человек погружается в фильм, тем эффективнее воздействие фильма. Влияние транспортиции, обнаруженное по всем трем предрассудкам – «Физическая угроза», «Экономическая угроза» и «Избегание тесного контакта», указывает на то, что вовлечённость в фильм является общим механизмом, способствующим их изменению.

Результаты исследования демонстрируют важность использования кинонарративов для работы с разного рода установками. Эффективность воздействия фильмов может быть усилена за счет повышения уровня эмпатии и создания положительных ожиданий у зрителей. Это открывает возможности для дальнейшего применения методов нарративного воздействия, направленного, в частности, на снижение межэтнической напряженности и улучшение отношения к мигрантам.

Заключение

Основные итоги диссертационной работы, обобщающие полученные результаты, отражены в следующих выводах:

1. Изучение психического состояния кинозрителя является важной задачей в контексте психологических исследований кино, поскольку оно позволяет глубже понять, как фильмы влияют на психику и поведение человека. Психологические исследования показывают, что во время просмотра зрители вовлекаются в кинонарратив и могут испытывать как отдельные аспекты нарративной вовлеченности: эмпатию, идентификацию, присутствие, поток, так и комплексное психическое состояние, возникающее у человека при соприкосновении с нарративом – нарративную транспортию. Понимание этих механизмов помогает объяснить воздействие фильмов на аудиторию, а также обнаружить перспективы использования кино в качестве средства изменения установок и убеждений, формирования мнений в отношении социально значимых вопросов.
2. Нарративная транспортия – это актуальное состояние зрителя во время просмотра фильма. Психометрическим инструментом для оценки нарративной транспортии является «Шкала нарративной транспортии», которая показала себя как валидный и надёжный инструмент при апробации на русскоязычной выборке. «Шкала нарративной транспортии» содержит общий показатель, измеряющий вовлеченность в кинематографический нарратив, а также три фактора – когнитивный, эмоциональный и образный, соответствующие трём аспектам нарративной транспортии в фильм.
3. Нарративная транспортия характеризуется отстранением от реального мира в пользу мира повествования; переживанием сильных эмоций; формированием ярких мысленных образов героев и места действия, представленных в нарративе; ощущением присутствия в мире сюжета; включенностью, сближающую ее с «поток»; субъективной значимостью; личной связью с событиями и персонажами, включая эмпатию и идентификацию.

4. Нарративная транспортиция при просмотре фильма связана с индивидуально-психологическими особенностями. Эмпатия и доброжелательность влияют на уровень нарративной транспортиции в художественный фильм вне зависимости от его жанра. Влияние других индивидуально-психологических характеристик на нарративную транспортицию обусловлено жанром фильма: потребность в познании и индекс толерантности влияет на транспортицию в драму, экстраверсия – на транспортицию в комедию.
5. Нарративная транспортиция при просмотре фильма связана с эмоциональным состоянием до просмотра фильма. Позитивный аффект определяет уровень нарративной транспортиции в художественный фильм вне зависимости от его жанра.
6. Выявлена роль нарративной транспортиции в изменении выраженности предрассудков после просмотра фильма. Установлено, что чем выше уровень транспортиции в фильм, тем больше сдвиг в предрассудках.
7. Эффективность воздействия художественного фильма определяется выраженностью предрассудков до просмотра фильма и уровнем нарративной транспортиции в кинематографический нарратив. Драмы эффективны в снижении предрассудков у людей с высокими негативными установками, комедии потенциально подходят для снижения предрассудков у людей с высокими и средними негативными установками. Транспортиция является ключевым фактором, который усиливает эффективность воздействия нарратива вне зависимости от жанра.

Перспективы дальнейших исследований связаны с продолжением изучения связей индивидуально-психологических характеристик и эмоционального состояния с нарративной транспортицией для уточнения механизмов восприятия и воздействия кинофильмов. Использование в качестве стимульных материалов фильмов различных жанров, а также их сопоставление может привести к более глубокому пониманию жанровых особенностей воздействия на аудиторию. Отдельный интерес представляет и изучение эмоциональных сдвигов во время

просмотра фильма, соответствующих ключевым событиям сюжетной структуры, для выявления особенностей нарративной транспорти и её эффектов, что может иметь практическую значимость для образовательных и психотерапевтических программ. Особое внимание заслуживает продолжение исследования эффектов нарративной транспорти в контексте воздействия кинофильмов на формирование установок и убеждений, в том числе касающихся уязвимых социальных групп, поскольку это может внести значимый вклад в решение актуальных общественно значимых проблем.

Библиография

1. Арнхейм Р. Кино как искусство. Пер с англ. – М.: Издательство иностранной литературы. – 1960. – 206 с.
2. Брайант Дж., Томпсон С. Основы воздействия СМИ. Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильяме». – 2004. – 432 с.
3. Воскресенская Н. Г. Зрительское восприятие реалистичности и фантастичности игрового кино // Институт психологии Российской академии наук. Социальная и экономическая психология. – 2022. – Т. 7. – № 3(27). – С. 130–151.
4. Воскресенская Н. Г. Роль ценностных конфликтов зрителей в особенностях кинопредпочтений // Культурно-историческая психология. – 2023. – №19(4). – С. 5–13.
5. Воскресенская Н. Г. Социально-психологическая характеристика любителей определенных киножанров // Вопросы психологии. – 2015. – № 2. – С. 78–87.
6. Воскресенская Н. Г. Эмоциональные состояния кинозрителя с позиции информационной теории эмоций П. В. Симонова // Психология состояний человека: актуальные теоретические и прикладные проблемы : материалы Третьей Международной научной конференции, Казань, 08–10 ноября 2018 года. – Казань: Казанский (Приволжский) федеральный университет, 2018. – С. 121–123.
7. Выготский Л. С. Психология искусства. – Ростов н/Д: изд-во «Феникс». – 1998. – 480 с.
8. Гавриченко О. В., Марцинковская Т. Д., Орестова В. Р. Киноязык в современной культуре // Вестник РГГУ. Серия: Психология. Педагогика. Образование. – 2017. – № 3(9). – С. 58–72.
9. Грязева-Добшинская В. Г., Коробова С. Ю., Дмитриева Ю. А. Психосемантика притягательности персонажей культового фильма и символично-

мифологические контексты идентификации субъектов // Культурно-историческая психология. – 2023. – №19(4). – С. 14–25.

10. Жинкин Н. Психология киновосприятия // Кинематограф сегодня: Сборник статей. Вып. 2-й. – М.: Искусство. – 1971. – С. 214–254

11. Жинкин Н. И. Изучение детского отношения к кинематографической картине // Жинкин Н. И. Язык – речь – творчество: Исследования по семиотике, психолингвистике, поэтике (Избранные труды). – М.: Лабиринт. – 1998. – С. 170–182.

12. Захарова А. В. Работы Н.И. Жинкина об эффективности учебного фильма в контексте задачи оценки текстовых информационных материалов // Многообразие коммуникации и традиции отечественной лингвистики: Материалы конференции. Москва, 4–5 июня 2019 г. – М.: РГГУ. – 2019. – С. 99–112

13. Зубакин М. В. Воздействие финала фильма ужасов на когнитивную и аффективную сферу зрителей. // Журавлев А. Л., Кольцова В. А. (отв.ред.) Фундаментальные и прикладные исследования современной психологии: Результаты и перспективы развития. – М.: Институт психологии РАН. – 2017. – С. 1967–1973.

14. Зубакин М. В. Зрительная активация личности при просмотре фильмов со сценами насилия // Развитие человека в современном мире. – 2019. – № 4. – С. 77–90.

15. Карпова Н. Л., Данина М. М., Кисельникова Н. В., Шувиков А. И. Кино: психологический, педагогический, психотерапевтический аспект // Выдающиеся учёные Психологического института: Н. И. Жинкин, Ю. Б. Некрасова, Н. С. Лейтес / Ред.-сост. и автор предисловия Н.Л. Карпова. – М.: ПИ РАО, РШБА. – 2021. – С. 275–284.

16. Клейн К. Г., Леонтьев Д. А., Костенко В. Ю., Осин Е. Н., Тараненко О. А., Кошелева Н. В. Переживания в разных видах деятельности: временная динамика и содержательная валидность // Психологическая наука и образование. – 2019. – Т. 24. – № 5. – С. 47–57.

17. Колтунов Е. И., Глухова В. А., Грязева-Добшинская В. Г. Особенности воздействия фильмов-экранизаций на зрителей (кросс-культурный аспект) // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Психология. – 2017. – Т. 10. – № 3. – С. 21–28.
18. Коробова С. Ю. Динамика переживания субъектов при воздействии культового кино: автореферат дис. ... кандидата психологических наук : 19.00.01. – Челябинск, 2022. – 27 с.
19. Коробова С. Ю., Грязева-Добшинская В. Г., Аскерова А. Т. Особенности идентификации с персонажами культового фильма в контексте проблем социальной идентичности зрителей // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Психология. – 2018. – Т. 11. – № 3. – С. 24–31.
20. Кубрак Т. А., Гребенщикова Т. А. Влияние кино на представления молодежи о пожилых людях // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Психология и педагогика. – 2018. – Т. 15. – №2. – С. 178–191.
21. Кубрак Т. А., Гребенщикова Т. А., Павлова Н. Д. Психологический портрет современного кинозрителя: структура и связи кинопредпочтений // Экспериментальная психология. – 2017. – Т. 10. – № 4. – С. 5–19.
22. Кубрак Т. А., Латынов В. В. Психология кинодискурса : факторы выбора, восприятие, воздействие. – М.: Институт психологии РАН. – 2019. – 213 с.
23. Кубрак Т. А., Старостина А. А. Апробация русскоязычной версии Шкалы нарративной транспортировки (Transportation Scale, TS) // Психологический журнал. – 2023а. – Т. 44. – № 4. – С. 83–93.
24. Кубрак Т. А., Старостина А. А. Нарративная транспортировка как фактор психологического воздействия кино // Культурно-историческая психология. – 2023б. – Т. 19. – № 4. – С. 26–33.
25. Кулешов Л. В. Искусство кино : (мой опыт). – Ленинград : Теа-кино-печать. – 1929. – 153, [2] с.
26. Латынов В. В. Психология коммуникативного воздействия. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН». – 2013. – 368 с.

27. Леонтьев А. А. Прикладная психолингвистика речевого общения и массовой коммуникации. – М.: Смысл. – 2019. – 271 с.
28. Мишкевич А. М., Щебетенко С. А., Калугин А. Ю., Сото К., Джон О. Апробация краткой и сверх-краткой версий вопросника Big Five Inventory-2: BFI-2-S и BFI-2-XS // Психологический журнал. – 2022. – Т. 43. – № 1. – С. 95–108.
29. 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.
30. Орестова В. Р. Кино и психология повседневности // Психологические исследования. – 2017. – Т. 10. – № 56. – С. 5. – URL: <http://psystudy.ru/index.php/num/2017v10n56/1498-orestova56.html> (дата обращения: 14.04.2025).
31. 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: 14.04.2025)
32. Орестова В. Р., Ткаченко Д. П., Гасс О. К. Кинематограф как дополнительное пространство переживания ситуации неопределенности // Новые психологические исследования. – 2021. – № 3. – С. 97–120.
33. Орестова В. Р., Ткаченко Д. П., Карпук В. А. Вселенная супергероев как пространство идентификации и социализации в условиях транзитивности // Вестник РГГУ. Серия: Психология. Педагогика. Образование. – 2019. – № 4. – С. 145–156.
34. Осин Е. Н. Измерение позитивных и негативных эмоций: разработка русскоязычного аналога методики PANAS // Психология. Журнал Высшей школы экономики. – 2012. – Т. 9. – № 4. – С. 91–110.
35. Осин Е. Н., Леонтьев Д. А. Диагностика переживаний в профессиональной деятельности: валидизация методики // Организационная психология. – 2017. – Т. 7. – № 2. – С. 30–51.

36. Петренко В. Ф. Психосемантика сознания. – М.: Изд-во. Моск. ун-та. – 1988. – 208 с.
37. Петренко В. Ф., Алиева Л. А., Шеин С. А. Психосемантические методы исследования оценки и понимания кино-произведения // Вестник Московского университета. Сер. 14. Психология. – 1982. – № 2. – С. 13–21.
38. Петренко В. Ф., Супрун А. П., Кодирова Ш. А. Психосемантический анализ художественного фильма Акиры Куросавы «Расёмон» // Психология. Журнал Высшей школы экономики. – 2020. – Т. 17. – № 4. – С. 737–756.
39. Прохоров А. О. (ред.) Психология состояний. Хрестоматия. – М.: ПЕР СЭ; СПб.: Речь. – 2004. – 608 с.
40. Прохоров А. О., Валиулина М. Е., Габдреева Г. Ш., Гарифуллина М. М., Менделевич В. Д. Психология состояний: Учебное пособие / Под ред. А.О. Прохорова. – М.: Изд-во «Когито-Центр». – 2011. – 624 с.
41. Скорова Л. В., Суворова Д. К. Семантическая структура образа киногероя, предпочитаемого подростками // СибСкрипт. – 2023. – Т. 25. – № 2(96). – С.183–192.
42. Смирнова Л. В., Григорович Л. А. Личностные предпочтения в выборе юмористических видеопродуктов на этапе юности. // Григорович Л. А. (ред.) Психолого-педагогические модели и технологии развития личности в цифровой среде : Сборник научных трудов – М.: Негосударственное образовательное частное учреждение высшего образования «Московский институт психоанализа». – 2020. – С. 215–221.
43. Собкин В. С., Маркина О. С. Мотивационная структура поведения персонажа (по материалам восприятия фильма Ролана Быкова «Чучело» // Экспериментальная психология. – 2009. – Т. 2. – № 2. – С. 61–83.
44. Собкин В. С., Маркина О. С. Фильм "Чучело" глазами современных школьников. – М.: Институт социологии образования Российской академии образования. – 2010. – 152 с.
45. Солдатова Г. У., Шайгерова Л. А. (Ред.) Психодиагностика толерантности личности. – М.: Смысл. – 2008. – 172 с.

46. Тылец В. Г., Краснянская Т. М. Психологические особенности представлений любителей произведений фантастического и детективного жанров о субъекте безопасности // Экспериментальная психология. – 2020. – Т. 13. – № 3. – С. 180–193.
47. Чиксентмихайи М. Поток. Психология оптимального переживания. – М.: Альпина нон-фикшн. – 2025. – 461 с.
48. Штрикер Ю. Д. Проблемы психотехники учебного кино в советской психологии 1920–1930-х гг // Современное состояние и перспективы развития психологии труда и организационной психологии / Отв. ред. А. А. Грачев, А. Л. Журавлев, А. В. Махнач, А. Н. Занковский, Ю. В. Бессонова. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН». – 2024. – С.198-211.
49. Шулева Е. И., Кузнецова А. О., Шулев И. И. Динамика эмоционального состояния подростков при просмотре фильмов // Мир науки. – 2017. – Т.5. – №4. – URL: <http://mir-nauki.com/PDF/38PSMN417.pdf> (дата обращения: 16.04.2025)
50. Щебетенко С. А. Психометрика русской версии шкалы потребности в познании // Вестник Пермского университета: Философия, Психология, Социология. – 2011. – №6. – С. 88–100.
51. Яновский М. И. Воздействие фильма-комедии на Я-концепцию зрителя // Культурно-историческая психология. – 2023. – №19(4). – С. 34–45.
52. Яновский М. И. Проблема изучения кинематографа в психологии // Психологический журнал. – 2010. – Т. 31. – № 5. – С. 79–88.
53. Яновский М. И. Психологическое воздействие монтажных построений в киновидеоряде // Пензенский психологический вестник. – 2014. – № 2(3). – С. 58–83.
54. Яновский М. И. Структура кинокадра и «образующие» сознания по А.Н. Леонтьеву и В.П. Зинченко // Вопросы психологии. – 2021. – №2. – С. 81–90.
55. Яновский М. И. Формы переживания присутствия и способы их воспроизведения в киномонтаже // Теоретическая и экспериментальная психология. – 2017. – № 10(1). – С. 72–81.

56. Яновский М. И., Антропова В. И. Воздействие фильма ужасов на Я-концепцию зрителя // Институт психологии Российской академии наук. Социальная и экономическая психология. – 2021. – Т. 6. – № 2(22). – С. 147–168.
57. Яновский М. И. Клевайчук Е. В. Воздействие кино на интегрированность сознания // Личностные и ситуационные детерминанты поведения и деятельности человека. Монография / Под общ. ред. А. В. Гордеевой, А. А. Кацера, М. И. Яновского. – 2017. – С. 160–177.
58. Яновский М. И., Салалайко Д. И. Различия в воздействии российской и английской киноэкранизаций сюжета на личность зрителя // Теоретическая и экспериментальная психология. – 2014. – Т. 7. – № 4. – С. 50–61.
59. Ajzen I. The theory of planned behavior // Organizational Behavior and Human Decision Processes. – 1991. – Vol. 50. – P. 179–211.
60. Anderson D. R., Fite K. V., Petrovich N., Hirsch J. Cortical Activation While Watching Video Montage: An fMRI Study // Media Psychology. – 2006. – Vol. 8. – № 1. – P. 7–24.
61. Anderson J., Anderson B. The myth of persistence of vision revisited // Journal of Film and Video. – 1993. – Vol. 45. – № 1. – P. 3–12.
62. Anderson J, Fisher B. The myth of persistence of vision // Journal of the University Film Association. – 1978. – Vol. 30. – № 4. – P. 3–8
63. Anderson J. D. The Reality of Illusion: An Ecological Approach to Cognitive Film Theory. – Carbondale: Southern Illinois University Press. – 1996. – 200 pp.
64. Appel M., Gnambs T., Richter T., Green M.C. The transportation scale–short form (TS–SF) // Media Psychology. – 2015. – Vol. 18. – № 2. – P. 243–266.
65. Appel M., Mengelkamp C. Watching Videos on a Smartphone: Do Small Screens Impair Narrative Transportation? // Media Psychology. – 2022. – Vol. 25. – № 5. – P. 653–674.
66. Appel M., Richter T. Transportation and Need for Affect in Narrative Persuasion: A Mediated Moderation Model // Media Psychology. – 2010. – Vol. 13. – № 2. – P. 101–135.

67. Appel M., Schreiner C., Haffmans M. B., Richter T. The mediating role of event-congruent emotions in narrative persuasion // *Poetics*. – 2019. – Vol. 77. – Article 101385.
68. Balint K., Tan E. “It feels like there are hooks inside my chest”: The Construction of Narrative Absorption Experiences Using Image Schemata // *Projections*. – 2015. – Vol. 9. – № 2. – P. 63–88.
69. Ballard A. M., Davis A., Hoffner C. A. The impact of health narratives on persuasion in African American women: A systematic review and meta-analysis // *Health Communication*. – 2020. – Vol. 36. – № 5. – P. 560–571.
70. Bandura A., Ross D., Ross S. A. Imitation of film-mediated aggressive models // *Journal of Abnormal and Social Psychology*. – 1963. – Vol. 66. – № 1. – P. 3–11.
71. Batat W., Wohlfeil M. Getting Lost “Into the Wild”: Understanding Consumers’ Movie Enjoyment Through a Narrative Transportation Approach // *Advances in Consumer Research*. – 2009. – Vol. 36. – P. 372–377.
72. Beaton D. E., Bombardier C., Guillemin F., Ferraz M. B. Guidelines for the Process of Cross-Cultural Adaptation of Self-Report Measures // *Spine*. – Vol. 25 – № 24. – P. 3186–3191.
73. Bezdek M. A., Gerrig R. J. When narrative transportation narrows attention: changes in attentional focus during suspenseful film viewing // *Media Psychology*. – 2017. – Vol. 20. № 1. P. 60–89.
74. Bezdek M. A., Gerrig R. J., Wenzel W. G., Shin J., Revill K. P., Schumacher E. H. Neural evidence that suspense narrows attentional focus // *Neuroscience*. – 2015. – Vol. 303. – P. 338–345.
75. Bhalla A., Thulasiram R., Goyal P., Thakkar A., Reddy B., Shrivastav A., Hashmi S. Investigating the Effects of Cinematic Content on Psychological Attitudes towards Social Issues // *Evolutionary Studies In Imaginative Culture*. – 2024. – Vol. 8.2. – S2. – P. 1032–1040.
76. Bieniek-Tobasco A., Rimal R. N., McCormick S., Harrington C. B. The power of being transported: Efficacy beliefs, risk perceptions, and political affiliation in the

context of climate change // *Science Communication*. – 2020. – Vol. 42. – № 6. – P. 776–802.

77. Bilandzic H., Sukalla F. The role of fictional film exposure and narrative engagement for personal norms, guilt and intentions to protect the climate // *Environmental Communication*. – 2019. – Vol. 13. – № 8. – P. 1069–1086.

78. Blumer H. *Movies and conduct*. – NY: Macmillan company. – 1933. – 257 p.

79. Boyan A. Narrative impact: Transportation and telepresence differences in viewers of restructured televised narratives // *Conference Papers – International Communication Association*. – 2006. – P. 1-33.

80. Bozeman B. B., Condit C. M., Grossman G. D. Do Conservation Films Generate Support for Conservation? A Case Study Using Transportation Theory and Hidden Rivers // *Science Communication*. – 2022. – Vol. 44. – № 6. – P. 814–842.

81. Brechman J. M. Narrative “flow”: A model of narrative processing and its impact on information processing, knowledge acquisition and persuasion. – Doctoral dissertation. – University of Pennsylvania, Philadelphia, PA. – 2010. – 181 p.

82. Brock T. C., Balloun J. L. Behavioral receptivity to dissonant communication // *Journal of Personality and Social Psychology*. – 1967. – Vol. 6. – № 4. – P. 413–428.

83. Bruneau E., Kteily N., Laustsen L. The unique effects of blatant dehumanization on attitudes and behavior towards Muslim refugees during the European refugee crisis // *Journal of Experimental Psychology: General*. – 2018. – Vol. 147. – № 5. – P. 691–708.

84. Busselle R., Bilandzic H. Measuring narrative engagement // *Media Psychology*. – 2009. – Vol. 12. – № 4. – P. 321–347.

85. Cacioppo J. T., Petty R. E., Kao C. F. The efficient assessment of need for cognition // *Journal of Personality Assessment*. – 1984. – Vol. 48. – P. 306–307.

86. Caputo N. M., Rouner D. Narrative processing of entertainment media and mental illness stigma // *Health Communication*. – 2011. – Vol. 26. – № 7. – P. 595–604.

87. Carroll J., Bever T. Segmentation in cinema perception // *Science*. – 1976. – Vol. 191. – № 4231. – P. 1053–1055.

88. Castano E. Art films foster theory of mind // *Humanities and Social Sciences Communications*. – 2021. – Vol. 8. – № 1. – Article 119.

89. Charters W. W. Motion pictures and youth. A summary. – NY: Macmillan company. – 1933. – 66 p.
90. Chung-Fat-Yim A., Cilento E., Piotrowska E., Mar R. A. Are stories just as transporting when not in your native tongue? // Language and Cognition: An Interdisciplinary Journal of Language and Cognitive Science. – 2019. – Vol. 11. – № 2. – P. 285–309.
91. Cohen J. Defining identification: A theoretical look at the identification of audiences with media characters // Mass Communication & Society. – 2001. – Vol. 4. – № 3. – P. 245–264.
92. Cummings J. J., Bailenson J. N. How immersive is enough? A meta-analysis of the effect of immersive technology on user presence // Media psychology. – 2016. – Vol. 19. – № 2. – P. 272–309.
93. Cutting J. E. Movies on Our Minds: The Evolution of Cinematic Engagement. – New York: Oxford University Press. – 2021. – 400 p.
94. Cutting J. E. Narrative theory and the dynamics of popular movies // Psychonomic bulletin & review. – 2016. – Vol. 23. – № 6. – P. 1713–1743.
95. Cutting J. E. The framing of characters in popular movies // Art & Perception. – 2015. – Vol. 3. – № 2. – P. 191–212.
96. Cutting J. E. The shape and psychophysics of cinematics space // Behavior Research Methods. – 1986. – Vol. 18. – № 6. – P. 551–558.
97. Cutting J. E. Perceiving scenes in film and in the world // Anderson J. D., Anderson B. F. (Eds.) Moving image theory: ecological considerations. – Carbondale: University of South Carolina Press. – 2005. – P. 9–27.
98. Cutting J. E., DeLong J. E., Nothelfer C. E. Attention and the evolution of Hollywood film // Psychological science. – 2010. – Vol. 21. – № 3. – P. 432–439.
99. Cutting J. E., Vishton P. M. Perceiving layout and knowing distances: the interaction, relative potency, and contextual use of different information about depth // Epstein W., Rogers S. (Eds.) Perception of space and motion. – San Diego: Academic Press. – 1995. – P. 69–117.
100. Csikszentmihalyi M. Finding flow. – NY: Basic Books. – 1997. – 181 p.

101. Dal Cin S., Zanna M. P., Fong G. T. Narrative Persuasion and Overcoming Resistance. // Knowles E. S., Linn J. A. (Eds.) Resistance and persuasion. – Lawrence Erlbaum Associates Publishers. – 2004. – P. 175–191.
102. Dysinger W., Rucknick C. A. The emotional responses of children to the motion picture situation. – NY: Macmillan Company. – 1933. – 122 p.
103. Feldman L., Chattoo C. Comedy as a Route to Social Change: The Effects of Satire and News on Persuasion about Syrian Refugees. Mass Communication and Society. – 2018. – Vol. 22. – №2. – P.277–300.
104. Fuller A. G. Narrative Transportation in Documentary Film: How Immersion into the Documentary Film Hillbilly Affects Viewers Attitudes: Thesis MS – Morgantown, 2022. – 73 p.
105. Gasper K., Clore G. L. Attending to the big picture: Mood and global versus local processing of visual information // Psychological Science. – 2002. – Vol. 13. – № 1. – P. 34– 40.
106. Gable, S. L., & Harmon-Jones, E. The motivational dimensional model of affect: Implications for breadth of attention, memory, and cognitive categorization // Cognition and Emotion. – 2010. – Vol. 24. – № 2. – P. 322–337.
107. Gerrig R. J. Experiencing narrative worlds. – New Haven, CT: Yale University Press. – 1993. – 288 p.
108. González C., Jankowska A. Measuring psychological immersion through cardiovascular response measures in subtitled films // Translation, Cognition & Behavior. – 2024. – Vol. 7. – P. 90–115.
109. Gordon R., Ciorciari J., van Laer T. Using EEG to examine the role of attention, working memory, emotion, and imagination in narrative transportation // European Journal of Marketing. – 2018. – Vol. 52. – №1/2. – P. 92–117.
110. Green M. Transportation into narrative worlds. // Frank L. B., Falzone P. (Eds.) Entertainment-education behind the scenes: Case studies for theory and practice. – Palgrave Macmillan. – 2021. – P. 87–102.
111. Green M. C. Narratives and Cancer Communication // Journal of Communication. – 2006. – Vol. 56. – P. 163–183.

112. Green M. C. Transportation into narrative worlds: The role of prior knowledge and perceived realism // *Discourse Processes*. – 2004. – Vol. 38. – № 2. – P. 247–266.
113. Green M. C., Appel M. Narrative transportation: How stories shape how we see ourselves and the world // *Advances in Experimental Social Psychology*. – 2024. – Vol. 70. – P. 1–82.
114. Green M. C., Brock T. C. The role of transportation in the persuasiveness of public narratives // *Journal of Personality and Social Psychology*. – 2000. – Vol. 79. – № 5. – P. 701–721.
115. Green M. C., Brock T. C., Kaufman G. F. Understanding media enjoyment: The role of transportation into narrative worlds // *Communication Theory*. – 2004. – Vol. 14. – № 4. – P. 311–327.
116. Green M. C., Clark J. L. Transportation into narrative worlds: implications for entertainment media influences on tobacco use // *Addiction*. – 2012. – Vol. 108. – №3. – P. 477–484.
117. Green M. C., Kass S., Carrey J., Feeney R., Herzig B., Sabini J. Transportation across media: Print versus film comparisons // *Media Psychology*. – 2008. – Vol. 11. – № 4. – P. 512–539.
118. Gulevich O.A., Sarieva I.R., Prusova I.S. Ethnic Prejudices in Russia: Questionnaire Adaptation for the Measurement of Prejudices towards Migrants // *Psychology. Journal of the Higher School of Economics*. – 2015. – Vol. 12. – № 2. – P. 112–132.
119. Hall A., Zwarun L. Challenging entertainment: Enjoyment, transportation, and need for cognition in relation to fictional films viewed online // *Mass Communication and Society*. – 2012. – Vol. 15. – № 3. – P. 384–406.
120. Hanich J., Wagner V., Shah M., Jacobsen T., Menninghaus W. Why we like to watch sad films. The pleasure of being moved in aesthetic experiences // *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*. – 2014. – Vol. 8. – № 2. – P. 130–143.
121. Hasson U., Nir Y., Levy I., Fuhrmann G., Malach R. Intersubject synchronization of cortical vision during natural vision // *Science*. – 2003. – Vol. 303. – P. 1634–1640

122. Heider F., Simmel M. An experimental study of apparent behavior // The American Journal of Psychology. – 1944. – Vol. 57. – P. 243–259.
123. Herget A. K. Well-known and unknown music as an emotionalizing carrier of meaning in film // Media Psychology. – 2021. – Vol. 24. – № 3. – P. 385–412.
124. Hinde S. J., Smith T. J., Gilchrist I. D. In search of oculomotor capture during film viewing: implications for the balance of top-down and bottom-up control in the saccadic system // Vision Research. – 2017. – Vol. 134. – P. 7–17.
125. Hochberg J (1986) Representation of motion and space in video and cinematic displays. In: Boff KR, Kaufman L, Thomas JP (eds) Handbook of perception and human performance, Vol I. Wiley, New York, NY, pp 22- 1–22-64
126. Hochberg, J., Brooks, V. The perception of motion pictures. // E. C. Cartarette and M. Friedman (Eds.). Handbook of perception. Vol. X. – NY: Academic Press. – 1978. – P. 259–304.
127. Hochberg J., Brooks V. The perception of motion pictures. // Friedman M. P., Carterette E. C. (Eds.) Cognitive ecology. – NY: Academic Press. – 1996. – P. 205–292.
128. Holaday P. W., Stoddart G. D. Getting ideas from the movies. – NY: Macmillan company. – 1933. – 102 p.
129. Hovland C. I., Lumsdaine A. A., Sheffield F. D. Experiments on mass communication. – Princeton, NJ: Princeton University Press. – 1949. – 345 p.
130. Huang J., Grizzard M. Beyond content: Exploring the effects of narrative structure on entertainment experience // Journal of Media Psychology: Theories, Methods, and Applications. – 2022. – Vol. 34. – № 6. – P. 348–360.
131. Igarua J., Frutos F. J. (2017). Enhancing Attitudes Toward Stigmatized Groups with Movies: Mediating and Moderating Processes of Narrative Persuasion // International Journal of Communication. – 2017. – Vol. 11. – P. 158–177.
132. Igarua J.-J. Identification with characters and narrative persuasion through fictional feature films // Communications. – 2010. – Vol. 35. – № 4. – P. 347–373.

133. Igartua J.-J., Cachón-Ramón D. Personal narratives to improve attitudes towards stigmatized immigrants: A parallel-serial mediation model // *Group Processes & Intergroup Relations*. – 2023. – Vol. 26. – № 1. – P. 96–119.
134. Isberner M.-B., Richter T., Schreiner C., Eisenbach Y., Sommer C., Appel M. Empowering stories: Transportation into narratives with strong protagonists increases self-related control beliefs // *Discourse Processes*. – 2019. – Vol. 56. – № 8. – P. 575–598.
135. Jarrier E., Bourgeon-Renault D., Derbaix M., Petr C. Narrative transportation scale: Measure development for transmedia experience // *14th International Conference on Arts and Culture Management*. – June, 2017. – Beijing, China. – URL: <https://hal.science/hal-02139849v1> (viewed: 22.04.2025).
136. Johnson B. K., Udvardi A., Eden A., Rosenbaum J. E. Spoilers go bump in the night: Impacts of minor and major reveals on horror film enjoyment // *Journal of Media Psychology: Theories, Methods, and Applications*. – 2020. – Vol. 32. – № 1. – P. 14–25.
137. Konijn E. A. The role of emotion in media use and effects // Dill K. E. (Ed.) *The Oxford Handbook of Media Psychology*. – NY: Oxford University Press. – 2013. – P. 186–211.
138. Kreuter M., Green M., Cappella J., Slater M. Wise M., Storey D., Clark E., O’Keefe D., Erwin D., Holmes K., Hinyard L., Houston T., Woolley S. Narrative communication in cancer prevention and control: a framework to guide research and application. // *Annals of behavioral medicine : a publication of the Society of Behavioral Medicine*. – 2007. – Vol. 33. – P. 221–235.
139. Kruger J.-L., Doherty S., Ibrahim R. Electroencephalographic beta coherence as an objective measure of psychological immersion in film // *International Journal of Translation*. – 2017. – Vol. 19. – P. 99–111.
140. Kubrak T. Impact of films: Changes in young People's attitudes after watching a movie // *Behavioral Sciences*. – 2020. – Vol. 10. – № 5. – P. 86.

141. Kubrak T. A. Psychological correlates of movie preferences in the situation of the COVID-19 pandemic // *Psychology. Journal of the Higher School of Economics*. – 2023. – Vol. 20. – № 4. – P. 814–831.
142. Kyshtymova I. M., Kyshtymova K. C. Particularities in the Perception of the Characters of ‘The Walking Dead’ TV Drama by Teenagers // *Media Education*. – 2019. – Vol. 59. – № 2. – P.296–308.
143. Kyshtymova I. M., Matveeva L. V., Deineko A. A. Cartoon Image of the Mother, its Perception by Elementary School Students and Correction in the Process of Media Education // *Changing Societies and Personalities*. – 2021. – Vol. 5. – № 3. – P. 405–421.
144. Lazić A., Žeželj I. A systematic review of narrative interventions: Lessons for countering anti-vaccination conspiracy theories and misinformation // *Public Understanding of Science*, – 2021. – Vol. 30. № 6. – P. 644–670.
145. Lee K. M. Presence, Explicated // *Communication Theory*. – Vol. 14. – № 1. – P. 27–50.
146. Levin D. T., Hymel A. M., Baker L. Belief, desire, action, and other stuff: Theory of mind in movies // Shimamura A. P. (Ed.) *Psychocinematics: Exploring cognition at the movies*. – Oxford University Press. – 2013. – P. 244–266.
147. Loschky L. C., Larson A. M., Magliano J. P., Smith T. J. What would jaws do? The tyranny of film and the relationship between gaze and higher-level narrative comprehension // *PLOS One*. – 2015. – Vol. 10. – № 11. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0142474>
148. Luan L., Liu W., Zhang R., Hu S. Introducing cognitive psychology in film studies: Redefining affordance // *International Journal of Education and Humanities*. – 2022. – Vol. 2. – № 3. – P.70–78.
149. Maccoby E. E., Wilson W. C. Identification and observational learning from films // *The Journal of Abnormal and Social Psychology*. – 1957. – Vol. 55. – № 1. – P. 76–87.
150. Magliano J. P., Zacks J. M. The impact of continuity editing in narrative film on event segmentation. – *Cognitive Science*. – 2011. – Vol. 35. – № 8. – P. 1489–1517.

151. Martin G. (Why) Do You Like Scary Movies? A Review of the Empirical Research on Psychological Responses to Horror Films // *Frontiers in Psychology*. – 2019. – Vol. 10. – Article 2298.
152. Mazzocco P. J., Green M. C., Sasota J. A., Jones N. M. This story is not for everyone: Transportability and narrative persuasion // *Social Psychological and Personality Science*. – 2010. – Vol. 1. – № 4. – P. 361–368.
153. McKinley C. Examining dimensions of character involvement as contributing factors in television viewers' binge drinking perceptions. – Doctoral dissertation. – University of Arizona, Tucson, AZ. – 2010.
154. Meade T. What moves you? Testing personality characteristics for transportability in entertainment. // *Journal of Mass Communication and Journalism*. – 2015. – Vol. 5. – № 9. – P. 1–6.
155. Michael D. N., Maccoby N. Factors influencing verbal learning from films under varying conditions of audience participation // *Journal of Experimental Psychology*. – 1953. – Vol. 46. – P. 411–418.
156. Michotte A. *La Perception de la Causalité*. – Louvain: Editions de l'Institut Supérieur de Philosophie. – 1946. – 296 p.
157. Morris B. S., Chrysochou P., Christensen J. D., Orquin J. L., Barraza J., Zak P. J., Mitkidis P. Stories vs. facts: triggering emotion and action-taking on climate change // *Climatic change*. – 2019. – Vol. 154. – № 1. – P. 19–36.
158. Moyer-Gusé E., Dale K. R., Ortiz M. Reducing prejudice through narratives: An examination of the mechanisms of vicarious intergroup contact // *Journal of Media Psychology: Theories, Methods, and Applications*. – 2019. – Vol. 31. – № 4. – P. 185–195.
159. Murphy S., Frank L., Chatterjee J., Baezconde-Garbanati L. Narrative versus Nonnarrative: The Role of Identification, Transportation, and Emotion in Reducing Health Disparities // *The Journal of communication*. – 2013. – Vol. 63. – № 1. – P. 116–137.

160. Nabi R. L. Laughing in the Face of Fear (of Disease Detection): Using Humor to Promote Cancer Self-Examination Behavior. – Health Communication. – 2015. – Vol. 31. – № 7. – P. 873–883.
161. Nabi R. L., Green M. C. The Role of a Narrative's Emotional Flow in Promoting Persuasive Outcomes // Media Psychology. – 2014. – Vol. 18. – № 2. – P. 137–162.
162. Nowack K. From inglorious basterds, aliens, and hobbits: The structure of fictional film genre preferences and its relationship with time perspective and individual time span orientation // Psychology of Popular Media. – 2025. – Vol. 14. – № 1. – P. 144–154.
163. Oliver M. B., Dillard J. P., Bae K., Tamul D. J. The effect of narrative news format on empathy for stigmatized groups // Journalism & Mass Communication Quarterly. – 2012. – Vol. 89. – № 2. – P. 205–224.
164. Oschatz C., Marker C. Long-term persuasive effects in narrative communication research: A meta-analysis // Journal of Communication. – 2020. – Vol. 70. – № 4. – P. 473–496.
165. Owen B., Riggs M. Transportation, need for cognition, and affective disposition as factors in enjoyment of film narratives // Scientific Study of Literature. – 2012. – Vol. 2. – № 1. – P. 128–149.
166. Paluck E. L., Porat R., Clark C. S., Green D. P. Prejudice reduction: Progress and challenges // Annual Review of Psychology. – 2021. – Vol. 72. – № 1. – P. 522–560.
167. Pannu A., Goyal R. K. Cinematherapy for Depression: Exploring the Therapeutic Potential of Films in Mental Health Treatment // The Journal of Psychology. – 2024. – Vol. 159. – № 5. – P. 329–357.
168. Paravati E., Fitzgerald K., Green M. C., McAllister C., Moore M. M. Narratives to increase prosociality toward refugees // International Journal of Communication. – 2022. – Vol. 16. – P. 2551–2572.
169. Pearl R. L., Puhl R. M., Brownell K. D. Positive media portrayals of obese persons: Impact on attitudes and image preferences. – Health Psychology. – 2012. – Vol. 31. – № 6. – P. 821–829.

170. Peterson R. S., Thurston L. L. Motion pictures and the social attitudes of children. – NY: Macmillan company. – 1933. – 73 p.
171. Pettigrew T. F., Meertens R. W. Subtle and blatant prejudice in Western Europe // European Journal of Social Psychology. – 1995. – Vol. 57. – P. 57–75.
172. Pettigrew T. F., Tropp L. R. How does intergroup contact reduce prejudice? Meta-analytic tests of three mediators // European Journal of Social Psychology. – 2008. – Vol. 38. – № 6. – P. 922–934.
173. Rain M., Cilento E., Mar R. A. Adult attachment and transportation into narrative worlds. // Personal Relationships. – 2017. – Vol. 24. – № 1. – P. 49–74.
174. Razpurker-Apfeld I., Tal-Or N. Sweet love, bitter breakup: Exploring the impact of food intake on identification with media characters // Media Psychology. – 2025. – P. 1–26.
175. Riazi Moghaddam M., Keshavarz M. Examining the role of dark personality styles (narcissistic, psychotic, and Machiavellian) on the choice of genre of movies concerning the moderating role of gender // Psychological Researches in Management. – 2023. – Vol. 10. – № 2. – P. 151–168. (In Persian)
176. Rosenbaum J. E., Johnson B. K. Who's afraid of spoilers? Need for cognition, need for affect, and narrative selection and enjoyment // Psychology of Popular Media Culture. – 2016. – Vol. 5. – № 3. – P. 273–289.
177. Russell C. A., Hamby A. M., Grube J. W., Russell D. W. When do public health epilogues correct the influence of alcohol story lines on youth? The interplay of narrative transportation and persuasion knowledge // Journal of Public Policy & Marketing. – 2019. – Vol. 38. – № 3. – P. 316–331.
178. Sestir M. A., Moore M. M., Green M. C. Transportation. // Van den Bulck J. (Ed.) The International Encyclopedia of Media Psychology. – 2020.
179. Sestir M., Green M. C. You are who you watch: Identification and transportation effects on temporary self-concept // Social Influence. – 2010. – Vol. 5. – № 4. – P. 272–288.

180. Schmidt M. L. C. R., Winkler J. R., Appel M., Richter T. Emotional shifts, event-congruent emotions, and transportation in narrative persuasion // *Discourse Processes*. – 2023. – Vol. 60. – № 7. – P. 502–521.
181. Schramm W. Carl Hovland: Experiments, attitudes, and communication. // Chaffee S. H., Rogers E. M. (Eds.) *The beginnings of communication study in America: A personal memoir by Wilbur Schramm*. – Thousand Oaks, CA: Sage. – 1997. – P. 87–105.
182. Schubert T., Friedmann F., Regenbrecht H. The experience of presence: factor analytic insights // *Presence Teleoperators & Virtual Environments*. – 2001. – Vol. 10. – № 3. – P. 266–281.
183. Sheehan P. W. A shortened form of Betts' questionnaire upon mental imagery // *Journal of Clinical Psychology*. – 1967. – Vol. 23. – № 3. – P. 386–389.
184. Sherry J. L. Flow and Media Enjoyment // *Communication Theory*. – Vol. 14. – № 4. – P. 328–347.
185. Skorova L., Suvorova D. Peculiarities of Teenagers' Perception of the Characters of a Film Narrative in a Situation of Moral Choice // *International Journal of Media and Information Literacy*. – 2021. – Vol. 6. – № 2. – P. 416–425.
186. Slater M., Rouner D., Long M. Television Dramas and Support for Controversial Public Policies: Effects and Mechanisms // *Journal of Communication*. – 2006. – Vol. 56. – P. 235–252.
187. Smith T. J. The attentional theory of cinematic continuity // *Projections*. – 2012. – Vol. 6 – № 1. – P. 1–27.
188. Smith T. J., Levin D., Cutting J. E. A window on reality: perceiving edited moving images // *Current Directions in Psychological Science*. – 2012. – Vol. 21. – № 2. – P. 107–113.
189. So J. Risk convergence model: A model of media's influence on self-other social distance and personal risk perceptions. – Doctoral dissertation. – University of California, Santa Barbara, CA. – 2012. – 249 p.
190. Stouffer S. A. A sociologist looks at communications research // Waples D. (Ed.) *Print, radio, and film in a democracy: Ten papers on the administration of mass*

communications in the public interest – read before the Sixth Annual Institute of the Graduate Library School, The University of Chicago – August 4–9, 1942. – Chicago: The University of Chicago Press. – 1942. – P. 133–146.

191. Strick M., Holland R. W., van Baaren R. B., van Knippenberg, A. Finding comfort in a joke: Consolatory effects of humor through cognitive distraction // *Emotion*. – 2009. – Vol. 9. – № 4. – P. 574–578.

192. Tal-Or N., Cohen J. Understanding audience involvement: Conceptualizing and manipulating identification and transportation // *Poetics*. – 2010. – Vol. 38. № 4. P. 402–418.

193. Tal-Or N., Papirman Y. The fundamental attribution error in attributing fictional figures' characteristics to the actors // *Media Psychology*. – 2007. – Vol. 9. – № 2. – P. 331–345.

194. Tan E. A psychology of the film // *Palgrave Communications*. – 2018. – Vol. 4. – № 1. – P. 1–20.

195. Tan E. S. *Emotion and the structure of narrative film: Film as an emotion machine*. – Routledge. – 2013. – 308 p.

196. Tan S. L., Spackman M. P., Wakefield E. M. The effects of diegetic and nondiegetic music on viewers' interpretations of a film scene // *Music Perception: An Interdisciplinary Journal*. – 2017. – Vol. 34. – № 5. – P. 605–623.

197. Tarvainen J., Westman S., Oittinen P. The way films feel: Aesthetic features and mood in film // *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*. – 2015. – Vol. 9. – № 3. – P. 254.

198. Tchernev J. M., Collier J., Wang Z. There and Back Again? Exploring the Real-Time Cognitive Journey of Narrative Transportation // *Communication Research*. – 2023. – Vol. 50. – № 3. – P. 312–337.

199. Tellegen A. *Brief manual for the Differential Personality Questionnaire*. – Unpublished manuscript. – University of Minnesota, Minneapolis. – 1982.

200. Thompson J. M., Teasdale B., Duncan S., van Emde Boas E., Budelmann F., Maguire L., Dunbar R. I. M. Individual Differences in Transportation into Narrative Drama // *Review of General Psychology*. – 2018. – Vol. 22. – № 2. – P. 210–219.

201. Tiede K. E., Appel M. Reviews, expectations, and the experience of stories // *Media Psychology*. – 2020. – Vol. 23. – № 3. – P. 365–390.
202. Tukachinsky R. Experimental Manipulation of psychological involvement with media // *Communication methods and measures*. – 2014. – Vol. 8. – № 1. – P. 1–33.
203. Tukachinsky R. Processing mode and actor-character congruency as moderators of narratives' effects on viewers' attitudes. – Doctoral dissertation. – University of Arizona, Tucson, AZ. – 2012. – 138 p.
204. van Laer T., de Ruyter K., Visconti L. M., Wetzels M. The extended transportation-imagery model: A meta-analysis of the antecedents and consequences of consumers' narrative transportation. – *Journal of Consumer Research*. – 2014. – Vol. 40. – № 5. – P. 797–817.
205. Vaughn L. A., Childs K. E., Maschinski C., Paul Niño N., Ellsworth R. Regulatory fit, processing fluency, and narrative persuasion // *Social and Personality Psychology Compass*. – 2010. – Vol. 4. – № 12. – P. 1181–1192.
206. Visch V. T., Tan E. S., Molenaar D. The emotional and cognitive effect of immersion in film viewing // *Cognition and Emotion*. – 2010. – Vol. 24. – № 8. – P. 1439–1445.
207. Walkington Z., Wigman S., Bowles D. The impact of narratives and transportation on empathic responding. – *Poetics*. – 2020. – Vol. 80. – № 4. – P. 101425.
208. Wang S.-T., Tang Y.-C. How narrative transportation in movies affects audiences' positive word-of-mouth: The mediating role of emotion // *PLOS ONE*. – 2021. – Vol. 16. – № 11. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0259420>
209. Warren S. Binge-watching as a predictor of narrative transportation using HLM // *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. – 2020. – Vol. 64. № 2. P. 89–110.
210. Weibel D., Wissmath B., Mast F. W. Immersion in mediated environments: The role of personality traits // *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. – 2010. – Vol. 13. № 3. – P. 251–256.
211. Winkler J. Mengelkamp C. Appel M. Real-time responses to stories: Linking valence shifts to post-exposure emotional flow and transportation // *Communication Research Reports*. – 2022. – Vol. 39. – P. 237-247.

212. Wirth W., Hartmann T., Boecking S., Vorderer P. A., Klimmt C., Schramm H., Saari T., Laarni J., Ravaja N., Gouveia F. R., Biocca F., Gouveia L. B., Rebeiro N., Sacau A., Jäncke L., Baumgartner T., Jäncke P. A process model of the formation of spatial presence experiences // *Media Psychology*. – 2007. – Vol. 9. – № 3. – P. 493–525.
213. Zacks J. M. Constructing event representations during film comprehension. // Shimamura AP (Ed.) *Psychocinematics*. – NY: Oxford University Press. – 2013 – P. 227–243.
214. Zhang L., Hmielowski J. D., Busselle R. W. The role of distraction in altering transportation and perceived realism in experiencing television narrative // Paper presented at the International Communication Association convention. – San Francisco, CA. – 2007.
215. Zillmann D. Excitation transfer in communication-mediated aggressive behavior // *Journal of Experimental Social Psychology*. – 1971. – Vol. 7. – №4. – P. 419–434.
216. Zillmann D. Affective reactivity to others' emotional experiences. // Bryant J., Vorderer P. (Eds.) *Psychology of entertainment*. – Mahwah, NJ: Erlbaum. – 2006. – P. 151–181.
217. Zillmann D. Empathy Theory. // Donsbach W. (Ed.) *The International Encyclopedia of Communication*. – Massachusetts: Blackwell Publishing. – 2008. – P. 1530–1534.
218. Zillmann D., Bryant J. Viewer's moral sanction of retribution in the appreciation of dramatic presentations // *Journal of Experimental Social Psychology*. – 1975. – Vol. 11. – P. 572–582.
219. Zillmann D., Hay T. A., Bryant J. The effect of suspense and its resolution on the appreciation of dramatic presentations // *Journal of Research in Personality*. – 1975. – Vol. 9. – № 4. – P. 307–323.
220. Zillmann D., Johnson R. C., Hanrahan J. Pacifying effect of happy ending of communications involving aggression // *Psychological Reports*. – 1973. – Vol. 32. – № 3. – P. 967–970.

221. Zwarun L., Hall A. Narrative persuasion, transportation, and the role of need for cognition in online viewing of fantastical films // Media Psychology. – 2012. – Vol. 15. – №3. – P. 327–355.

Приложение 1
Шкала транспортиции

После просмотра фильма, пожалуйста, оцените по 7-балльной шкале, насколько Вы согласны с каждым из следующих утверждений.

- 1 — Совсем не согласен,
- 2 — Не согласен,
- 3 — Скорее не согласен,
- 4 — Нечто среднее,
- 5 — Скорее согласен,
- 6 — Согласен,
- 7 — Полностью согласен.

- 1. Во время просмотра фильма я мог(-ла) легко представить происходящие в нем события.
- 2. Во время просмотра фильма я отвлекался/отвлекалась на то, что происходило вокруг меня.
- 3. Я мог(-ла) представить себя внутри событий фильма.
- 4. Во время просмотра фильма я был(-а) мысленно вовлечен(-а) в происходящее на экране.
- 5. После окончания фильма мне было легко о нем забыть.
- 6. Во время просмотра мне хотелось узнать, чем закончится фильм.
- 7. Фильм вызвал у меня сильные эмоции.
- 8. Я думал(-а) о том, как фильм мог бы закончиться по-другому.
- 9. Я замечал(-а), что мои мысли где-то блуждали во время просмотра фильма.
- 10. События фильма значимы для моей жизни.
- 11. События фильма изменили мою жизнь.
- 12. Во время просмотра фильма у меня сложился яркий образ [имя героя 1 / описание героя 1].
- 13. Во время просмотра фильма у меня сложился яркий образ [имя героя 2 / описание героя 2].
- 14. Во время просмотра фильма у меня сложился яркий образ [имя героя 3 / описание героя 3].
- 15. Во время просмотра фильма у меня сложился яркий образ [имя героя 4 / описание героя 4].

Приложение 2

Таблица 1. Результаты исследования нормальности распределения у 1 и 2 группы респондентов по всем показателям (драма)

Группа	Показатель	Значение Колмогорова- Смирнова	Уровень значимости
1	Транспортиция	,054	,200
	Когнитивный фактор	,053	,200
	Эмоциональный фактор	,099	,000
	Образный фактор	,080	,007
	Экономическая угроза (после просмотра)	,095	,000
	Физическая угроза (после просмотра)	,097	,000
	Избегание тесного контакта (после просмотра)	,077	,010
	PPA2	,106	,000
	ECD2	,109	,000
2	Транспортиция	,079	,200
	Когнитивный фактор	,091	,200
	Эмоциональный фактор	,087	,200
	Образный фактор	,080	,200
	Экономическая угроза (после просмотра)	,125	,029
	Физическая угроза (после просмотра)	,127	,026
	Избегание тесного контакта (после просмотра)	,092	,200
	PPA2	,087	,200
	ECD2	,192	,000
	Экономическая угроза	,085	,003

	(до просмотра)		
	Физическая угроза (до просмотра)	,067	,041
	Избегание тесного контакта (до просмотра)	,073	,017
	PPA1	,079	,007
	ECD1	,100	,000
	Эмпатия	,097	,000
	Потребность в познании	,116	,000
	Настойчивость	,108	,000
	Общительность	,118	,000
	Энергичность	,128	,000
	Экстраверсия	,074	,015
	Сочувствие	,183	,000
	Уважительность	,185	,000
	Доверие	,113	,000
	Доброжелательность	,071	,026
	Организованность	,142	,000
	Продуктивность	,137	,000
	Ответственность	,161	,000
	Добросовестность	,074	,016
	Тревожность	,133	,000
	Депрессивность	,109	,000
	Эмоциональная изменчивость	,114	,000
	Нейротизм	,074	,016
	Любознательность	,137	,000
	Эстетичность	,138	,000
	Творческое воображение	,148	,000
	Открытость опыту	,063	,074
	Индекс толерантности	,056	,200
	Позитивный аффект до просмотра фильма	,053	,200

	Негативный аффект до просмотра фильма	,165	,000
	Позитивный аффект после просмотра фильма	,079	,008
	Негативный аффект после просмотра фильма	,176	,000

Таблица 2. Результаты исследования нормальности распределения по всем показателям (комедия)

Показатель	Значение Z Колмогорова-Смирнова	Уровень значимости
Транспортиция	,093	,033
Когнитивный фактор	,123	,001
Эмоциональный фактор	,076	,173
Образный фактор	,122	,001
Экономическая угроза (после просмотра)	,107	,006
Физическая угроза (после просмотра)	,117	,002
Избегание тесного контакта (после просмотра)	,078	,136
РРА2	,102	,012
ECD2	,116	,002
Экономическая угроза (до просмотра)	,082	,095
Физическая угроза (до просмотра)	,101	,014
Избегание тесного контакта (до просмотра)	,080	,113
РРА1	,106	,008
ECD1	,144	,000
Эмпатия	,131	,000

Потребность в познании	,126	,000
Настойчивость	,127	,000
Общительность	,127	,000
Энергичность	,156	,000
Экстраверсия	,084	,081
Сочувствие	,208	,000
Уважительность	,142	,000
Доверие	,149	,000
Доброжелательность	,094	,031
Организованность	,149	,000
Продуктивность	,128	,000
Ответственность	,139	,000
Добросовестность	,087	,061
Тревожность	,146	,000
Депрессивность	,124	,001
Эмоциональная изменчивость	,144	,000
Нейротизм	,082	,095
Любознательность	,146	,000
Эстетичность	,143	,000
Творческое воображение	,158	,000
Открытость опыту	,049	,200
Индекс толерантности	,067	,200
Позитивный аффект до просмотра фильма	,086	,063
Негативный аффект до просмотра фильма	,149	,000
Позитивный аффект после просмотра фильма	,054	,200
Негативный аффект после просмотра фильма	,212	,000