

INDIVIDUAL PSYCHOLOGICAL CHARACTERISTICS AND THE CINEMA PREFERENCES OF THE MODERN VIEWER²

Assoc. Prof. Nelly Koleva, Doctor of Psychological Sciences

Department of Social Sciences

“Assen Zlatarov” Univesity

Phone: 088-826 1174

E-mail: koleva_nelly@abv.bg

Abstract: *There is an opinion that media influence the formation of human preferences and define the behavior of the person. The call to one or another cinema genre may trigger regulatory factors such as striving to get rid of bad mood, or testing strong negative emotions.*

In the course of the research, we used the methodologies: original "Cinema-preference" methodology and R. Ketel's eight-factor model of personality traits. The selection of movies is based on their basic characteristics, which form the typology of visual preferences for the young audience. A factor structure of cinema preferences has been developed in order to demonstrate a certain attractiveness of the respondents for the selection of films.

In order to determine the relationship between the cinema-viewer's preferences and their personality traits, a Pirson's coefficient was calculated and a correlation analysis of the significance of the genre factors was made.

In conclusion, a structural scheme of cinema-preference is made according to the personality traits of modern youth.

Keywords: *Factor structure of cinema genres; eight-factor analysis of the personality*

ВЪВЕДЕНИЕ

Глобализация на информационното пространство и активната медиатизация на съвременните хора, понастоящем е проблем с психологическите механизми на медиен дискурс. Създаването на масмедийна картина на света все повече се увеличава и определя постъпките на хората, като придобива значението на втората реалност. (Кубрак Т.А., Гребенщикова Т.А., Павлова Н.Д.; 2017;).

Значението на киното се определя преди всичко от потенциала на неговото въздействие. Филмовият дискурс, като любим медиен дискурс, отразява съществуващите идеи, нагласи мнения и в същото време формира влияние на ценности, норми, оценки на младежката аудитория. Съвременните филмите създават представите за реалността, преобразуват образи, променят нагласи и стереотипи: например, стереотипите за пол и етническа принадлежност, образа на професиите, представите за семейните модели и за справедливост в света и пр.

Психологическите въпроси са съсредоточени върху ролята на медиите. Киното се ражда, като най-реалистичното изкуство и въпросът за достоверността му остава и до днес един от най-важните критерии за убедителността и успеха на един филм. Със силата на своето влияние то е в състояние да представя и променя характери и съдби на хората. Създава модели на подражание и начин на живот. Превръща се в перфектното място за отправяне на съобщение към огромна аудитория. Киното е в състояние да прокарава нови разсъждения в отношенията между хората, може да променя поведението, вижданията на човек за света и за себе си, да промени кариерата му, да насърчава разчупването на общо възприети норми на поведение. Понякога дори играе основна роля за цялостна промяна в живота на човека.

Психологическите и социално-психологическите механизми, които карат хората да постъпват по един или друг начин, формират основата за оказване на убеждаващо въздействие върху тях. А опознаването и разбирането на тези механизми дава до голяма степен отговор на въпроса защо хората се поддават на убеждаване. За разбирането на техния характер най-

² Докладът е с оригинално заглавие на български език: ИНДИВИДУАЛНИ ПСИХОЛОГИЧЕСКИ ХАРАКТЕРИСТИКИ И КИНО-ПРЕДПОЧИТАНИЯ НА СЪВРЕМЕННИЯ ЗРИТЕЛ

голямо значение имат две научни направления в психологията – „психологията на личността“ и „социалната психология“, които се развиват предимно през XX век.

Научният интерес се отнася не само до въздействието, но и до свързаните с него въпроси за активността на човека при взаимодействието с медиите, психологическите закономерности при избора на поведение на потребителите. Въпреки многобройните факти за ефективността на въздействието, известно е, че човек не е пасивен обект на влияние. Възможно е, да се говори за селективност и мотивирана обусловеност на избора и човек по време на своя живот става субект на своята мас медийна активност. (Латынов, 2013).

Интерактивните теории развиват представите за това, че субектът при обръщането си към медиапродукции избира такива, които удовлетворяват неговите психологически потребности, създават обкръжаваща среда, отразяват собствените му личностни черти (Buss, 1987 и др.). Съществува едно мнение за представяне на неговия вид: самите медии влияят върху формирането на човешките предпочитания и дефинират поведението на личността - модел „употреба и зависимости“ (Rubin, Windahl, 1986).

Призивът към един или друг кино жанр, може да носи компенсаторен характер (Воскресенская, 2016) и да обуславя регулаторни фактори като: стремеж да се избегнем от лошо настроение (Oliver, 2008; и т.н.), или изпитване на силни негативни емоции (Mares, 2008). В психо-динамичните традиции на киното често се разглеждат като се заместват дейности с помощта, на което е възможно да се постигне катарзис (Korbut, 2017). У учениците основа за избора на филми са ярко изразения интерес към всичко това, което е популярно, модерно, престижно. Те се отнасят до киното като средство за удовлетворяване на потребности за развлечение, отдих, начин за запълване на свободното време (Крупник, 1999). Така също филмите се явяват взаимосвързани с отношенията между половите и възрастовите характеристики и мултипликационните предпочитания при учениците в младша възраст (Собкин, Скобельцина, 2014).

МЕТОД НА ИЗСЛЕДВАНЕ

В изследването взеха участие 45 човека: 37,8 % мъже и 62,2 % жени (17 мъже и 28 жени); възраст на респондентите — от 16 до 28 години (средна възраст — 21 години (M=21). Респондентите са доброволно подбрани между ученици гимназиален курс и студенти.

В работата сме използвали следните методики: оригинална методика „Кино-предпочитания“, и осемфакторен модел на личностни черти на Р. Кетел.

1. Разработена е оригинална методика за изследване на кино-предпочитанията на зрителя. Методика съдържа въпроси, отнасящи се към социално-демографски характеристики на респондентите, лични предпочитание за гледане на филми и за техния подбор.

Основният блок от въпроси, насочени към идентифициране на жанрови предпочитания, включва списък от жанрове на филми, които от една страна напълно отразяват целия спектър филмовото производство, от друга страна, напълно са познати на мнозинството от респондентите.

На първия етап при разработването му са използвани списъци с жанрове от различни източници: уеб сайтове, които имат информация за кинематографията, сайтове предлагащи филмово съдържание (онлайн кинотеатър). Подбрани са най-популярните, както български, така и чуждестранни интернет ресурси. След това с помощта на трима експерти съставихме списъци с жанрове, две от които включват повече от четиридесет наименования. На следващия етап бяха избрани само кино жанрове, представени в списъците. Одобрен е основен списък от 23 жанра, а от останалите - още 13 допълнителни. Експертната група в процеса на обсъждане отдели някои специални жанрове (например „филм ноар“ - от френски: *Film noir*, „черен филм“, е термин, който се използва за обозначаване на холивудските криминални драми от средата на миналия век).

Бяха премахнати „психологически трилър“ / „трилър“). Избрани са най-популярните имена – „авторско кино“, а не „авангардно кино“, „арт-хаус“, „независимо кино“ и са уточнени неспецифичните – „черна комедия“ вместо „черен хумор“.

В резултат на това е оформен окончателният списък, който включваше 28 жанра: авторско кино, анимация, биография, екшън филм, западен, военен, детектив, документален филм, драма, историческа, класическо световно кино, комедия, криминален, мелодрама, мистичен, музикален, мнимо кино, приключенски, психологическа драма, романтична комедия, спортен, трилър, филм с бедствия и аварии, филм на ужасите, фантастика, черно комедия, филмова адаптация, еротика. Респондентите трябваше да дадат своята преценка за всеки от изброените жанра в 7-точкова скала - от „изобщо не до „да“ наистина харесвам“.

2. Използван е въпросник с осем фактора за личността, включващ 60 изказвания – циклотимия (общителност); интелектуалност; експанзивност; впечатлителност; сила на свръхаза; рационализъм; радикализъм; самоконтрол.

Респондентите изразяват съгласието / несъгласие с всеки от предложените изказвания, като използват пет бална оценка - от „Вие напълно сте несъгласни“ - до „Вие напълно сте съгласни“.

Процедура

За провеждане на изследването е разработена електронна версия на двете методики. Всички респонденти вземат участие онлайн, отговарят на въпросите или дават своята оценка на твърденията по представените две методики.

РЕЗУЛТАТИ И ТЯХНОТО ОБСЪЖДАНЕ

В резултат на фактурния анализа от получените данни с помощта на методиката „Кинопредпочитания“, отчетено е влиянието на шест фактора, определящи жанровите предпочитания (Табл. 1.) Произтичащата фактурна структура дава възможност за смислено тълкуване на всеки фактор чрез няколко първоначални променливи.

Първият фактор, наречен „*драматизъм*“, включва такива жанрове като драма, биографията, класическо световно кино, психологическата драма, историческо кино, документални филми и обединява филми, характеризиращи се с определена сложността и драматичен сюжет, традиционни форми проблемен и смислен сюжет. В допълнение, тези жанрове по правило са реалистични и значително се различават в психологията на разказа.

Вторият фактор, наречен „*екстремалност*“, се определя от следните жанрове: трилър, филм на ужасите, черна комедия, филмова катастрофа, мистицизъм, еротика. Тези филми се характеризират с повишено напрежение и емоционалност, които създават атмосфера на тревожна несигурност и напрегнато очакване в обикновени житейски преживявания. Очевидно, такава екстраординарна емоционалността включва в този фактор както черни комедии, така и еротични филми, съдържанието на които има известно табу в обществото.

Третият фактор „*фантастичност*“ съчетава следните жанрове: фантастика, мистичност, приключение. От една страна, нереалистичното и фантастично съдържание свързва филми с мистицизъм, а от друга страна, определена „авантюристичност“ на сюжета - филмите свързани с приключение. Такова сливане на жанрове показва комбинация от развлечения с отклонение от реалността, съсредоточаване върху фантазии и въображаеми събития. Включени в този фактор са и филмите с научна фантастика.

Четвъртият фактор, наречен „*мъжественост*“, се представя от бойни, западни, военни и криминални жанрове. Жанровете, включени в този фактор, асоциират съзнанието до така наречените „мъжки“ филми, чиито предмети характеризират остротата и динамиката, героизма на актьорите, наличие на трикове, сила, енергия, насилие и жестокост, това са филми на действието - екшън филми.

Петият фактор „*лекост*“ включва романтична комедия, мелодрама и спортни филми - забавни филми с проста история и позитивно-емоционален сюжет. Включването на филми по спортни теми в това фактор означава, че младежката аудитория оценява спорта в киното като развлекателно. Тези филми се явяват леки за възприемане и като правило завършват с щастлив края.

Шестият фактор, наречен „*ексцентричност*“, включва такива жанрове като: няма кино, анимация, авторско кино. Този фактор, независимо от различните в него жанрове се обединяват по факта, че филмовото производство е специфично, дори странно, необичайно за

повечето зрители. Този тип предпочитания може да се нарече също „оригиналност“. Интересното е, че авторското кино попада в този фактор с по-голям отколкото в първия, което показва спецификата на възприемането на такива филми от младежката аудитория.

Всеки от идентифицираните фактори може да се опише чрез съответните характеристики като сложност, драматизъм, реализъм, в случай на първия фактор, или простота, развлечения, положителна емоционалност - в случая с петия. Следователно, изборът на филми се извършва въз основа на основните им характеристики, които формират типологията на визуалните предпочитания за младата аудитория. Получената факторна структура на кино-предпочитанията демонстрира определена направляемост на респондентите за избора на филми. Разглежданата съвкупност от жанрове ни позволява да говорим за селективността на зрителя и разделят предположенията на ролята, които филмите играят в ежедневието за удовлетворяване или не, на потребностите.

Този тест респондентите решават като оценят по рангов ред всеки от факторите. Получените точки от всички респонденти за всеки фактор са осреднени при изчисляване на коефициента на Пирсън.(означени като величина A^2).

ВРЪЗКА МЕЖДУ КИНО-ПРЕДПОЧИТАНИЯТА И ИНДИВИДУАЛНИТЕ ПСИХОЛОГИЧЕСКИ ХАРАКТЕРИСТИКИ НА ЛИЧНОСТТА

За да се определи връзката между кино-предпочитанията на зрителите и техните личностни черти, е направен корелационен анализ на значението на факторите чрез оценката на личностните черти. Осемте личностни черти и оценките получени от шестте фактора на кино-предпочитанията за всеки от респондентите.

Получените точки от респондентите за всяка личностна черта са осреднени и попълнени в табл. 1 (означени с „A,B,S,D,E,F,G,K“).

Таблица 1. Корелационна зависимост чрез коефициент на Пирсън r

Фактори за кино-предпочитания	Общителност А	Интелигентност В	Експанзивност С	Впечатлителност D	Сила на „свърхаза“ Е	Рационализъм F	Радикализъм G	Самоконтрол K
Драматизъм	,072	,175	,084	,265	,136	,349	,213	,121
Екстремалност	,117	,082	,072	,157	-,083	,054	,077	,108
Фантастичност	,034	,120	-,164	,072	,009	,124	,162	,078
Мъжественост	-,054	,086	,258	,238	,323	-,116	,185	,166
Лекост	,211	-,170	,216	-,184	-,054	-,175	-,209	,228
Ексцентричност	,094	,325	-,108	,210	,048	,345	-,318	,102

Коефициентът на Пирсън е изчислен по следната формула:

$$r_{xA} = \frac{n \sum_{i=1}^n xA - \sum_{i=1}^n x \sum_{i=1}^n A}{\sqrt{[\sum_{i=1}^n x^2 - (\sum_{i=1}^n x)^2][n \sum_{i=1}^n A^2 - (\sum_{i=1}^n A)^2]}} \quad (1)$$

Където: n - брой на факторите; x - стойност на фактор за кино-предпочитания; A - стойност на личностната характеристика (приема стойности по A, B, C, D, E, F, G, K.)

Както се вижда от таблица 1, факторът „Драматизъм“ / „Впечатлителност“ е с положителна корелация с фактора „Рационализъм“ ($r = 0,349$). Това означава, че тези, които предпочитат филми, които са сложни и проблематични, са отворени за нови преживявания, нови знания и опит. Вероятно широк спектър от интереси, определя техните кино-предпочитания. В допълнение, някои от респондентите с подчертан радикализъм харесват филми, свързани с класиците на световното кино, които се считат за кинематографското изкуство.

Факторът „Екстремалност“ е с положителна корелация с „Впечатлителност“ ($r=0,157$). Филмите с повишена интензивност и емоционалност често се избират от онези, които са с ниско ниво на рационализъм и радикализъм, но изразена общителност и високи нива на

самоконтрол. Намалената тенденция към просоциално поведение вероятно определя предпочитанията към такива жанрове като черна комедия и еротика.

Фактор „Фантастичност“ е отрицателно корелиран с „Експанзивност“ ($r = -0,164$) и положително с радикализъм ($r=0,162$). Филми с измислен сюжет, както и позволяващи да избягат от реалността на първо място предпочитат интроверсните зрители.

Факторът „Мъжественост“ е свързан положителна корелация с „Сила на свръхаза“ ($r=0,323$), „Експанзивност“ ($r=0,258$) и „Впечатлителност“ ($r=0,238$). Зрителите с предпочитания на удоволствието от динамичното и дори твърди филмите от своя страна са хора, уверени в себе си, които сами по себе си се идентифицират с героите, преживяващи силни емоции. Те се отличават и с тяхната обществена активност, дейност, организация и целенасоченост.

Факторът „Лекост“ се свързва с „Самоконтрол“ ($r=0,228$), „Общителност“ ($r=0,216$), „Експанзивност“ ($r=0,211$) и „Радикализъм“ ($r=0,209$). Зрителите, които предпочитат забавен филм, предизвикващи положителни емоции като цяло се характеризират с общителност, доброта, а в същото време са с нисък интелект, консерватизъм и ограничени интереси.

Факторът „Ексцентричност“ е в положителна корелация с „Интелектуалност“ ($r=0,325$), „Впечатлителност“ ($r=0,210$) и „Рационализъм“ ($r=0,345$), а с отрицателна корелация с „Радикализъм“ ($r=-0,318$). И в трите групи респонденти, личностните характеристики се проявяват в преобладаване на ексцентричен филмови като черти като импулсивност, непоследователност и нестандартно поведение, което до известна степен се отразява на оригиналността на техния кино-предпочитания.

Личностните характеристики на зрителите, които предпочитат ексцентрично кино се пресичат с типичните характеристики на любими драма и филми с лек сюжет. Но изборът е драматични филми, както и избора на ексцентрични, е свързан с проява на интелигентност и рационализъм. Изборът на филми с лек сюжет има отрицателно отношения с тях. С тези филми намират прилики зрителите, които са общителни и експанзивни.

Цялата проба зрители може да бъде разделена на две подгрупи, намиращи се на два притивоположни полюса - любителите на леки положителни сюжети и любителите на драматичните и странни филми.

Сравнителен анализ на полови различия в кимо-предпочитанищата показва, че групата на жените (която е по-голяма), предпочитат драми и филми забавления. Мъжете са по-склонни да избират драматични, мъжествени и екстремални филми.

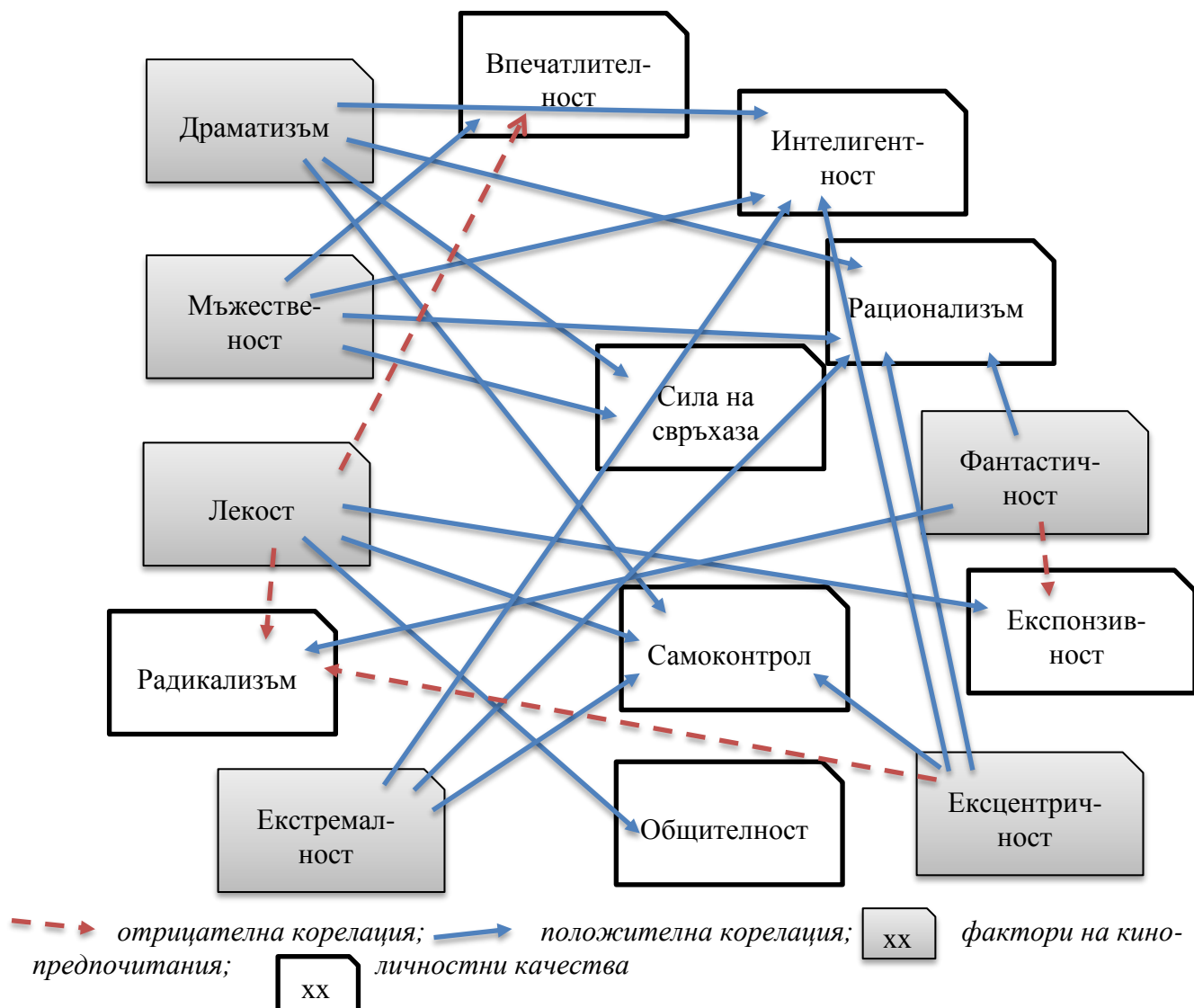
В допълнение, е направен анализ на кино-предпочитанията, личностните черти и пола с честотата на гледане на филми и разглеждане на ситуацията. Установено е, че висока честотата на гледане съществува само фактора „Лекост“. Много по-често се избират леки жанрове, заедно с драматични филми. За зрителите, филмите са основен способ за запълване на свободното време.

Данните за връзка на кино-предпочитанията и личностни черти с честотата на ситуации и филми създават психологически портрет на съвременния зрител (*виж фиг. 1.*)

ИЗВОДИ

Анализът за определя кино-предпочитанията на зрителя в структурата си съдържа шест фактора: „Драматизъм“, „Екстремалност“, „Фантастичност“, „Мъжественост“, „Лекост“ и „Ексцентричност“, който описват набор от базови характеристики и са в основата на избора на един филм на зрителя.

Цялостните основни характеристики формират типологията на жанровете предпочитания за младата аудитория. Направеното проучването разкрива връзката между кино-предпочитанията на публиката и техните личностни черти – общителност, интелектуалност, експанзивност, впечатлителност, сила на „свръхаза“, „рационализъм“, „радикализъм“ и „самоконтрол“. Зрителите предпочитат да гледат филми, които съответстват на индивидуалните им психологически характеристики.



Фиг. 1. Структурата на отношенията на личностните черти и факторите на кино-предпочитанията.

Въз основа на това се очертават два полюса на кинозрителите: от една страна, аудиторията от мъже с драматични, мъжествени и екстремални филми, от друга страна, жените екцентрични, леки по сюжет филми и фантастичност. Филмите с фактор „Екстремалност“ се харесват и от двата пола.

Това ни дава основание да говорим за съществуване на различия между половете в кино-предпочитанията. За респондентите - жени най-характерните личностни черти според въпросника на Кетел са: интелигентност, експанзивност, впечатлителност, сила на „свърхаза“ и рационализъм. За респондентите – мъже, личностните черти са: интелектуалност, експанзивност, сила на „свърхаза“, радикализъм и самоконтрол. Изборът на ситуацията за гледане на филми и на двете групи е свързан със свободното време.

Подробното изследване на индивидуално-психологическите характеристики би дало много по-точни данни за кино-предпочитанията на съвременния зрител. Посочените в настоящото изследване връзка може да се дължи на предпочитания повлияни от обкръжаващата среда на респондентите – семейство, приятели, вид на населеното място и др.

Можем да твърдим, че изборът на съвременния зрител се променя и зависи и от допълнителни ситуационни и личностни променливи. В тази връзка, в следващи наши проучвания отчитаме текущото емоционално състояние, което е водещо в определянето на избора на филм.

REFERENCES

- Воскресенская Н.Г., (2015), Социально-психологическая характеристика любителей определенных кино-жанров., *Вопросы психологии*. 2015. № 2. С. 78—87.
- Кубрак Т.А., Гребенщикова Т.А., Павлова Н.Д., (2017), Психологический портрет современного кинозрителя: структура и связи кинопредпочтений, *Экспериментальная психология*. 2017. Т. 10. №. 4. С. 5-19. doi:10.
- Латынов В.В., (2013), Психология коммуникативного воздействия. М.: Изд-во „Институт психологии РАН“, 2013.
- Buss D.M., (1987), Selection, evocation, and manipulation., *Journal of Personality and Social Psychology*. 1987. Vol. 53. P. 1214—1221.
- Korbut K.P., (2017), Psikhoanaliz o kino i kino o psikhoanalize [*Elektronnyi resurs*] [*Psychoanalysis of films and films about psychoanalysis*]. URL: <http://biblioteka.teatr-obraz.ru/node/6547> (Accessed: 11.02.2017).
- Krupnik E.P., (1999), Psikhologicheskoe vozdeistvie iskusstva [*The psychological impact of art*]. Moscow: Institut psikhologii RAN, 1999.
- Mares M.L., Oliver M.B., Cantor J., (2008), Age differences in adults' emotional motivations for exposure to films. *Media Psychology*, 2008, vol. 11, pp. 488—511.
- Oliver M.B., (2008), Tender affective states as predictors of entertainment preference. *Journal of Communication*, 2008, vol. 58, pp. 40—61.
- Sobkin V.S., Skobel'tsina K.N., (2014), Predstavleniya roditeli o mul'tiplikatsionnykh predpochteniyakh detei-doshkol'nikov [*Representations of parents about the multiplication preferences of preschool children*]. *Kul'turno-istoricheskaya psikhologiya* [*Cultural-historical psychology*], 2014, vol. 10, no. 4. pp. 37-46.
- Rubin A.M., Windahl S., (1986), The uses and dependency model of mass communication., *Critical Studies in Mass Communication*. 1986. Vol. 3. P. 184—199.