

# Нарративная транспортиция как фактор психологического воздействия кино

**Т.А. Кубрак**

Институт психологии Российской академии наук (ФГБУН «ИП РАН»),  
г. Москва, Российская Федерация  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0701-1736>, e-mail: [kubrak.tina@gmail.com](mailto:kubrak.tina@gmail.com)

**А.А. Старостина**

Государственный академический университет гуманитарных наук (ФГБОУ ВО «ГАУГН»),  
г. Москва, Российская Федерация  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3843-3069>, e-mail: [starostina.alyona@gmail.com](mailto:starostina.alyona@gmail.com)

В статье представлен подход к изучению психологического воздействия кино в контексте нарративного воздействия. Рассматривается теория транспортиции, разработанная М. Грин и Т. Брокком (Transportation Theory), и введенное ими понятие транспортиции как особого состояния вовлеченности и погруженности в нарратив, которое способствует усилению его психологического воздействия и может привести к изменению связанных с содержанием нарратива убеждений человека. Выделяются две основные группы факторов, определяющих уровень нарративной транспортиции при просмотре фильма: качество самого нарратива и индивидуально-психологические характеристики субъекта. Эмпирическое исследование, проведенное на выборке из 1171 студента от 17 до 29 лет (49,3% мужчин и 50,7% женщин), выявило половые различия в выраженности нарративной транспортиции, что могло быть обусловлено большей близостью конкретного фильма к определенной аудитории. Обнаружена связь транспортиции с эмпатией, а также с такими чертами личности, как открытость опыту и экстраверсия. Эмпатия явилась наиболее значимым предиктором транспортиции. В результате анализа высказываний о фильме респондентов с высокими и низкими значениями уровня транспортиции выделены характеристики транспортабельных нарративов: наличие смысла в фильме, важность и актуальность поставленных проблем, потенциал воздействия, а также сюжет фильма, его логичность и динамичность, реалистичность показанного и привлекательность самой истории.

**Ключевые слова:** психология кино, психологическое воздействие кино, нарративная транспортиция, теория транспортиции, нарратив.

**Для цитаты:** Кубрак Т.А., Старостина А.А. Нарративная транспортиция как фактор психологического воздействия кино // Культурно-историческая психология. 2023. Том 19. № 4. С. 26–33. DOI: <https://doi.org/10.17759/chp.2023190403>

## Narrative Transportation as a Factor of Psychological Impact of the Movie

**Tina A. Kubrak**

Institute of Psychology, Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0701-1736>, e-mail: [kubrak.tina@gmail.com](mailto:kubrak.tina@gmail.com)

**Alyona A. Starostina**

State Academic University for the Humanities, Moscow, Russia  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3843-3069>, e-mail: [starostina.alyona@gmail.com](mailto:starostina.alyona@gmail.com)

The article presents an approach to studying the psychological impact of cinema in the context of narrative influence. The theory of transportation developed by M. Green and T. Brock (Transportation Theory)

and the concept of transportation introduced by them as a special state of involvement and immersion in a narrative. It helps to enhance the psychological impact and can lead to a change in a person's beliefs related to the content of the narrative. There are two main groups of factors, which determine the level of narrative transportation: the quality of the narrative and the individual psychological characteristics of the recipient. The empirical study conducted on 1171 university students aged 17 to 29 years (49,3% men and 50,7% women;  $M=19,8$ ,  $SD=1,9$ ) showed that the level of narrative transportation differs depending on gender, which may be due to the greater proximity of a particular film to a certain audience. The study revealed a connection between transportation, empathy, as well as, openness to experience and extraversion. Empathy was the most significant predictor of transportation. The feedback of the respondents with high and low levels of transportation helped us to identify the characteristics of transportable narratives. Among them were that the film had an idea, the importance and relevance of the problems posed, a potential impact, as well as the plot of the film, its logic and dynamism, the realism of what was shown, and the attractiveness of the story itself.

**Keywords:** psychology of film, psychological impact of film, narrative transportation, Transportation Theory, narrative.

**For citation:** Kubrak T.A., Starostina A.A. Narrative Transportation as a Factor of Psychological Impact of the Movie. *Kul'turno-istoricheskaya psikhologiya = Cultural-Historical Psychology*, 2023. Vol. 19, no. 4, pp. 26–33. DOI: <https://doi.org/10.17759/chp.2023190403>

## Введение

Психология кино в современной психологической науке выделилась в отдельную область исследований, которые в условиях активно развивающегося информационного общества приобрели новую значимость [2]. Ведутся исследования в этой области и в отечественной науке, затрагивая довольно широкий круг вопросов [1; 7 и др.]. В то же время следует отметить, что таких работ еще недостаточно, ощущается нехватка общих подходов к проведению психологических исследований кино, отсутствие специальных психометрических инструментов, позволяющих определять и оценивать факторы эффективности его воздействия.

При обращении к зарубежным исследованиям обнаруживается, что проблема психологического воздействия фильмов рассматривается в контексте нарративного воздействия. Нарратив определяется как «...репрезентация ограниченного пространством и временем и связанных между собой событий с участием конкретных персонажей, которая имеет определенную структуру и содержит скрытые или явные сообщения по затрагиваемой теме» [19]. 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 [14]. Погрузившись в нарратив, человек может не заметить изменения своих убеждений или не связать их причину с источником воздействия, т. е. с самим нарративом [16].

### **Нарративная транспортация и ее особенности**

Разработанная американскими исследователями М. Грин и Т. Брокком теория транспортации (Transportation Theory) утверждает, что степень погруженности человека в нарратив коррелирует с эффек-

фективностью его влияния на убеждения человека, причем вне зависимости от того, вымышленными или реальными являются представленные в нарративе события [15]. Понятие транспортации используется для описания особого состояния погруженности человека в нарратив, включающее эмоциональные и когнитивные реакции на его содержание [15]. В состоянии транспортации, во-первых, происходит отстранение от реального мира в пользу мира повествования. Во-вторых, транспортация может вызывать переживание сильных эмоций, даже когда известно, что представленные события нереальны. В-третьих, опыт транспортации может привести к изменениям убеждений, связанных с сюжетом, и поведения, им соответствующего. Транспортация имеет общие характеристики с потоком, вовлеченностью, присутствием, погружением и идентификацией, которые описывают нарративный опыт [23].

Вместе с теорией был разработан соответствующий психометрический инструмент, измеряющий уровень транспортации — Шкала транспортации (Transportation Scale, TS). Выделено три аспекта транспортации (когнитивный, эмоциональный и образный), которые составили общий показатель транспортации, отражающий целостный опыт погруженности в нарратив. Русскоязычная версия Шкалы нарративной транспортации была апробирована в 2023 г. [3].

Первые исследования в русле теории транспортации проводились с использованием текстовых материалов [15], а позже стала использоваться и аудиовизуальная продукция [14]. Несмотря на то, что ключевые психологические составляющие транспортации сохраняются независимо от модальности стимульного материала [17], для разного типа нарративов обнаруживается своя специфика. Так, свои отличительные особенности имеет нарративная транспортация в теле- и кинопродукцию, представляя собой более сложный процесс, определяемый двойной модальностью [11].

**Манипуляции с условиями эксперимента и стимульным материалом в исследованиях транспортации**

За последние десятилетия проведено множество исследований, которые были направлены на выявление факторов, влияющих на уровень транспортации в аудиовизуальную продукцию. Так, осуществлялись манипуляции с условиями эксперимента и стимульным материалом [25]. Показано, что прерывание просмотра значительно снижало уровень транспортации [16]. Положительный отзыв о фильме способствовал ее усилению [10], а представление фильма как вымышленного или основанного на реальных событиях влияния не оказывало [13]. Преждевременное раскрытие сюжета также не сказывалось на уровне транспортации [18]. Такая формальная характеристика, как размер экрана, не влияла на транспортацию [8]; в то же время частота просмотра, а именно «запойный просмотр», могла ее ослаблять [26].

Оказывали влияние на уровень транспортации и манипуляции с самим нарративом. Так, удаление из фильма ключевых с точки зрения логики сцен и отдельных эмоционально насыщенных эпизодов приводило к ее снижению [25]. Отмечалась значимость структурированности истории и место знакового события в ней, в то же время важность отсутствия противоречий со знаниями о реальном мире или правилами мира вымышленного, которые могли прерывать ощущение погруженности в историю и вызывать скептическое отношение к ней [17].

В целом можно констатировать, что, несмотря на то, что отдельные внешние манипуляции влияли на уровень транспортации, они давали небольшой и разнородный эффект [25]. Наиболее сильным же детерминантом транспортации явилось качество самого нарратива [16; 17].

**Характеристики качественных нарративов**

Оценка нарратива является сложной исследовательской задачей, тем не менее в соответствии с представлениями о нарративе и на основе анализа накопленных данных по транспортации выделяют основные компоненты, определяющие его качество: последовательность, персонажи, структура, хронотоп и техническая реализация [19].

*Последовательность* предполагает: *связность* событий для более легкого их осмысления; *развитие сюжета* через кульминацию к развязке для усиления эмоциональной и когнитивной вовлеченности; *соответствие психологическим моделям* действий персонажей для создания ощущения реальности происходящего.

*Персонажи* характеризуются: *развитием*, понятными мотивами и эмоциями для идентификации с ними и повышения эмоциональной и когнитивной вовлеченности; *красноречием*, ясностью выражения мыслей для удержания внимания, облегчения обработки информации и понимания смысла; *интенсивностью и разнообразием эмоций* для повышения эмоциональной вовлеченности и личной значимости сюжета.

*Структура* включает: *драматическое напряжение, саспенс* для усиления эмоциональной и когни-

тивной вовлеченности; *нарушение канона*, непредсказуемые повороты в сюжете для привлечения внимания и повышения когнитивной вовлеченности, формирования нового взгляда на происходящее.

*Хронотоп* характеризуется: *реализмом* ситуаций и персонажей для усиления идентификации с ними и повышения доверия к увиденному; *узнаваемыми образами* и символами для актуализации прежнего опыта, облегчения восприятия увиденного; *соответствием культурным особенностям* аудитории для повышения идентификации, облегчения осмысления сюжета и усиления ощущения реальности.

*Техническая реализация* включает свет, монтаж, звук и т. д., с помощью которых можно управлять вниманием зрителей и повышать визуальную приятательность 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 [16; 19]. Тем не менее, резюмируя вышесказанное с опорой на эмпирические исследования, можно обозначить ключевые критерии транспортабельных нарративов: связность истории, развитие характеров персонажей, эмоциональная насыщенность сюжета, драматическая напряженность, психологический реализм [17].

**Связь транспортации с индивидуальными особенностями**

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

Изучение связи уровня транспортации с полом продемонстрировало отсутствие значимых половых различий при нарративной транспортации [15; 17; 24], хотя есть данные, что мужчины больше увлекаются одними историями, а женщины — другими [15].

Существует немало исследований о связи транспортации с потребностью в познании [15; 20 и др.]. Несмотря на то, что чаще всего она является слабой или вовсе отсутствует [15], установлено, что высокий уровень потребности в познании способствует бо льшей транспортации в серьезное кино [21]. Выявлена более сильная транспортация и более выраженный эффект нарративного убеждения у людей с высокой потребностью в аффекте [9], а также склонных к фантазированию [20]. Продолжается изучение связей нарративной транспортации с эмпатией [24].

Сравнительно недавно исследователи стали обращаться к изучению связей нарративной транспортации и медиавовлеченности с чертами личности. В ряде работ обнаружены противоречивые данные о наличии корреляций между нейротизмом и транспортацией [20; 22]. Выявлены положительные связи склонности к транспортации с такими чертами личности, как открытость опыту, доброжелательность и экстраверсия [20]. Однако полученных данных еще

недостаточно, чтобы целостно оценить вклад личностных черт в нарративную транспортию.

Завершая обзор исследований нарративной транспортии, можно заключить, что полученные в них данные обнаруживают две основные группы факторов, определяющих уровень транспортии при просмотре фильма. Одна из них относится к качеству самого нарратива, другая включает индивидуально-психологические характеристики субъекта. В связи с тем, что поставленные в работах по нарративной транспортии вопросы еще остаются открытыми и подобные исследования до настоящего времени на русскоязычной выборке не проводились, целью данной работы стал анализ факторов нарративной транспортии зрителей во время просмотра фильма с использованием русскоязычной версии Шкалы нарративной транспортии [3]. Реализация поставленной цели предполагала решение следующих задач: определение взаимосвязей индивидуально-психологических особенностей субъекта с уровнем его нарративной транспортии; выявление характеристик транспортабельных нарративов.

## Метод

### Выборка

В исследовании приняли участие 1171 человек — студенты вузов разных направлений обучения: 49,3% мужчин и 50,7% женщин (577 мужчин и 594 женщин); возраст — от 17 до 29 лет (средний возраст — 20 лет ( $M = 19,8$ ), стандартное отклонение  $SD = 1,9$ ).

Привлечение респондентов осуществлялось на безвозмездной основе через различные социальные сети и интернет-платформы университетов. Все респонденты дали информированное согласие на их добровольное и анонимное участие в исследовании.

### Методики

В работе были использованы следующие методики: Шкала нарративной транспортии [3; 15]; Опросник эмоциональной эмпатии [5]; Шкала потребности в познании [6; 12]; Сверхкраткая версия Big Five Inventory-2 [4]. Отдельно оценивалась привлекательность фильма: респонденты отвечали на вопрос, насколько им понравился просмотренный фильм, по 6-балльной шкале Ликерта от «совсем не понравился» до «очень понравился».

### Процедура

Исследование проводилось в онлайн-формате. Респонденты смотрели используемый в качестве стимульного материала фильм<sup>1</sup> и сразу после просмотра заполняли методики.

Для оценки половых различий в уровне транспортии применялся критерий  $t$ -Стьюдента. Для определения взаимосвязей зависимой переменной (нарративная транспортия) и независимых переменных (индивидуально-психологические характеристики) использовался множественный регрессионный анализ. Обработка данных проводилась с помощью пакета статистических программ IBM SPSS Statistics 23.

Выявление характеристик качественных нарративов проходило следующим образом. Во всей выборке, ранжированной по уровню транспортии, были выделены группы с низкими и высокими значениями. В «низкую» группу вошли 297 респондентов (значения уровня транспортии — от 15 до 50), в «высокую» — 299 респондентов (значения уровня транспортии — от 71 до 104). По каждой группе проводился качественно-количественный анализ ответов тех респондентов (107 высказываний), которые выразили желание написать свое впечатление о фильме, что в нем понравилось и не понравилось.

## Результаты и обсуждение

Проведен сравнительный анализ нарративной транспортии у мужчин и женщин. Обнаружено, что при просмотре одного и того же фильма выраженность нарративной транспортии у женщин значительно больше (табл. 1).

Полученные нами данные отличаются от данных ранее проведенных исследований, которые не выявили значимых половых различий в нарративной транспортии [15; 17; 24 и др.]. Такой результат может объясняться эффектом, который дает большая близость конкретного фильма к определенной аудитории, делая тот или иной нарратив более транспортабельным для нее [15]. В нашем исследовании большая выраженность транспортии у женщин, вероятно, вызвана тем, что главная героиня фильма — тоже женщина, и это может приводить к более сильной идентификации с ней женской части аудитории; сам сюжет также раскрывается с женской точки зрения,

Таблица 1

Сравнение выраженности нарративной транспортии у женщин и мужчин

...	Мужчины		Женщины		t-тест		Размер эффекта
	M	SD	M	SD	t	p	Cohen's d
Транспортия	57,82	15,036	63,25	15,751	6,030	0,000	0,353
Когнитивный фактор	22,29	6,352	25,31	6,491	8,040	0,000	0,47
Аффективный фактор	14,25	5,828	15,06	5,998	2,326	0,020	0,137
Образный фактор	21,28	6,813	22,89	6,747	4,054	0,000	0,237

<sup>1</sup> «Болезнь роста» (2021) URL: <https://www.youtube.com/watch?v=jQlX7sS1HaY>

дополнительно усиливая погруженность в нарратив. Отличающиеся результаты исследований могут подтверждать представления о влиянии особенностей самого нарратива на уровень транспортации. В связи с этим перспективным является изучение связи идентификации и нарративной транспортации, что, однако, в настоящее время затруднено отсутствием русскоязычного опросника для измерения идентификации зрителей с героями фильма.

Для анализа взаимосвязей нарративной транспортации с индивидуально-психологическими характеристиками был проведен множественный регрессионный анализ. В качестве зависимой переменной выступил показатель транспортации, в качестве независимых переменных — пол, черты личности (экстраверсия, доброжелательность, добросовестность, нейротизм, открытость новому опыту), уровень эмпатии и потребности в познании.

По данным регрессионного анализа предикторами нарративной транспортации оказались как пол, так и такие психологические характеристики, как эмпатия и относящиеся к чертам личности экстраверсия и открытость опыту (табл. 2).

Таблица 2  
**Результаты регрессионного анализа**

Переменные	Нарративная транспортация		
	B	SE B	$\beta$
Пол	2,154	0,935	0,069*
Эмпатия	0,925	0,108	0,290***
Потребность в познании	0,046	0,052	0,028
Экстраверсия	0,503	0,165	0,094**
Доброжелательность	0,347	0,209	0,052
Добросовестность	-0,353	0,185	-0,060
Нейротизм	0,099	0,176	0,020
Открытость опыту	0,409	0,190	0,066*
R <sup>2</sup>	0,147		
F	25,061***		

*Примечания:* «\*\*\*» —  $p < 0,001$ ; «\*\*» —  $p < 0,01$ , «\*» —  $p < 0,05$ .

Было выявлено, что уровень эмпатии является наиболее значимым предиктором транспортации. Это, вероятно, обусловлено тем, что эмпатия усиливает эмоциональное реагирование на увиденное и приводит к повышению уровня транспортации в нарратив. Утверждается, что большая склонность к эмпатии может непосредственно влиять на выраженность транспортации [20; 24]. Связь с потребностью в познании не обнаруживается. Несмотря на имеющиеся представления о большей мотивированности склонных к познанию людей уделять больше внимание прочитанному или увиденному [15], данные, аналогичные нашим, были получены и в ряде других исследований, показавших, что связь транспортации и потребности в познании чаще статистически незначима [15; 20]. Однако полученные результаты варьируются, что может быть обусловлено влиянием стимильного материала на силу этой связи [21].

Обнаружена значимая связь нарративной транспортации с двумя из пяти черт личности «Большой пятерки» — экстраверсией и открытостью опыту, что частично совпадает с данными других исследований [20]. Известно, что экстраверты ориентированы на поиск стимуляции вне себя, поэтому при обращении к фильмам они, вероятно, более склонны подвергаться транспортации в нарратив для достижения большего эффекта. Открытые опыту люди открыты новым знаниям и переживаниям, в связи с чем, возможно, с большим интересом относятся и к новым историям, представленным в фильмах, что усиливает их нарративную транспортацию. В то же время противоречивость данных о связи черт личности с транспортацией может быть обусловлена влиянием на уровень транспортации самого жанра фильма, привлекательность которого определяется, в том числе, и чертами личности [2]. Так, выбор драматичных фильмов связан с такой чертой, как открытость опыту [1]; и в случае просмотра драмы, как было в нашем исследовании, жанровая привлекательность фильма могла способствовать усилению нарративной транспортации. Полученные нами данные о значимой связи транспортации и привлекательности увиденного фильма (коэффициент корреляции Пирсона  $r = 0,628$ ;  $p < 0,01$ ) соответствуют этому предположению.

Несмотря на выявленные в сравнительном анализе различия в нарративной транспортации у мужчин и женщин, регрессионный анализ показал, что вклад половой принадлежности в уровень транспортации при просмотре фильма слабее, чем психологических характеристик.

В целом, полученные результаты демонстрируют наличие хоть и слабых, но значимых связей индивидуально-психологических характеристик с нарративной транспортацией, позволяя говорить о различной к ней предрасположенности [15]. Эта склонность, в первую очередь, определяется уровнем эмпатии, что находит подтверждение в большинстве исследований нарративной транспортации. В то же время данные о связях с другими характеристиками разнятся, что может объясняться влиянием качества самого нарратива как одного из основных факторов нарративной транспортации.

В связи с этим далее была поставлена задача сравнить, как респонденты, испытавшие разный уровень транспортации, выражают свое отношение к просмотренному фильму. Несмотря на то, что они смотрели один и тот же фильм, представляется, что полученные данные помогут в выявлении характеристик фильмов, способствующих усилению транспортации и соответственно определяющих качество транспортативных нарративов.

Анализ высказываний о фильме позволил выделить ряд таких характеристик, которые были отнесены респондентами как к истории, рассказанной в фильме, так и к ее кинематографическому воплощению. Приведем основные характеристики, преимущественно ими отмеченные: наличие смысла, актуальность проблемы, воздействие, эмоциональные переживания, сюжет, персонажи, концовка, реализм показанного, личностная значимость, игра актеров, привлекательность

самой истории. Следует отметить, что зрители с высоким уровнем транспортиации чаще выражали желание высказаться о фильме и делали это более развернуто.

Наибольшее количество упомянутых характеристик имело отношение к смыслу фильма. Более трети зрителей в группе с высокой транспортиацией (34% из высказавшихся) написали о наличии смысла или попытались его изложить («Мне кажется, фильм попытался обратить внимание на большое непонимание поколений в настоящее время...») в отличие от группы респондентов с низкой транспортиацией, 20% из которых, наоборот, отметили его отсутствие («Фильм не несет никаких новых идей»). Почти треть респондентов с высокой транспортиацией (31%) указывают на актуальность фильма и важность поставленных в нем проблем («Проблема действительно актуальная в наше время»), при низкой транспортиации об этом упоминает только один респондент. Аналогичные результаты получены по воздействию фильма: 21% пишут о его позитивном влиянии («Фильм действительно позволяет задуматься») и 15% — об испытанных эмоциональных переживаниях («Фильм, в целом, вызвал положительные эмоции»); в то время как при низкой транспортиации воздействие фильма не отмечает никто, а переживание эмоций, причем негативных, отмечают только несколько участников («Фильм вызывает бурю отрицательных эмоций»). Еще одной характеристикой, демонстрирующей различие позиций в контрастных по транспортиации группах, является сюжет фильма. В целом отрицательно его оценивают при низкой транспортиации 25% высказавшихся, а позитивно — 5%, при высокой транспортиации — 3% и 18% соответственно. При этом первые зачастую пишут о фильме как о скучном, банальном и нелогичном («Слишком скучный и предсказуемый сюжет»), а вторые — определяют его как динамичный, интересный и захватывающий («интересный и захватывающий сюжет»). Кроме того, при высокой транспортиации 11% зрителей оценили, хоть и по-разному, концовку фильма («неожиданный финал»), а при низкой — на нее внимание обратил только один человек. Отдельно следует выделить такую характеристику, как реализм. В группе с низкой транспортиацией 20% указывают на неправдивость представленных событий («Думаю, такого в жизни не существует»), в то время как с высокой транспортиацией — почти такое же количество респондентов отметили реалистичность показанного («Очень правдивый, отлично отражает сегодняшнюю действительность»). Еще одной характеристикой, представленность которой обнаруживается в высказываниях зрителей с высокой транспортиацией (10%) в отличие от участников с низкой транспортиацией, является личная значимость увиденного («Фильм напоминает мою жизнь»). Высказывались зрители в обеих группах и в отношении «технических» характеристик фильма, при этом одинаково позитивно оценивая музыку и операторскую работу, в то время как игра актеров упоминалась чаще зрителями с низкой транспортиацией (18% против 13%) и в половине случаев отрицательно, в отличие от зрителей с высокой транспортиацией, отмечавших хорошее артистическое исполнение.

Наконец, важной характеристикой явилась привлекательность самой истории. В этом случае зрители давали оценку событиям фильма, его героям и их действиям, воспринимая их непосредственно, как бы «изнутри» сюжета. Такие высказывания обнаруживаются в обеих группах зрителей — и с высокой (24%), и с низкой (22%) транспортиацией, однако в первом случае отношение к истории чаще позитивное, с сочувствием и эмпатией к героям («Боря красавчик, что продал наушники и купил плюшки»); во втором случае преобладает негативная оценка увиденного («Для меня главная героиня, вместе с ухажем — глупые подростки, которые совершенно не обдумали ситуацию и «сбежали»). Как уже было отмечено выше, общая оценка привлекательности фильма соответствовала уровню нарративной транспортиации.

Полученные результаты совпадают во многом с теми представлениями о качественном нарративе, которые были описаны ранее [17; 19]. Это прежде всего сюжет фильма, его логичность и динамичность, а также реалистичность показанного. Особенно «живо» зрители с низкой транспортиацией описывают несоответствие их представлений об окружающей действительности с изображенным в фильме, что снижает доверие к рассказанной истории и не способствует транспортиации [17]. В значительно меньшей степени отмечались респондентами «технические» аспекты фильма, хотя вне зависимости от уровня транспортиации они оценивались скорее позитивно. В то же время нами были выявлены и такие характеристики, как смысл, актуальность проблемы и потенциал воздействия, по-видимому, способствующие нарративной транспортиации, которые широко не упоминались ранее в работах по изучению качества нарратива. Открытыми остаются вопросы, свойственные ли эти характеристики фильмам определенных жанров и будут ли они так же важны для транспортиации в нарратив другого кино, например, развлекательного.

## Выводы

Рассмотрение проблемы психологического воздействия фильмов в контексте нарративного воздействия расширяет возможности изучения эффективности влияния кино, одним из факторов которого является нарративная транспортиация. Транспортиация представляет собой особое состояние вовлеченности и погруженности в нарратив, которое способствует усилению психологического воздействия и может привести к изменению связанных с содержанием нарратива убеждений человека. Сильным детерминантом нарративной транспортиации является качество самого нарратива, в то же время существуют данные об индивидуально-психологических различиях в склонности к транспортиации.

Результаты проведенного нами исследования демонстрируют наличие связи нарративной транспортиации с полом и отдельными психологическими характеристиками, позволяя говорить о различной к ней предрасположенности. К этим характеристикам относятся, в первую очередь, эмпатия, а также такие черты

личности, как открытость опыту и экстраверсия. В то же время различия в уровне нарративной транспортации у женщин и мужчин могут объясняться эффектом, который дает большая близость конкретного фильма к определенной аудитории, делая тот или иной нарратив более для нее транспортабельным.

В результате анализа нами выделены характеристики нарратива, способствующие усилению транспорта-

ции в него. Это прежде всего наличие смысла в фильме, важность и актуальность поставленных проблем, потенциал воздействия. Кроме того, важен сюжет фильма, его логичность и динамичность, реалистичность показанного, а также привлекательность самой истории.

Полученные в работе данные предполагают дальнейшее уточнение и намечают перспективы разработки и проведения новых экспериментальных исследований.

### Литература

1. Кубрак Т.А., Гребенщикова Т.А., Павлова Н.Д. Психологический портрет современного кинозрителя: структура взаимосвязи кинопредпочтений // Экспериментальная психология. 2017. Том 10. № 4. С. 5–19. DOI:10.17759/exppsy.2017100401
2. Кубрак Т.А., Латынов В.В. Психология кинодискурса: факторы выбора, восприятие, воздействие. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2019. 300 с.
3. Кубрак Т.А., Старостина А.А. Апробация русскоязычной версии Шкалы нарративной транспортации (Transportation Scale, TS) // Психологический журнал. 2023. Том 44. № 4. С. 83–93.
4. Мишкевич А.М., Шебетенко 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. Том 43. № 1. С. 95–108. DOI:10.31857/S020595920017744-4
5. Психодиагностика толерантности личности / Под ред. Г.У. Солдатовой, Л.А. Шайгеровой. М.: Смысл, 2008. 172 с.
6. Шебетенко С.А. Психометрика русской версии шкалы потребности в познании. // Вестник Пермского университета: Философия. Психология. Социология. 2011. № 6. С. 88–100.
7. Яновский М.И., Антропова В.И. Воздействие фильма ужасов на Я-концепцию зрителя // Институт психологии Российской академии наук. Социальная и экономическая психология. 2021. Том 6. № 2(22). С. 147–168. DOI:10.38098/ipran.sep\_2021\_22\_2\_06
8. Appel M., Mengelkamp C. Watching videos on a smartphone: do small screens impair narrative transportation? // Media Psychology. 2022. Vol. 25. № 5. P. 65–674. DOI:10.1080/15213269.2021.2025109
9. 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. DOI:10.1080/15213261003799847
10. Appel M., Schreiner C., Haffmans M.B., Richter T. The mediating role of event-congruent emotions in narrative persuasion // Poetics. 2019. Vol. 77. DOI:j.poetic.2019.101385
11. 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.
12. 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. DOI:10.1207/s15327752jpa4803\_13
13. Caputo N.M., Rouner D. Narrative processing of entertainment media and mental illness stigma // Health communication. 2011. Vol. 26. № 7. P. 595–604. DOI:10.1080/10410236.2011.560787
14. Dal Cin S., Zanna M.P., Fong G.T. Narrative persuasion and overcoming resistance // Resistance and persuasion / E.S. Knowles, J.A. Linn (Eds.). Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 2004.
15. Green M.C., Brock T.C. The role of transportation in the persuasiveness of public narratives // Journal of

### References

1. Kubrak T.A., Grebenshikova T.A., Pavlova N.D. Psychological profile of a modern viewer: the structure and correlates of movie preferences. *Experimental'nyaya psikhologiya = Experimental Psychology*, 2017. Vol. 10, no 4, pp. 5–19. DOI:10.17759/exppsy.2017100401. (In Russ.)
2. Kubrak T.A., Latynov V.V. Psychology of film discourse: factors of choice, perception, impact. Moscow: Institute of Psychology RAS, 2019. (In Russ.)
3. Kubrak T.A., Starostina A.A. Approbation of the Russian version of Transportation Scale (TS). *Psichologicheskij zhurnal [Psychological Journal]*, 2023. Vol. 44, no 4, pp. 83–93. (In Russ.)
4. Mishkevich A., Shchebetenko S., Kalugin A., Soto C., John O. The Short and Extra-Short forms of the Russian version of the Big Five Inventory-2: BFI-2-S AND BFI-2-XS. *Psikhologicheskii zhurnal [Psychological Journal]*, 2022. Vol. 43, no. 1, pp. 95–108. DOI: 10.31857/S020595920017744-4. (In Russ.)
5. Soldatova G.U. (eds.), Psychodiagnostics of personality tolerance. Moscow: Smysl, 2008. (In Russ.)
6. Shchebetenko S.A. Russian version of 18-item Need For Cognition Scale. *Vestnik Permskogo universiteta: Filosofiya. Psikhologiya. Sociologiya [Bulletin of Perm University: Philosophy. Psychology. Sociology]*, 2011, no. 6, pp. 88–100. (In Russ.)
7. Yanovsky M.I., Antropova V.I. The impact of a horror film on the viewer's self-concept. *Institut psikhologii Rossijskoj akademii nauk. Social'naya i ekonomicheskaya psikhologiya [Institute of psychology Russian Academy of Sciences. Social and economic psychology]*, 2021. Vol. 6, no. 2(22), pp. 147–168. DOI:10.38098/ipran.sep\_2021\_22\_2\_06. (In Russ.)
8. Appel M., Mengelkamp C. Watching videos on a smartphone: do small screens impair narrative transportation? *Media Psychology*, 2022. Vol. 25, no. 5, pp. 653–674. DOI:10.1080/15213269.2021.2025109
9. Appel M., Richter T. Transportation and Need for Affect in Narrative Persuasion: A Mediated Moderation Model. *Media Psychology*, 2010. Vol. 13, no. 2, pp. 101–135. DOI:10.1080/15213261003799847
10. Appel M., Schreiner C., Haffmans M.B., Richter T. The mediating role of event-congruent emotions in narrative persuasion. *Poetics*, 2019. Vol. 77. DOI:j.poetic.2019.101385
11. 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.
12. Cacioppo J.T., Petty R.E., Kao C.F. The efficient assessment of need for cognition. *Journal of Personality Assessment*, 1984. Vol. 48, pp. 306–307. DOI:10.1207/s15327752jpa4803\_13
13. Caputo N.M., Rouner D. Narrative processing of entertainment media and mental illness stigma. *Health communication*, 2011. Vol. 26, no 7, pp. 595–604. DOI:10.1080/10410236.2011.560787
14. Dal Cin S., Zanna M.P., Fong G.T. Narrative persuasion and overcoming resistance. In Knowles E.S. (eds.), *Resistance and persuasion*. Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 2004.
15. 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. P. 701–721. DOI:10.1037/0022-3514.79.5.701

16. 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. DOI:10.1111/j.1360-0443.2012.04088.x

17. Green M. Transportation into narrative worlds // *Entertainment-education behind the scenes: Case studies for theory and practice* / L.B. Frank, P. Falzone (Eds.). Palgrave Macmillan, 2021.

18. 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. DOI:10.1027/1864-1105/a000252

19. 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. DOI:10.1080/08836610701357922

20. 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. DOI:10.4172/2165-7912.1000274

21. 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. DOI:10.1075/ssol.2.1.08owe

22. Rain M., Cilento E., Mar R.A. Adult attachment and transportation into narrative worlds. // *Personal Relationships*. 2017. Vol. 24. № 1. P. 49–74. DOI:10.1111/pere.12167

23. Tan E. A psychology of the film // *Palgrave Communications*. 2018. Vol. 4. № 1. P. 82. DOI:10.1057/s41599-018-0111-y

24. 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. DOI:10.1037/gpr0000130

25. Tukachinsky R. Experimental Manipulation of psychological involvement with media // *Communication methods and measures*. 2014. Vol. 8. № 1. P. 1–33. DOI:10.1080/19312458.2013.873777

26. Wirz D., Möri M., Ort A., Cordeiro J., Castro D., Fahr A. The more you watch, the more you get?: Re-examining the effects of binge-watching on entertainment experiences // *Journal of Media Psychology*. 2023. Vol. 35. № 2. P. 99–108. DOI:10.1027/1864-1105/a000355

*Personality and Social Psychology*, 2000. Vol. 79, pp. 701–721. DOI:10.1037/0022-3514.79.5.701

16. Green M.C., Clark J.L. Transportation into narrative worlds: implications for entertainment media influences on tobacco use. *Addiction*, 2012. Vol. 108, no. 3, pp. 477–484. DOI: 10.1111/j.1360-0443.2012.04088.x

17. Green M. Transportation into narrative worlds. In Frank L.B. (eds.), *Entertainment-education behind the scenes: Case studies for theory and practice*. Palgrave Macmillan, 2021.

18. 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, no. 1, pp. 14–25. DOI:10.1027/1864-1105/a000252

19. 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, pp. 221–235. DOI:10.1080/08836610701357922

20. Meade T. What moves you? testing personality characteristics for transportability in entertainment. *Journal of Mass Communication and Journalism*, 2015. Vol. 5, no. 9, pp. 1–6. DOI:10.4172/2165-7912.1000274

21. 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, no. 1, pp. 128–149. DOI:10.1075/ssol.2.1.08owe

22. Rain M., Cilento E., Mar R.A. Adult attachment and transportation into narrative worlds. *Personal Relationships*, 2017. Vol. 24, no. 1, pp. 49–74. DOI:10.1111/pere.12167

23. Tan E. A Psychology of the Film. *Palgrave Communications*, 2018. Vol. 4, no. 1, p. 82. DOI:10.1057/s41599-018-0111-y

24. 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, no. 2, pp. 210–219. DOI:10.1037/gpr0000130

25. Tukachinsky R. Experimental Manipulation of Psychological Involvement with Media. *Communication Methods and Measures*, 2014. Vol. 8, no. 1, pp. 1–33. DOI:10.1080/19312458.2013.873777

26. Wirz D., Möri M., Ort A., Cordeiro J., Castro D., Fahr A. The more you watch, the more you get?: Re-examining the effects of binge-watching on entertainment experiences. *Journal of Media Psychology*, 2023. Vol. 35, no. 2, pp. 99–108. DOI:10.1027/1864-1105/a000355

#### Информация об авторах

Кубрак Тина Анатольевна, кандидат психологических наук, старший научный сотрудник лаборатории психологии речи и психолингвистики (ФГБУН «ИП РАН»), г. Москва, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0701-1736>, e-mail: [kubrak.tina@gmail.com](mailto:kubrak.tina@gmail.com)

Старостина Алёна Алексеевна, аспирантка факультета психологии Государственного академического университета гуманитарных наук (ФГБОУ ВО «ГАУГН»), г. Москва, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3843-3069>, e-mail: [starostina.alyona@gmail.com](mailto:starostina.alyona@gmail.com)

#### Information about the authors

Tina A. Kubrak, PhD in Psychology, Senior Researcher of Laboratory of Speech Psychology and Psycholinguistics, Institute of Psychology, Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0701-1736>, e-mail: [kubrak.tina@gmail.com](mailto:kubrak.tina@gmail.com)

Alyona A. Starostina, PhD Student of Faculty of Psychology, State Academic University for the Humanities, Moscow, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3843-3069>, e-mail: [starostina.alyona@gmail.com](mailto:starostina.alyona@gmail.com)

Получена 09.09.2023

Принята в печать 11.12.2023

Received 09.09.2023

Accepted 11.12.2023