

**Технологии медиавоздействия по формированию образа жизни у молодёжи
(на примере документального кино о питании)**

Научный руководитель – Черепанова Татьяна Владимировна

Демешева Мария Павловна

Студент (бакалавр)

Филиал МГУ имени М.В.Ломоносова в г. Севастополе, Историко-филологический факультет, Кафедра журналистики, Севастополь, Россия

E-mail: demesheva.zhtv@bk.ru

Одной из актуальных тем в жизни общества всегда была тема питания. Это важная часть человеческой жизни, поэтому данной теме посвящено множество книг и фильмов, в которых популяризируются различные подходы к питанию и диеты. Также питание часто становится темой документальных фильмов, которые формируют у зрителей определённое представление о правильном образе жизни.

Цель нашей работы - выявить актуальные технологии медиавоздействия по формированию образа жизни у молодёжи на примере современного документального кино о питании.

Объектом исследования стало медиавоздействие по формированию образа жизни; **предметом** - технологии медиавоздействия по формированию образа жизни в современных документальных фильмах о питании (на примере фильмов «Земляне», «Толстый, больной и почти мёртвый», «Вилки вместо ножей», «Сахар», «Сыт по горло»).

Медиавоздействие - это влияние медиа, в том числе средств массовой информации, на аудиторию.

Дж. Брайант и С. Томпсон, написавшие работу «Основы воздействия СМИ», уверены, что о воздействии СМИ люди начали говорить ещё в XV веке, когда был изобретён печатный станок [1]. Сейчас медиа играют беспрецедентно важную роль в формировании образа жизни, особенно в отношении молодёжи.

Философский энциклопедический словарь определяет образ жизни как философско-социологическую категорию, которая описывает совокупность видов жизнедеятельности человека, группы людей, общества [5].

Медиа - это средства аудио-, теле- и визуальной коммуникации. Каждое из них обладает своими особенностями и недостатками. Через аудиовизуальный канал на человека особенно легко воздействовать, так как в процессе потребления контента зритель находится под воздействием и звука, и картинки. В его сознании формируются многомерные образы.

Толковый словарь русского языка Ушакова определяет документальный фильм как кинофильм, в основе которого лежат реальные жизненные факты, события, лица [4].

Документальное кино особенно сильно воздействует на аудиторию: зритель доверяет сообщениям, так как убеждён, что в основе кинокартины лежат реальные исследования, факты, события, и не замечает манипулятивных приёмов.

В кино используется множество различных приёмов медиавоздействия, в частности, языковые технологии: метод запугивания [2], упрощение, повторения, эвфемизмы и дисфемизмы, овеществление, эффект присутствия [2] или введение эксперта, метафоризация [3], ассоциаты [3], штампы, мифы, подмена аргумента [3]. Также цвет является важным элементом кинокартины.

Документальное кино целенаправленно и сильно воздействует на аудиторию. Некоторые технологии медиавоздействия психологически небезопасны. Автор Е. Е. Пронина

в работе «Психологическая экспертиза рекламы» описала виды психологических угроз: превышение ресурсов сознания, актуализация страха смерти, «дискредитация самоидентичности, угроза самооценке, покушение на образ Я», «уподобление воспринимаемому объекту», нарушение моральных запретов, правило социального доказательства.

Для выявления технологий медиавоздействия по формированию образа жизни мы проанализировали пять популярных документальных кинокартин о питании: «Земляне», «Толстый, больной и почти мёртвый», «Вилки вместо ножей», «Сахар», «Сыт по горло».

Наибольшее число методов медиавоздействия мы обнаружили в фильме «Сахар». Там использованы языковые приёмы (метод введения эксперта, гиперболизация, штампы, мифы, метод запугивания, овеществление, метафоры, ассоциаты), активно используется цветовая гамма как элемент воздействия на зрителей, используется музыка, провоцирующая определённые эмоции.

Фильм «Земляне» популяризирует идею об этичном образе жизни. Он менее разнообразен с точки зрения используемых приёмов. В нём внимание акцентируется на основном методе - методе запугивания. И в тексте, и в видеоряде используются пугающие сообщения, которые серьёзно воздействуют на зрителя. Аудитория видит сцены насилия, убийства животных, трупы животных, их внутренние органы и прочие пугающие кадры. Такое медиавоздействие можно назвать негативным, ведь оно отрицательно влияет на психические структуры человека. Кроме этого, в фильме использовался приём промывания мозгов, ассоциаты, штампы и другие.

В фильме «Вилки вместо ножей» используется множество языковых методов воздействия: метод запугивания, мифы, метод введения эксперта, упрощения, штампы и повторы. Как и во многих других картинах, в фильме растительная пища выглядит аппетитно и свежо, когда мясные продукты покрыты жиром и выглядят отталкивающе.

В фильме «Толстый, больной и почти мёртвый», кроме языковых методов воздействия на сознание (риторические вопросы, метод запугивания, метод введения эксперта, штампы), используются цветовые ассоциации, а также музыкальное сопровождение, вызывающее конкретные эмоции или ассоциации.

Наименее эффективным с точки зрения силы медиавоздействия нам показался фильм «Сыт по горло». В нём использовано меньше всего шокирующих кадров, музыкальных и цветовых ассоциаций. Из лингвистических методов воздействия мы выделили повторы, метод введения эксперта, штампы, овеществление, метод запугивания.

В целом, во всех фильмах ключевыми методами стали метод запугивания и метод введения эксперта.

Кроме названных выше, мы также выделили несколько новых приёмов: «метод пугающей статистики», основанный на использовании статистических данных, которые на самом деле могут не соответствовать действительности; риторические вопросы; приём зеркала; метод нагнетания.

Самым опасным по воздействию на психические структуры человека оказался фильм «Земляне», в котором мы обнаружили такие виды психологической угрозы: нарушение моральных запретов, уподобление воспринимаемому объекту, превышение ресурсов сознания. Угроза самооценке наблюдалась в фильмах «Толстый, больной и почти мёртвый» и «Сыт по горло», где полнота ассоциируется с отстранённостью от общества. В фильме «Сахар» использовалось уподобление воспринимаемому объекту, а в фильме «Вилки против ножей» - актуализация страха смерти.

Источники и литература

- 1) 1. Брайант, Дженнингз, Томпсон, Сузан. Основы воздействия СМИ.: Пер. с англ. — М.: Издательский дом "Вильямс", 2004. — 432 с.: ил. — Парал. тит. англ. ISBN 5-

8459-0597-4 (рус.)

- 2) 2. Гаврилов А. А. Средства воздействия СМИ на общественное сознание в условиях информационного общества // Молодой ученый. — 2012. — №8. — С. 152-155. — URL <https://moluch.ru/archive/43/5220/> (дата обращения: 17.05.2020).
- 3) 3. Любимова А. А. Языковые аспекты воздействия на общественное сознание : дис. канд. филол. наук/ А. А. Любимова. — М., 2006. — С. 220.
- 4) 4. Толковый словарь русского языка / Под ред. Д.Н. Ушакова. — М.: Гос. ин-т "Сов. энцикл."; ОГИЗ; Гос. изд-во иностр. и нац. слов., 1935-1940. (4 т.)
- 5) 5. Философский энциклопедический словарь/под ред. Л. Ф. Ильичева, П. Н. Федосеева, С. М. Ковалева, В. Г. Панова. М.: Сов. Энциклопедия, 1983. 840 с.