

## Социально-психологические аспекты воздействия на личность научно-фантастического фильма, транслирующего образ «Иного»

Е.И. Титова<sup>1</sup>, Т.В. Наливайко<sup>2</sup>✉

<sup>1</sup> Южно-Уральский государственный медицинский университет, Челябинск, Россия

<sup>2</sup> Южно-Уральский государственный университет, Челябинск, Россия

✉ [deerli@mail.ru](mailto:deerli@mail.ru)

### Аннотация

Визуальный образ «Иного», представленный в научно-фантастическом кинофильме, понимается как источник переосмысления и переоценки структуры образа своего Я. **Цель** – изучить воздействия на личность научно-фантастического фильма «Бегущий по лезвию», транслирующего образ «Иного». **Материалы и методы.** В исследовании приняли участие 62 студента 1–3 курсов челябинских вузов (из них 32 студента-психолога и 30 студентов-экономистов). Использовались методики «Калифорнийский личностный опросник (СР1)», «Личностный дифференциал». **Результаты.** Общегрупповой анализ воздействия фильма на испытуемых показал, что произошли изменения в восприятии и оценки образа Я испытуемых. Выявлено, что воздействие научно-фантастического кинофильма на личность опосредовано социально-психологическими характеристиками личности. Студенты-психологи воспринимают себя как общительных и социально активных, а студенты-экономисты воспринимают себя как добросовестных, упрямых и раздражительных и менее направленных на социальную активность. Основные эффекты воздействия научно-фантастического кинофильма «Бегущий по лезвию», выявленные при изучении динамики взаимосвязей образа Я и социально-психологических характеристик личности, были обозначены как «расширение образа Я», «сворачивание образа Я», «переоценка образа Я», а также «стабилизация образа Я». В результате изучения взаимосвязи между восприятием образа Я и восприятием образа «Иного», транслируемого в кинофильме, были выявлены эффекты прямой и обратной идентификации по различным качествам личности, а также «эффект зеркальной симметричности» во взаимосвязи вербальной активности и морально-нравственных качеств личности. **Заключение.** Выявленные эффекты воздействия кинофильма на личность могут быть использованы при работе в арт-тренингах, в тренингах личностного развития и социального познания.

**Ключевые понятия:** образ «Иного», воздействие научно-фантастического кинофильма, образ Я, социально-психологические характеристики личности, идентификации, семантические структуры

*Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.*

**Для цитирования:** Титова Е.И., Наливайко Т.В. Социально-психологические аспекты воздействия на личность научно-фантастического фильма, транслирующего образ «Иного» // Психология. Психофизиология. 2025. Т. 18, № 2. С. 47–59. DOI: 10.14529/jpps250205

## The socio-psychological effects of science fiction film: the “Alien” image’s impact on personality

E.I. Titova<sup>1</sup>, T.V. Nalivaiko<sup>2</sup>✉

<sup>1</sup> South Ural State Medical University, Chelyabinsk, Russia

<sup>2</sup> South Ural State University, Chelyabinsk, Russia

✉ [deepli@mail.ru](mailto:deepli@mail.ru)

### Abstract

**Introduction.** This study examines the influence of Ridley Scott’s science fiction film *Blade Runner* (1982) on individuals’ self-reflection. The visual image of the “Alien” in the film is conceptualized as a basis for re-evaluating and restructuring one’s self-concept. **Aim** – to study the effects on the personality of the science fiction film “*Blade Runner*”, which conveys the image of the “Alien”. **Materials and methods.** The study involved 62 first-, second-, and third-year university students from Chelyabinsk, including 32 psychology students and 30 economics students. The California Psychological Inventory (CPI) and the Personality Differential were employed to assess self-perception shifts. **Results.** Group-level analysis demonstrated changes in participants’ self-image perception following film exposure. These effects were mediated by socio-psychological characteristics: psychology students demonstrated increased perceived sociability and social engagement, whereas economics students reported increased conscientiousness, stubbornness, and irritability alongside reduced social focus. Key effects emerged from analyzing self-image dynamics: self-image expansion; self-image reduction; self-image re-evaluation; and self-image stabilization. Correlation analysis between self-perception and the “Alien” image perception demonstrated positive/negative identification effects across personality qualities and a “mirror symmetry” effect between verbal activity and moral self-assessment. **Conclusion.** The identified effects can be used in art therapy, personal development training, and social cognition interventions.

**Keywords:** Alien image, science fiction film, self-image, socio-psychological characteristics, identification, semantic structures

*The authors declare no conflict of interests.*

**For citation:** Titova E.I., Nalivaiko T.V. The socio-psychological effects of science fiction film: the “Alien” image’s impact on personality. *Psikhologiya. Psikhofiziologiya = Psychology. Psychophysiology.* 2025;18(2):47–59. (in Russ.) DOI: 10.14529/jpps250205

### Введение

Современное общество развивается по пути наращивания информатизации и технологизации, ставя перед человеком проблему сохранения человеческой идентичности [1]. Создание информационной копии личности через фиксацию поведения человека в информационной среде, а также проблема использования различных технологий (редактирование генома человека, нейропротезирование и др.) для совершенствования человеческого тела приводят к новому видению проблемы человеческой идентификации [2]. Научно-фантастические произведения говорили о проблеме человеческой идентификации в информационно-технологическом обществе, рассматривая образ «Иного» как синтез «естественного» и «сверхъестественного», фигуру «нового по-

рядка», которая радикально ново решает проблему определения границ «человеческого мышления» [3] и «человеческой идентичности» [4]. Эта фигура «Иного» (Пришельца, Монстра, Робота и пр.), которую необходимо познать для более эффективного взаимодействия [5], и в процессе социального познания нечеловека происходит пересмотр собственной «человеческой идентичности».

Основным механизмом воздействия кинофильма на личность реципиента многие авторы называют идентификацию с героем [6]. Исследования личности при воздействии и восприятии различных кинофильмов были проведены такими авторами как В.Ф. Петренко «система личностных конструкторов восприятия фильма» [7], В.Г. Грязева-Добшинская и др., «особенности идентификации зрителей с пер-

сонажами просмотренных культовых фильмов» [8], Е.И. Наливайко «воздействие кинофильмов на переживания Я реципиентов»<sup>1</sup>, М.И. Яновский «воздействие фильма на Я-концепцию зрителя» [9] и др.

Научно-фантастический кинофильм «Бегущий по лезвию» показывает предельность понимания человеческой природы через трансляцию образа «Иного», не человека, но схожего с человеком искусственного раба-репликанта Роя Батти [10]. Фильм в психологическом плане транслирует смысл деконструкции человеческой идентичности, основанной на индивидуальной памяти и высших чувствах, и конструирование новой человеческой идентичности, основанной на преодолении ограничений тела и сознания, выражающемся в нравственном, альтруистическом поступке. Исследование рефлексии образа Я в контексте смыслов, транслируемых в культовом научно-фантастическом кинофильме «Бегущий по лезвию», может показать возможность влияния на образ Я зрителя проблем, связанных с социализацией в информационно-технологическом обществе.

Цель: изучение воздействия на личность научно-фантастического фильма «Бегущий по лезвию», транслирующего образ «Иного».

Задачи: 1) изучить социально-психологические аспекты воздействия на личность научно-фантастического фильма «Бегущий по лезвию»; 2) изучить эффекты идентификации образа Я и образа «Иного», транслируемого в научно-фантастическом фильме «Бегущий по лезвию».

Гипотеза: воздействие научно-фантастического кинофильма на личность опосредовано социально-психологическими характеристиками личности и эффектами идентификации образа Я и образа «Иного», транслируемого в данном фильме.

### Материалы и методы

Выборку обследованных составляют 62 студента 1–3-х курсов, обучающихся в вузах г. Челябинска: 21 юноша и 41 девушка, среди них 32 студента психологической и 30 студентов экономической профессиональной направленности. Выбор испытуемых обуслов-

<sup>1</sup> Наливайко Е.И. Психологическое воздействие научно-фантастических кинофильмов на самопознание индивидуальности личности как ресурс социализации: Дисс. ... канд. психол. наук. Ярославль, 2009. 202 с.

лен различной структурой мотивационно-смысловых образований и деятельностей в структуре направленности личности [11].

Процедура исследования состояла в первичной диагностике социально-психологических характеристик личности с помощью опросника СРІ и оценки образа Я по методике «Личностный дифференциал». После демонстрации научно-фантастического фильма «Бегущий по лезвию» (реж. Р. Скотт, 1982) испытуемые повторно выполняли методику «Личностный дифференциал», оценивая образ Я и образ «Иного» (репликанта Роя Батти).

В работе использовались следующие методики:

1. Калифорнийский психологический опросник (англ. California Psychological Inventory, сокр. СРІ) представляет собой многомерный личностный опросник, созданный на основе ММРІ, для выявления социально-психологических аспектов личности. Данная методика создана Х.Г. Гау (H.G. Gough) в 1951 году (русская адаптация Н.В. Тарабриной и Н.А. Графининой, 1993)<sup>2</sup>.

Социально-психологические характеристики личности, выявляемые с помощью опросника СРІ, объединены в 4 блока: блок «ролевая манифестация личности» со шкалами: «Доминирование», «Способность к статусу», «Общительность», «Социальный облик», «Самопринятие», «Независимость» и «Эмпатия»; блок «социальный характер»: «Ответственность», «Социализация», «Самоконтроль», «Хорошее впечатление», «Обычность», «Чувство благополучия» и «Толерантность»; блок «успешность достижений»: «Достижение через конформность», «Достижение через независимость» и «Интеллектуальная эффективность»; блок «социальные интересы личности»: «Психологическая направленность», «Гибкость» и «Феминность».

2. Методика личностного дифференциала<sup>3</sup>, которая реализует психосемантический подход к исследованию сознания и личности

<sup>2</sup>Тарабрина Н.В., Графинина Н.А. Новый вариант Калифорнийского психологического опросника. Методики анализа контроля трудовой деятельности и функционального состояния. М., 1993. С. 250–261.

<sup>3</sup>Фетискин Н.П., Козлов В.В., Мануйлов Г.М. Социально-психологическая диагностика развития личности и малых групп. М.: Изд-во Ин-та психотерапии, 2002. С. 20–21.

(Ч. Осгуд, 1952). Методика состоит из 21 bipolarного качества для оценивания личности, которые группируются в три фактора: «Оценка», «Сила» и «Активность». Психосемантический метод в психологии искусства применяется для исследования восприятия кинофильмов [7], идентификации зрителей с персонажами [8] и для изучения воздействия кинофильмов на личность [9].

### Результаты и обсуждение

#### *Общее воздействие научно-фантастического кинофильма на образ Я*

После просмотра научно-фантастического кинофильма «Бегущий по лезвию» у всей выборки испытуемых были выявлены различия в восприятии образа Я по таким качествам, как «Отзывчивость – Черствость» ( $W = 20$  при  $p > 0,05$ ), и «Дружелюбность – Враждебность» ( $W = 45$  при  $p > 0,05$ ), оценка по этим качествам снижалась, но все равно оставалась высокой. Можно говорить о воздействии данного кинофильма на образ Я в плане некоторой корректировки восприятия себя как очень отзывчивого и дружелюбного, что интерпретируется как изменение восприятия себя менее социально привлекательным субъектом вследствие воздействия кинофильма, транслирующего проблему определения человеческой природы и идентичности.

При сравнении результатов восприятия образа Я до воздействия кинофильма были выявлены различия у студентов-психологов и экономистов. Так, студенты-психологи воспринимают себя как общительных ( $U = 340,5$  при  $p > 0,05$ ), открытых ( $U = 307,5$  при  $p > 0,05$ ), а студенты-экономисты – как добросовестных ( $U = 341,5$  при  $p > 0,05$ ), упрямых ( $U = 323,5$  при  $p > 0,05$ ), раздражительных ( $U = 319,5$  при  $p > 0,05$ ) и менее направленных на социальную активность ( $U = 307,5$  при  $p > 0,05$ ). У студентов-психологов в образе Я представлена большая направленность на социальное познание и взаимодействие, чем у студентов-экономистов.

Различия в восприятии образа Я до и после воздействия кинофильма у студентов-экономистов не было выявлено.

После просмотра научно-фантастического кинофильма «Бегущий по лезвию» у студентов-психологов были выявлены тенденции изменения в восприятии себя как менее дружелюбных ( $W = 45$  при  $p > 0,05$ ). Такое воз-

действие можно интерпретировать как утрату благодушия и повышение настороженности к социальному окружению.

При анализе результатов восприятия образа Я после воздействия кинофильма у студентов-психологов и экономистов были выявлены следующие тенденции в различиях: студенты-психологи воспринимают себя как более разговорчивых ( $U = 332,5$  при  $p > 0,05$ ), уступчивых ( $U = 336$  при  $p > 0,05$ ) и менее справедливых ( $U = 340$  при  $p > 0,05$ ), а студенты-экономисты – как более молчаливых, упрямых и справедливых. Эти данные показывают, что у студентов-психологов в образе Я после просмотра кинофильма представлена большая направленность на компромиссное взаимодействие с другими, чем у студентов-экономистов, которые воспринимают себя как имеющих собственную нравственную позицию, но не желающих ее обсуждать.

Общее воздействие научно-фантастического кинофильма «Бегущий по лезвию» на образ Я можно определить как восприятие себя менее социально открытым субъектом. Воздействие кинофильма у студентов-психологов выражается в восприятии себя как более социально настороженных и готовых к компромиссу, у студентов-экономистов – как менее социально активных и направленных на сохранение своей нравственной позиции.

#### *Динамика взаимосвязи образа Я до и после воздействия кинофильма и социально-психологические характеристикам личности*

Основные эффекты воздействия научно-фантастического кинофильма «Бегущий по лезвию», выявленные при изучении динамики взаимосвязей образа Я и социально-психологических характеристик личности, были обозначены как «расширение образа Я» – увеличение количества взаимосвязей между качествами для описания образа Я и шкалой, измеряющей социально-психологическую характеристику личности после воздействия кинофильма, «сворачивание образа Я» – уменьшение количества таких взаимосвязей после воздействия кинофильма, «переоценка образа Я» – изменение перечня качеств, а также «стабилизация образа Я» – отсутствие и незначительное изменение количества взаимосвязей между качествами для описания образа Я и шкалой, измеряющей социально-психологическую характеристику личности после воздействия кинофильма.

Рассмотрим эти эффекты на примере динамики взаимосвязей образа Я и социально-психологических характеристик личности, которые диагностируются шкалой «Социализация» из группы шкал «Социальный характер» (см. таблицу)

В динамике взаимосвязей образа Я со шкалой «Социализация» до и после воздействия кинофильма произошло их переструктурирование. На общей выборке образ Я, связанный со шкалой Социализация до воздействия кинофильма, определяется как разговорчивый,

Таблица  
Table

Взаимосвязи между шкалой «Социализация» и Я-образом до и после воздействия кинофильма в общей выборке  
Correlations between Socialization scale and self-image before and after film exposure

Коэффициент корреляции шкалы «Социализация» с Я-образом до воздействия кинофильма Socialization – Self-image correlation (baseline)		Качества личности для оценки Я-образа Personality dimensions for self-evaluation	Коэффициент корреляции шкалы «Социализация» с Я-образом после воздействия кинофильма Socialization – Self-image correlation (post-intervention)	
Выборка / Sample	Коэффициент корреляции Correlation coefficient		Выборка / Sample	Коэффициент корреляции Correlation coefficient
П / Р	0,355*	Обаятельный – Непривлекательный Charming – Unattractive	П / Р	0,441*
Э / Е	-0,497**	Сильный – Слабый Strong – Weak	Э / Е	-0,548**
ОВ / GS	0,289*	Разговорчивый – Молчаливый Talkative – Silent	ОВ / GS	не значимо not significant
Э / Е	0,401*			
ОВ / GS	не значимо not significant	Суетливый – Спокойный Fidgety – Calm	ОВ / GS	-0,289*
Э / Е			Э / Е	-0,473**
ОВ / GS		Упрямый – Уступчивый Stubborn – Compliant	ОВ / GS	-0,328**
ОВ / GS	0,438***	Дружелюбный – Враждебный Friendly – Hostile	ОВ / GS	0,462***
Э / Е	0,459*		Э / Е	0,509**
П / Р	0,407*		П / Р	0,379*
П / Р	0,364*	Ответственный – Безответственный Responsible – Irresponsible	П / Р	0,547**
ОВ / GS	не значимо not significant	Добрый – Эгоистичный Kind – Selfish	ОВ / GS	0,312*
Э / Е			Э / Е	0,479**
ОВ / GS	-0,335**	Решительный – Нерешительный Decisive – Indecisive	ОВ / GS	не значимо not significant
Э / Е	-0,573***		Э / Е	
П / Р	не значимо not significant	Энергичный – Вялый Energetic – Lethargic	П / Р	0,473**
П / Р		Справедливый – Несправедливый Fair – Unfair	П / Р	0,351*
П / Р		Общительный – Нелюдимый Sociable – Reclusive	П / Р	0,37*
П / Р	0,561***	Деятельный – Пассивный Active – Passive	П / Р	0,443*
ОВ / GS	не значимо not significant	Напряженный – Расслабленный Tense – Relaxed	ОВ / GS	-0,269*
ОВ / GS	0,272*	Отзывчивый – Черствый Responsive – Insensitive	ОВ / GS	0,269*

Условные обозначения: \* – уровень значимости при 0,05; \*\* – уровень значимости при 0,01; \*\*\* – уровень значимости при 0,001; ОВ – общая выборка; Э – студенты-экономисты; П – студенты-психологи.

Note: \* – significant at 0.05; \*\* – significant at 0.01; \*\*\* – significant at 0.001; GS – general sample; E – economics students; P – psychology students.

дружелюбный, нерешительный и отзывчивый, после воздействия кинофильма образ Я воспринимается как менее активный, но более положительно оцениваемый в плане следования социальным нормам и правилам: спокойный, уступчивый, дружелюбный, добрый, расслабленный и отзывчивый (6 связей).

У студентов-экономистов произошло небольшое переструктурирование взаимосвязей между шкалой «Социализация» и образом Я после воздействия кинофильма: образ менее активный и чуть более положительный, т. е. социально одобряемый (4 связи до: слабый, разговорчивый, дружелюбный, нерешительный и 5 после: слабый, спокойный, дружелюбный, добрый, нерешительный). Можно предположить, что воздействие научно-фантастического кинофильма «Бегущий по лезвию» у студентов-экономистов с выраженным желанием быть социально одобряемыми состоит в «переоценке» восприятия своего Я.

У студентов-психологов был выявлен другой эффект, это эффект увеличения взаимосвязей между шкалой «Социализация» и образом Я после воздействия кинофильма: 4 связи до и 7 после. Воздействие научно-фантастического кинофильма «Бегущий по лезвию» на студентов-психологов с выраженным желанием следовать социально одобряемым нормам состоит в «усложнении» восприятия своего Я.

Общим эффектом воздействия научно-фантастического кинофильма, выявленным при изучении динамики взаимосвязей образа Я и социально-психологических характеристик личности, входящих в блок «Ролевая манифестация личности», является «сворачивание образа Я». Данный фильм приводит к уменьшению качеств в восприятии образа Я для демонстрации различных социальных ролей (доминантный лидер, карьерист, «душа компании» и т. п.). Подобный эффект отмечен в выборке студентов-экономистов. Специфическим эффектом воздействия научно-фантастического кинофильма в выборке студентов-психологов является «переоценка и расширение образа Я». Фильм способствует увеличению и дифференцированию качеств личности в восприятии образа Я, связанных с демонстрацией социальных ролей.

Определяющим общим эффектом воздействия научно-фантастического кинофильма, выявленного при изучении динамики взаимосвязей образа Я и социально-психологических

характеристик личности, входящих в блок «социальный характер», является «переоценка образа Я». Данный фильм приводит к перераспределению качеств в восприятии образа Я для принятия и интериоризации социальных ценностей и норм. Подобный эффект встречается в выборке студентов-экономистов. У студентов-психологов чаще отмечается эффект «расширения образа Я», что делает их более личностно адаптированными к социальным условиям.

Определяющим общим эффектом воздействия научно-фантастического кинофильма, выявленного при изучении динамики взаимосвязей образа Я и социально-психологических характеристик личности, входящих в блок «успешность достижений», является «переоценка образа Я». Данный фильм приводит к перераспределению качеств в восприятии образа Я для достижения социального успеха. В выборке студентов-экономистов определяющим эффектом является «сворачивание образа Я», а в выборке студентов-психологов – расширение образа Я, фильм диаметрально противоположно воздействует на восприятие качеств образа Я для социальной успешности.

*Идентификация образа Я  
и образа «Иного», транслируемого  
в научно-фантастическом фильме  
«Бегущий по лезвию»*

В В результате сравнения образа Я и образа «Иного», транслируемого в научно-фантастическом кинофильме «Бегущий по лезвию», было выявлено, что испытуемые оценивали «Иного» как более непривлекательного ( $W = 923$  при  $p = 0,001$ ), безответственного ( $W = 1150$  при  $p = 0,001$ ), эгоистичного ( $W = 1236$  при  $p = 0,001$ ), черствого ( $W = 1460$  при  $p = 0,001$ ), несправедливого ( $W = 1102$  при  $p = 0,001$ ), враждебного ( $W = 1645$  при  $p = 0,001$ ) и неискреннего ( $W = 1188$  при  $p = 0,001$ ). Эти качества, входящие в фактор «Оценки», указывают на то, что образ «Иного» для испытуемых является менее положительным, чем образ самих себя. По фактору «Сила» образ «Иного» воспринимался общей выборкой как более решительный ( $W = 124$  при  $p = 0,001$ ), напряженный ( $W = 373$  при  $p = 0,001$ ), уверенный ( $W = 164$  при  $p = 0,001$ ), сильный ( $W = 146$  при  $p = 0,001$ ) и упрямый ( $W = 136$  при  $p = 0,001$ ), чем образ себя, но не выявлено различий по качествам самостоятельный и независимый. Образ «Иного» воспринимается испытуемыми

как более сильный физически, но уступающий по качествам, указывающим на силу духа, самодостаточность, «свободу воли». По фактору «Активность» образ «Иного» воспринимался общей выборкой как более энергичный ( $W = 173$  при  $p = 0,001$ ), деятельный ( $W = 238$  при  $p = 0,001$ ), но при этом менее открытый ( $W = 1067$  при  $p = 0,001$ ) и общительный ( $W = 1290$  при  $p = 0,001$ ), по качествам суетливый и раздражительный не выявлено различий, что свидетельствует о восприятии испытуемыми образа «Иного» более активного в деятельности, но менее социально активного. Образ «Иного», таким образом, можно обозначить как неприятного, физически сильного и деятельного героя, который обладает такой же степенью свободы, что и испытуемые, но уступающий им в социальной активности. Такое восприятие образа «Иного» характерно как для студентов-психологов, так и студентов-экономистов.

В результате анализа взаимосвязей образа Я до и после воздействия кинофильма и образа «Иного», транслируемого в нем, нами были объединены взаимосвязи по идентичным шкалам, которые образуют некие семантические структуры, объясняющие поле значений и смыслов, в которое включаются образ Я и образ «Иного» с позиции механизма идентификации.

Обратная идентификация образа Я до воздействия кинофильма и образа «Иного» по шкале «Деятельный – Пассивный» означает антагонистическую направленность в восприятии активности себя и «Иного», наличие такой связи может объяснено наличием социальной апперцепции – предуготованности видеть в социальном объекте определенные качества. Отсутствие идентификации образа «Иного» и образа Я после воздействия кинофильма по шкале «Деятельный – Пассивный» свидетельствует о преодолении этой апперцепции, что можно интерпретировать как эффект воздействия кинофильма (рис. 1).

Наличие взаимосвязи с качеством «Дружелюбный – Враждебный» «Иного» с качеством «Разговорчивый – Молчаливый» образа Я (до и после воздействия) можно назвать эффектом подтверждения социальной апперцепции. Своя вербальная активность при положительном настрое «Иного» определяет возможность возникновения ситуации общения.

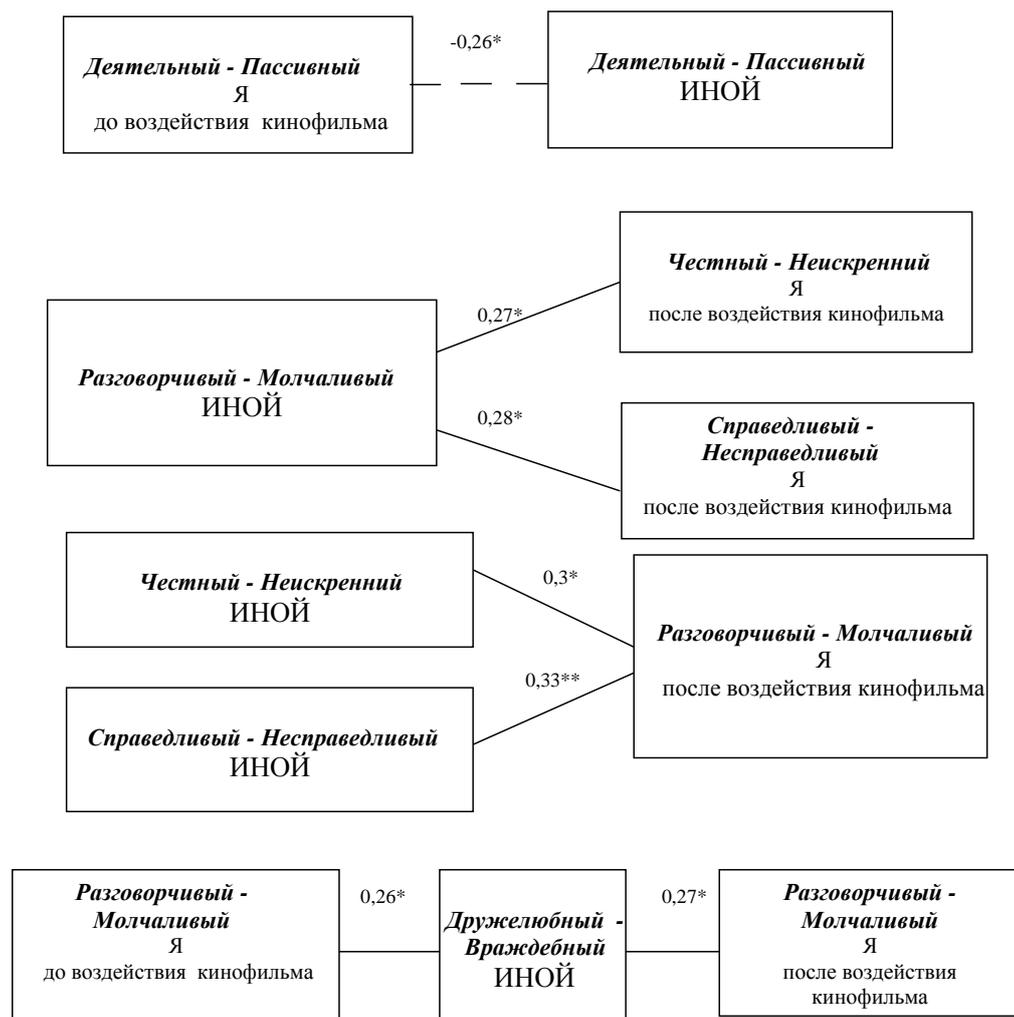
Наличие взаимосвязей между оцениванием себя как разговорчивого и оцениванием «Иного» как честного и справедливого, а также оценивание «Иного» как разговорчивого и себя как честного и справедливого интерпретируется нами как зеркальная идентификация. Зеркальная симметричность во взаимосвязи вербальной активности и морально-нравственных качеств личности при восприятии образа Я и образа «Иного» интерпретируется нами как эффект воздействия кинофильма на семантические структуры личности.

Коммуникация, направленная на выяснение нравственной позиции себя и «Иного», согласуется с возрастной задачей данного периода развития личности у студентов: формирование способности к интимно-личностному общению.

Идентификация образа Я до воздействия кинофильма и образа «Иного» по шкалам «Общительный – Нелюдимый» и «Добросовестный – Безответственный» означает прямую направленность в восприятии активности себя и «Иного», наличие такой связи может быть объяснено наличием социальной апперцепции – предуготованности видеть в социальном объекте определенные качества. Отсутствие идентификации образа «Иного» и образа Я после воздействия кинофильма по данным шкалам свидетельствует о преодолении этой апперцепции, что можно интерпретировать как эффект воздействия кинофильма (рис. 2).

Наличие взаимосвязи с качеством «Обаятельный – Непривлекательный» «Иного» с качествами «Справедливый – Несправедливый» и «Несамостоятельный – Самостоятельный» образа Я (до и после воздействия) можно назвать эффектом подтверждения социальной апперцепции. Восприятие себя как справедливого на уровне декларации, без самостоятельности в оценивании другого взаимосвязано с восприятием «Иного» по привлекательным внешним характеристикам. Оценка «Иного» как харизматичного сопряжена у студентов-экономистов с несамостоятельностью, незрелостью нравственной позиции, что может интерпретироваться как восприятие «Иного» как «харизматичного лидера» [12].

Наличие взаимосвязи с качеством «Дружелюбный – Враждебный» «Иного» с качеством «Разговорчивый – Молчаливый» образа Я (до и после воздействия) идентична обнаруженной взаимосвязи на общей выборке.



**Рис. 1. Семантические структуры идентификации образа Я и образа «Иного» (общая выборка)**  
**Fig. 1. Semantic structures of Self-image and Other-image identification (general sample)**  
 Условные обозначения: \* – уровень значимости при 0,05; \*\* – уровень значимости при 0,01;  
 ——— прямая связь, - - - отрицательная связь  
 Note: \* – significant at 0.05; \*\* – significant at 0.01; ——— positive association, - - - negative association

Была выявлена амбивалентная взаимосвязь между образом «Иного» и образом Я после воздействия кинофильма по качествам «Отзывчивый – Черствый» и «Напряженный – Расслабленный». Семантическая структура, отражающая взаимосвязь между уровнем эмпатии и уровнем активности, определяется позицией взаимодействующих сторон (рис. 3).

Обратная идентификация образа Я после воздействия кинофильма и образа «Иного» по шкале «Уверенный – Неуверенный» означает антагонистическую направленность в восприятии силы себя и «Иного», наличие такой связи говорит о воздействии кинофильма.

Наличие взаимосвязи с качеством «Упрямый – Уступчивый» «Иного» с качеством

«Обаятельный – Непривлекательный» образа Я (до и после воздействия) можно назвать эффектом подтверждения социальной апперцепции. Оценка себя как внешне привлекательного сопряжена с оценкой «Иного» как более слабого, уступчивого, что можно интерпретировать как восприятие студентами-психологами себя как харизматичного лидера.

Общий эффект воздействия кинофильма на семантические структуры личности у всех испытуемых состоит в преодолении апперцепции, основанной на оценке деятельности себя и «Иного». Подтверждение апперцепции, основанной на вербальной активности себя и дружелюбности «Иного», а также возникновение зеркальной симметрии в восприятии себя и «Иного» как вербально

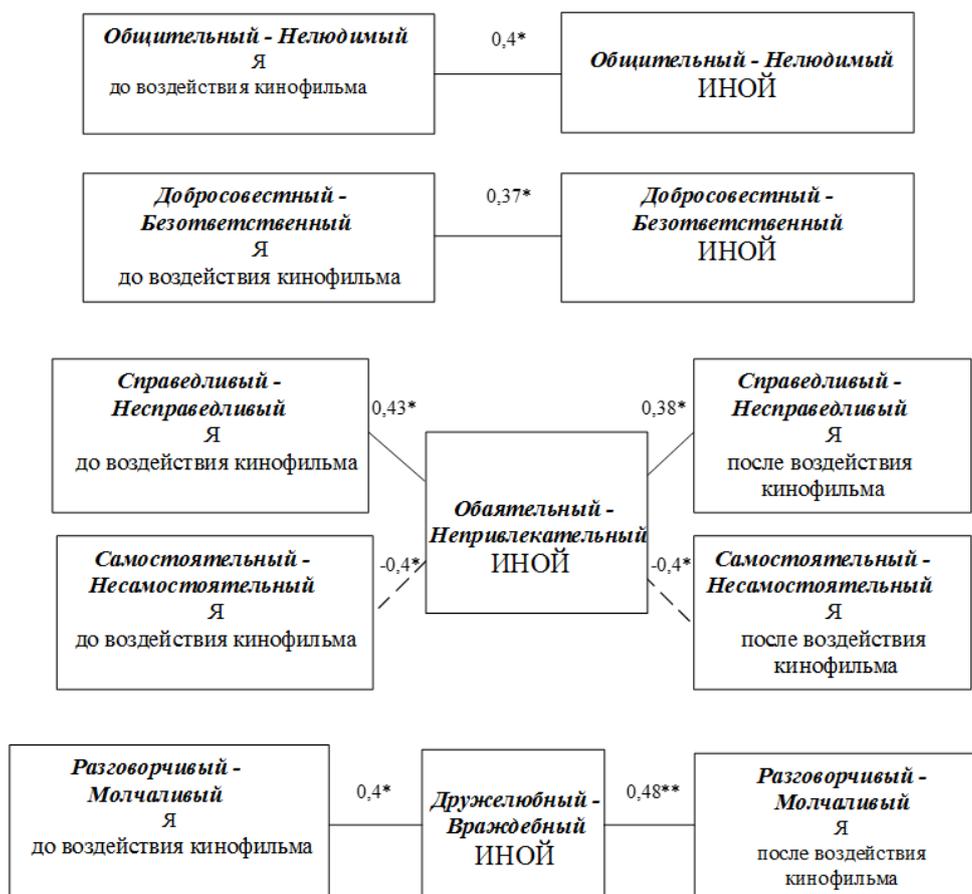


Рис. 2. Семантические структуры идентификации образа Я и образа «Иного» (студенты-экономисты)  
 Fig. 2. Semantic structures of Self-image and Other-image identification (economics students)

Условные обозначения: \* – уровень значимости при 0,05; \*\* – уровень значимости при 0,01; –  
 — прямая связь, -- – отрицательная связь

Note: \* – significant at 0.05; \*\* – significant at 0.01; — positive association, -- – negative association

активного и нравственного, говорит об изменении представления испытуемых об основе социального взаимодействия.

У студентов-экономистов эффект воздействия кинофильма на семантические структуры личности состоит в преодолении апперцепции, основанной на общительности и добросовестности и подтверждении апперцепции, основанной на вербальной активности себя и дружелюбности «Иного», а также связи положительной внешней оценки «Иного» и восприятия себя как нравственного, но несамостоятельного. Это говорит о ригидности образования новых семантических структур под воздействием кинофильма у студентов-экономистов, что свидетельствует о трудности использования опыта взаимодействия с семантическим полем содержания кинофильма для личностного роста.

У студентов-психологов эффект воздействия кинофильма на семантические структуры

личности состоит в подтверждении апперцепции, основанной на оценке «Иного» как уступчивого, а себя как обаятельного, а также возникновении новых взаимосвязей определения уровня эмпатичности и активности (напряженности) в зависимости от субъекта взаимодействия, а также обратной идентификации по качеству «Уверенность – Неуверенность».

Возможность образования новых семантических структур под воздействием кинофильма у студентов-психологов свидетельствует об интериоризации опыта взаимодействия с семантическим полем содержания кинофильма и использовании данного опыта для личностного роста. Таким образом, можно утверждать, что выдвинутая гипотеза подтвердилась.

### Заключение

1. В результате изучения социально-психологических аспектов воздействия на

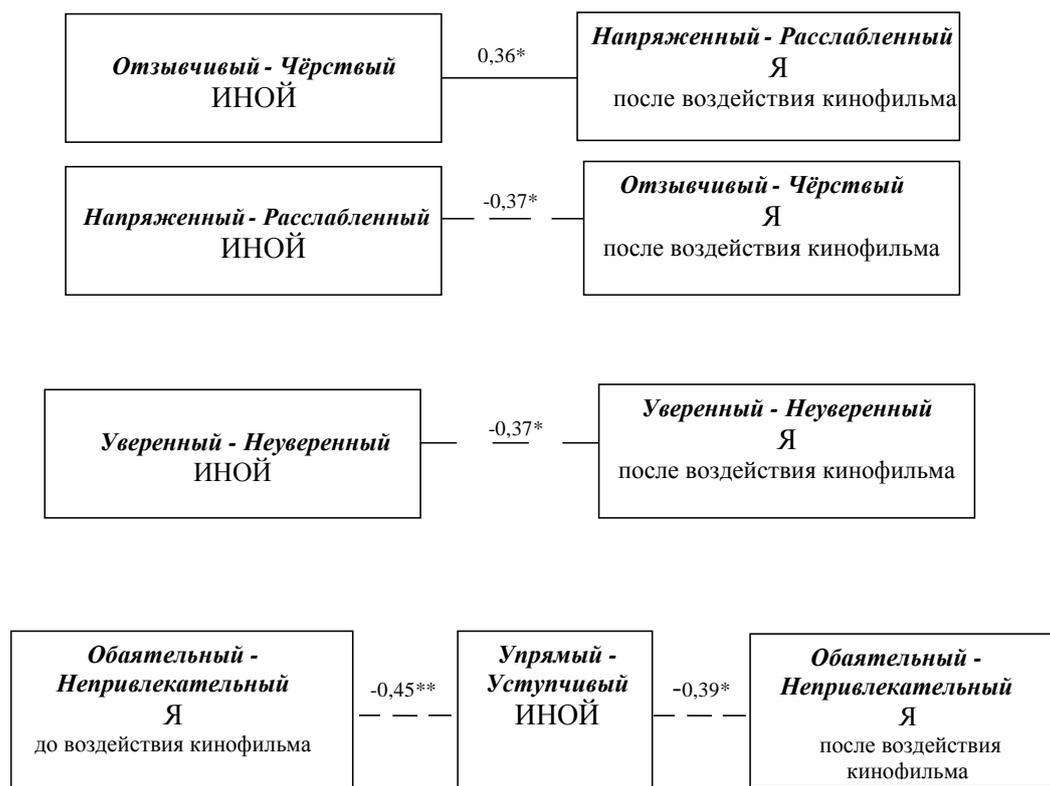


Рис. 3. Семантические структуры идентификации образа Я и образа Иного (студенты-психологи)  
 Fig. 3. Semantic structures of Self-image and Other-image identification (psychology students)

Условные обозначения: \* – уровень значимости при 0,05; \*\* – уровень значимости при 0,01; — — — прямая связь, - - - отрицательная связь

Note: \* – significant at 0.05; \*\* – significant at 0.01; — — — positive association, - - - negative association

личность научно-фантастического фильма «Бегущий по лезвию» было выявлено, что в общей выборке чаще выявлялись эффекты «сворачивания образа Я» при демонстрации различных социальных ролей, эффект переоценки своего Я при принятии и интериоризации социальных ценностей и норм и социальной успешности. Эффекты, выявленные на общей выборке, практически идентичны на выборке студентов-экономистов. Эффект расширения своего Я чаще представлен у студентов-психологов, воздействие фильма приводит к увеличению и дифференцированию качеств личности в восприятии образа Я, связанных с интериоризацией социальных ценностей и норм, демонстрацией социальных ролей и социальной успешности.

2. В общей выборке эффектами воздействия на семантические структуры были: эффект преодоления апперцепции антагонистической направленности в восприятии активности себя и «Иного», эффект подтверждения апперцепции своей вербальной активности при дружелюбной позиции

«Иного», эффект возникновения зеркальной идентификации во взаимосвязи вербальной активности и морально-нравственных качеств личности. Наличие данных эффектов говорит о возникновении у испытуемых после воздействия кинофильма готовности к взаимодействию с «Иным» на уровне интимно-личностного общения.

В выборке студентов-экономистов выявлены эффекты воздействия на семантические структуры: эффект преодоления апперцепции направленности в восприятии общительности, добросовестности себя и «Иного», эффект подтверждения апперцепции своей вербальной активности при дружелюбной позиции «Иного», эффект подтверждения апперцепции в восприятии себя как справедливого, но несамостоятельного при оценке «Иного» как харизматичного. Это свидетельствует о ригидности образования новых семантических структур под воздействием кинофильма у студентов-экономистов, что свидетельствует о трудности использования опыта взаимодействия с семантическим по-

лем содержания кинофильма для личностного роста.

В выборке студентов-психологов выявлены эффекты воздействия на семантические структуры: подтверждение апперцепции, основанной на оценке «Иного» как уступчивого, а себя как обаятельного, а также возникновение новых амбивалентных взаимосвязей между восприятием отзывчивости и активности у себя и «Иного», отрицательной взаимосвязи по восприятию уверенности себя и «Иного» указывают на образование новых семантических структур. Это свидетельствует об интериоризации опыта взаимодействия с семантическим полем содержания кинофиль-

ма и использовании данного опыта для личностного роста.

Интериоризация личностью социальных ценностей (ответственность, добросовестность, толерантность, социальный позитивизм, готовность к сотрудничеству) при воздействии кинофильма, транслирующего образ «Иного», реконструирующего «человеческую идентичность», позволяет переоценить самого себя, что может способствовать лучшей социальной адаптации в информационно-технологическом обществе. Выявленные эффекты воздействия кинофильма на личность могут быть использованы при работе в арт-тренингах, в тренингах личностного развития и социального познания.

### Список источников

1. Pelevin S.I., Taubaev B.D., Baklanov I.S. Problem of Technogenic Society Dynamics under the Conditions of Contemporaneity // International Journal of Civil Engineering and Technology. 2018. Vol. 9(11). P. 2437–2443.
2. Куриленко В.Б., Ершова Р.В., Новикова И.А. Цифровое общество как культурно-исторический контекст развития личности // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Психология и педагогика. 2022. Т. 19(2). С. 185–194. DOI: 10.22363/2313-1683-2022-19-2-185-194
3. Stoehr K.L. 2001: A Philosophical Odyssey // The Philosophy of Science Fiction Film / Ed. S.M. Sanders. The University Press of Kentucky. 2008. P. 119–134.
4. Самутина Н. Фантастическое кино и проблема иного // Фантастическое кино. Эпизод первый / Сост. и науч. ред. Н. Самутина. М.: Новое литературное обозрение, 2006. С. 66–82.
5. Haney W.S. Cyberculture, Cyborgs and Science Fiction. Consciousness and the Posthuman. Amsterdam. New York, NY. 2006. P. 192.
6. Бандура А. Теория социального научения. СПб.: Евразия, 2000. 320 с.
7. Петренко В.Ф., Дедукина Е.А. Поиск смысла собственного существования (на материале восприятия и понимания художественного фильма) // Вестник Московского университета. Серия 14: Психология. 2018. № 4. С. 54–73. DOI: 10.11621/vsp.2018.04.54.
8. Грязева-Добшинская В.Г., Коробова С.Ю., Дмитриева Ю.А. Психосемантика притягательности персонажей культового фильма и символично-мифологические контексты идентификации субъектов кинопредпочтений // Культурно-историческая психология. 2023. Т. 19, № 4. С. 14–25. DOI: 10.17759/chp.2023190402
9. Яновский М.И. Воздействие фильма-комедии на Я-концепцию зрителя // Культурно-историческая психология. 2023. Т. 19, № 4. С. 34–45. DOI: 10.17759/chp.2023190404.
10. Филиппов А.Ф. Восстание картезианцев; к социологической характеристике фильма Бегущий по лезвию // Фантастическое кино. Эпизод первый / сост. и науч. ред. Н. Самутина. М.: Новое литературное обозрение. 2006. С. 124–152.
11. Акимова Н.Н. Соотношение иерархий мотивационно-смысловых образований и деятельностей в структуре направленности личности студентов // Сибирский педагогический журнал. 2007. № 7. С. 145–150.
12. Зильберман Н.Н. Обзор исследований восприятия социального робота в статусе выше человека // Гуманитарная информатика. 2017. № 13. С. 30–38. DOI: 10.17223/23046082/13/4

*Поступила 01.02.2025; одобрена после рецензирования 22.04.2025; принята к публикации 25.04.2025.*

*Информация об авторах*

**Титова Екатерина Ивановна**, кандидат психологических наук, доцент кафедры психологии, Южно-Уральский государственный медицинский университет, (Россия, 454141, г. Челябинск, ул. Воровского, 64), ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-7661-4330>, e-mail: [ddidd@inbox.ru](mailto:ddidd@inbox.ru)

**Наливайко Татьяна Викторовна**, кандидат психологических наук, доцент кафедры общей психологии, психодиагностики и психологического консультирования, Южно-Уральский государственный университет (Россия, 454080, г. Челябинск, проспект Ленина, 76), ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-1273-420X>, e-mail: [deepli@mail.ru](mailto:deepli@mail.ru)

*Заявленный вклад авторов*

Авторы внесли равноценный вклад в работу.

*Авторы прочитали и одобрили окончательный вариант рукописи.*

**References**

1. Pelevin S.I., Taubaev B.D., Baklanov I.S. Problem of Technogenic Society Dynamics under the Conditions of Contemporaneity. *International Journal of Civil Engineering and Technology*. 2018;9(11):2437–2443.
2. Kurilenko V.B., Ershova R.V., Novikova I.A. Digital society as cultural-historical context of personality development. *Vestnik Rossiiskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Psikhologiya i pedagogika = RUDN Journal of Psychology and Pedagogics*. 2022;19(2):185–194. (in Russ.). DOI: 10.22363/2313-1683-2022-19-2-185-194.
3. Stoehr K.L. 2001: A Philosophical Odyssey. *The Philosophy of Science Fiction Film*. Ed. S.M. Sanders. The University Press of Kentucky. 2008:119–134.
4. Samutina N. *Fantasticheskoe kino i problema inogo* [Fantastic cinema and the problem of the other]. *Fantasticheskoe kino. Epizod pervyi* [Fantastic movie. Episode one]. Ed. N. Samutina. Moscow. Novoe literaturnoe obozrenie Publ. 2006:66–82. (in Russ.).
5. Haney W.S. *Cyberculture, Cyborgs and Science Fiction. Consciousness and the Posthuman*. Amsterdam. New York. NY. 2006:192.
6. Bandura A. *Teoriya sotsial'nogo naucheniya* [The Theory of Social Learning]. St. Petersburg. Evraziya Publ. 2000:320. (in Russ.).
7. Petrenko V.F., Dedyukina E.A. The search for the meaning of one's own existence (based on the material of perception and understanding of a feature film). *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 14: Psikhologiya = Bulletin of the Moscow University. Series 14 Psychology*. 2018;4:54–73. (in Russ.). DOI: 10.11621/vsp.2018.04.54.
8. Gryazeva-Dobshinskaya V.G., Korobkova S.Yu., Dmitrieva Yu.A. Psychosemantics of the Character Attraction in the Cult Films and Symbolic Mythological Contexts of Subject's Identification. *Kul'turno-istoricheskaya psikhologiya = Cultural-Historical Psychology*. 2023;19(4):14–25. (in Russ.). DOI: [doi.org/10.17759/chp.2023190402](https://doi.org/10.17759/chp.2023190402)
9. Yanovsky M.I. Impact of the Comedy on the Self-concept of the Viewer. *Kul'turno-istoricheskaya psikhologiya = Cultural-Historical Psychology*. 2023;19(4):34–45. (in Russ.). DOI: 10.17759/chp.2023190404
10. Filippov A.F. *Vosstanie karteziantsev: k sotsiologicheskoi kharakteristike fil'ma Begushchii po lezviyu* [The Uprising of the Cartesians: to the sociological characteristics of the film Blade Runner. *Fantasticheskoe kino. Epizod pervyi* [Fantastic movie. Episode one]. Ed. N. Samutina. Moscow. Novoe literaturnoe obozrenie Publ. 2006:124–152. (in Russ.).
11. Akimova N.N. Correlation of hierarchies of motivational and semantic formations and activities in the structure of students' personality orientation. *Sibirskii pedagogicheskii zhurnal = Siberian Pedagogical Journal*. 2007;7:145–150. (in Russ.).
12. Zilberman N.N. Review of research: when a person obeys a robot. *Gumanitarnaya informatika = Humanitarian informatics*. 2017;13:30–38. (in Russ.). DOI: 10.17223/23046082/13/4

*Submitted 01.02.2025; approved after reviewing 22.04.2025; accepted for publication 25.04.2025.*

*About the authors*

**Ekaterina I. Titova**, Candidate of Psychological Sciences, Leading Research Associate, Associate Professor, Chair of Psychology, South Ural State Medical University (64 Vorovskiy str., Chelyabinsk, 454141, Russia), ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-7661-4330>, e-mail: [ddidd@inbox.ru](mailto:ddidd@inbox.ru)

**Tatiana V. Nalivaiko**, Candidate of Psychological Sciences, Leading Research Associate, Associate Professor, Chair of general psychology, psychodiagnostics and psychological counseling, South Ural State University (76 Lenin Ave., Chelyabinsk, 454080, Russia), ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-1273-420X>, e-mail: [deepli@mail.ru](mailto:deepli@mail.ru)

*Contribution of the authors*

The authors contributed equally to the present research.

*All authors have read and approved the final manuscript.*