



Массовые сцены как способ манипуляции сознанием зрителя

А.С. Арышева

В статье исследуются массовые сцены, способы и приемы создания на киноэкране образа массы, анализируются когнитивные элементы массовой психологии как во время съемки, так и в жизни, а также процессы коммуникации зрителя с фильмом, способность аудиовизуального произведения воздействовать на процесс формирования коллективной идентичности. Массовые сцены рассматриваются как эффективный способ управления и манипуляции сознанием зрителя.

УДК 778.5.01.067.2:15

АННОТАЦИЯ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

психология масс,
психология
искусства,
массовые сцены
в кино

Кинематограф и людская масса

Аудиовизуальное произведение трудно представить без массовых сцен. Кинематограф начался с изображения людских масс на экране. Первым фильмом, показанным в «Гран кафе» на бульваре Капуцинок, стал «Выход рабочих с фабрики» (1895; режиссер Л. Люмьер). Изображение на экране людской массы перешло к кинематографу при переделе сфер влияния в области культуры. «Так не только поставить, но и вымуштровать толпу для театра нельзя, как можно сделать для съемки»¹, — писал издатель журнала «Театр и искусство» театральный критик А. Кугель.

Информация о количестве статистов, занятых в кинопостановке, быстро превратилась в броский рекламный модуль. Первый русский игровой художественный фильм — историческая кинопостановка «Стенька Разин» (1908; режиссеры В. Гончаров, В. Ромашков) — рекламировался как собравший «около ста человек статистов»². Тысячами измерялось число занятых в итальянских исторических картинах («пеплумах») начала 1910-х годов. К 1920-м годам умение срежиссировать массовую сцену стало считаться важным элементом мастерства. Людские массы бушевали и волновались, как волнуется водная стихия в фильме «Наполеон» (1927; режиссер А. Ганс), в «Метрополисе» (1926; режиссер Ф. Ланг), одиннадцать тысяч статистов двигались, как слаженный механизм³.

¹ Цит по: Лотман Ю.М., Цивьян Ю.Г. Диалог с экраном. Таллин, 1994. С. 91.

² Лотман Ю.М., Цивьян Ю.Г. Диалог с экраном. Таллин, 1994. С. 91.

³ Там же. С. 91.

⁴ Подорога В.А. Апология политического. М.: ИД Гос. ун-та Высшей школы экономики, 2010. С. 53.

⁵ S. Buck-Morss. Dreamworld and Catastrophe. P. 147. Цит. по: Советская власть и медиа: сб. статей / под ред. Х. Погтера и С. Хангсен. СПб.: Академический проект, 2005. С. 528.

⁶ Подорога В.А. Апология политического. М.: ИД Гос. ун-та Высшей школы экономики, 2010. С. 56.

⁷ Там же. С. 54.

Кадр из фильма «Броненосец «Потемкин»», режиссер С. Эйзенштейн, 1925 г.



Сергей Эйзенштейн, великий триумфатор массы⁴, предложил собственный метод работы с массами в кино. В своей революционной трилогии («Стачка», 1924; «Броненосец «Потемкин»», 1925; «Октябрь», 1927) он сумел создать образ массовых волнений настолько убедительный, что исследователи впоследствии отмечали: художественные фильмы Эйзенштейна даже в большей степени, чем ролики новостей гражданской войны 1918–1921 годов, создавали опыт массы, ставший точкой отсчета для будущих толкований⁵.

Анализируя массовые сцены в фильмах С.М. Эйзенштейна, В.А. Подорога пишет: «Масса — это такой объект, который становится социально наблюдаемым и исследуемым *только* после рождения кинематографического экрана. Не раньше и не позже. Только экран способен вместить в себя бесконечный рост массы, ее быстроту и движение, и только экран есть то место в социальном пространстве, где масса становится возможной и существующе действующей, продолжающей свое движение»⁶. Действительно, участник толпы не способен оценить масштаб людской массы, ее рост. Сторонний же наблюдатель легко теряет массу из виду. Многие свидетели исторических событий утверждали, что массовые перемещения во времена революций, эпидемий и стихийных бедствий пугающе непредсказуемы⁷.

Людская масса не наблюдаема в повседневной жизни. Следовательно, невозможно *отразить* ее существование при помощи экрана. Сергей Эйзенштейн *создавал массу при помощи экрана*, используя приемы, доступные кинематографу. Основным таким приемом является монтаж.

Монтаж гипотетически увеличивает видимую численность толпы в результате чередования дальних, средних и крупных планов. Соседство планов — это не простая сумма лиц и силуэтов участников действия, а их приумножение. Оно запутывает зрителя, поскольку не позволяет определить точное количество участников массы, находящихся в движении. При помощи монтажа зафиксированное на пленке скопление людей можно превратить в революционное событие, но также можно и рассеять толпу.

Известно, что тоталитарным вождям всегда нравилась демонстрация парадов. Сохранились замечания Сталина относительно хроникального фильма, снятого в Ленинграде во время



Кадр из фильма «Бронепоезд "Потемкин"», режиссер С. Эйзенштейн, 1925 г.

* Записки бесед Б.З. Шумяцкого с И.В. Сталиным после кинопросмотров 1935–1937 годов // Киноведческие записки, 2003. № 2 (62). С. 144.

Парада физкультурников, записанные одним из руководителей советского кинематографа Б. Шумяцким: «...парады нужно снимать массово, покажите на экране в нескольких кадрах движение колонн, а не отдельные отрывки, чем больше будет показано прохождение отдельной части, тем лучше выиграет парад, тогда будет обеспечена его массовость и внушительность. Вас не

должна смущать растянутость движения колонн, этого бояться не следует. Все пустоты отдельных кадров, встречающиеся в этом параде, выбросьте, исключите кадры — танец с лентами, игру в лошадки»⁸. Несмотря на то, что в парадах того времени было задействовано достаточное количество участников, колонны марширующих людей умножались на число ракурсов, — так создавалось впечатление бесконечного движения бесконечно растущей в своей численности массы.

Иногда в задачу съемки входит уменьшение, рассеивание людской массы. Примеры подобного рода встречаются в телевизионной практике. В частности, в 2011–2012 годах в России характерным социальным явлением стало проведение митингов, массовых акций, демонстраций. Отличительной чертой их освещения крупнейшими российскими телеканалами было занижение количества участников событий. Сводку информации об этом можно получить в архивах новостных сайтов, где говорится, что даже если новостные программы не игнорировали данные события, то все же показывали их при помощи кадров, снятых преимущественно крупным планом⁹. Крупный план нивелирует образ массы, и благодаря этому заниженные количественные показатели участников протестных акций выглядят правдоподобно.

Психология масс и зритель

Монтаж вовлекает зрителей в сотворенный образ массы, так как каждый ракурс съемки формирует новое видение на объединенных в единое целое скопление людей. При восприятии

⁸ Как освещает митинги в России прокремлевское ТВ. URL: <https://newsland.com/user/4297684527/content/kak-osveshchaet-mitingi-v-rossii-prokremlenskoe-tv/4268865> (дата обращения: 12.01.2017).

экранного изображения сознание зрителей не отторжимо от экранных образов, созданных режиссером, где существенную роль играет чувственно-эмоциональное состояние, в котором пребывают представленные на экране участники массовых событий.

Психологически людская толпа — это совокупность людей, объединенная, зачастую бессознательно, единым духом («душой толпы»), который приобретает над этой общностью могущественную власть. «Самый поразительный факт, наблюдающийся в одухотворенной толпе, следующий: каковы бы ни были индивиды, составляющие ее, каков бы ни был их образ жизни, занятия, характер или ум, одного их превращения в толпу достаточно для того, чтобы у них образовался род коллективной души, заставляющей их чувствовать, думать и действовать совершенно иначе, чем думал бы, действовал и чувствовал каждый из них в отдельности»¹⁰, — пишет Г. Лебон. И даже если толпа создана искусственно, если она направляется режиссером, эмо-

ции, возникающие у находящихся в ней людей, повинуются тем же законам: они усиливаются и передаются от одного участника массы к другому с огромной скоростью. И массовые сцены фильма позволяют присутствующей в зале публике заразиться идеями массы, пережить когнитивный накал эмоций, схожих с присутствием в активно действующей толпе.



Кадр из фильма
«Броненосец
"Потемкин"»,
режиссер
С. Эйзенштейн, 1925 г.

Зрительская масса, смотрящая на экран, отождествляет себя с массой показываемой, и чем более многочисленна людская масса в зале, тем более яркое впечатление от фильма получает зритель. Для Эйзенштейна многочисленность публики — обязательное условие кинопросмотра, о чем свидетельствует запись одной из последних бесед режиссера, касающаяся премьеры фильма «Иван Грозный»: «Интересно, как примут, — непрерывно повторял он (Эйзенштейн — А.А.). — Надо сделать много просмотров — историки, писатели, художники и массовые просмотры. Массовые, чтобы тысячи и тысячи одновременно смотрели, лучше будут воспринимать, в тысячу и десять тысяч раз лучше: если я один из ста тысяч — я лучше воспринимаю, чем

¹¹ Эйзенштейн в воспоминаниях современников. М., 1974. С. 406 // Цит. по: Подорога В.А. Апология политического. М.: ИД Гос. ун-та Высшей школы экономики, 2010. С. 56.

¹² Подорога В.А. Апология политического. М.: ИД Гос. ун-та Высшей школы экономики, 2010. С. 60.

¹³ Луман Н. Реальность масс-медиа. М.: Праксис, 2005. С. 85.

¹⁴ Балаш Б. Дух фильма. М.: Художественная литература, 1935. С. 21–22.

один из десяти тысяч»¹¹. Обосновывает это психологическое состояние зрителя и В. Подорога, который пишет: «Мы чувствуем массу тогда, когда нам подсказывают пути к “омассовлению” собственного индивидуального опыта переживания, одинокое и автономное зрительское “я” должно быть утрачено в потоке коллективного транса»¹². В силу испытываемых переживаний зрители становятся в определенном смысле некой подлинной массой, которую создает кинематограф.

Зритель вычлняет время развлечений из своего собственного времени¹³, он растворяется в зрелище. Достичь наибольшей вовлеченности зрителя в то, что он видит на киноэкране, — главная задача кинематографа. Именно это предназначение делает кино уникальным видом искусства, радикально отличающимся от иных видов искусств. «Кино открыло новый мир, который был закрыт от наших глаз. <...> Оно уничтожило фиксированное расстояние между зрелищем и зрителем; то расстояние, которое до сих пор было одним из основных признаков зрительных искусств. <...> Киноаппарат ведет зрителя в качестве спутника внутрь самого кадра. Я вижу вещи внутри самой фильмы. Я окружен образами фильмы и втянут в ее действие»¹⁴, — пишет Бела Балаш. В итоге экрану оказывается доступной дея-

тельность высшего порядка: *не отражать реальность, а порождать ее*. Об этом качестве кинематографа пишет О. Аронсон в работе «Метакино»: «...в киноизображении есть нечто такое (настолько непосредственное), что говорит нам о реальности больше, чем наблюдение за внешним миром. Можно сказать, что благодаря кино чувственный мир, мир непосредственного восприятия, оказалось воз-



Кадр из фильма «Броненосец «Потемкин»», режиссер С. Эйзенштейн, 1925 г.

можным мыслить как документ. И сегодня вопрос должен стоять уже совсем парадоксально (но это только на первый взгляд): а есть ли нечто документальное вне кинематографа? Можем ли мы считать что-либо документом, что не зафиксировано в фотографии или на киноплёнке?»¹⁵.

Оценивая природу массмедиа, немецкий социолог Н. Луман отмечает: «Все, что мы знаем о нашем обществе и даже о мире, в котором живем, мы узнаем через массмедиа. Это относится не

¹⁵ Аронсон О.В. Метакино. М.: Ад Маргинем, 2003. С. 133.

¹⁶ Луман Н.
Реальность масс-
медиа. М.: Практикс,
2005. С. 9.

¹⁷ Малышева Г.
О подтасовках
и фальсификациях
исторической
хроники в кино-
и телефильмах.
URL: <http://newvestarchive.ru/2012-4/2539-o-podtasovkah-i-falsifikaciiakh-istoricheskoi-hroniki-v-kino-i-telefilmah.html> (дата обращения: 08.10.2017).

¹⁸ Луман Н.
Реальность масс-
медиа. М.: Практикс,
2005. С. 118.

Кадр из фильма
«Броненосец
«Потемкин»»,
режиссер
С. Эйзенштейн, 1925 г.



только к знанию общества и истории, но и к знанию природы. Мы узнаем о стратосфере так же, как Платон узнавал об Атлантиде: «люди говорят то-то и то-то»¹⁶. Однако первенство экрана над реальностью может стать и причиной зазора между событиями и их экранным образом. Кроме преуменьшения и приумножения существующей массы, экран способен также предложить зрителям подделку. Один из первых подтвержденных случаев несоответствия экранной репрезентации событий самим событиям мы встречаем в 1904 году в фильме «Русско-японская война» (режиссер Л. Нонге, Франция), созданном якобы на основе фронтовых съемок. Сотрудниками Российского государственного архива кинофотодокументов было выявлено, что большинство сюжетов, вошедших в фильм, являются грубой инсценировкой в макетах «боевых действий русских солдат и офицеров» с участием статистов, одетых во французскую военную форму¹⁷.

Фильм обращается к зрителю, свойства которого заранее определены. Закон прямой перспективы, влияние на киноизображение которого сложно обойти, предполагает точку, где сходятся лучи, исходящие от очертаний предметов. Точка их схождения напрямую связана с позицией зрителя, его глазами. Занимая заранее подготовленную для него позицию, индивидуум становится «субъектом», воспринимающим определенный ракурс картины мира. И этот мир демонстрирует ему себя, обращается к нему.

Воссоздаваемая экранная коммуникация типологизирует зрителя. Оставаясь равнодушной к его природе, она очерчивает ряд условий, на которые зритель идет при согласии посмотреть фильм. Участвующий в коммуникации индивид одновременно является индивидуальностью и не является ею¹⁸, на что, в частности, обращал внимание Н. Луман. Манипуляция сознанием зрителя во

время кинопросмотра неизбежна. Массовые сцены, учитывая психологические особенности их восприятия аудиторией, становятся одним из мощных способов управления реакцией зрителя на фильм — как в эмоциональном плане, так и интеллектуальном. В этих условиях история съемок фильма «Броненосец «Потемкин»» С. Эйзенштейна, рассказанная режиссером в статье «Двенадцать апостолов»,



Кадр из фильма
«Броненосец
"Потемкин"»,
режиссер
С. Эйзенштейн, 1925 г.

¹⁹ Эйзенштейн С.
«Двенадцать
апостолов».
URL: http://lib.ru/CINEMA/kinolit/EJZENSHTejN/s_dvenadcatx_apostolov.txt (дата обращения: 27.10.2018).

²⁰ Марголит Е. Я.
Советское
киноискусство.
Основные этапы
становления и
развития. М.: ВЗНУИ,
1988. С. 27.

становится метафорой данного процесса. «Толпа мчится вниз по лестнице... Более двух тысяч ног бегут вниз по уступам. Первый раз — ничего. Второй раз — уже менее энергично. Третий — даже лениво. И вдруг с вышки сквозь сверкающий рупор, перекрывая топот ног и шуршание ботинок и сандалий, звучит иерихонской трубой нравоучительный окрик режиссера: "Товарищ Проко-

пенко, нельзя ли поэнергичнее?" На мгновение массовка цепенеет: "Неужели с этой проклятой вышки видны все и каждый? Неужели режиссер аргусовым оком следит за каждым бегущим? Неужели знает каждого в лицо и по имени?" — И в бешеном новом приливе энергии массовка мчится дальше, строго уверенная в том, что ничто не ускользает от недреманного ока режиссера-демиурга. А между тем режиссер прокричал в свою сверкающую трубу фамилию случайно известного ему участника массовки»¹⁹.

Приведенные высказывания известных режиссеров и теоретиков медиа подтверждают, что кинематограф вполне способен вести за собой людей в чувственно-эмоциональном и интеллектуальном плане. Ощущая сплоченность во время кинопоказа, зрители превращаются в высокоорганизованную, искусственно созданную людскую массу, у которой сохраняются в памяти вызванные просмотром когнитивные следы, что оказывает влияние на формирование *коллективной идентичности*, своего рода «общественного Я». Так, например, просмотр фильма «Чапаев» выстраивался «как стихийно возникший обязательный для всех ритуал приобщения к осознанию своей роли творцов истории»²⁰, о чем пишет Е. Марголит, характеризуя период отечественного кино, когда кинематограф, будучи «важнейшим из искусств», превратился в рупор идеологии. В этом контексте понимания основных свойств кинематографа и силы воздействия экранного искусства на аудиторию проблема анализа и выявления признаков манипуляции сознанием любителей кино становится в современных условиях исключительно актуальной, поскольку и создание массовых сцен, без которых не обходится практически ни один фильм, относится к наиболее эффективным манипулятивным приемам. ■

ЛИТЕРАТУРА

1. Аронсон О. Метакино. М.: Ад Маргинем, 2003. 263 с.
2. Кино и коллективная идентичность: сб. статей / под общ. ред. М.И. Жабского. — М.: ВГИК, 2013. 301 с.
3. Лебон Г. Психология народов и масс. СПб.: Макет, 1995. 311 с.
4. Лотман Ю.М., Цивьян Ю. Диалог с экраном. Таллин, 1994. 216 с.
5. Луман Н. Реальность масс-медиа. М.: Практикс, 2005. 256 с.
6. Марголит Е.Я. Советское киноискусство. Основные этапы становления и развития. М.: ВЗНУИ, 1988. 100 с.
7. Подорога В.А. Апология политического. М.: ИД Гос. ун-та Высшей школы экономики, 2010. 288 с.
8. Советская власть и медиа: сб. статей / под ред. Х. Понтера и С. Хансен. СПб.: Академический проект, 2005. 621 с.
9. Фрейд З. Психология масс и анализ человеческого «Я». Малое собрание сочинений. — СПб.: Азбука, 2012. 992 с.
10. Фрейлих С. Теория кино: от Эйзенштейна до Тарковского. М., 1992. 512 с.

REFERENCES

1. Aronson O. (2003) Metakino [Metakino]. Moscow: Ad Marginem, 2003. 263 p. (In Russ.).
2. Kino i kolektivnaya identichnost [Cinema and collective identity]. Sbornik statey. Pod obsch. red. M.I. Zhabskogo. Moscow: VGIK, 2013. 301 p.
3. Lebon G. (1995) Psihologiya narodov i mass. [Psychology of peoples and masses]. St.Petersburg: Maket, 1995. 311 p. (In Russ.).
4. Lotman Yu. M., Tsiyvan Yu. (1994) Dialog s ekranom [Dialog with the screen]. Tallin, 1994. 216 p. (In Russ.).
5. Luhmann N. (2005) Real'nost' mass-media. [The Reality of the Mass Media]. Moscow: Praktis, 2005. 256 p. (In Russ.).
6. Margolit E. Ya. (1988) Sovetskoe kinoiskusstvo. Osnovnyie etapyi stanovleniya i razvitiya [Soviet cinema. The main stages of formation and development]. Moscow: VZNUI, 1988. 100 p. (In Russ.).
7. Podoroga V.A. (2010) Apologiya politicheskogo [Apology of the political]. Moscow: Izd. dom Gos. un-ta Vyisshey shkolyi ekonomiki, 2010. 288 p. (In Russ.).
8. Sovetskaya vlast i media. [Soviet power and media] Pod obsch. red. H. Gyuntera i S. Hansgen. St.Petersburg. Akademicheskii proekt, 2006. 621 p. (In Russ.).
9. Frejd Z. (2012) Psihologiya mass i analiz chelovecheskogo «Ya» [Group Psychology and the Analysis of the Ego]. Maloe sobranie sochinenij. St.Petersburg: Azbuka, 2012. 992 p. (In Russ.).
10. Frejlih S. (1992) Teorija kino: Ot Jeizenshtejna do Tarkovskogo [Theory of Cinema: From Eisenstein to Tarkovsky]. Moscow, 1992. 512 p. (In Russ.).

Mass Scenes as a Way of Manipulating the Consciousness of the Viewer

Anastasiya S. Arysheva

Postgraduate Student, S.A. Gerasimov Russian State Institute of Cinematography (VGIK)

UDC 778.5.01.067.2:15

ABSTRACT: The essay explores the significance of mass scenes in the history of cinema. It analyzes the directorial style of Sergei Eisenstein and his concept that the human mass becomes observable only with the invention of cinema. The image of the mass is created by the editing. Long shots transform the real human mass into an infinitely growing mass, while close-ups destroy its image. Film editing involves the audience in the creation of the mass: each foreshortening offers a new vision of the people united in the mass. Mass scenes of the film allow the spectator to become infected with the ideas of the mass and to experience the increase in emotions inherent in a crowd. The film appeals to the spectator whose properties are predetermined. The spectator agrees to the viewing conditions dictated by the film and dissolves in the spectacle. The full involvement of the spectator in what he sees on the film screen is the main feature of cinema. Therefore, the manipulation of the spectator's consciousness during the film screening is inevitable. Due to the psychological characteristics of their perception, mass scenes are one of the most powerful ways to control the spectator's emotional and intellectual reactions.

KEY WORDS: mass psychology, identification, psychology of art, mass scenes in cinema