

УДК 159.9

## РОБОТА З ТІННЮ АБО ФІЛЬМАНАЛІЗ АНТИГЕРОЯ

Чаплінська Ю.С., к. психол. н.,  
с.н.с. лабораторії психології масових комунікацій та  
медіаосвіти ІСПП НАПН України

**Актуальність дослідження із теоретико-методологічним обґрунтуванням проблеми.** Останнім часом ми можемо спостерігати тенденцію в світовому кінематографі, коли “поганці” стають головними героями фільму. Глядачам показують він вже не однобоко – виключно як антигероїв, а з різних сторін: їх почуття, емоції, мотиви, “промені світла” у їх “темних душах”. І такі герої, навіть у випадку демонстрації ними багатьох різних негативних якостей, які засуджуються суспільством, все одно подобаються глядачам. Це можуть проілюструвати такі персонажі фільмів як Джек Горобець, Дедпул чи Харлі Квін, які на різних фанатських фестивалях (наприклад, ComicCon) по всьому світу мають найбільшу кількість фоловерів. Іншою цікавою тенденцією є заміщення поняття добра і зла. Коли беруть персонажа, який – історично так склалося – завжди був антигероєм і показують його як доброго, ніжного – кардинально протилежним до звичного глядачам образу. Як приклад, Едвард Кален – вампір, головним героєм саги “Сутінки”. Усі ці тенденції демонструють нам пошуки нових підходів до глядача у кіноіндустрії. Адже нинішня аудиторія вибаглива і їх вже нецікаві банальні та “ізбиті” сюжети. Адже ніша “антигероїв” до цього ще ніким не була розкрита, а ось в останні роки її почали активно використовувати. Завдяки цьому психологи і психотерапевти мають можливість за допомогою фільманалізу антигероя працювати з образами “тіні” своїх клієнтів.

Основною **метою** даної роботи є представлення схеми роботи з антигероем або образом тіні клієнта у фільманалізі.

Нагадаємо, що в аналітичній психології *тінню* називають набір тих негативних якостей людини, якими вона наділена, але не визнає своїми власними. Власне, ці характеристики людина “не сприймає” в інших людях (ставиться дуже негативно, засуджує, вони їй відверто не подобаються), при цьому не помічаючи, що і сама наділена ними в повній мірі. Такі характеристики утворюють тіньовий образ людини, таку собі “темну сторону” її особистості. Тінь з'являється у людини в дитинстві, коли батьки пояснюють, що добре, а що погано, що можна, а що не можна. Інколи батьки ретельно стежать за тим, щоб дитина “не робила того, що не можна” і бувають випадки, коли не відповідно жорстоко карають за непослух. Наприклад, ситуація, коли дитині подарували велику шоколадну цукерку. Природне бажання дитини з'їсти ці ласощі самому, але батьки кажуть: “Не можна бути жадібною, не можна їсти цукерку самому, потрібно поділитися”. Якщо дитина не слухається і швидко запихає цукерку до рота, матуся, наприклад, може сказати, що “така жадібна дитина їй не потрібна” і весь вечір робити вигляд, що дитини не існує: ігнорувати її (фізично та емоційно). Це приклад активного засудження поведінки, яка на погляд батьків є неприйнятною. Дитина у такому випадку, щоб не засмучувати батьків і щоб не “нариватися” на покарання, починає демонструвати бажану у її оточенні поведінку. Дитина не перестає любити солодощі і не перестає бажати їсти цукерку сама, просто всі ці бажання витісняються у тінь.

**Результати теоретичного аналізу проблеми.** Робота з тінню починається через аналіз образу антигероя фільму. Робота може бути як індивідуальна, так і групова. Психотерапевт або тренер обирає певний фільм, в залежності від особливостей клієнтського запиту. На наш погляд, наприклад, дуже цікавим для групової роботи по фільманалізу є стрічка “Загін самовбивць” (2016 рік). Оскільки в ній проявлено декілька яскравих

образів антигероїв і кожен з членів групи може знайти собі медіаперсону для ідентифікації. В індивідуальній роботі можна клієнту запропонувати самостійно обрати фільм та антигероя для аналізу, у груповій – фільм обирає тренер і переглядає його разом з учасниками.

### **Схема роботи з антигероєм у фільманалізі:**

1. Одразу після перегляду фільму тренер пропонує назвати ім'я антиперсонажа, який викликає у клієнта найбільш емоцій (або критерій – подобається / не подобається).

2. Далі ставиться питання про те, які саме емоції викликає обраний медіаперсонаж (антигерой).

3. Потім пропонується озвучити свої думки та роздуми на тему поведінки героя, його мотивів.

Для дослідження антигероя в контексті позитивного зв'язку можна використовувати такі запитання: Що вам подобається в антигерої? Які його риси чи поведінкові патерни здаються вам привабливими? Які сцени фільму з ним вам подобаються найбільше і чому? А чи є щось в ньому, що вам не подобається?

4. Наступний етап роботи, коли тренер пропонує поговорити про того антиперсонажа, що взагалі не подобається. З яким би клієнт “ніколи, за жодних обставин, у жодному разі” не хотів би мати справу. Тут потрібно уважно дослідити, що саме викликає у клієнта негатив стосовно цього персонажа (які його дії чи думки).

Для дослідження антигероя в контексті негативного зв'язку можна використовувати такі запитання: Що саме вам в ньому не подобається? Які конкретно його особистісні характеристики? За що ви його засуджуєте? А чому саме за це? Чи засуджували вас коли-небудь за теж саме? А хто вам казав, що цього робити не можна? А які сцени в фільмі за участі антигероя вам не подобаються найбільше і чому?

5. Останній етап – це етап налагодження зв'язку. На цьому етапі тренер дізнається – чи бачить учасник якісь паралелі між медіагероєм та ним самим або його життям (чи є щось спільне). Для цього можна використовувати такі запитання: А чи бачите ви щось спільне між собою та цим персонажем? А чи можете ви пригадати випадки із свого життя, які чимось були б схожі, мали спільні риси або ключові точки з цим медіагероєм? А чи засуджував коли-небудь хтось вас, як ви зараз засуджуєте героя? А чи були коли-небудь у вас такі ж самі бажання чи появи поведінки, як у цього героя? Якщо так, то розкажіть про той випадок. Даний етап ми пропонуємо завершити арт-терапевтичним способом і запропонувати клієнтам намалювати на одному листку паперу себе та обраного медіаперсонажа (з подальшим аналізом, якщо у тренера є арт-терапевтична освіта). Такі дії допоможуть інтегрувати у цілісний образ пророблену когнітивну роботу.

**Висновки.** Фільманаліз антигероя дає можливість клієнту побачити свої “темні сторони” та ближче познайомитися зі своєю тінню. Алгоритм роботи з медіапродуктом, запропонований вище, допоможе психологу відкрити “двері” у тінь клієнта, проливаючи світло на несвідомі структури його особистості.