

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Філософський факультет

Кафедра етики, естетики і культурології

**«Дослідження впливу аудіовізуального мистецтва на
соціокультурну поведінку молоді (на матеріалі
кінематографу XX-XXI століття)»**

Кваліфікаційна робота за спеціальністю 034 «Культурологія»
на здобуття освітнього ступеню бакалавра культурології

Студент-виконавець:

Науменко Марія Олександрівна

IV курс

спеціальність 034 «Культурологія»

ОПП «Культурологія»

Науковий керівник:

Руденко Сергій Валерійович

доктор філософських наук, професор кафедри української філософії та
культури

(підпис)

Допущено до захисту:

Зав. кафедри _____

Київ – 2021

Зміст

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ І. АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД ЛІТЕРАТУРИ ТА МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ	7
<i>1.1 Феномен аудіовізуальної культури та способи її розуміння.....</i>	<i>8</i>
<i>1.2 Кінематограф як частина аудіовізуального мистецтва</i>	<i>18</i>
РОЗДІЛ ІІ. ДОСЛІДЖЕННЯ ПРИЧИН ВПЛИВУ КІНЕМАТОГРАФУ ХХ-ХХІ СТОЛІТТЯ ТА ЙОГО ОКРЕМИХ ТВОРІВ НА ПОВЕДІНКУ СТУДЕНСЬКОЇ МОЛОДІ М. КИЄВА	25
<i>2.1 Методологія та опитувальник.....</i>	<i>31</i>
<i>2.2 Отримані дані опитування</i>	<i>32</i>
РОЗДІЛ ІІІ. АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТІВ ОПИТУВАННЯ.....	36
<i>3.1 Рекомендації, щодо методів зниження негативного ефекту від перегляду кінофільмів.....</i>	<i>41</i>
ВИСНОВКИ	45
СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:	49
ДОДАТКИ.....	52

ВСТУП

Аудіовізуальні та традиційні мистецтва на рубежі XX-XXI століть взаємодіють постійно. Завдяки новим технологіям, комп'ютерній творчості та інтернету з'явився новий тип типи та носії мистецтва, наприклад віртуальний музей, або електронні книги. На електронних носіях кожен з нас має можливість відтворити не тільки кіно або телефільм, а й театральний спектакль, творчий вечір, музичне шоу та навіть оперні концерти. Все, що раніше здавалося неосяжним або далеким, зараз долає кілометри через занурення у віртуальний світ та стає частиною аудіовізуальної культури. В системі сучасної світової художньої культури, аудіовізуальне мистецтво відіграє особливу роль. Масовість, доступність, тиражування екранного мистецтва, демократизм, ці фактори, що до цього не були поширеними для традиційного мистецтва, стали характерними рисами даного виду мистецтва. Технічний прогрес та суміжні види мистецтва активно впливають на мову та розвиток аудіовізуальних мистецтв. Даний феномен мистецтва став сукупністю техніки і художньої творчості. Опановування естетики аудіовізуальних мистецтв – явище багатовимірне. Аудіовізуальні мистецтва є важливою складовою сучасної медіакультури, як феномена інформаційної епохи. Метою аудіовізуальної творчості є створення художнього образу, який включає в себе звуковий та зоровий образ твору, образ кожного епізоду, сцени, в якому зображальність та візуальність переходить в образність.

У тісній взаємодії зі складними і суперечливими соціальними процесами екран відіграв вирішальну роль у демократизації культури, у формуванні її нових форм, включаючи нові види аудіовізуальних мистецтв. Кінематограф – це естетична конкретність, дієвість, художня «предметність», елемент без якого складно уявити аудіовізуальні та екранні мистецтва. Кіно має надзвичайно потужне поширення в людській культурі. Кінематограф зараз можна вважати одним з наймасовіших мистецтв, яке здатне висвітлювати будь-які актуальні теми та поширювати їх на значну частину аудиторії. Кожен фільм створений і розвивається в певній культурі. Іноді вплив є тривіальним,

як у випадку з модними тенденціями або фігурами мови. Однак іноді вплив може бути глибоким, що призводить до соціальних чи політичних реформ, формуванню ідеологій. Крім того, що фільми відображають різноманітні культури, кінематограф вже давно формує переконання та цінності окремих індивідів. Наприклад, коли індивіди копіюють модні тенденції зовнішнього вигляду, моделі поведінки, тощо у кінозірок або персонажів кіно. У наші дні також часто зустрічаються товариства, що використовують фігури мови, натхненні кіноіндустрією. У фільмах легше зобразити та побачити занепокоєння індивідів, ставлення до того чи іншого поняття, вади та сильні сторони, ніж розшифрувати їх із щоденної взаємодії з іншими індивідами. Феномен кіно полягає в тому, що воно певним чином повністю залучає глядача та керує його увагою, змушуючи ідентифікуватися з героями фільму. Кіно з легкістю впроваджує в розум глядача свої принципи, воно має велику роль у формуванні соціокультурної ідентичності сучасного глядача, зокрема молоді, що більш легко піддається впливу. Фільм може розважати, виховувати та надихати глядача різними способами.

Актуальність теми: Аудіовізуальне мистецтво та його надзвичайна різноманітність зараз, не лише доносить ідею своїх творців, але й викликає сильні поведінкові реакції, емоції, диктує соціальні установки, має здатність змінювати ціннісні орієнтири, таким чином формуючи свідомість індивіду. Завдяки цьому може створюватись негативний ефект на психосоматику та світосприйняття індивіду.

Ступінь наукової розробки теми: Аналіз даного феномену відбувається в багатьох науках: в психології, як спосіб сприйняття, в мистецтвознавстві та естетиці, як окремий вид мистецтва, в педагогіці – спосіб самореалізації індивіда, в культурології як елемент суспільної свідомості. Ще в 1980-1990 х рр. було опубліковано багато досліджень, щодо ролі гуманітарних проєкцій даної тематики та аудіовізуальної культури, яка раніше вважалася суто технічною та не відносилась до мистецтва. Дану проблематику у своїх

роботах досліджували: М. Маклюен, Ю. Лотман, П. Тейр де Шарден, Е. Гіденс, А. Лосєв та інші.

Об'єкт дослідження: феномен аудіовізуального мистецтва та кінематографу ХХ-ХХІ століття, як його значної частини.

Предмет дослідження: кінематограф ХХ-ХХІ століття, як інструмент впливу на соціокультурну поведінку молоді.

Мета дослідження: визначити особливості впливу кінематографу ХХ-ХХІ століття на реципієнта (студентську молодь м. Києва), запропонувати методи розв'язання проблеми екстрасоматичної поведінки в результаті частоті взаємодії з відеоконтентом та методи зниження негативного ефекту на психологію та поведінку людини.

Завдання дослідження:

- дослідити феномен аудіовізуального мистецтва;
- дослідити кінематограф, як частину аудіовізуальних мистецтв;
- визначити специфіку впливу кінематографа на формування світогляду, соціальних установок та соціокультурної поведінки окремої особистості;
- розкрити специфіку глядацького сприйняття соціокультурної реальності під впливом кінематографа;
- провести опитування серед студентської молоді м. Києва, з метою виявлення й діагностики впливу кінематографу ХХ-ХХІ століття та провести аналіз результатів;
- надати рекомендації щодо зниження негативного впливу від кінематографу на глядача.

Новизна:

- надані уточнення прояснення культурологічного змісту феномену кінематографу, як частини аудіовізуального мистецтва;

- виявлено характер впливу кінематографу на студентську молодь м. Києва;

- надані рекомендації щодо зниження негативного впливу на глядача.

Методологія дослідження: проведено теоретичний аналіз попередніх досліджень з проблем впливу аудіовізуальних засобів на особистість, а також спеціальної літератури щодо проблематики впливу кіномистецтва. У роботі використані такі методи дослідження як: насичений опис, порівняльний аналіз, функціональний аналіз, синтез та експертна оцінка.

Структура роботи: робота складається зі вступу, трьох основних розділів, висновку та списку літератури. У вступі міститься опис актуальності, об'єкта, предмета, мети, завдань, новизни, методології дослідження та структури роботи. В основних розділах роботи описано виконання вище поставлених завдань, що допомагають детально та досконало розібратися в обраній темі.

РОЗДІЛ I. АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД ЛІТЕРАТУРИ ТА МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ

Початок ХХ століття вирізняється зміною парадигм в системі світової культури. Відбувається перехід від класичної просвітницької культури до масової культури, що супроводжується зміною базових елементів та функцій того, що називають мистецтвом та культурою. Поряд з традиційною культурою з'являється зовсім нова комунікативна парадигма, що має здатність виходити на рівень традиційних форм спілкування: письмову, або книжкову та культуру безпосереднього спілкування. Культура в деяких аспектах перетворюється, вона переходить від книжкової форми до екранної. Книги гуртуються на «лінійній мові», на писемності. З часом в них з'являються ілюстрації, що дають книгам нову якість, тобто, в даному випадку, лінійна мова вже поєднується з образотворчим мистецтвом, що активно розвивається в кінці ХІХ століття, створюючи нову форму культури. Завдяки активному розвитку технологій в епоху постмодернізму з'являється аудіовізуальна культура, що відтворює моделювання реальності завдяки експериментам з віртуальною або штучною реальністю, наприклад, комп'ютерними іграми, атракціонами, відеокліпами, тощо. Аудіовізуальні технології приводить до мозаїчної культури населення, що проявляється в фрагментації і індивідуалізації структури знань людини і її загальної культури. Новий вид мистецтва здатний передавати реальну послідовність руху в екранному замкненому просторі, «оживляти» сторінки та, як і книга, стає елементом культури. Аудіовізуальне мистецтво стає механізмом утворення ціннісних орієнтирів, трансляції традицій, норм певних соціальних груп та масової культури загалом. Ключовими елементами прикладної культури виступають: культура інформаційного суспільства та масових комунікацій. До розвитку аудіовізуальної культури в ХХ-ХХІ століттях, німецькі філософи К. Маркс та Ф. Енгельс ще в ХІХ столітті, цікавились феноменом технічної культури, як одним з обов'язкових елементів культури людини епохи модерну та постмодерну.

1.1 Феномен аудіовізуальної культури та способи її розуміння

Винахід і поширення екранної культури: кінематографа, потім телебачення і відеотехніки, розробки художніх можливостей світломузики, різного роду звукових або зорових уявлень, або і зорових і слухових одночасно, пов'язаних з новітніми технічними засобами медіа-технологій проникають зараз в усі сфери культури й життя загалом та виступають різновидами єдиного цілого – аудіовізуальної культури.

Аудіовізуальна культура – область культури, феномен епохи постмодерну, що безпосередньо пов'язаний з розвитком інформаційних технологій. Тексти аудіовізуальної культури являють собою знакові системи, що містять слухові, зорові та вербальні елементи. Аудіовізуальна культура включена в сфери дозвілля, виробництва, побуту й забезпечує оптимізацію діяльності та покращення функціонування мистецтва в сучасних умовах.

«Аудіовізуальне охоплює велику область звукозорових феноменів всього «видимо-почутого», виробленого людиною. Як правило, важливою відмінною ознакою аудіовізуального є неодмінне використання нових технологій в процесах фіксації, продукування, поширення і використання цього продукту. Тому театральний спектакль або публічний концерт до останнього часу виключалися з цієї сфери. Звичайно, і традиційні форми художньої активності не можуть уникнути впливу нових технологій: аудіо-та відеозаписи стали не просто підсобними засобами, але іноді і основними сенсоутворювальними компонентами нових творів (як, наприклад, в італійському театральному колективі *kamera astratta*, де одночасно на сцені присутні живі актори і їх зображення на екранах телевізорів), театральних вистав, концертів, інсталяцій та перформансів.» [25, с.28]

Звертаючи увагу саме на культурологічні дослідження, можна виділити декілька основних підходів до розуміння та аналізу аудіовізуальної культури.

Одним з таких є *аксіологічний підхід*. Даний аналіз пов'язаний з розумінням культури, як системи духовних та матеріальних цінностей, норм, продуктів та об'єктів, що виникли в результаті діяльності людини й суспільства. Аксіологічний підхід у своїх роботах розглядають такі дослідники як Е. Гіденс та А. Лосев. В даному підході аудіовізуальна культура висвітлюється, як процес акумуляції взаємодії в суспільстві в якому реалізуються можливості та здатності людини. Культура не є сукупністю готових об'єктів, це безпосередній процес саморуху та змін, що перебуває в постійній динаміці, тому традиційні компоненти культури також мають здатність втілюватись в новій парадигмі – аудіовізуальній культурі й, в контексті постмодерну піддаватись, різним інтерпретаціям або трансформаціям, перетворенням. Тут є важливим аспект візуалізації і вербалізації, зміщення акцентів для формування аудіовізуальної культури.

Наступним важливим підходом до розуміння даного феномену можна вважати *антропологічний аналіз*. За концепцією французького філософа П. Тейяра де Шардена, даний аналіз досліджує та демонструє відмінності етнокультур, етносів, культура розуміється: способом занурення індивідів в соціум, суспільне життя. Культура висвітлюється, як сукупність ідей, матеріальних об'єктів, образів та середовище самореалізації та існування, що зроблене людьми та є інструментом впливу і регулювання соціальних взаємодій.

Канадський культуролог та філософ М. Маклюен описує феномен аудіовізуальної культури через комунікативно-центричну позицію. Дослідник зазначає, що завдяки розвитку технологій, зокрема аудіовізуальних, час чуттєвого об'єднання соціальних груп та людства в цілому, заміщається культурним тілом-універсуму. Аудіовізуальна культура проникає ледь не у всі напрямки культурологічного знання, що доводить плюралістичні тенденції в епоху постмодернізму.

Також слід виділити *функціональний підхід*. Аудіовізуальна культура тут розуміється як система специфічних способів діяльності. Даний підхід аналізує культуролог Е. Маркарян та «способами діяльності» дослідник називає результати або специфічні кошти, отримані завдяки процесам життєдіяльності задля врегулювання та організації соціальних і суспільних дій. В даному контексті аудіовізуальна культура виступає засобом художньої, технічної, креативної, комунікативної та освітньої діяльності та об'єктивації змісту її елементів.

За концепцією англійського антрополога та культуролога Е. Тайлора культура складається з мистецтва, знання, законів, вірувань, звичаїв, моральності та інших норм суспільства. Дослідник пише про особистісно-атрибутивний підхід в якому культура визначає орієнтири зовнішнього і внутрішнього буття та існування індивіда, а також формує його культурний досвід. Атрибутивні смисли аудіовізуальної культури втілюють в собі реалії техногенного розуму та інформаційної цивілізації, як найбільш повне втілення особистісних смислів, що сприяє віртуалізації їх в аудіовізуальну форму.

«Аудіовізуальна культура, з одного боку, в залежності від видів аудіовізуальної діяльності, включає в себе такі компоненти: аудіокультурну (екранну) культуру, візуальну культуру і екранну медіакультуру. З іншого боку, в залежності від способів соціального функціонування ми виділяємо чотири структурних чинника: комунікативна аудіовізуальна культура, аудіовізуальна художня культура, аудіовізуальна технічна культура, аудіовізуальна екранна медіа культура. У свою чергу всередині комунікативної аудіовізуальної культури містяться компонент аудіовізуальної комунікативної (соціальної) творчості, етноорієнтовані форми. Останні виділяються в особливий блок - аудіовізуальна етнокультура. Усередині аудіовізуальної художньої культури знаходяться аудіо- та радіомистецтво; кінематографічна, телевізійна, образотворча, фотографічна культура, відеокультура, культура дизайну і форми медіахудожньої культури

(аудіопубліцистика, фото-, кіно-, відео, телепубліцистика). Аудіовізуальна технічна культура спрямована на можливість використання аудіовізуальних засобів у різних напрямках діяльності. Вона включає в себе аудіовізуальну техніку та аудіовізуальну технічну творчість. Екранна медіакультура складається з наступних компонентів: комунікативної медіакультури, яка в разі відрізняється від аудіовізуальної; культури творчого використання аудіовізуальних засобів; ігрової культури; інтернет і нарешті медіахудожньої культури, повністю збігається з такою в блоці аудіовізуальної художньої культури.» [31, с. 58]

Аудіовізуальна культура – це явище поліфункціональне, як і культура в цілому. Тобто, у неї унікальна роль в соціальній системі. Культурологи та соціологи, що досліджували культуру в цілому, виділяли класифікації функцій культури. Функціями які характеризують саме аудіовізуальну культуру, на думку дослідників, є:

- Інформаційна функція
- Комунікативна функція
- Креативна функція
- Соціальна (посередник)
- Розважальна функція
- Нормативна
- Інтеграційна функція

На перший план, виходить *інформаційна функція*, бо аудіовізуальна культура являє собою особливий тип інформаційного процесу, якого не знала природа. Оскільки аудіовізуальна культура – це сукупність інформаційно-комунікативних засобів, то тут особливу роль грає зв'язок з соціальною інформацією, носієм якої вони є. Завдяки аудіовізуальній культурі в суспільстві стає можливим примноження й накопичення інформації. Ю. Лотман щодо цієї тематики писав про збереження попереднього досвіду, тобто збереження генетичної пам'яті суспільства. Бо, як вважав дослідник,

«культура є пам'ять». Аудіовізуальна культура зараз виступає так званим гарантом інформаційного забезпечення суспільства. Тобто, в даному контексті аудіовізуальна культура виступає соціальною інформацією, що зберігається і накопичується за допомогою створюваних людьми знакових засобів.

Комунікативна функція пов'язана з інформаційною та багато дослідників її об'єднують. Проте, суть комунікативної функції полягає в тому, що аудіовізуальна культура виступає актом спілкування та можливістю комунікації: між країнами, народами, владою і суспільством, соціальними групами, або просто індивідами, тощо. Розвиток форм і способів комунікації, виступають важливими аспектами культурної діяльності людства. Дана функція дає аудіовізуальній культурі можливість виступати потужним каталізатором діалогу культур. Завдяки комунікативній функції відбувається обмін культурною інформацією в історико-філософському та історико-літературному контексті і тим самим пришвидшується соціальний прогрес.

Ще однією функцією аудіовізуальної культури є: *креативна функція*, яка впливає на освоєння і перетворення навколишнього світу індивіда. За допомогою інформації, що одержує індивід, він або вона розширює свої пізнання, осмислюючи його з різних точок зору, виявляє бажання пізнати себе в навколишньому світі та власне сам світ, дізнатися більше про таємниці природи й специфіку людського буття. Аудіовізуальні мистецтва здатні розширити межі безпосереднього та суб'єктивного досвіду індивіда, впливаючи на світоглядні установки, на процес формування особистості. Як вважав дослідник Л. С. Виготський, саме мистецтво, більшою мірою, ніж інші форми суспільної свідомості, здатне залучати до кола соціального життя найособистісні та інтимні сторони нашого суцього. В основі цього ефекту лежить механізм співпереживання та емпатії.

Наступна функція, яку виділяють дослідники – це *соціальна функція*, тут аудіовізуальна культура виступає інструментом управління суспільством та соціальним посередником, що формує взаємозв'язки в структурах суспільства.

Аудіовізуальна культура здатна давати можливість різним індивідам або соціальним групам контактувати та спілкуватись. Даний вид культури є посередником між державою та суспільством, владою й соціумом. В соціальну функцію можна також включити управлінську та політичну функції, адже, на відміну від деяких інших видів культури, в неї є потужна влада завдяки безпосереднього контакту з медіа.

Однією з функцій є *розважальна функція*, що пов'язує з потребою сучасної людини в фізичній та психічній розрядці. Аудіовізуальна культура заповнює цю нішу в епоху постмодернізму. Російський філософ М. Бахтін у своїй концепції зазначає про «сміхову культуру», що виступає протиположною традиційній культурі та осміюванням стереотипів й ярликів. Частиною аудіовізуальної культури є індустрія розваг, що пропонує величезну кількість розваг і засобів релаксації. Голландський філософ та історик культури Й. Гейзинга у своїй роботі зазначає, що культура взагалі містить ігровий момент. За концепцією дослідника, ігровий елемент є однією з причин утворення культури та обов'язковою частиною культурної діяльності, завдяки грі культура розвивається.

Аудіовізуальна культура виконує *нормативну функцію*, адже вона формує елементи процесів соціалізації індивідів, ознайомлює особистість з знаннями, ідеалами, ціннісними орієнтаціями, звичаями, ідеологіями, нормами певних соціальних груп. Тобто, аудіовізуальне мистецтво формує соціальний досвід.

Велика роль аудіовізуальної культури полягає в *інтеграційній функції*. В епоху постмодерну, завдяки розвитку інформаційних технологій, відбувається створення образів, дослідження і сприйняття інших культур, налагодження міжкультурної комунікації та утворення способів комунікації соціальних груп. Виникають різні цивілізаційні парадигми. Також завдяки аудіовізуальному мистецтву забезпечується збереження історичної пам'яті та культурної спадщини. Проте, важливо зазначити, що дана функція не знищує культурні

самобутності, а розвиває толерантність, обізнаність і взаєморозуміння між соціальними групами та народами.

Отже, можна зробити висновок, що аудіовізуальна культура – це особлива сфера від якої в сучасних умовах абстрагуватися неможливо. Вона створює безпосередній вплив на формування індивідів, їх соціокультурний досвід та поведінку. Важливою складовою аудіовізуальної культури та сучасної медіакультури, як феномена інформаційної епохи є аудіовізуальні мистецтва.

Аудіовізуальне мистецтво – це засновані на одночасному сприйнятті слухом і зором, форми екранної культури. Іноді дослідники критикують візуальне мистецтво, через складну та суперечливу ситуацію впливу даного феномену на соціальні процеси, але все ж, воно неабияк вплинуло на демократизацію культури та створення нових, ні на що не схожих раніше, форм культури. Багато науковців, що мали нагоду досліджувати дану тему, наголошують на одній і тій самій тезі, в наш час аудіовізуальна комунікація серйозно потіснила друковані та написані від руки тексти й меседжі, а екранні форми творчості поступово змінюють традиційні мистецтва. Зараз аудіовізуальне мистецтво навіть стало засобом тиражування традиційних мистецтв, особливо в період пандемії. Також екранна комунікація стала важливим фактором освіти, формування нового креативного мислення, естетичного виховання учня чи студента, хоча раніше дана форма навчання в більшості вважалася гіршою та не якісною.

Сучасне медіа мистецтво розвивається на стику явищ, що часом суперечать один одному. Явищ таких як масова культура та субкультура, нові технології та індивідуальна творчість. М. Маклюен писав, що наші почуття мають здатність матеріалізуватись у вигляді технологій та саме через це технологічне освоєння дійсності формується зміна парадигм та нова інтерпретація культури. З огляду на концепцію дослідника, аудіовізуальне мистецтво і є рушієм виникнення нової інтерпретації культури.

Фотографічна природа екранного мистецтва, є однією з головних умов його матеріального існування. Тут використовуються виразні способи фотографії, залучені різні фактори: види плану – загальний, великий, середній, ракурс, композиція кадру, світло, тощо. Основою їх образної специфіки постає синтетична природа. Потенціал образної специфіки аудіовізуальних мистецтв залежить від загального плану з сукупністю елементів «видимої» літератури, образотворчого театру, світломузики, живопису, що може рухатись.

Аудіовізуальне мистецтво пройшло шлях від чорно-білого, «німого» кіно на екранах, до звуку, кольору, широкого екрана, поліекрану, 3D та ще численних варіативностей відтворення. Деякі з найдавніших прикладів аудіовізуального мистецтва можна віднести до італійських футуристів початку ХХ століття. У 1915 році Л. Руссола та Ф. Деперо розробили художні машини, здатні створювати мультисенсорні враження, пов'язані з кольором, звуком та рухами. Художники сюрреалісти початку та середини ХХ століття також експериментували над тим, як звук можна інтегрувати в радикальні та диверсійні форми мистецтва, щоб шокувати та затормозити глядацьку аудиторію. Протягом 1950-х років різні художники та музиканти відходили від стандартних виступів та створювали події, що поєднує звук, візуальні ефекти та перформанс. Одним із таких першопроходців був У. Гірс, який поєднав аспекти звуку, кінетичної скульптури та світла у своїх аудіовізуальних мистецьких конструкціях. У 1960-х і 70-х роках італієць, американський художник звуку та дизайнер меблів Г. Бертоя, перетворив функціонуючі предмети на музичні інструменти, на яких він грав, щоб створити мультисенсорні враження, як «звукові скульптури», він навіть створив власну студію для запису його музики.

Сьогодні практики аудіовізуального мистецтва продовжують розширюватися та розвиватися в тандемі з технологіями, оскільки постійно відкриваються нові можливості. Художники знаходять нескінченні способи

поєднання звуку та візуалу, щоб перекрити інтерактивне мистецтво, кінетичну скульптуру та світлове мистецтво.

Аудіовізуальний твір – результат аудіовізуального мистецтва, що складаються з ряду пов'язаних смисловим навантаженням зображень, відео фрагментів або фотокадри, може супроводжуватись музикою або звуками та призначений для слухового та зорового сприйняття. Дослідниками виділяється декілька ознак, що властиві творам аудіовізуального мистецтва:

- твори призначені для слухового та зорового сприйняття (частіше за все одночасно для обох видів сприйняття);
- складаються з зображень, що об'єднані однією тематикою та складають одне ціле;
- зафіксовані на конкретному типі носія інформації;
- безпосередньо пов'язані з технологіями та технічними пристроями.

Здійснювати трансляцією твору аудіовізуального мистецтва може практично будь-який ресурс, вони мають здатність переходити з одного носія на інший та змінювати основну частину типологічних характеристик й ознак. Тобто, твори не пов'язані з одним конкретним каналом чи ресурсом трансляції. Особливо чітко дана ознака прослідковується на відеохостингу. Твори аудіовізуального мистецтва мають здатність необмеженого копіювання та відтворення відео. Іноді відтворення одного і того ж фрагменту в різних контекстах може повпливати на сприйняття його змісту.

Аудіовізуальне мистецтво безпосередньо співпрацює з його глядачем. В аудіовізуальному мистецтві існує такий феномен як "сцена привидів", що означає, що глядач має доступ до всіх кутів сприйняття, якщо хоче. Спілкування буває різним, оскільки механічні процедури постійно керують глядачем, дозволяючи йому побачити деталі, наприклад краплі поту, що капають, або почути рев дверцят від шафи, що повільно відкриваються.

Специфіка сучасного інтернет та медіа-простору дає можливість назвати такі типологічні ознаки аудіовізуальних творів: конкретна аудиторія, специфічний спосіб трансляції, особливий формат, наявність мети та функцій, композиційні особливості, авторство.

Аудіовізуальне мистецтво складається з кінетичного, абстрактного мистецтва та музики чи звуку в супроводі. Це візуальна музика, абстрактний фільм, аудіовізуальні вистави та інсталяції. У наш час аудіовізуальна техніка часто присутня на багатьох шоу виконавських мистецтв. Аудіовізуальне мистецтво більше задіяне в виставах, постановках, шоу, концертах, ніж будь-яке традиційне мистецтво. Явні артефакти звуку та музики зникають: компакт-диски, касети, записи та безліч швидкоплинних інноваційних альтернатив – види, що перебувають під загрозою зникнення. Ритуали, пов'язані з використанням звуку, надають йому ідентичності, яка є інтелектуальною та фізичною. Аудіовізуальне мистецтво зводить звук до жанрів та категорій, а натомість концентрується на вихованні його як середовища, надаючи йому вигоду, які так довго надаються візуальному мистецтву: аудит середовищ, в яких хаос життя припиняється надовго, щоб дозволити безпосередню зустріч з роботою і шанс зрозуміти її значення, намір, ідентичність та наше ставлення до неї. В реаліях сучасності, галереї повинні бути спроектовані та працювати з розумінням поведінки та сприйняття звуку.

Підводячи підсумки, всього сказаного вище, можна зробити висновок, що твір аудіовізуального мистецтва – це комплексний продукт, що існує найчастіше в інтерактивному, іноді в фізичному середовищі, скомпонований з пов'язаних зображень, що може бути з або без музичного та звукового супроводу та призначений для слухового, зорового та вербального сприйняття. Аудіовізуальні твори – це відео ролики, телепрограми, фільми та мультиплікаційні фільми, тобто всі роботи, що розраховані на зорове та слухове сприйняття. Завдяки активному технологічному розвитку, культура, як і більша частина сфер життя, зараз перенасичена візуальними та

аудіовізуальними творами. Продукти аудіовізуального мистецтва стають все доступнішими, задоволення запитів споживачів розширюються. На відміну від традиційного мистецтва, твори аудіовізуального мистецтва не тільки ставлять їх споживачам питання, але і реагують на зворотній зв'язок, таким чином залучаючи їх глядача в комунікативний процес. Під впливом глобальної віртуалізації зараз, простір комунікації стрімко змінюється і даний вид мистецтва, завдяки своїй інтерактивності, відповідає сучасним стандартам. Аудіовізуальне інсталяційне мистецтво поєднує елементи аудіо з візуальними зображеннями, створюючи для глядача мультисенсорний досвід. Він може приймати різні форми, включаючи перформанс, мистецтво інсталяції, світлове мистецтво, кінетичну скульптуру та інтерактивне мистецтво, причому багато художників стирають межі між дисциплінами.

1.2 Кінематограф як частина аудіовізуального мистецтва

Місце кінематографа в кейсі аудіовізуальних мистецтв цікавить культурологів, мистецтвознавців, філософів та інших дослідників протягом більшої частини існування даного феномену, ще з 1895 року коли знамениті брати Люм'єр представили публіці новий винахід – фототехнічне обладнання та організували перший публічний кінопоказ в історії. «...вони розробили те, що з тих пір називається кінематографом або коротко кіно-апарат, який так само міг знімати, копіювати і відтворювати рухомі зображення. Цей кінематограф знімав фільми, коли працював як камера-обскура з допомогою об'єктива; він копіював фільми з негативу на позитив, коли об'єктив просто замінювався сонячним світлом; і, нарешті, він проектував фільм-позитив на екран, коли замість сонячного світла за роликком плівки ставилася лампа розжарювання. Кожен відвідувач платив один франк і бачив за це в точності те ж саме, що одночасно бачили інші відвідувачі. У разі фонографій такий розподіл вже була наявна просто через те, що вуха людей не замкнуті, що до певної міри дано самою природою, а в разі кінематографа воно повинно було бути відповідним чином сконструйоване. У нормальному випадку Люм'єри

використовували для цього стали звичайну проекцію шляхом просвічування: потужна лампа розжарювання вела мовлення целулоїд ззаду. Але одного разу, на Паризькій Всесвітній виставці, Люмьєри спробували, причому успішно, одночасно і висвітлювати і просвічувати. У величезному залі, де всюди сиділи глядачі, всі глядачі повинні були добре бачити фільм. Для цього екран перед кожним сеансом спочатку поринав у воду і натягався посередині залу: тому одна половина глядачів бачила фільм на освітленому екрані, а інша, завдяки воді, на просвічені.» [15, с. 184]

Практики та теоретики, що займаються дослідженням кіно мають різні точки зору, проте і ті й інші зазначають, що джерелом зародження кінематографа є фотографія. Перш ніж кінематограф став елементом мистецтва, він мав увійти в систему масових комунікацій та стати на рівні з фотографією, радіо як одним із факторів науково-технічного прогресу. Початковий етап розвитку кіно відзначився, зокрема, цікавістю до практичного, емпіричного боку кінематографу. Теоретики прагнули структурувати та створити конкретні концепції кіно, спираючись на дослідження художньої специфіки феномену та досвід практичного аналізу.

Як і будь-який інший вид мистецтва, становлення кінематографу почалося з пошуку власної «мови», способу мислення, матеріалу, оригінального способу відтворення реальності.

«Сучасне звукове кіно піддає фотографію, що знаходиться в його основі, глибокій трансформації: не тільки значно збільшується ілюзія об'ємності і додається звук, але - що, мабуть, найсуттєвіше - нерухоме знову робиться рухливим, а рамки, «вирізають» обмежений текст з безмежного світу, стає значно більш мобільного. Те, що зображення в кіно рухомі, переводить їх в розряд нарративних мистецтв, робить здатними до оповідання, передачі тих чи інших сюжетів. Однак поняття рухливості тут має особливий сенс. Основним тут є факт зміни одних картин іншими, з'єднання різних зображень. Те, що ця сполука реалізується за допомогою цих рухомих зображень, - поширена, але

не обов'язкова ознака. Сама природа розповідання полягає в тому, що текст будується синтагматично, тобто з'єднанням окремих сегментів у тимчасовій (лінійній) послідовності. Елементи можуть мати різну природу: являти собою ланцюжки слів, музичних або графічних фраз. Послідовне розгортання епізодів, з'єднаних будь-яким структурним принципом, і є тканиною розповідання.» [22, с. 36]

На думку французького теоретика кіно та кінокритика А. Базена, кінематограф виконує функцію перенесення реальності та особливого часового виміру в просторі: «Вперше зображення речей стає також зображенням їх існування в часі і як би мумією відбуваються з ними змін.» [3, с.45] Кінематограф вплинув на сприйняття індивідом світу. Кіно виробило нову форму, мову комунікації, що має здатність створювати нові образи. «Виникає універсальна мова, що панує над шістьма тисячами діалектів нашої земної кулі ... мова дивний, який ми асимілюючи зором, а не слухом.» [3, с.45] Німецький філософ та культуролог В. Беньямін в своїй концепції підкреслює орієнтацію кіномистецтва на маси, що неабияк впливає на мислення та сприйняття споживачів даного виду мистецтва.

Починаючи з 30-х років ХХ століття кінематограф виступає як окремий художній медіум, що може маніпулювати та змінювати навколишній простір завдяки мовним конструктам. Як вже зазначалось, в кіно реалізується симбіоз технічних винаходів та класичного, традиційного мистецтва.

Французький філософ Ж. Делез у своїй концепції зазначає що кіно – це специфічний еквівалент, терміну відомого німецького філософа – Ф. Ніцше, «волі до влади» де на передній план виступають невиразні образи, які не мають цінності. Ці невиразні образи переводять акценти нашої уваги на себе, перевертають реальність, проте не саму істину реальність, а тієї реальності жагу до сили. Вступаючи у відносини між собою бажання сили породжують абсолютне бажання – владу. Ж. Делез зазначає, що в кіно індивід

зіштовхується з образною системою, що не схожа на традиційні уявлення, це набір образів, що відтворюють, віртуалізують дійсність.

«Отже, рухлива ілюзія під назвою фільм змінила також думки і відчуття. С. Малларме, який повернув літературу до її двадцяти чотирьох букв без будь-якої оптичної або акустичної ілюзії, відповів в одному інтерв'ю на питання, що він думає про ілюстровані книги, що він нічого про них не думає – саме тому, що читачі Малларме повинні вже не галюцинувати, як читачі Гофмана, але просто читати, ті ж, хто потребує в ілюстраціях, повинен відкласти всі книги і просто піти в кіно. Тей самий Малларме на питання іншого інтерв'ю, як мистецтво може поліпшити техніку, відповів пропозицією, що в тільки що винайдений автомобіль потрібно зрушити місце шофера на заднє сидіння. За його тодішнього великі буржуазні власники, а переднє скло зробити якомога більше. Тоді власник автомобіля буде сприймати не рухаючись і без таких зорових перешкод, як шофер, впаде в ілюзію, ніби вулиці і ландшафти відкриваються перед ним і збільшуються, пробігаючи самі повз нього. Далі висловлюючи свою думку, Малларме створив вірш в прозі, яке вшановує цей автомобіль в поетичному вбранні самокерованого човна. Згадана човен ковзає по річці, на березі якої розмістився замиський будинок Малларме під Вальвенном, пробивається крізь названі в заголовку біле латаття, переслідуючи, перш за все, ту мету, щоб доставити весляра Малларме до знайомої пані. Але оптичне видовище ковзної перспективи настільки захоплений ет поета, що він відмовляється від візиту і оспівує замість цього даму, вживаючи стосовно її свою найбільш урочисту поетологічну категорію відсутності.» [15, с. 189]

Кінематограф формувався та розвивався як вид мистецтва практично протягом всього ХХ століття, відображаючи культурні та соціальні процеси, що актуальні для часу створення кіно. Окрім цього кіно зображали зміни, що відбувалися в свідомості індивідів. Після переходу від німого кіно до того виду кіно який знайомий зараз, наповненням його зображенням та звуком одночасно, дало поштовх до нового змістовного наповнення даних творів

мистецтва. Зображення та звук зазнали нової метаморфози як елементу естетичного осмислення та художньої практики в контексті культури постмодернізму. Кіно стало простором де творці мають можливість художніх експериментів у з'єднанні зображень та звуків. Аудіовізуальні рішення в кіномистецтві вплинуло на зміни в культурі ХХ-го століття та сьогодення, але й також на зміни в культурі особистості.

В епоху постмодерну процес синтезу видів мистецтва був особливо прискореним, особливо це помітно в театрі та кіно. Аудіовізуальні мистецтва проникають у більшість мистецтв, так до прикладу живопис поєднується з естетикою комп'ютерних ігор або архітектурні принципи поєднуються з естетикою електронного монтажу відеокліпів, все це змінює і стилістику кінематографу та запускає потужне зрушення масового сприйняття в аудіовізуальній культурі. Кіно також активно включає інші форми аудіовізуального мистецтва як відеоігри, перформанси, відео-арт, анімація, інсталяції. Іронічний дух постмодерністської епохи викладається в синтезі класичного, традиційного та неокласичного мистецтва впливають на створення кіноробіт. «Мова» кінематографу постмодернізму поєднує риси авторського кіно та комерційного, адже виникає на зіткненні європейського авангарду та американського, голлівудського шоу-бізнесу. Проявами його становлення є: експериментальні шокові прийоми Д. Лінча, Д. Джармуша, виявлення бароко та маньєризму Л. Вісконті, Ф. Фелліні, футурологічні роботи С. Спілберга, еротизм С. Кубрика та ще багато різнобарвних прикладів робіт цього інноваційного виду мистецтва. Кінематограф епохи постмодернізму має власний інтерпретаційний код, завдяки якому кіно має властивість керувати елементами своєї «мови». В кінематографі важливими стають кожний елемент та включаються нові і нові частинки, до прикладу: авторські коментарі, звукові ефекти, титри, симбіоз кіноряду та тексту, що можна побачити в роботах К. Тарантіно, Ж. Л. Годара.

Кінематограф постмодернізму виражається жанровими міксами, переходом до нового виду, знищенням бар'єрів між жанровим та авторським кіно. Як це властиво всій епосі постмодернізму в кінематографі використовуються прийоми змішання духовного і фізичного, божественного та земного, високого й низького, потворного і прекрасного. Творці кіно активно використовують прийоми абсудизму, кіно постмодернізму також притаманне синтезування жанрових елементів. Кінорежисер П. Гріневей вводить в дану проблематику термін «посткіно», описуючи експерименти в кінематографі ХХІ століття, що виходять за рамки класичного кінематографу, впровадження новітніх технологій.

Створюючи свої образи і сюжети, кіно прагнуло враховувати різні прагнення публіки, такі як потреба в постійному самоствердженні, прагнення до лідерства, любов до фантастичних світів і вигаданих образів, а також здатність представляти себе на місці екранного героя. При перегляді фільмі концентрація глядача повністю переходить на життєву лінію героя на екрані, наприклад звернення уваги на любовні лінії має навіть терапевтичну якість, вона дозволяє перевести негативні емоції, що накопичувались в реальності, в русло без наслідків.

«Світ художнього фільму - неіснуючий світ, побудований за законами мистецтва кіно, представлений глядачеві в якомусь просторовому і подієвому фрагменті. Будівельники цього світу - сценарист і режисер, оповідач про події цього світу - репортер. Персонажі і, стало бути, актори - це жителі даного нам кіносвіту, сфера, що відбувається в собі. Світ представлений в тому обсязі просторів, речей і подій, який «достатній» для пред'явлення цього світу і подій в ньому. Кінофільм - це «репортаж з місця подій». Він створюється за естетичними законами сприйняття і відповідно до авторським (режисерським) задумом, який націлений на «управління почуттями» глядача. Естетичні закони вимагають завершеності кожного фрагмента пред'явлення створеного світу і подій в ньому, заходи повторюваності, семіотичності, нарешті, -

цілісності фільму. Що залишилося за межами фільму, про це знають автор і глядач - характер, дух, стиль і зміст. У цьому - результат дії мистецтва - осягнення можливих і неможливих світів. У цьому міркуванні ми скористалися метафорою побудови зримих світів. Мова і музика в кадрі належать світу фільму і не відносяться до мови екрану. Світи фільму рівні за змістом сенсорних світів правого мозку. Але ми втратили власне мову, як аналог функції лівого мозку. У візуальній кіно мові відсутні аналоги складових частин природної мови, такі як морфема, синтагма і ін. Так що в розумінні такої аналогії з природними мовами мову кіно не застосуємо. Пояснення його застосування слід шукати не в аналогіях, а в сенсі поняття. Відомо, що поняття набуває значення, відмінне від словникового, часто безпосередньо в конкретному тексті. Воно «контекстно залежне». І в цьому сенсі його слід приймати і розуміти.» [25, с. 170]

В підсумку можна зазначити, що кінематограф – це явище аудіовізуального мистецтва, елемент медіа, що вдало використовує свої засоби для впливу та передачі певних повідомлень широкій аудиторії. Кіно володіє свідомістю індивіда, що споживає його та має безпосередній вплив на його емоції. Кіно пропонує карнавальну альтернативу класичній культурі з її цивілізаційними догмами, релігійними, моральними тощо. Кіно, як вже зазначалось вище, це твори масового характеру, тобто в контексті споживання, вони в більшості своїй, виконані з комерційним інтересом, вони націлені на врахування запитів та інтересів свого споживача, щоб приносити прибуток своїм творцям.

РОЗДІЛ II. ДОСЛІДЖЕННЯ ПРИЧИН ВПЛИВУ КІНЕМАТОГРАФУ XX-XXI СТОЛІТТЯ ТА ЙОГО ОКРЕМИХ ТВОРІВ НА ПОВЕДІНКУ СТУДЕНСЬКОЇ МОЛОДІ М. КИСВА

Фільми створюють уявлення про реальність, транслюють образи, змінюють установки і стереотипи, наприклад, гендерні та етнічні стереотипи, образи професій, уявлення про моделі сім'ї і про справедливість світу тощо.

Кінематограф слід сприймати як феномен через який змінюється світосприйняття не лише одного сегмента, а комплексу сегментів суспільства. Кіно виступає інструментом вираження цінностей, ідей та орієнтирів мас. В цьому випадку слід уточнити, що кінематограф з'являється в час, коли формується саме нова масова культура та стає її важливим компонентом. Масова культура, зокрема завдяки кіно, досягає піку свого вираження. Апофеоз масовості привів до нового і аж ніяк не високого статусу еліти. Саме цим духом масовості кіно різко відрізняється від традиційних видів мистецтва, скажімо, від музики або живопису, історія яких пов'язана з локальними групами суспільства, описаними, наприклад, Т. Адорно стосовно музичної сфери, або субкультур. Мистецтво до XX століття взагалі було пов'язано лише з придворними колами, аристократією, дворянськими салонами тощо. З появою масового кіно, зокрема Голлівуду, кінематограф наче кидає виклик колективній ідентичності. Кожний індивід стає частиною колективного «ми», що породжено новою культурною парадигмою. Особистостям належить розвиватися, самостверджуватись та проводити свою діяльність в новому колективному просторі. Межі культури, в якій люди виховані, є одночасно і межами того світу, в якому вони можуть жити, думати і діяти. Колективне «ми», що складається з величезної маси індивідуальних «я» в свою чергу, є внутрішньо диференційованим. Воно включає в себе різні конфесійні «ми», що підрозділяються на «ми» етнічні, на класові «ми» і так далі. Розділяє людей соціальна диференціація породжена історією. Проте вона ж винайшла і різного роду види соціальної інтеграції, що в кінцевому рахунку сприяють

виникненню у більшості індивідів спільного бачення світу, почуття єдиної історичної долі.

«Жодна кінематографія, не уникла його силового поля, і історично Голлівуд в великій мірі визначив спектр опцій для інших кінематографій в економічному і культурному плані. Таким чином, ... ці інші кінематографії по-різному імітували Голлівуд, намагалися трансформувати і варіювати голлівудську модель або втручалися і відкидали його приклад на користь альтернативної естетики, способів фінансування, систем виробництва та дистрибуції, шляхів формування аудиторії і ставлення до неї. »[35, с. 7]

Кіно стало потужним засобом культури, освіти, дозвілля та пропаганди. Наративні та репрезентативні аспекти кіно робить його цілком унікальним видом мистецтва. Більше того, колективний досвід кіно як мистецтва робить його цілком відмінною діяльністю. Унікальні властивості відвідування кінотеатру можуть мати вирішальний позитивний вплив на психічне здоров'я. Відвідування кінотеатрів може мати незалежний та стійкий вплив на психічне благополуччя, оскільки візуальна стимуляція може поставити в чергу цілий ряд емоцій, а колективний досвід цих емоцій через кіно забезпечує безпечне середовище, в якому можна пережити ролі та емоції, які ми не могли б вільно пережити. Колективний характер розповіді та зорової стимуляції робить досвід приємним та контрольованим, забезпечуючи тим самим переваги, що перевищують лише зорову стимуляцію. Більше того, кінотеатр унікальний тим, що є високодоступною формою соціального мистецтва, участь в якій, як правило, перетинає економічні межі. У той же час відвідування кінотеатру дозволяє здійснювати особисті уподобання та людську потребу в відмінності. Тобто відвідування кінотеатру може бути одночасно і особистим виразним досвідом, і веселим задоволенням, і терапевтичним одночасно.

Кіно – це фантастичне джерело розваг. Вони, безумовно, додають трохи пікантності в життя і є чудовими антидепресантами: якщо обрати правильний фільм для перегляду. Згідно з показниками та статистикою саме молодь легше

за всіх піддається зовнішньому впливу, зокрема через своє нестабільне соціальне становище та психологічний стан. Більшість страждає від соціальної тривоги і індивідам, яким складно знайти спільну мову з іншими, можуть подолати ці перешкоди, переглядаючи фільми. Фільми можуть замінити можливість познайомитися з новими людьми та зміцнити стосунки зі старими друзями. Фільми спонукають індивідів до дій. Улюблені герої, супергерої, вчать життєвим урокам, дають ідеї та натхнення робити все на краще, а не просто сидіти і чекати, поки все піде своїм шляхом. Фільми про відомих особистостей – вдалий спосіб позитивно вплинути на соціальну поведінку.

Фільми також іноді постають джерелом знань. Вони можуть допомогти дізнатися, що в тренді, дізнатись більше про давні часи або заповнити деякі прогалини в знаннях. Молодь України та, зокрема, м. Києва активно використовує кінематограф як джерело пізнання, модель поведінки та перекладають якості на дії персонажів кіно на власний досвід.

При вивченні впливу кіно безліч робіт присвячено проблемам саме його негативного впливу, пов'язаного, наприклад, з провокуванням агресивної поведінки або формуванням негативних стереотипів соціальних і етнічних груп. Твори кінематографа виражають цінності певних соціальних груп, спільнот та виконують функцію соціальної стратифікації. Кіно може створювати вплив на рішення індивідів, задаючи моделі поведінки, впливаючи на уявлення, формуючи нові зразки. Наприклад, зараз спостерігається сплеск інтересу до історії, у великій кількості випускаються історичні хроніки, мемуари, кіно, що зроблені на основі історичних фактів. Так в суспільстві намагаються відновити зв'язок часів, відтворивши як індивідуальну, так і соціальну ідентичність, загублену в останні роки. Прикладом цього є наприклад, лауреат премії «Оскар» за найкращу картину 2001 року «Гладіатор». Фільм - дуже добре зроблена постановка. Незважаючи на те, що більша частина сюжету у даного кіно вигадана, наприклад, історія кохання та казка про помсту, у фільмі справді зображені минулі ситуації з реального

життя. Він показує життя гладіаторів, політичну ситуацію Риму того часу та загальний стан, у якому знаходився світ. Люди, які бачили картину, безсумнівно, отримали певні знання з фільму та розширили своє сучасне розуміння римської культури. Фільми також описують та досліджують різні культури у всьому світі та передають глядачу досвід культур та етнічних груп. Прекрасним прикладом цього є фільм «Місто Бога» 2002 року. Фільм, безперечно, впливає на глядача, оскільки показує певні ситуації та істини про життя в Ріо-де-Жанейро, яких більшість людей не знало. Тобто, фільми мають можливість знайомити своїх глядачів з іншими культурами, народами, етнічними групами, створюючи образи налагодження міжкультурної комунікації різних цивілізаційних парадигм, тим самим створюючи більшу впізнаваність даних груп суспільства та розвиває толерантність.

Фільми можуть сприяти усвідомленню важливості освіти, мистецтва, спорту та політики, а також попереджати нас про небезпеку наркотиків, алкоголю та інших шкідливих звичок. Усі жанри фільмів допомагають пробудити в індивідів почуття відповідальності та співчуття до певних ситуацій. Соціально-просвітницькі фільми допомагають зрозуміти світ і позитивно впливають на процес мислення індивідів. Крім того, фільми змушують уяву розвиватися. Після закінчення фільму індивіди замислюються над героями, історією та розвивають її далі, можливо, навіть замислюючись над тим, що робитимуть герої після закінчення фільму.

Основною з причин впливу кінематографу є те, що люди намагаються наслідувати те, що вони бачили в кіно. В імітації є деякі позитивні наслідки. Індивіди надихаються та намагаються бути схожими на персонажів, яких вони люблять, це спонукає їх працювати над собою. Коли глядач бачить на екрані когось, хто йому дуже подобається, він або вона завжди підсвідомо намагається бути більш схожими на них. В цьому моменті є як позитивні, так і негативні аспекти. Для того, щоб створити тривимірний персонаж з добре розвиненим фоном, фільм повинен проілюструвати соціологію, психологію та

фізіологію персонажа. Оскільки фільм – це візуальний досвід, соціологія та психологія, поряд з фізіологією, тонко зображуються візуально за допомогою фізичних рухів та діалогу, який персонаж демонструє в будь-якій конкретній ситуації. Фізіологія включена в це зображення, тому що багато персонажів кіно усвідомлюють свою зовнішність. Важливими фізіологічними моментами персонажа є стать, вік, зріст, вага, постава, зовнішній вигляд, вади та спадковість. Основними психологічними моментами персонажа є моральні норми, особиста передумова, чесність, розчарування, темперамент, ставлення до життя, комплекси, екстравертність, замкнутість, амбівалентність, здібності, якості характеру та IQ. Ці психологічні моменти формують образ персонажа та логічно визначають, як він діятиме на початку фільму, під час наростаючої дії конфлікту та в кінцевій дії у кульмінаційному моменті кіно. Незважаючи на те, що деякі психологічні риси не демонструються на початку фільму, ці риси виявляються внаслідок конфлікту, що виникає, та ситуацій, що трапляються під час дії фільму. Хоча це може здатися чудовим і в деякі моменти наслідування певним персонажам є хорошою альтернативою, у цьому, як завжди, є деякі негативні сторони. Візьмемо, наприклад, п'ять номінантів на «Оскар» – «Вовк з Уолл-стріт». У ньому маємо характер Д. Белфорта: зловісного, егоцентричного, зарозумілого та егоїстичного мільйонера. Фільм заснований на реальній історії та досліджує життя цього брокера з Уолл-стріт. Протягом усього фільму є безліч сцен, де глядачі бачать, як головний герой стрічки витрачає свої гроші на смішні речі, робить все, що хоче, бо має гроші, поводить себе аморально і насправді насолоджується своїм життям. Побачивши його екстравагантний спосіб життя, глядачі можуть захотіти бути схожими на нього. Однак у цьому конкретному фільмі персонаж не відчуває абсолютно ніяких докорів сумління, коли справа стосується його дій. Головний герой відчуває себе дивовижно, витрачаючи свої гроші, і на відміну від більшості інших фільмів про жадібність, у «Вовка з Уолл-стріт» немає фінального уроку. В кінці фільму головний герой потрапляє до в'язниці, але він заявляє, що почуввається там спокійно. Він не вчиться на своїх

помилках так багато, і фільм не вибачається щодо його жадібності. Глядачі бачать, як здорово бути багатим і зарозумілим і, можливо, підсвідомо думають, що в цьому немає абсолютно ніяких мінусів, і можуть прагнути до цього. Наприклад, сцени насильства у фільмах може неабияк впливати на глядачів, зокрема на молодь. Індивіди можуть підсвідомо намагатися бути схожими на персонажа, якого вони бачать у фільмі, який їм дуже подобається, навіть якщо цей персонаж є антагоністом. Наприклад, як після виходу в 1971 році фільму «Механічний апельсин» американського режисера С. Кубрика, рівень злочинності в певній мірі зріс. Існує припущення, про вплив на деяких людей психопатів з картини та жахливих речей, які вони робили, таким чином, що вони більше не придушували бажання займатися злочинною діяльністю.

Також фільми можуть передавати поняття, ідеї та історії. Вони дозволяють нам когнітивно переноситися в інший час чи місце, і переживати життя іншими очима, отримуючи нові перспективи, натхнення та розуміння. Мистецтво та культура завжди видозмінюються і саме кінематограф став величезною, статичною, не схожою на попередні, частиною мистецтва. Аспекти виробничих процесів кіномистецтва служать ґрунтовними причинами того, як і чому кіно може впливати на реальність. Сценарій може бути натхненним реальною життєвою подією, і конкретний вибір персонажу може вплинути на глядача та на те, як вони бачить свою соціальну ідентичність та вибудовують свою соціокультурну поведінку. Кіно може мати великий вплив на реальність у постпродукції, особливо на етапі маркетингу та після виходу. Такі матеріали, як трейлери та афіші, є ресурсами, які спонукають очікування глядачів та сприяють маркетингу і касовим результатам виходу фільму. Цілий фільм сьогодні можна отримати швидше, оскільки Інтернет та соціальні медіа допомагають його популяризації, а послуги прокату фільмів в Інтернеті, такі як Netflix, iTunes та Amazon Prime Video, надають доступ. Їх можна переглядати неодноразово, і цей легкий доступ для глядачів може спонукати стимульовану реакцію.

2.1 Методологія та опитувальник

У процесі дослідження даного феномену, науковцями прийнято використовувати такі методи дослідження:

- 1) Теоретичні – методи, що складаються з огляду літератури з досліджуваної теми, аналізу і синтезу даних, їх класифікація, прогнозування, дедукція, індукція, робота зі словниками.
- 2) Емпіричні, або практичні, наприклад, анкетовані опитування, експертні інтерв'ю тощо.

В даній роботі задля отримання практичних та актуальних результатів досліджуваної тематики, було проведено опитування серед київських студентів. Опитування – універсальний метод який застосовується в наукових дослідженнях соціальних дисциплін, метод збору первинної соціологічної інформації, який проводиться в ситуації контакту дослідників і респондентів, тобто носіїв досліджуваної проблеми. Дослідницьким інструментом опитування є питання. Відповіді респондентів представляють собою первинні дані, які піддаються обробці, аналізу та інтерпретації.

Проведене опитування складається з 14-ти запитань, ціллю яких є дослідження впливу кінематографу та окремих творів кінематографу XX-XXI століття на молодь м. Києва. Соціологічне опитування, створене в Google Forms та включає наступні види запитань:

- закриті (надаються варіанти відповідей);
- напівзакриті (варіанти відповідей і варіант «інше»);
- відкриті (з можливістю висловлення своєї думки щодо запропонованого питання).

Загальна кількість опитуваних: 312.

2.2 Отримані дані опитування

1) Питанням, що розчинає опитування стало: «Як часто Ви переглядаєте фільми?». З варіантами відповідей: «кожного дня», «декілька разів на тиждень», «декілька разів на місяць» та «досить рідко». Дане питання є закритим та націлене на визначення рейтингу частоти перегляду кіно студентською молоддю м. Києва. (Див. Додаток 1)

За результатами:

- 18,9% опитованих переглядають фільми кожного дня;
- 43,4% – декілька разів на тиждень;
- 26,4% – декілька разів на місяць;
- 11,3% – досить рідко.

2) Наступне питання націлене на визначення вподобань респондентів на жанри кіно, закритого типу з можливістю вибору декількох варіантів.

За результатами:

- найбільш переважаючим у виборі жанрів кіно є комедія – 58,5% опитованих обрали даний варіант;
- на другому місці, детективи – 53,3% та третє місце зайняв жанр драми – 52,4%;
- також досить переважаючими в перегляді та виборі жанрами є трилери (44,3%), фентезі (43,4%), пригодницькі фільми (42%), історичні фільми (34,9%), мелодрами (30,7%);
- останні позиції займають наступні жанри, з результатами: 32,1% - документальні фільми, 29,2% - фільми жахів, 28,3% - бойовики.

3) На питання: «Чи згодні Ви з твердженням, що перегляд фільмів впливає на світосприйняття індивідів?»: 64,2% - обрали відповідь «Так», 18,4% опитованих вважають, що впливає у випадку якщо глядач досить легко піддається впливу, 17% вважають, що вплив кіно залежить від його жанру та лише 0,5% обрали відповідь «Ні».

4) Відповідаючи на четверте запитання опитування: «Ви відчували на собі вплив кіно?», половина опитованих, а саме 50,5% погодились, що відчували на собі вплив, 40,1% вважають, що в певній мірі відчували вплив від кіно, 7,1% не задумувались раніше над даним питанням та 2,4% обрали відповідь «Ні». (Див. Додаток 2)

5) Наступне питання мало на направлення на визначення відсотку молоді, що асоціювало себе з певним персонажем переглянутих кінострічок. (Див. Додаток 3)

За результатами: переважна більшість опитованих, а саме 91,5% погодились, що асоціювали себе з персонажами кіно і лише 8,5% обрали протилежний варіант відповіді.

6) На питання: «Чи змінюються Ваші емоції після перегляду кіно?», 67% обрало відповідь «Так», 32,1% - «Іноді» та 0,9% - «Ні». (Див. Додаток 4)

7) Наступне запитання стосувалося провокування певних дій після перегляду кіно. За результатами: 49,5% опитованих зазначили, що кіно провокували їх на певні дії, 31,1% обрали відповідь «Складно відповісти» і 19,3% обрали відповідь «Ні». (Див. Додаток 5)

8) На питання: «Чи змінювалась Ваша думка, щодо того чи іншого поняття після фільму?», 91% опитованих обрали відповідь «Так», а 9% залишили свою відмітку біля рядку з відповіддю «Ні».

9) Дев'яте запитання було націлене на визначення цілі яку переслідує молодь під час перегляду кінокартин. (Див. Додаток 6)

За результатом:

- 30,7% - розважальну ціль;
- 28,3% - отримання естетичного задоволення;
- 17% - отримання емоцій, яких не вистачає в реальному житті;
- 13,7% - провести вільний час;

- 10,4% - отримання нової інформації, знань.

10) Наступне питання визначило переважний ефект від перегляду кіно на респондентів.

За результатами: 55,2% відчують різний ефект, 39,6% - більше позитивний ефект, 4,2% - лише позитивний, 0,9% - більше негативний. Також був присутній варіант «лише негативний», проте ніхто з респондентів не обрав даний варіант.

11) Наступне питання має напівзакритий характер та стосується визначення найбільш вражаючих елементів в сюжеті та реалізації кіно. З запропонованих варіантів відповідей: 30,7% обрали варіант «Реалістичність подій», 33,3% - «Сюжетні лінії», 15,1% - «Сцени жорстокості», 12,7% обрали відповідь «Створення стереотипів (наприклад, ідеалів краси, зовнішності)». Також в даному питанні у респондентів була можливість написати свій варіант, в сумі які складають 8,2% всього питання. Серед них є відповіді: «гра акторів», «все перераховане», «новаторство ідей і художніх рішень», «поєднання естетичного з етичним», «режисерські рішення», «спецефекти», «загальна естетика, вдалий гумор», «метафізичності спрямування героя, його думки подіям що їм передують», «коли сюжет дуже збігається з моїм досвідом» тощо.

12) На запитання також напівзакритого характеру: «Який негативний ефект переважає в сучасному кіно?», більшість обрали варіант відповіді «Насилля» - 49,1%, 44,8% - «Зміна ціннісних орієнтирів», 44,3% - «Схильність до алкоголю, паління, наркотиків», 43,9% - «Деградація суспільства», 41% - «Схильність до марнування життя», 39,6% - зміна ідеологічних, політичних поглядів. Також респонденти надавали свої варіанти інтерпретування даного питання, серед яких: «всі вище перераховані варіанти», «еталон краси, надмірна ідеалізація страждань», «створення фільмів виключно заради прибутку», «зниження якості задля кількості», «неоліберальна кон'юнктура», «ЛГБТ пропаганда», тощо.

13) Передостаннє запитання визначало чи вважає молодь, що завдяки кіно створюються стереотипи.

За результатом:

- більша кількість респондентів, а саме 92,2% згодні з твердженням, що завдяки кіно створюються стереотипи;
- 7,1% вважають, що ні.

14) Останнє, але достатньо важливе запитання визначило конкретні прикладі кінокартин, що створили вплив на молодь (загальний, або лише позитивний, або негативний). Питання мало відкритий характер, без певного варіанту відповіді, тому не всі респонденти надавали свою відповідь, проте результати є більш ніж голослівними. З 312 опитуваних, на дане питання відповіло 41%.

РОЗДІЛ ІІІ. АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТІВ ОПИТУВАННЯ

Аналізуючи відповіді опитуваних, можна зазначити, що в переважної кількості молоді кінематограф займає не останнє місце, при виборі як провести час. Основна кількість опитуваних переглядає фільми доволі часто, кілька разів на тиждень, а частина респондентів взагалі кожного дня. Кількість тих хто полюбляє переглядати фільми безперечно зросла з настанням пандемії COVID-19 та повного «локдауну».

Проте більш важливим в даному питанні є не кількість, а якість. Особливо цікавим результатом опитування є з'ясування питання про те, які жанри полюбляє студентська молодь. Досвідченість кіноглядачів в питанні класифікації жанрів ставить перед сценаристом складну задачу. Фільм має не тільки задовольнити очікування аудиторії, щоб не викликати замішання відчуття або розчарування, але й зацікавити її, запропонувавши свіжі ідеї та несподівані моменти. Ці фактори неможливо з'єднати без знання жанру, що допоможе передбачати ці очікування. Жанри кіно – це історично сформовані, умовні категорії внутрішньовидової диференціації фільмів в кінематографі, що виділяються на підставі зіставлення за сюжетами, тематиками, декораціям, використанням певних типажів, образів, характерів персонажів. Жанри кіно не мають чітких меж і різні жанри можуть безперервно переходити один в інший, з'єднуючись і розділяючись. Кожен жанр в свою чергу може поділятися на кілька під-жанрів. В результаті один і той самий фільм можна віднести до кількох жанрових груп.

Найбільш популярним жанром кіно за опитуванням стала комедія – жанр кіно, частіше за все низько бюджетний з найвищим коефіцієнтом прибутку, що характеризується гумористичним, сатиричним підходом. Комедія смішить глядача, покращує настрій, змушує його на час відволіктися від власних негараздів. Інтуїтивно індивіди відчувають, що комедія – це одна з речей, яка допомагає справлятися з труднощами життя. Це спосіб отримати більше варіацій того, що може розсмішити та принести позитивні емоції. В жанрі

«комедія» таким прийом використовується досить часто, в різних інтерпретаціях або ситуаціях. Почуття гумору у глядачів, безперечно, може відрізнятись, або результат від тієї чи іншої гуморески може відрізнятись, але поведінка та реакція більшості, що буде сміятися над гумористичним змістом, завжди має великий відсоток на існування.

Згідно з опитуванням, респонденти також згодні з твердженням, що кіно впливає на наше світосприйняття. Мистецтво з плином історії завжди впивало на життя людей. Картини, книги, театральні вистави, а тепер і кінематограф мають можливість маніпулювати та керувати індивідами. Фільми надихають людей брати участь у цій галузі та створювати мрії. Більшість акторів, режисерів, кінематографістів тощо, мабуть, бачили якийсь фільм ще дітьми, який надихнув їх створити щось власне, авторське та індивідуальне. Це дуже важливий аспект того, як фільми впливають на суспільство: вони надихають. Вони надихають людей працювати над їхніми мріями та їх залучитись до створення оригінальних творів кіномистецтва. Крім того, хороші фільми дають цінні знання. Мета кіно – вплинути на глядача та надіслати повідомлення, таким чином багато людей змінюють свої ідеали та переконання. Дана теза підводить до головного інгредієнту фільму і до того, чому більшість при перегляді кіно переживає палітру емоцій. Ідентифікація з героями є поширеною причиною, чому люди люблять певний фільм. Глядач виділяє головного героя, героїню, а допоміжні персонажі розвиваються так, як це роблять люди в їхньому реальному житті.

Емпатія та симпатія – це явища, які індивіди відчують майже щодня, спілкуючись з іншими, що відіграють ключову роль у тому, як індивіди реагують на вигаданих персонажів. На думку соціальних психологів, емпатія дозволяє відчувати почуття іншої людини, або принаймні реконструювати те, що переживає інша людина. Тоді емпатія може призвести до симпатії або здатності зрозуміти, що інша людина відчуває біль, яка часто змушує бажати полегшити цей біль для неї. До тих пір, поки режисер дає належний погляд на

вигаданого персонажа – дозволяючи глядачам уявляти їхній біль і сприймати їхній досвід здалеку, як це робилося, наприклад, у картині «Форест Гамп», створюється ефект відмови та забуття того, що цей персонаж існує лише в царині художньої літератури. Іншими словами, кіно пов'язує з персонажами на емоційному рівні.

Більшість респондентів на питання: «Яку ціль Ви переслідете при перегляді фільмів?», надали відповідь: «розважальну». Та це не дивно, адже кіно не тільки впливає, але й є джерелом розваг та ескапізму. Фільм поєднує в собі музику, історії та картинки, і це спосіб забути реальний світ приблизно на 120 хвилин, але в той же час може дати аудиторії перевірку реальності.

Хоча кіно може бути корисним у багатьох відношеннях, воно також завдає великої шкоди в різних сферах. По-перше, це створення та розповсюдження стереотипів, включаючи гендерні ролі, релігійні практики, громади тощо. Це створює помилкове уявлення та негативний ефект на відповідно групу людей.

Деякі респонденти висловили думку про те, що перегляд фільмів є марною тратою часу та грошей, враховуючи, що на сьогодні більшість фільмів не показують і не навчають нічому цінному, з елементами об'єктивації та відкритої брехні. Найголовніше, що кіно показує досить насильницький вміст, зміну ціннісних орієнтирів і романтизує вживання алкоголю, тютюну та наркотичних речовин, що негативно впливає соціокультурну поведінку та сприйняття молоді.

Серед відповідей щодо фільмів, що вплинули на респондентів згадувались: «Ефект метелика», «Інтерстеллар», «Синій оксамит», «Дзеркало», «Піаніст», «Той, хто біжить по лезу», «Міст мистецтв», «Сонцестояння», «Ритуал», «Хіросіма моя любов», «Голодні ігри», «Список Шендлера», «Початок», «Чотири кімнати», «Помста від Кутюр», «Зоряні війни», «Кіборги», «Таємне вікно», «Щоденник пам'яті», «Хлопчик в смугастій піжамі», «Джокер», «Життя прекрасне», «Я – легенда», «Ніколи не

здавайся», «Великій Гетсбі», «Я, Ерл і та, що помирає», «Батько», «Запах жінки», «Бійцівський клуб», «Паразити», «Магазинні злодюжки», «Матриця», «Ігри розуму», «Код да Вінчі», «Інші», «Платформа», «Шоу Трумана», «Зникнувши», «Чотири кімнати», «Я – початок», «Аватар» та інші. По тематикам та ідеям вище перерахованих творів кінематографа, можна зробити висновок, що молодь більше за все вражають фільми з напруженнями на питання: що таке життя, в чому його сенс, які існують його форми та можливості наявності інших світів, що перекроюють нашу систему існування.

Фільмами з найбільш позитивними ефектами були названі: «Маленькі жінки», «Володар перстнів», «Коко до Шанель», «Місто Янголів», «Загадкова історія Бенджаміна Баттона», «Назад у майбутнє», «1+1», «До зустрічі з тобою», «Достукатись до небес», «Втеча з Шоушенка», «Зелена книга», «Спілка мертвих поетів», «Ла ла ленд», «Леон», «Космічна Одісея», «Мовчання ягнят», «Мені 20 років», «Місце зустрічі змінити не можна», «Вічне світло», «Диявол носить «Прада»», «12 років рабства», «Ще одна з роду Болейн», «Код червоний», серія фільмів про Гаррі Поттера, «Помста від Кутюр», «Віднесені вітром», «Кіборги», «Дружина напрокат», «Золоте теля», «Битва статей», «В джазі лише дівчата», «Чоловік на ім'я Уве», «Малена», «Форест Гамп» тощо. Тобто, можна зробити висновок, що позитивний вплив частіше за все викликають фільми жанру: комедія та драма (частіше за все в одному фільмі поєднані характеристики обох жанрів). Тому не дивно, що більшість респондентів віддають перевагу саме цим жанрам кіно при виборі, що переглянути.

Найбільш негативний вплив згідно з результати опитування отримується переважно від фільмів жахів та трилерів. Серед яких були зазначені: «Дзвінок», «Астрал», «Реквієм за мрією», «Закляття», «Мама», «Пила», «Пункт призначення», «Вінтаж 200», «Омен», «2012», «Неоновий демон», «Щелепи», «Корабель-привид», «Поховайте мене за плінтусом» тощо. Перегляд фільму жахів підсилює частоту серцевих скорочень і кров'яний тиск,

тому страшний фільм вночі може бути не найкращою ідеєю для людей, що легко піддаються впливу. Фільми жахів і психологічні трилери не лише впливають на екстрасоматику індивідів та їх психологічний стан за допомогою вигаданих персонажів та ситуацій, але й видозмінюють фактори з реального життя, що в результаті створюють ще більше негативний ефект. Наприклад, фільм «Щелепи» є одним з найвідоміших та відповідних кіно, що доводять тезу. У фільм йдеться про місто, в якому жителі та відвідувачі пляжу стають жертвами великої білої акули. «Щелепи» представили людей як героїв, а велику білу акулу – жахливим лиходієм, а не природною підводною істотою. Найголовніше, відтоді дане кіно змусило глядачів боятися плавати або навіть ставити ноги в море через страх нападу. Незважаючи на те, що розповідь є чіткою причиною такої емоційної реакції, більша частина цього також була пов'язана з маркетинговою кампанією. На офіційному постері кіно, зображено текст рекламних лозунгів, такі як «...ти більше ніколи не підеш у воду!». Даний прийом, це безпосередня взаємодія з глядачами, що дозволяє індивідам реагувати певним чином, створюючи страх води та формуючи негативний, спотворений образ білої акули. Тим не менше, рекламні кампанії кіномаркетингу та публікацій, що проводяться засобами масової інформації, дозволяють глядачам створювати очікування та викликати певні емоції. Це може бути реалізовано різним чином, але реакція аудиторії може спричинити важкі наслідки.

В результаті опитування було отримано інформацію щодо впливу кінематографу на студентську молодь м. Києва, з конкретними прикладними фільмів від респондентів. Вплив здійснюється безпосередньо через психосоматику глядачів, їх емоційний стан, за допомогою діалогів та подій, що розгортаються в ході сюжету. Завдяки кінематографу створюються стереотипи, що впливають на світосприйняття індивідів та їх відношення до того чи іншого поняття. В переважній більшості випадків молодь дійсно активно зіставляє себе з персонажами кіно та переводить їх емоції, дії, ідеї,

діалоги на власний досвід. *Отже, припущення, що кіно має здатність впливати на соціокультурну поведінку молоді – підтверджено.*

3.1 Рекомендації, щодо методів зниження негативного ефекту від перегляду кінофільмів

Кінематограф – соціокультурний інститут, який може бути використаний для задоволення суспільних потреб в широкому діапазоні. Те, які саме фільми, в конкретних історичних умовах місця і часу, визначають цільові установки кіновидовища, – це результат протиставлення зацікавлених соціальних сторін на теоретичному і практичному терені. З різною силою інтенсивності така боротьба велася протягом всієї історії існування кінематографа. Система «кінематограф» складається з декількох підсистем, наприклад: кіновиробництва, зберігання і поширення творів кіно – кінопрокат, сприйняття творів аудиторією – кінофікація. Всі ці підсистеми активно взаємодіють між собою, в той час як кінематограф в цілому також активно взаємодіє із середовищем – художньою культурою в цілому. Завдяки синтезу та взаємодії цих підсистем, кіно може легко змінити думку людей та їхні погляди на те чи інше поняття або все життя. Хороші фільми майже завжди впливають на глядача, наскільки потужно цей вплив, залежить від самого фільму та людини, яка споживає його. В індивідуальному порядку індивіди неодмінно зазнають вплив фільмів, оскільки головна мета, яку має кінематографічний вид мистецтва, - це саме вплив і надсилання повідомлення. Існує також безліч способів впливу фільмів на суспільство та сучасний світ, в якому ми живемо: деякі негативні, інші позитивні. Оскільки кіноіндустрія така велика, і оскільки кіно стало такою великою частиною нашого життя, загальний вплив і вплив, який кіно робить на наше суспільство, величезні.

Беручи до уваги дослідження науковців щодо цієї тематики, опитування студентів що представлено в даній роботі, можна виділити декілька пунктів, що допоможуть знизити негативний вплив від кінематографу на індивідів.

Перший та один з найкращих способів запобігти негативним наслідкам перегляду фільмів – *скоротити час перегляду* кіно. Припускається, наприклад, складання плану щодо того, що індивіди налаштовані переглянути та коли. Даний прийом дозволяє більш відповідально керувати своїм часом, без бездумно проведених годин біля екранів.

Ще одним пунктом можна виділити: більш *прискіпливе ставлення до вибору* картини, що належить переглянути. Слід стати вимогливим до свого задоволення від перегляду, уникати, наприклад, надзвичайно жорстоких фільмів. Дослідження науковців показало, що це може сприяти насильницькій або агресивній поведінці. Навіть беручи до уваги саме опитану групу даного дослідження, перегляд фільмів жахів може зіпсувати ваше самопочуття, як ви цього навіть не очікували. Коли людина лякається, рівень адреналіну та кортизону зростає, це, у свою чергу, може вивести назовні пам'яті витіснені травматичні спогади. Зміни в хімії мозку нагадують про часи, коли він перебував у подібному стані, навіть якщо індивіди про це не підозрювали, що навіть мали ці спогади. Якщо у минулому індивіда, що переглянув надто жорстокий та багатий на жахи фільм, трапилась якась дійсно неприємна або погана подія, яка його налякала, кіно може ненавмисно спровокувати глядача пережити це. Соціальне опитування серед молоді м. Києва показало важливість потенційних негативних наслідків перегляду насильства в творах кіно мистецтва та зосереджується на контексті, в якому зображено насильство. Виявилось, що деякі способи зображення насильства можуть нести більший ризик негативних наслідків для глядачів, ніж інші. Якщо глядач надто вразливий від сцен насильницького характеру, то слід утриматись від перегляду даного кіно. Тож, перед переглядом фільмів слід намагатися максимально *уважно дивитися трейлер*. Хоча, трейлери не відображають на 100% вміст кіно і навіть можуть бути оманливими, проте у глядача є можливість помітити загальний посил кінокартини. Також слід пам'ятати про *постери*. В основному, можна відрізнити настрій фільму по афіші. Наприклад, якщо зображено фото головних героїв з нарочито явними емоціями,

наприклад, зі здивуванням, дурістю, веселощами, то швидше за все фільм являє собою комедію з дурним гумором. Також дуже показовими є постери фільмів жахів.

Також варто звертати увагу на *вікові обмеження*. Якщо вказано «16+» або «18+», то підвищується ймовірність зустріти у фільмі порнографічні сцени, вживання тютюну, алкоголю, наркотичних речовин без осуду, лайливу лексику, сцени жорстокості і насильства, в тому числі виправдані сюжетом. Найбільшим обмеженням є «18+», серед опитуваних присутні індивіди молодше даного віку, тому рекомендація є актуальною і для них. Задля контролю обмеження на території України, показ фільмів даної категорії здійснюється з 22:00 до 06:00.

Ще одним пунктом, що допоможе в мінімізації негативного впливу кіно є *прислухання до порад більш обізнаних в даній темі осіб*, при виборі картини яку індивід бажає переглянути. До кожного фільму на просторах інтернет сайтів присутні відгуки кінокритиків, що в більшості випадків вдало описують суть конкретного кіно, прийоми, що в ньому використані, вказують на вдалі сторони та недоліки. Або ж, наприклад, прислухатись хоча б до порад своїх знайомих, або людей, що мають високий інтерес до кіно. Так, наприклад, сьогодні в соціальних мережах можна знайти користувачів, що легко дають поради щодо споживання того чи іншого контенту всім бажаючим. Однак, навіть такі «рецензії» не знімають відповідальність з глядача за вибір кіно.

Саме тому останньою та найважливішою рекомендацією є: *застосування критичного мислення* під час перегляду. Критичне мислення - це інтелектуально-дисциплінований процес активного та вмілого осмислення, застосування, аналізу, синтезу або оцінки інформації, зібраної з спостережень, досвіду, роздумів, міркувань чи спілкування. У своїй зразковій формі воно базується на загальнолюдських інтелектуальних цінностях, які виходять за рамки предметних розділів: ясність, точність, послідовність, актуальність, вагомі докази, вагомі причини, глибина та справедливість. Навіть фільми, які

вважаються «освітніми» або ж «заснованими на реальних подіях», можуть обдурити та ввести в оману. Слід ґрунтовно аналізувати та перевіряти інформацію що надходить. Під час перегляду кіно *помічати небажану пропаганду*, наприклад, інтелектуальної деградації і, при необхідності, припиняти перегляд. Цілком зрозуміло, що кінематограф дуже впливає на суспільство. Мало того, вони формують сучасний світ і допомагають людям розвиватися. Сьогодні індивіди мають особливо часто звертатись до критичного мислення і не дозволяти кіно маніпулювати ними, створювати стереотипи, навішувати ярлики чи взагалі повністю змінювати тих ким є глядачі.

ВИСНОВКИ

В ході розробки матеріалу було:

- досліджено феномен аудіовізуального мистецтва та кінематографу як його значного елементу;
- визначено специфіку впливу кінематографу на соціокультурну поведінку індивідів, формування їх соціальних установок і світосприйняття;
- розкрита специфіка сприйняття глядачами соціокультурної реальності від впливу кінематографу.

З початком формування та розвитку аудіовізуальних матеріалів їх потужність в здатності маніпулювати та впливати на соціальні групи та окремих індивідів проявлялась і використовувалась політично, соціально та економічно протягом історії. Аудіовізуальні пристрої в наш час використовуються досить поширено. Зараз активно транслюється відеоконтент, через це кіноіндустрія, безперечно, є одним із найвпливовіших секторів сучасного суспільства. Кожне відео й кожен фільм можуть зображати образ суспільства та трансформувати думки.

Як продукти масової культури, фільми зображають актуальні тенденції та проблеми. Фільми формують культурні установки та звичаї, оскільки аудиторія приймає ставлення та стилі персонажів, яких дивиться на екрані. Творці фільмів можуть використовувати свої фільми для впливу на культурне ставлення до певних соціальних питань. Кіно, як і інші види мистецтва, втілює і передає цінності та вірування культури, в межах якої і для якої вони створені. Кінематограф забезпечує потребу індивідів в емоційних потрясіннях, в адреналіні. Кіно певним чином забезпечує індивіда інформацією, таким чином виховуючи його та будуючи систему світосприйняття. Потенціал громадського впливу кінематографа, можливість здійснювати функцію комунікації в комплексі, через метафоричний образ обумовлений такими рисами кіномистецтва, як найтісніший зв'язок з реальним буттям людей,

здатність фільму втягнути глядача в свій простір і передати глядачеві певні емоційні смисли. При перегляді індивід занурюється в кінокартину та отримує певний вплив, зокрема катарсис, тобто саме емоційний вплив на індивіда.

Задля покращення результатів дослідження, було проведено опитування серед студентської молоді м. Києва. Згідно з результатами опитування, теза щодо безпосереднього впливу кінематографу на соціокультурну поведінку молоді було підтверджено. Кожний твір кіномистецтва містить два різні аспекти, як переваги, так і недоліки. Деякі пропонують глядачеві хорошу концепцію, а інші змушують людей вчиняти неправомірні дії в суспільстві. Наприклад, деякі студенти, ймовірно, витрачають занадто багато часу на перегляд фільмів, забуваючи про реальне життя та дійсність. Індивіди споживають кіно за допомогою зорових та слухових відчуттів, проте переживають фільми розумом та тілом. Однією з потужних властивостей кінематографу, згідно з опитуванням є його естетичний вплив. Згадуючи комунікативної властивості кіно не можна обмежуватися думкою, що воно тільки інформує глядача, виховує його, певним чином організовує поведінку. Вплив кінематографу на індивідів здійснюється як позитивно, так і негативно. Наприклад, згідно з опитуванням, кіно:

- виконує розважальну функцію, занурюючи глядачів у власну атмосферу, надаючи їм спектр емоцій;
- виконує виховну функцію, забезпечуючи новими знаннями, знайомлять з іншими культурами та соціальними групами;
- створюють вдалі образи та моделі наслідування персонажів, які викликають у глядачів захоплення;
- розвивають креативні здатності та задовольняють культурні потреби індивідів, особливо з період пандемії тощо.

Фільм психологічно працює настільки добре, що переносить глядачів у свій світ. Але у більш глибокому сенсі кіно має значення, бо, знову ж таки, як і інші культурні продукти, воно розповідає індивідам та суспільству, щось про

них самих та осмислює їх життя. Фільми – це дзеркало для суспільства. Фільми натхненні нашим повсякденним життям, частково чи повністю. Різні фільми відображають історичні, міфологічні, наукові та соціальні теми. Це відображення суспільства, як теперішнього, так і минулого. Фільми демонструють наслідки війни, соціальне зло, політичні стратегії, порушення прав людини та інші делікатні проблеми. Така широка платформа, як кіномистецтво, є найбільш ефективною для представлення проблем широкій громадськості. Вони створюють обізнаність, формують громадянське почуття та забезпечують суспільну мораль та їх поширення.

Однак, надмірне зображення в кіно:

- сцен насилля;
- сцен еротичного характеру;
- схильність до марнування життя;
- романтизація вживання алкоголю, тютюну та наркотичних засобів;
- зміна ціннісних орієнтирів;
- заміна понять;
- створення стереотипів;
- пропаганда певних політичних або ідеологічних уявлень;

в більшості випадків, негативно впливає на соціокультурну та естрасоматичну поведінку індивідів.

Також в роботі подано рекомендації, щодо зниження негативного впливу кінематографу на індивідів, основними з яких є:

- скорочення часу перегляду;
- більш прискіпливе ставлення до вибору фільму;
- застосування критичного мислення при перегляді кіно.

Більшість індивідів в різних мірах схильні до впливу від кіномистецтва. Вони здатні змінювати настрій, впливати на емоції, систему цінностей і соціокультурну поведінку. Після перегляду кінострічки нерідко індивіди

відчувають певний осад, який не покидає ще деякий час, адже глядачі прокручують події побаченого, аналізують, а іноді, у чомусь копіюють поведінку героя. Тобто, без всякого сумніву, кінематограф здатний суттєво впливати та маніпулювати на психікою, свідомістю та соціокультурною поведінкою сучасної людини.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Адорно Т. Теорія естетики / Пер. с нім. П.Таращука. — Київ: «Основи», 2002. — 518 с.
2. Арнхейм Р. Искусство и визуальное восприятие. М., 1974.
3. Базен А. Что такое кино? / А. Базен. М. : Искусство, 1972.
4. Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. М., 1968
5. Беньямин В., Адорно Т. Из переписки с Теодором В. Адорно // Беньямин В. Франц Кафка = Franz Kafka / Пер. М. Рудницкого. — М.: Ad Marginem, 2000. — 320 с.
6. Беньямин В. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости. М., 1996.
7. Бердяев Н. А. Философия творчества, культуры и искусства. М., 1994.Т. 1.
8. Выготский Л. С. Психология искусства. М., 1968.
9. Гидденс Э. Ускользящий мир. Как глобализация меняет нашу жизнь /Гидденс Э. – М.: Весь мир, 2004.
- 10.Делёз Ж. Кино / Ж. Делёз. М. : АД Маргинем, 2004.
- 11.Елинер И.Г. Мультимедийная культура и современное общество. М., НП" Родные просторы", 2008. – 530 с.
- 12.Жабский М.И. (ред.) Кино и коллективная идентичность. М.: ВГИК, 2013. — 304 с.
- 13.Зубакин М. В. , Дорфман Л. Я. Я-концепция, личность и восприятие сцен насилия (на материале художественных кинофильмов). М., 2014.
- 14.Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М.: Изд. дом ГУ-ВШЭ, 2000.

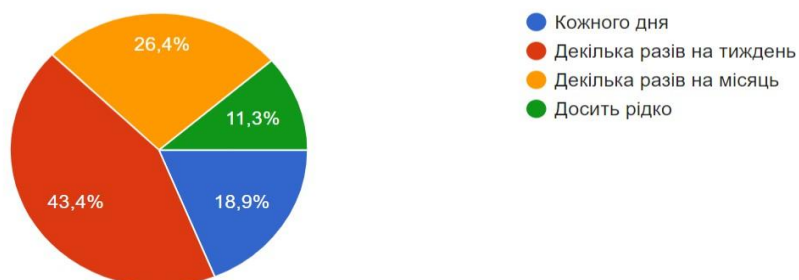
15. Киттлер Ф. Оптические медиа. Русское издание: М., Издательство «Логос». 2009. – 272 с.
16. Козловски П. Культура постмодерна: Общественно-культурные последствия технического развития. М., 1997.
17. Кубрак Т.А. Проблема информационно-психологической безопасности в кинодискурсе // Психологические исследования. 2016.
18. Лакан Ж. Телевидение. М., 2001.
19. Лосев А. Ф. Проблема символа и реалистическое искусство. М., 1976.
20. Лосев А. Ф. Философия культуры // Лосев А. Ф. Дерзание духа. М., 1988.
21. Лотман Ю. М. О языке мультипликационных фильмов / Ю. М. Лотман. СПб. : Искусство, 1998.
22. Лотман Ю. М. Семиотика кино и проблемы киноэстетики / Ю. М. Лотман. СПб. : Искусство, 1998.
23. Маклюэн М. Понимание медиа. Внешние расширения человека / М. Маклюэн. М. : Жуковский. 2003.
24. Маркарян Э. С. Теория культуры и современная наука: логико-методологический анализ — М.: Мысль, 1983.
25. Разлогов К.Э. (ред.) Новые аудиовизуальные технологии М.: Эдиториал УРСС, 2005. — 488 с.
26. Тарковский А.А. Запечатленное время // Андрей Тарковский: Архивы. Документы. Воспоминания / Автор-сост. П.Д. Волкова. М.: ИД “Подкова”; Эксмо-пресс, 2002. С. 95–348.
27. Тейяр де Шарден Пьер. Феномен человека. М.: Наука, 1983.
28. Туровская М.И. На границе искусств: Брехт и кино. М.: Искусство, 1984. — 255 с.

29. Тэйлор Э. Б. Первобытная культура. М., 1989.
30. Хайзенга Й. Homo Ludens. Человек играющий. М. : Айрис-Пресс, 2003.
31. Хилько Н. Ф. Роль аудиовизуальной культуры в творческом самоосуществлении личности: Монография. Омск: Изд-во Сибир. флa Рос. ин-та культурологии, 2001. 446 с.
32. Dahl G., DellaVigna S. Does Movie Violence Increase Violent Crime? // Quarterly Journal of Economics. 2009. Vol. 124. No. 2. P. 677—734.
33. Lexmann J. Audiovisual Media and Music Culture. Peter Lang, 2009. – 101p.
34. Mattelart, A. European film policy and the response to Hollywood // The Oxford Guide to Film Studies. – Oxford, 1998.
35. Moran, A. Film policy: Hollywood and beyond / The Oxford Guide to Film Studies // Oxford University Press, 1998.
36. Young S. D. Psychology at the movies. Malden: J. Wiley & Sons. Inc., 2012.

ДОДАТКИ

Як часто Ви переглядаєте фільми?

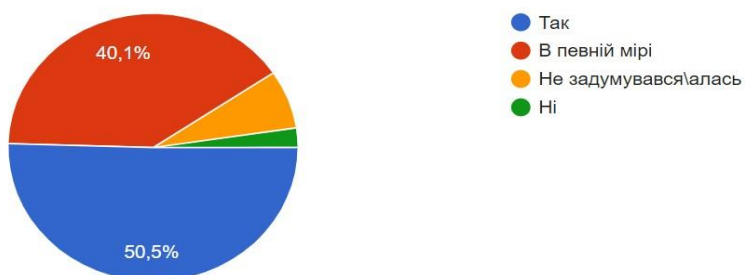
312 ответов



Додаток 1

Ви відчували на собі вплив кіно?

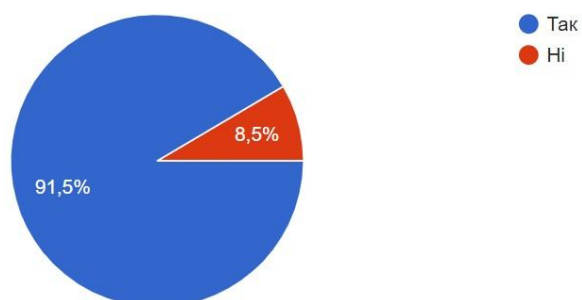
312 ответов



Додаток 2

Чи асоціювали Ви колись себе з персонажами переглянутої кінострічки?

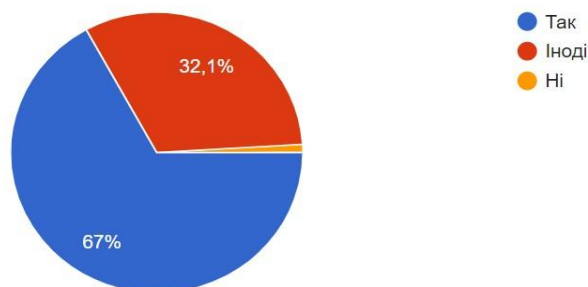
312 ответов



Додаток 3

Чи змінюються Ваші емоції після перегляду кіно?

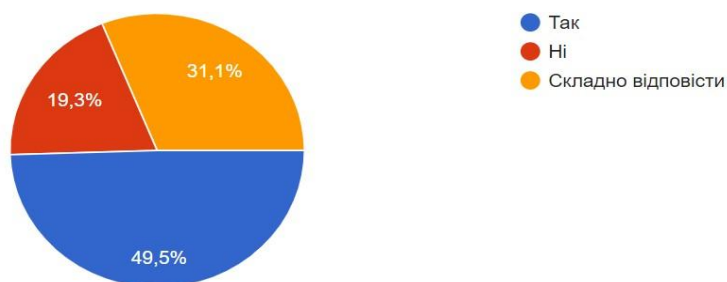
312 ответов



Додаток 4

Чи провокували Вас фільми на якісь дії?

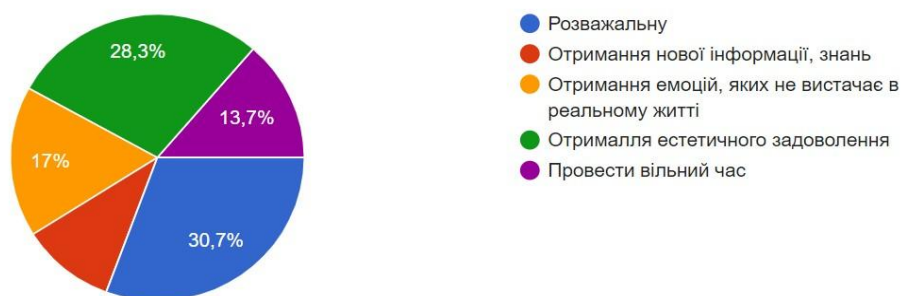
312 ответов



Додаток 5

Яку ціль Ви переважно переслідуєте при перегляді фільмів?

312 ответов



Додаток 6