

Реєстрація_____
номер_____
дата_____
підпис лаборанта кафедри**Рекомендовано
до захисту**_____
підпис наукового керівника_____
ініціали,_____
прізвище наукового керівника**Результат захисту**_____
оцінка_____
дата захисту**Голова ЕК**_____
підпис_____
ініціали, прізвище**Члени ЕК**_____
підпис_____
ініціали, прізвище_____
підпис_____
ініціали, прізвище_____
підпис_____
ініціали, прізвище_____
підпис_____
ініціали, прізвище**Секретар ЕК**_____
підпис_____
ініціали, прізвище

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ І. КІНОФІЛЬМИ ЯК ЗАСІБ РЕТРАНСЛЯЦІЇ ОБРАЗІВ СОЦІАЛЬНИХ ВІДНОСИН	7
1.1 Кінематограф як феномен масової культури	7
1.2 Основні характеристики дослідження кінофільмів в соціології.....	9
1.3 Сучасний стан розвитку кінематографу в Україні	15
Висновки до розділу І	18
РОЗДІЛ ІІ. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ПОКОЛІНЬ І МІЖПОКОЛІННИХ ВІДНОСИН	19
2.1 Становлення та зміст понять «покоління» та «міжпоколінні відносини»	19
2.2 Теорія поколінь Штрауса-Хоува	24
2.3 Конфлікт поколінь у контексті українського кінематографа.....	29
Висновки до розділу ІІ	34
РОЗДІЛ ІІІ. АНАЛІЗ СОЦІАЛЬНОЇ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ МІЖПОКОЛІННИХ ВІДНОСИН У СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ КІНЕМАТОГРАФІ	36
Висновки до розділу ІІІ.....	51
ВИСНОВКИ	53
Список використаної літератури	56
ДОДАТКИ.....	60

ВСТУП

Кінематограф виступає складовим елементом української культури, який відображає соціальні норми та цінності суспільства. Здатність формувати реальність та відображати відносини між поколіннями робить важливим розгляд кінематографу як впливової проєкції соціального життя [Пазич, 2020]. Вивчення кінематографу дає змогу дослідити суспільство під іншим кутом, водночас впливаючи на нього і будучи його частиною. Сучасне інформаційне суспільство, у своєму прагненні спростити подачу комунікативних повідомлень, утверджує глобальний масштаб поширення саме візуальної комунікації, яка здійснюється зокрема і з використанням засобів кінематографу. Згідно з цим, сьогодні соціальна комунікація має тенденцію до поширення візуальної її форми, заміщуючи всі інші. У той же час вона задає певні ціннісні, соціальні та споживацькі орієнтири, які необхідно враховувати [Ковтун, 2016]. Зокрема, кінематограф як візуальна форма комунікації відображає соціальні норми поведінки, ціннісні та моральні орієнтації, які є домінуючими у суспільстві. Окрім цього, важливим є врахування впливу творів кінематографу на громадську думку. Беручи до уваги можливості цього виду мистецтва, необхідним є дослідження та аналіз тих особливостей та аспектів міжпоколінних відносин, які висвітлюються на екрані і популяризуються в маси [Фісенко, 2020].

Розглядаючи питання відносин між поколіннями, варто зазначити про зростання зацікавленості громадськості у поколіннєвості як суспільному явищі. Важливим є фіксування існуючого в суспільстві стану міжпоколінних відносин, адже вони можуть мати як деструктивний, так і позитивний потенціал для всього громадського суспільства. Відповідно до цього, у випадку неконтрольованого поширення міжпоколінних конфліктів, дана проблема відносин між поколіннями може перерости у культурний, економічний або політичний конфлікти між представниками різних поколінь. Беручи до уваги динаміку скорочення та старіння українського населення (згідно з Державним комітетом статистики України станом на 1990 – 2022 роки спостерігалось зменшення населення з 52 млн до 41 млн осіб, тобто на 11 млн), що призводить до збільшення «розриву» між поколіннями, а саме контроль міжпоколінних відносин виступає

індикатором стабільності українського суспільства [Сенюшкіна, 2013]. Зокрема, дослідження частоти появи поняття покоління та типів поколінь, виділених у теорії Штрауса і Гоува, у матеріалах різних міжнародних медіаплатформ, проведене у 2018 році підтверджує тезу щодо зростання частоти запитів даних понять у пошуковому сервісі Google, при цьому найактивніший ріст спостерігається з 2013 року. Підвищення інтересу до даного поняття з 2013 року пов'язують із публікацією у Америці виданням Time статті “Generation Me Me Me”, яка була визнана у світі. Відповідно до цього, покоління почали сприймати як визнану суспільну категорію [Гук, 2018]. При цьому актуальність аналізу поколінь та міжпоколінних відносин забезпечується постійною присутністю даної теми у повсякденному житті кожного з нас, адже взаємодія між поколіннями є невід'ємною частиною соціальної комунікації. Такий інтерес можна пояснити трьома важливими тенденціями, які є об'єктивно характерними для українського суспільства на сучасному етапі розвитку:

- переорієнтація усіх сфер життя на радикальні та швидкі соціальні зміни;
- прагнення справедливості у питанні розподілу соціальних ресурсів у контексті минулого та сьогодення;
- зміни у віковому складі населення України [Сенюшкіна, 2013].

Кінематограф має можливість глядачеві охопити ті трансформаційні процеси, які відбуваються у суспільстві. Насамперед, вплив кінематографу на інформаційний простір відбувається шляхом утвердження певних соціальних установок та переконань, які відображаються на формуванні громадської думки на різну тематику. Відповідно до цього, результатами опрацювання обраної теми виступають роз'яснення сучасних тенденцій у суспільстві.

Метою кваліфікаційної роботи є аналіз соціальної репрезентації міжпоколінних відносин засобами сучасного українського кінематографу.

Об'єктом є сучасний український кінематограф (на прикладі вітчизняних кінострічок).

Предметом: соціальна репрезентація міжпоколінних відносин засобами сучасного українського кінематографу.

Завдання:

- охарактеризувати поняття покоління та міжпоколінні відносини;
- розглянути кінематограф як соціальне явище;
- описати особливості зображення поколінь в українському кінематографі;
- проаналізувати елементи соціальної репрезентації міжпоколінних відносин в сучасному українському кінематографі.

Дана кваліфікаційна робота присвячена вивченню сучасного українського кінематографу як засобу соціальної репрезентації міжпоколінних відносин. Дослідження поколінь та міжпоколінних відносин саме через кінематограф дає змогу пояснити основи взаємозв'язку історичного та індивідуального часів та одвічну проблему конфлікту поколінь у суспільстві [Гук, 2018].

Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літератури та додатків. Перший та другий розділи містять у собі по три підрозділи, а також усі три розділи вміщують висновки до них. Обсяг роботи – 63 сторінки. Список використаної літератури складається з 26 джерел. Додатки містять 11 файлів.

РОЗДІЛ I. КІНОФІЛЬМИ ЯК ЗАСІБ РЕТРАНСЛЯЦІЇ ОБРАЗІВ СОЦІАЛЬНИХ ВІДНОСИН

Кінофільми є популярним та актуальним явищем сучасного мистецтва. Вони мають значний вплив на широкую аудиторію та мають змогу змінювати її думки, транслюючи ті чи інші цінності та норми. Окрім цього, кінематограф відіграє важливу роль у політиці, науці та інших сферах суспільного життя. Його специфіка полягає у відображенні актуальних проблем та соціальних подій та переосмислення їх через художні образи [Авер'янова, 2020].

1.1 Кінематограф як феномен масової культури

Загалом кіномистецтво з'явилося та почало розвиватись наприкінці XIX – на початку XX століття. Його поява була зумовлена розвитком машин, технічним розвитком, урбанізацією, виникненням рухомого зображення та оптичної ілюзії. На відміну від існуючих на той час таких видів мистецтва, як живопис та фотографія, кінематограф пропонував людям рухоме зображення, яке давало змогу побачити щось динамічне на статичному екрані, та викликало неабиякий інтерес. Процес урбанізації призводить не тільки до зміни характеру виробничої діяльності, а і до видозмінення дозвілля. Зайнятість перетворювалась з сільської на міську і ставала масовою. Важливим моментом було запровадження розмежування між роботою та відпочинком. Після появи законного права на відпочинок, у людей збільшилась кількість вільного часу, який вони могли витратити, зокрема, на перегляд кінофільмів [Пазич, 2020].

Враховуючи появу інтересу до цього виду мистецтва з часом зростали вимоги до кінофільмів. Відповідно до цього, кінематограф потребує використання певної кінотехніки, зокрема такої як кінокамери та кінопроекційного апарату. Технічне забезпечення є необхідним інструментом від початку створення фільму і до моменту його демонстрування. Важливим моментом є постійне вдосконалення техніки, без якого неможливо покращувати естетику кінематографа. Саме ця характеристика невпинного розвитку

кінематографа є специфічною та відмінною від інших видів мистецтва [Брюховецька, 2011].

Поєднання часу і простору у рухомому зображенні є специфікою кінематографа. Фіксуючи та передаючи глядачам реальність або за допомогою звичайної зйомки, або за допомогою гри акторів, створюється ілюзія, що все, що показано на екрані, є частиною реальності. Наявність цілковитої ілюзії реальності у кінофільмах породила першу їхню назву – ілюзіон. Після появи звуку у кінофільмах в кінці 1920-х років така назва ще більше утвердилась, але в той же час, візуальне сприйняття людей досягло тієї міри, що кінематограф почав сприйматись не як щось неможливе, а як вид мистецтва, що показує глядачам суб'єктивно змінену реальність [Брюховецька, 2011].

Одним із проявів такої властивості кінематографа як зміна реальності є створення міфів за допомогою художніх образів. Міфологізація стає зручним інструментом керування та контролю над кіно. Вибудовуючи іншу реальність за допомогою міфів кінематограф використовують для формування необхідної суспільної думки. Наприклад, у радянський період, кінофільми контролювали та дозволяли відображати дійсність тільки у розрізі державно-ідеологічних ідеологем. Відповідно до цього, значна увага до того, що транслюють людям в СРСР на екранах була зумовлена впливом, який здійснював кінематограф на масового глядача [Брюховецька, 2011]. Наслідком впливу масових художніх образів на нашу підсвідомість виявляється сприйняття навколишнього світу через призму упереджень та стереотипів, які присутні на екранах [Пазич, 2020].

Однією із особливостей кінематографа є множинність функцій, яка йому притаманна. Насамперед виділяють такі функції кіно:

- збереження. Ця функція проявляється у створенні документального кіно, яке закарбовує певні події та факти через трансляцію історій, заснованих на реальних подіях;
- самопізнання. Відповідає за проникнення у підсвідомість людини, її психологію, та відображення певних проявів людського життя;

- розважальна. Дану функцію виконують такі жанри кінофільмів як: мюзикл, мелодрама, комедія, вестерн та детектив;
- самореалізації та самовираження митця. Ця функція реалізується через створення авторського кіно;
- комунікативна. Шляхом передачі теорії автора глядачеві [Брюховецька, 2011].

Дана множинність функцій виступає підтвердженням того, що кінематограф є універсальним засобом комунікації, який ґрунтується на особливій мові образів та має можливість зберігати час через увіковічення минулого. Відображаючи історичні події, сучасність та суб'єктивні трактування подій кінематограф збагачує та розширює досвід людини, чого не може зробити жодне з інших видів мистецтв [Брюховецька, 2011].

Важливими є засоби і прийоми, за допомогою яких здійснюється вплив на глядача. Такими засобами і прийомами виступають: ракурс зйомки, монтаж, зміна планів, характер освітлення в кадрі, звукові ефекти тощо. Зокрема, монтаж застосовують з метою передачі змісту, який з'являється тільки від певної послідовності кадрів. Таким чином, поєднуючи різні епізоди, монтаж допомагає створити художній образ, який задумав автор кінофільму. У свою чергу ракурс робить можливим поєднання сторони зйомки оператора зі стороною погляду глядача, підкреслюючи при цьому наявну динаміку дії. Усі ці ефекти необхідні для того, щоб підсилювати передачу художніх образів та задавати ритм рухомому зображенню на екрані [Брюховецька, 2011].

1.2 Основні характеристики дослідження кінофільмів в соціології

Унікальність кінематографа насамперед виражається у схожості і з фотографією, а саме з її технічними та художніми особливостями, і з театром та літературою у їхній можливості формувати реальність за допомогою певних художніх образів. Його дослідженням завжди цікавились і займались різні верстви населення. Соціологію у свою чергу приваблював кінематограф через

його можливість ставати проявом масової культури, а також відобразити суспільство та впливати на нього [Пазич, 2020].

Відповідно до цього, кінематограф виступає об'єктом вивчення соціології. Соціологи досліджують його і як самостійний феномен, і в більш широких межах: соціології мистецтва, соціології культури та соціології медіа та комунікацій. Насамперед увагу акцентують на кінематографі як соціальному явищі, що вміщує в себе суспільно значущі моменти створення кінострічок та їх споживання. Окрім цього аналізують та оцінюють функціонування інститутів, які беруть участь у кінематографічних процесах [Пазич, 2020].

До галузевої соціології відноситься соціологія кіно, яка вивчає кінематограф як соціальний інститут. Вперше термін соціологія кіно використала Емілія Альтенло у книзі «До соціології кіно. Кінопідприємство і соціальні верстви його відвідувачів» 1914 року. Дослідження, які вона виклала у своїй книзі, стосувались кінематографу як дозвілленої практики, зокрема Альтенло аналізувала відвідуваності кінотеатрів, кіноаудиторію, історію кінематографу, а також промислову організацію кіновиробництва. Її дослідницька робота задала розвиток емпіричних досліджень кінофільмів і поклала початок традиції досліджень кінематографу у німецькій соціології [Пазич, 2020].

До предметної сфери соціології кіно належать: етапи створення кіно, сприйняття аудиторією кінофільмів, соціодемографічна структура аудиторії, статистика відвідуваності кінотеатрів, а також уподобання аудиторії щодо жанрів та тематики. Окрім цього, можливими темами для досліджень виступають:

- вивчення типів аудиторій, на які орієнтуються виробники тих чи інших кінофільмів;
- роль кінофільмів під час соціалізації особистості;
- виявлення технік, за допомогою яких кінофільми розкривають та полегшують вираження емоцій;
- соціальна динаміка аудиторій;

- вплив, який здійснюють художні образи та символи на соціальне життя людей;
- висвітлення соціальних проблем, які відображають та формують наявну культуру [Пазич, 2020].

З часом інтерес науковців різних галузей до кінематографа тільки зростає. Вперше про те, що він може здійснювати вплив на зовнішній облік суспільства, зазначив Рудольф Гармс, німецький спеціаліст в області філософії фільму та кінокритик, у своїй роботі 1927-го року «Філософія фільму». Він говорив про наявну в кінофільмах силу освічувати людей, змінювати культурний рівень суспільства та обізнаність стосовно різних аспектів життя, а також впливати на економіку країни, в якій їх виробляють. Про кінематограф як соціальний інститут писав Ян Джарві. У своїй книзі «До соціології кіно» він використав комплексний підхід до аналізу гонконгського кінематографу та висунув ідею про визначення кінематографа як індустрії розваг. Окрім цього, Ян Джарві аналізував те, як формується соціальна оцінка кінематографу та як відбувається забезпечення потреб певної аудиторії [Пазич, 2020].

Також важливий внесок у аналіз кінофільмів здійснив Яков Пітер Майер, який написав у 1946 році працю «Соціологія фільму». У ній німецький соціолог розглядав соціологічні припущення проведення аналізу такого соціального явища як кінематографа, при цьому соціологію кіно він прирівнював до «дослідження сприймання». Питання, які він ставив перед собою: «Яким етичним цінностям навчають кінофільми?», «Як ці цінності співвідносяться з реальними нормами, згідно яких живуть люди?» та «Яким є взаємозв'язок норм, відображених у кінофільмах, з реальними нормами в побудові стандартів абсолютної цінності?» [Пазич, 2020]. У своїй роботі науковець робить висновок про чітку взаємопов'язаність моральних норм та проведення дозвілля. На його думку, навіть якщо сприймати кінокартину як суто розвагу, візуалізація художніх образів, наявних у ній, формує певні цінності. Також, досить часто ідеї кінофільмів дуже тісно пов'язані з повсякденним життям людей, що автоматично

розширює особистий життєвий досвід людини та спонукає сприймати те, що відбувається на екрані як дійсність [Пазич, 2020].

Варто звернути увагу на зв'язок між теорією символічного інтеракціонізму та кінематографом. З точки зору цієї теорії суспільство визначають як мережу комунікацій, яка містить взаємовплив людей одне на одного, що виражається у врахуванні дій кожного при здійсненні будь-яких дій. Під час взаємодії люди керуються певними символами, які виникають безпосередньо чи опосередковано під час інтеракцій між ними. Символічний інтеракціонізм був однією із тем досліджень представників Чиказької школи. Серед них можна виділити Герберта Блумера, який випустив декілька праць, присвячених впливу засобів масової комунікації на поведінку людей, зокрема це були «Кіно, деліквентність і злочинність» (1933 р.), «Формування масової поведінки за допомогою кінофільму» (1935 р.), «Кіно і поведінка» (1935 р.). У ході написання представлених робіт Герберт Блумер дійшов висновку про те, що поведінкові патерни, які люди беруть з переглянутих кінофільмів, дійсно відображаються у їхньому повсякденному житті, мають вплив на емоційний стан людини та формують уявлення про життєдіяльність та поведінкові норми [Пазич, 2020].

На думку Герберта Блумера, вплив кінофільмів на людину розпочинається з самого дитинства, коли кінофільми виступають частиною уявного світу, що призначений для ілюстрації та пояснення життя. На підтвердження цієї тези він наводить той факт, що на прохання намалювати захоплюючі сюжети з життя, частіше за все діти малювали саме улюблених героїв із переглянутих мультфільмів чи кінофільмів. Такі картинки залишаються на підсвідомості протягом усього життя у вигляді певних асоціацій чи спогадів. Щодо впливу кінематографу на дорослих людей, то це насамперед розгляд зображених на екрані способів життя як привабливих і бажання втілити їх у реальність. Дивлячись на екран, у людей виникають роздуми стосовно власного життя, власної позиції у світі та несвідоме порівняння себе із героями кінофільму [Пазич, 2020].

Ще одним впливом кінематографа є формування стереотипів та упереджень стосовно життя у різних країнах, щодо національностей, героїв та антигероїв. Це відбувається шляхом типової візуалізації цих речей у кінофільмах та наданні людям готового художнього образу. Стереотипне мислення, яке провокують кінофільми, насаджує суспільству ті чи інші думки та оцінки. Але, на противагу цьому, вони можуть здійснювати також і зворотній ефект – позбавляти людей від стереотипів, транслюючи різноманіття думок та ідей. Таким чином, варто враховувати значний вплив, який здійснюють кінофільми на суспільну думку та поведінку індивідів.

Кіномистецтво виступає яскравим прикладом масової культури. Особливістю масової культури є використання загальноприйнятих естетичних кодів, колективним виробництвом та культурно-ідеологічним конформізмом. Метою створення її продуктів є задоволення інтересів ринку, всього суспільства. Відповідно до цього, серед основних характеристик масової культури виділяють:

- швидкий доступ та швидке забуття;
- акцент на емоціях;
- спрямованість на середнього споживача;
- виконання розважальної функції;
- опір на масове споживання [Пазич, 2020].

Важливим моментом є здатність масової культури стимулювати споживчу свідомість, що призводить до пасивного сприйняття культурних творів. Окрім цього, вона прирівнює потреби та інтереси всього суспільства під один стандарт, встановлюючи шаблонну поведінку, стереотипізоване мислення та певні соціальні установки у людей. Таким чином проявляється соціальна інтеграція та соціалізація індивідів шляхом сприйняття масової культури. Зокрема, про вплив засвоєної культури на відчуття приналежності до певного народу та нації писав Е. Дюркгейм. На його думку, культура може згуртовувати людей та організовувати їх у єдине ціле. Також вартою уваги є транслююча функція масової культури, яка передбачає трансляцію та передачу знань від покоління до

покоління. Беручи до уваги кінематограф як частину суспільства та продукт масової культури, можна виділити такі його цінності для суспільства:

- естетична цінність, що передбачає сприйняття кінофільмів у вигляді художнього явища та складової частини мистецтва;
- соціальна цінність, яка відповідає за комунікацію зі споживачем та об'єднує в собі такі функції як: виховна, інтегральна та пізнавальна;
- ідеологічна цінність, що включає в себе можливість передачі певних знань та нормативно-ціннісних переконань, що формують світогляд людини;
- комерційна цінність, яка передбачає отримання прибутку від показу та продажів кінофільмів [Пазич, 2020].

Цінність репрезентації саме поколінних сюжетів полягає у відтворенні глядачеві наявного соціокультурного середовища у суспільстві. Враховуючи та висвітлюючи трансформаційні процеси, що проявляються у існуванні нуклеарної сім'ї поряд з розширеною, збільшенні «розриву» між поколіннями, зміні стосунків між членами родини та відмінності способу життя молодших поколінь від старших, що супроводжується впливом на відчуття суб'єктивного благополуччя кожного з членів родини, висвітлення міжпоколінних відносин поєднує у собі соціальну та ідеологічну цінності. Адже споглядання за ними та сприйняття відображених поведінкових норм та цінностей виступає засобом розширення власного життєвого досвіду і, відповідно, може переноситись у повсякденну соціальну комунікацію глядача [Вовчик-Блакитна, 2019].

Відповідно до цього, можна побачити, що соціологічні дослідження кінематографа розглядають його як вагому частину суспільства через призму різних напрямків аналізу та критики. Розглядаючи кінофільми із точки зору соціології, ми отримуємо можливість набагато краще зрозуміти дії, поведінки, реакції суспільства, які мають місце у житті, а також рівень підтримки соціальних процесів.

1.3 Сучасний стан розвитку кінематографу в Україні

Розглядаючи сучасний кінематограф ХХІ століття, можна помітити, що на перший план виноситься бажання отримання великих прибутків і, відповідно, створення стрічок для масового споживача з метою отримати якомога більше грошей. Наслідком з цього є зменшення кінокартин світового масштабу. Загальними тенденціями сучасності є соціалізація кінематографа, що передбачає насамперед відстоювання прав людини у несправедливому та жорсткому світі, а також значна актуальність вічних тем, до яких відносять спокуту гріхів, проблему батьків та дітей, пошук сенсу життя та боротьбу добра зі злом [Брюховецька, 2011].

Беручи до уваги теперішній стан розвитку кінематографа в Україні, варто зазначити, що український ринок станом до 2015 року був заповнений переважно російськими кінофільмами. Це було пов'язане з недостатніми ресурсами у нашого виробника задля створення конкуренції на ринку. На відродження українського кінематографу та появу нових фільмів вплинув початок російсько-української війни у лютому 2014 року. Враховуючи основну мету, яку поставила перед собою росія – знищення української державності, важливою частиною нашої боротьби стала інформаційна війна, частиною якої є створення якісного українського кінематографа [Корощенко, 2020].

Радянське минуле України неодмінно здійснювало вплив на всі сфери суспільного життя, зокрема і на всі види мистецтва. Державна політика радянського режиму, шляхом утвердження «соціалістичного реалізму», запровадила єдиноможливий творчий метод мистецтва, який чітко підкорювався ідеям партії та виступав частиною пропаганди комуністичної ідеології. У кінематографі це проявлялось через обов'язкову наявність у центрі картини героя-маси. Цей персонаж репрезентував набір характерних рис, який є бажаним для наслідування та копіювання. Згідно з цим, кінематограф того часу характеризується міфоцентричною моделлю світу, яка має героя-маси по центру і є утопічною за своєю суттю. Дані умови впливали на вибір ракурсу зйомки, висвітленні планів, місце головних та другорядних персонажів та на

колористичні та світлотіньові рішення для кадрів. Відповідно до цього, після розпаду радянського союзу, поступово відбулась заміна виховної функції кіномистецтва на розважальну із зміною норм та цінностей, які транслюються на екрані [Зубавіна, 2017].

Переломним моментом, який поклав початок зміни ціннісної оцінки впливу культурних чинників на інформаційний простір України, стала Революція Гідності наприкінці 2013 – на початку 2014 років. Політичні та суспільні зміни, які були викликані Революцією Гідності призвели до зміщення вектору щодо політики кінематографа та контенту наповнення телеканалів та радіостанцій. Завдяки цьому значно зменшилася частка російськомовного та російського контенту у медіапросторі України та відбулася трансформація суспільства. Також ці події мали вплив на українську культуру у розрізі утворення загальноукраїнської ідентичності, яка протягом багатьох років стримувалась через вплив російських ЗМІ, масовізацію культури та досить незначну динаміку вироблення історичної пам'яті. Революція Гідності активізувала процеси переосмислення ціннісних орієнтацій у бік демократичних цінностей та сприяла консолідації української нації [Кривошеїн, 2016].

Відповідно до цього, зараз найпопулярнішими жанрами українського кінематографу є історичне кіно та кінокомедії. На противагу цього, найменшою популярністю відзначаються бойовики, детективи, авторське кіно та кінофільми жажів. Найактуальнішим жанром виступає історична драма, яка включає в себе проблематику поколінь та міжпоколінних відносин. Окрім цього, даний жанр відтворює певний дискурс, який містить у собі важливі для українського народу історичні події, підкреслюючи їх значимість та впливовість на події сьогодення. Обізнаність про важливі події минулого допомагає краще зрозуміти процес становлення власної держави та причинність тих чи інших подій [Корощенко, 2020].

Варто зазначити, що український кінематограф зараз перебуває на початковій стадії його розвитку, адже минуле засилля продуктів російського кінематографу на нашому ринку поступово зникає і світ починає бачити та

оцінювати кінофільми українського виробництва. Демонстрація наших кінофільмів на фестивалях проходить досить успішно, при цьому заохоченням до участі в таких заходах є покращення державної підтримки українського кінематографу. Підтвердженням цього виступає збільшення державного фінансування українського кінематографу на міжнародних заходах, наприклад у 2016 році держава виділила 760 тисяч гривень на держкіно, а у 2018 році – 2774 тисяч гривень [Корощенко, 2020].

Згідно з цим, на законодавчому рівні були внесені зміни щодо державної підтримки українського кінематографу. Зокрема, у березні 2017 року Верховна Рада ухвалила законопроект, згідно з яким обладнання для зйомок звільняється від митних платежів, а також для виробників українських кінострічок було скасоване ПДВ до 2023 року [Фісенко, 2020]. Щодо нефінансових заохочень створення українського контенту є мовні квоти на телебаченні. Закон України «Про внесення змін до деяких законів України щодо мови аудіовізуальних (електронних) засобів масової інформації» передбачає, що 75% контенту на національних та регіональних каналах має здійснюватися державною мовою [Брюховецька, 2011]. Дані зміни активізують поширення українських кінофільмів, що складають гідну конкуренцію зовнішнім продуктам кінематографу.

Серед позитивних тенденцій сучасного українського кінематографу виділяють такі як:

- отримання вітчизняними кінофільмами міжнародних нагород, що свідчить про рівень якості кінострічок, їх конкурентоздатність та надають можливість їх потенційної популяризації у світі;
- спільне виробництво з іноземними кінокомпаніями, яке збільшує інвестиційні можливості та відкриває можливість застосування нових підходів у кіновиробництві [Брюховецька, 2011].

Найсуттєвішими змінами за роки незалежності України можна вважати створення у 2014 році виконавчого органу – Державної агенції з питань кіно та прийняття закону «Про підтримку кінематографу» у 2017 році. Ці зміни дали

можливість запобігати незаконному піратству, захищати авторське право та визначати умови сумісного виробництва з іноземними країнами. Серед наявних проблем кіноіндустрії виділяють недостатню кількість освічених професіоналів, необхідність модернізації матеріально-технічної бази та систематизації діяльності всіх органів задля підвищення якості та популяризації українського кінематографу [Корощенко, 2020].

Висновки до розділу I

Перший розділ «Кінофільми як засоби ретрансляції соціальних відносин» присвячений розгляду виникнення кінематографа та його ролі у суспільстві. Також увага була приділена розгляду кіномистецтва як частини масової культури.

Початком розвитку кіномистецтва вважають кінець XIX – початок XX століття. Його поява була зумовлена розвитком машин, технічним розвитком, урбанізацією, виникненням рухового зображення та оптичної ілюзії. Відповідно до цього, поєднання часу і простору у рухомому зображенні виступає специфікою кінематографа. Окрім цього, особливістю кінематографа є множинність притаманних йому функцій (збереження, інтеграція та соціалізація, самопізнання, розважальна, комунікативна, самореалізації та самовираження митця).

Відображаючи історичні події, сучасність та суб'єктивні трактування подій кінофільми збагачують та розширюють досвід людини. Кінематограф виступає об'єктом вивчення соціології. Проблематику досліджень соціології кіно становлять: етапи створення кіно, сприйняття аудиторією кінофільмів, соціодемографічна структура аудиторії, статистика відвідуваності кінотеатрів, а також уподобання аудиторії щодо жанрів та тематики. Відповідно до цього, розглядаючи кінематограф із точки зору соціології, ми отримуємо можливість набагато краще зрозуміти дії, поведінки та реакції суспільства.

Сучасний український кінематограф перебуває на початковій стадії розвитку. Такий стан кінематографа пояснюється засиллям російського та російськомовного контенту на нашому ринку до 2015 року та недостатньою

кількістю конкурентоспроможного українського контенту, але на разі ситуація зазнає змін. Це проявляється у покращенні державної підтримки українського кінематографа, збільшенні співробітництва з іноземними кінокомпаніями та отриманні вітчизняними кінофільмами міжнародних нагород. Відповідно до цього, можна відзначити ряд позитивних змін у розвитку сучасного українського кінематографа.

РОЗДІЛ II. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ПОКОЛІНЬ І МІЖПОКОЛІННИХ ВІДНОСИН

2.1 Становлення та зміст понять «покоління» та «міжпоколінні відносини»

Поняття «покоління» є досить важливим елементом аналізу сучасності, вивчення якого виступає одним із завдань соціологічної науки. Уявлення про дане поняття є відмінними у різних вчених, які беруть його до розгляду. Також, наявна мультидисциплінарність досліджень поколінь та міжпоколінних відносин породжує виникнення складності у трактуванні суті поняття «покоління». Протягом останніх років зацікавленість громадськості у такому суспільному явищі як поколіннєвість досить зросла, що насамперед спровокувало збільшення частоти розгляду цієї тематики при проведенні соціальних досліджень.

Загалом інтерес до поколінної проблематики виник ще у другій половині XIX століття, і саме тоді були сформовані основні підходи до визначення поняття «покоління» як суспільної категорії. Серед них можна виділити такі як:

- Демографічний (біолого-генетичний) підхід. За даних підходом вікове розмежування батьків та дітей визначають у вигляді константи, яка зовсім не залежить від соціальних обставин.
- Позитивістсько-натуралістичний підхід до визначення покоління, в якому його розглядають як певну просторово-хронологічну спільність, у якій вікову групу визначають у контексті певної просторової та часової локалізації.
- Романтико-гуманітарний (культурно-історичний) підхід. Даний підхід вбачає покоління у вигляді ідейно-духовної спільності, що заснована на культурі певного народу та його ціннісних орієнтаціях.

При цьому швидкість зміни поколінь відповідає швидкості соціальних змін у суспільстві.

- Історико-політичний підхід. Він визначає покоління як соціальні спільності, що переважають у певному часовому проміжку [Гук, 2018].

Аналізуючи суть поняття «покоління», варто зазначити про існування декількох теоретичних підходів до його визначення. Відповідно до цього, одним із них є структурно-функціональний підхід, що характеризує поколінну групу як певну сукупність позицій та ролей, що належать індивіду. Про важливість врахування механізму передачі соціальної інформації між поколіннями у рамках даного підходу писав Ш. Айзенштадт. Він говорив про наявність двох взаємопов'язаних проблем: поколінний поділ суспільства та міжпоколінну трансмісію культури у ході соціалізації. Окрім цього, одним із найголовніших компонентів вікової структури суспільства є її ієрархічність, що передбачає домінування одних вікових груп над іншими. Відповідно, покоління та міжпоколінна взаємодія мають аналізуватися у розрізі статусів та соціальних ролей тієї чи іншої вікової групи. Соціальна роль, згідно з позиціями структурно-функціонального підходу, становить частину структурної міжпоколінної взаємодії, що безпосередньо урегульовує поведінку індивідів. Згідно з структурно-функціональним підходом, молодий індивід уособлює в собі і об'єкт, і суб'єкт соціокультурного наслідування, а порушення процесу передачі ролей від одного покоління до іншого, а також невідповідність професійного статусу і рівня кваліфікації, освітнього рівня та рівня доходу може призвести до конфлікту і розриву спадкоємності поколінь [Бойко, 2014].

У рамках культурологічного підходу науковці звертають увагу на поколінну субкультуру конфлікту, розглядають спосіб життя поколінь, їхні мотиви та цілі певних поведінкових практик. Представником цього підходу можна виділити К. Мангейма, який вперше у соціології висунув концептуальну спробу автономного осмислення поколінної проблематики [Черниш, 2021]. У своїй статті «Проблема поколінь» він акцентував увагу на розумінні структури

соціальних та інтелектуальних рухів через проблему поколінь. Соціально адаптована людина схильна до співвіднесення своєї позиції з домінуючою тенденцією свого часу. Відповідно до цього, аналізувати кожен відрізок часу необхідно з урахуванням різних поколінь, що перебувають на відмінних стадіях розвитку, але проживають у один і той самий час [Мангейм, 2000].

Міжпоколінні відносини визначають одним із індикаторів, що показують відмінності між поколіннями. Адже кожна поколінна спільнота, за К. Мангеймом, має свій стиль – ентелехію. Ентелехія – це певне світосприйняття, система бачення навколишнього світу та самоідентифікація індивідів з певним поколінням. Розглядаючи відносини між поколіннями варто звернути увагу на гіпотезу, яка належить Маргарет Мід, стосовно трьох ідеальних типів можливих міжпоколінних відносин, які відповідають таким трьом типам культур:

1. Постфігуративна культура. Її особливістю є те, що індивіди навчаються у старших, засвоюючи їхній життєвий досвід. Кожна зміна в такому типі культури протікає дуже повільно, відповідно, минуле старшого покоління стає майбутнім для нового покоління. Відмінною рисою постфігуративної культури є теза, яка проголошує сталість і незмінність образу життя, який передається від старших поколінь.
2. Кофігуративна культура. Даний тип культури відзначається тим, що у ньому моделлю поведінки індивідів є та, що переважає у колі їхніх однолітків. Варто зазначити, що суспільств з таким типом культури дуже мало, а також до сих пір не відомо жодного, який зберіг винятково цю модель протягом декількох поколінь. Загалом кофігурація утверджується внаслідок кризи постфігуративної системи. Причинами кризи можуть виступати: катастрофа, яка знищує практично все населення, технічний розвиток (який є складнодосяжним для старших людей), переселення в іншу країну, завоювання територій, насадження іншого віросповідання, революції. Узагальнюючою особливістю кофігуративної культури є

кардинальна відмінність досвіду молодого покоління від досвіду їх батьків, дідусів, бабусь та інших старших представників тієї спільноти, до якої воно належить.

3. Префігуративна культура. Суть цього типу культури полягає у цілковитій невідомості майбутнього, що унеможлиблює управління ним. У сучасному світі всі народи об'єднані однією спільною мережею комунікації – інтернетом. Відповідно до цього, у молодих людей виникає та спільність досвіду, якої не мали старші покоління. Насамперед це проявляється у нівелюванні різниці у доступі до інформації представників різних класів, регіонів та народів. Такий розрив між поколіннями є глобальним, новим та всезагальним [Мид, 1983].

Важливим моментом є те, що спадкоємність у кожній із наведених культур залежить від одночасного співіснування в ній представників принаймні трьох поколінь. Згідно з даною типізацією, можна зробити висновок, що примітивні суспільства та релігійні (або ідеологічні) анклавні є постфігуративними, бо всі вони засновують свою владу на традиції; великі цивілізації, що здатні приймати новачки – кофігуративні; а сучасний період розвитку суспільства має ознаки наявності префігуративної культури [Мид, 1983].

Загалом міжпоколінна взаємодія є досить складним процесом, що включає в себе індивідуальний життєвий досвід представника кожного покоління. Даний досвід складається з великого різноманіття подій, як історичних, так і локальних, які стосуються виключно сімейного кола осіб. Відповідно до цього, кожен учасник міжпоколінних відносин грає значну роль у передачі та трансляції свого життєвого досвіду. Окрім цього, ці відносини є визначальними при становленні особистості та проходженні крізь вікові етапи [Вовчик-Блакитна, 2019].

Станом на сьогоднішній день в Україні можна спостерігати тенденцію, яка притаманна також багатьом країнам світу, щодо поширення функціонування нуклеарної сім'ї, але разом з тих залишається велика частка розширених (багатопоколінних) сімей. Причинами цього виступають процеси урбанізації та

напружений темп життєдіяльності. Сімейне середовище є першим місцем, у якому ми вступаємо та опановуємо міжпоколінні відносини, що базуються на прямому чи опосередкованому спілкуванні між представниками різних поколінь [Вовчик-Блакитна, 2019].

У даному контексті варто звернути увагу на концепт генеративності. Даний концепт увів у обіг Е. Еріксон, визначивши його як зацікавленість старшого покоління у реалізації себе через діяльність, що матиме результати, які «переживуть» саму людину. Насамперед це бажання виховувати наступні покоління. Даний психологічний феномен передбачає необхідність брати участь у житті родини, вносити свій вклад у майбутнє суспільства. На думку Д. Брайнінга, людина, яка має в собі такі риси, може долати такі соціальні негаразди як: перенаселеність, екологічні проблеми та безконтрольне технологічне зростання. Ж. Котре після проведення численних досліджень розробив класифікацію генеративності, яка включає в себе:

- біологічну (зачаття та народження);
- батьківську (виховання дітей, забезпечення їхньої життєдіяльності, любов та передача сімейних традицій);
- технічну (головна мета – навчання, передбачає наявність принципу наставник - учень);
- культурну (відповідає за передачу смислів суспільства та культурних особливостей від старшого покоління до молодшого) [Вовчик-Блакитна, 2019].

Згідно з думкою Ж. Котре, той чи інший прояв генеративності може проявлятися яскравіше у певні вікові періоди життя людини, але в загальному вона сприяє покращенню життя наступних поколінь [Вовчик-Блакитна, 2019].

Розглядаючи різноманіття підходів до визначення поняття «покоління» та шлях розвитку покоління саме як соціологічної категорії, можна дійти висновку, що з XIX століття воно виступає головною рушійною силою всього історичного процесу. Сучасне трактування даного поняття як явища, що визначається насамперед соціоісторичними обставинами, визначають як: «покоління – це

спільність сучасників, якій притаманні типові соціально-психологічні, ідейно-моральні та етнокультурні характеристики, а також подібні духовні цінності, спосіб життя та соціальний досвід, та яка об'єднується через об'єктивні соціально-демографічні і культурно-історичні умови.» [Яремчук, 2015: с.46]. Наведене визначення ґрунтовно висвітлює зміст та суть покоління як одиниці дослідження.

2.2 Теорія поколінь Штрауса-Хоува

Варто насамперед звернути увагу на дослідників, які розробили та популяризували Теорію поколінь. Зазвичай вчених, які мають змогу формулювати такий варіант вирішення певної наукової проблеми, який зміг би поєднатись із актуальними питаннями сучасної громадськості шляхом його поширення у засобах масової інформації, прийнято називати «помітні вчені». Такими є американські науковці Вільям Штраус та Ніл Хоув, які розробили поколіннєву теорію. Перший із них був драматургом, театральним режисером та істориком, а другий – історик, економіст та демограф. Співпрацювати науковці почали наприкінці 1980-х років, а початком їхньої спільної праці стала робота «Покоління», у якій вони аналізували історію Сполучених Штатів Америки як певну послідовність поколінних біографій. Враховуючи проблематику їхнього наукового інтересу, їх визначають одними з найяскравіших представників «помітних вчених» сучасності у сфері поколінних досліджень [Гук, 2018].

Основні висновки, до яких Вільям Штраус та Ніл Хоув прийшли у ході написання книги, були про те, що поведінкові патерни одного покоління не мають майже нічого спільного із поведінковими патернами іншого покоління в одному і тому самому віці. Згодом науковці випустили ще декілька праць, у яких також розглядали історію зміни поколінь та відмінності між ними [Гук, 2018]. Варто зазначати, що свою теорію вони спрямовували на аналіз англо-американської історії, та, не зважаючи на це, її стали поширювати для вивчення зміни поколінь по всьому світу.

Теорія поколінь була створена у 1991 році, в її основу покладена думка про те, що кожні 20-25 років життя з'являється нове покоління, що має особливі риси, звички та характеристики, які роблять його відмінним від інших [Чичинська, 2019]. Але також науковці визнають той факт, що чітких відмінностей між поколіннями не існує, а динаміку розвитку поколінь передбачити неможливо. Згідно з Теорією поколінь, кожні чотири покоління утворюють цикл і його тривалість оцінюють у 80-90 років, адже часовий проміж, у якому народжується наступне покоління складає 20 років. Варто зазначити, що покоління кожного нового циклу має у собі певні характерні особливості відповідних поколінь попереднього покоління, що Вільям Штраус та Ніл Хоув порівнюють із зміною пір року:

1. Осінь. Покоління героїв, які є рішучими борцями, що відстоюють існуючі та створюють нові цінності;
2. Зима. Покоління пристосуванців, що є самотніми та невпевненими в собі людьми, які можуть тільки пристосовуватись до навколишнього середовища;
3. Весна. Покоління ідеалістів, що складається з оптимістів-революціонерів, які будують світле майбутнє;
4. Літо. Покоління реакціонерів, які є непостійними, цинічними індивідами, що зневірилися у наявній системі, та не приймають будь-які моральні цінності [Козир, 2017].

Також така циклічна послідовність із 4 обертів має такі назви, як:

- Процвітання (особливістю якого є наявність сильних інституцій та слабого індивідуалізму);
- Пробудження (відзначається значним послабленням інституцій для впровадження особистої автономії);
- Занепад (характеризується наявністю слабких інституцій, низьким рівнем довіри та сильним індивідуалізмом);
- Криза (період розпаду старих інституцій і заміна їх на нові) [Гук, 2018].

Беручи до уваги таке визначення циклічності історії зміни поколінь, автори теорії зазначають про те, що оберт, на який припадає дитинство індивідів певного покоління, визначає, до якого із чотирьох типів це покоління буде належати. Отже, саме дитинство є одним із найважливіших моментів при становленні особистості. При цьому кожен із типів поколінь може виступати або домінантним, тобто таким, який є незалежним та власне будує своє епоху, або рецесивним – таким, що має залежну роль при формування своєї епохи [Гук, 2018].

Досліджуючи питання поколінь, вчені виділяють декілька демографічних груп, зокрема: втрачене покоління, велике покоління, мовчазне покоління, бемі-бумери, покоління Х, міленіали, зумери, покоління Альфа.

Втрачене покоління (1883-1900 рр.). Назва покоління ґрунтується на тому, що люди, які народились у цей період, застали Першу та Другу світові війни. Досвід, що випав на їхню долю, змусив людей зневіритись у своєму майбутньому та не дав змоги остаточно пристосуватись до мирного життя. «Втраченими» насамперед виявились віра, надія, здоров'я та бажання жити.

Велике покоління (1901-1923 рр.). Також це покоління визначають як «Покоління переможців». Люди, які належать до нього, зростали під впливом радянської ідеології та ідеалів, які вона пропонувала. На формування їхнього світогляду вплинули такі події як: революції, колективізація, громадянська війна та початок встановлення радянської ідеології. Згідно з цим, представникам цього покоління прищепили високу працездатність, відповідальність та оптимізм стосовно свого майбутнього [Козир, 2017].

Мовчазне покоління (1924-1943 рр.). Також вчені називають його «Щасливці». Ці люди жили під час складного історичного періоду, що характеризувався репресивним правлінням Сталіна, голодом, післявоєнним відновленням. Окрім цього, важливим моментом у становленні цього покоління є винахід антибіотиків, що значно вплинув на уявлення людей про ліки та медицину. Характерними рисами мовчазного покоління є старанність,

відданість, економія ресурсів, підпорядкування правилам та дотримання встановлених норм [Козир, 2017].

Бєбі-бумєри (1944-1963 рр.). Дану назву покоління отримало через різке зростання рівня народжуваності після Другої світової війни. Покоління бєбі-бумєрів характеризується цілеспрямованістю, любов'ю до спорту та праці, піклуванням про своє здоров'я та наявністю психології «переможця». Історичними подіями цього періоду є: холодна війна, «відлига», проведення перших пластичних операцій, вивчення космосу та утвердження єдиних стандартів навчання у школах [Козир, 2017]. Критикували представників цього покоління насамперед за надмірне споживацтво.

Покоління Х (1964-1983 рр.). Особливістю формування цього покоління є збільшення потоку інформації, перебудова, початок воєн у Афганістані та поява наркотиків та СНІДу. Представники цього покоління є індивідуалістами, які досить рано почали вести самостійне доросле життя, вони готові до прийняття змін та слабше прив'язані до держави, на відміну від їхніх попередників [Козир, 2017].

Міленіали (Покоління Y) (1984-2000 рр.). Люди цього покоління стали свідками розпаду СРСР, політичної лібералізації та появи нових інформаційних технологій, зокрема мобільного зв'язку та інтернету. Характерними ознаками для них є: завзятість та цілеспрямованість, відсутність «героїв» для наслідування, цінність емоційного досвіду, низький рівень матеріальних цінностей. Ще однією важливою особливістю покоління міленіалів є схильність до сприйняття інформації через візуальні джерела комунікації, наприклад, фільми, зображення та відео [Козир, 2017]. Поява комп'ютерів та віртуальної реальності почала замінювати живе спілкування спілкуванням через інтернет за допомогою різних соціальних мереж. Причинами цього виступає завершення епохи логоцентризму (поняття епохи модерну, яке передбачає пошук об'єктивних та незмінних законів реальності), масове поширення візуальних ЗМІ та вільний доступ до візуальної техніки населення розвинутих країн [Соловей, 2018]. Відповідно до цього, спрощення комунікації призвело до формування

якісно відмінного покоління, яке змінило свій підхід до подачі та сприйняття інформації, системи освіти та процесу навчання.

Зумери (Покоління Z) (2001-2012 рр.). Описуючи це покоління, варто зазначити про існування двох протилежних думок. Одні вчені наголошують на тому, що представники цього покоління є людьми з чітким та тверезим поглядом на життя, і, не зважаючи на досить юний вік, вони швидко дорослішають, адекватно реагують на виклики суспільства та здатні оперувати величезними потоками інформації, адже переважну більшість часу проводять в інтернеті [Козир, 2017]. На противагу цього, існує думка про те, що цінності покоління Z знаходяться на етапі становлення і потребують часу задля остаточного сформування. Окрім цього, існує припущення про те, що воно може мати певні характеристики «мовчазного покоління» з урахуванням особливостей свого часу. Насамперед йдеться про притаманні «мовчазному поколінню» замкнутість та бажання захиститись від впливу зовнішнього світу, що знаходить свій прояв у поширенні віртуальної реальності у повсякденному житті зумерів.

Покоління Альфа (2013 – теперішній час.). Представники даного покоління з самого дитинства мають навички користування різними гаджетами та месенджерами. Наслідком з цього, є формування навички самостійно знаходити ту інформацію, що їх цікавить. Така свобода вибору відображається на заміні читання на слухання або перегляд інформації, що спрощує її сприйняття. Через це представникам покоління Альфа дуже важко щось нав'язати проти їхньої волі. Говорячи про простори комунікації, то ці люди надають перевагу віртуальному простору, адже він надає можливість анонімності, свободи та опції в будь-який момент зупинити віртуальну комунікацію. Варто зазначити, що вільний доступ до отримання будь-якої інформації в інтернеті збільшує комунікативну дистанцію між батьками та дітьми. Отже, особливостями цього покоління виступають толерантність, схильність до споживчого способу життя, небажання брати на себе відповідальність, поверхневий підхід до аналізу інформації, високий рівень розвитку комунікаційних та інформаційних технологій та спокійне сприйняття перенасиченого віртуального простору [Шиліна, 2020].

Критика Теорії поколінь Вільяма Штрауса та Ніла Хоува полягала у тому, що вона складається з уривків різноманітних теорій й історичних подій та не є підкріпленою достатньою кількістю статистичних фактів. Насамперед про це зазначав соціолог із Гарварду Девід Рісмен, який пов'язував різні типи соціального характеру із етапами розвитку суспільства, а не з циклічністю зміни поколінь. Окрім цього, критики зазначають про неможливість формування вичерпного переліку рис представників того чи іншого покоління, що унеможлиблює точний опис характеристик поколінь. З точки зору соціологів дана теорія піддається критиці через детермінізм, який передбачає визначеність життя людей; недостатність емпіричних даних в основі теорії, що означає неврахування значної кількості фактів, які потенційно можуть суперечити положенням Теорії поколінь, а також стереотипізацію представників різних поколінь. Але, не зважаючи на критику, вклад у розвиток такого соціального концепту як «покоління» Вільяма Штрауса та Ніла Хоува є досить вагомим з точки зору його становлення у межах суспільствознавчих наук [Гук, 2018].

2.3 Конфлікт поколінь у контексті українського кінематографа

Розглядаючи соціальну репрезентацію поколінної проблематики варто зазначити про визначення ключового концепту - конфлікту поколінь. Ретроперспективна оцінка теперішнього стану родинних відносин у суспільстві дає можливість стверджувати, що конфлікти між поколіннями були наявні у будь-які історичні часи [Алексєєнко, 2018]. Причиною актуальності непорозумінь між різними поколіннями у всі часи є віднесення цієї проблеми до історичної, психологічної та соціокультурної. Найкраще конфлікт поколінь завжди проявлявся на фоні різких соціальних переломів у суспільстві. Саме тому він вартий уваги, адже дає змогу усвідомити динаміку соціокультурних процесів та соціальних змін, що регулярно зазнає суспільство [Ромадикіна, 2014].

Загалом конфлікт визначають як «один із видів соціальної взаємодії, брати участь в якій можуть як окремі індивіди, так і групи людей, організації, суспільства, країни тощо» [Авер'янова, 2020: с.239]. Беручи до уваги

міжпоколінний конфлікт, варто зазначити, що в його основі лежать певні протиріччя, відмінності у поглядах та думках, розходження базових культурних цінностей та норм, які наявні у різних поколіннях. На разі проблематика конфліктів між поколіннями є досить маловивченою, але, не зважаючи на це, дуже актуальною. Сьогодні, конфлікт між поколіннями може мати явну та латентну форми та різну інтенсивність, зокрема відбуватись ситуативно чи систематично. Відповідно до цього, серед основних причин таких конфліктів виділяють: різницю у поглядах на одне і те саме суспільне явище, відмінності у світогляді, різницю у протіканні процесів соціалізації, стрімкий розвиток інформаційно-комунікативних технологій та науково-технологічний розвиток в цілому [Ромадикіна, 2014].

Особливістю конфлікту поколінь є пряме відношення до процесів наслідування та оновлення. Взаємодія традицій та новацій грає ключову роль у формуванні різного світогляду поколінь. Згідно з цим, традиції відповідають за збереження основоположних зразків культури та забезпечують процес культурного наслідування, а новації вносять зміни, які здійснюються під впливом політичних, економічних та культурних трансформацій. Такий постійний взаємозв'язок традицій та новацій лежить в основі динаміки культурного розвитку [Ромадикіна, 2014]. Згідно з Теорією поколінь Вільяма Штрауса та Ніла Хоува та описаній у ній циклічності зміни поколінь, циклічними та повторюваними є також і міжпоколінні конфлікти. У їхню основу, на думку вчених, покладені такі ідеї як:

- основоположною у виникненні міжпоколінних конфліктів є суттєва відмінність у ціннісних установках, а не різниця у віці;
- умови, в яких людина жила та соціалізувалась до 12-14 років, є визначальними при формуванні її поведінки;
- цінності, які сформувались у людини в дитинстві, зберігаються протягом всього життя [Алексєєнко, 2018].

Зараз існують дві теорії конфліктів між поколіннями: теорія людського розвитку та соціально-психологічна теорія. Говорячи про першу теорію –

людського розвитку, необхідно зазначити, що вона складається із психоаналітичної теорії та теорії когнітивного розвитку. Між ними існують деякі відмінності. Зокрема, представники психоаналітичної теорії зазначають, що конфліктні ситуації між батьками та дітьми і певне відчуження є корисними для їхнього здоров'я, зменшення рівня тривожності та необхідними задля становлення самої особистості. На противагу цього, прихильники теорії когнітивного розвитку наполягають на тому, що конфлікти виникають унаслідок настання інтелектуальної зрілості, яка спонукає до кращого усвідомлення своїх потреб та перегляду відносин зі своїми батьками [Ромадикіна, 2014].

У свою чергу соціально-психологічна теорія взаємодії між поколіннями, що була заснована Д. Кінгслі, говорить про значні соціокультурні зміни, які відбуваються між поколіннями. Згідно з цим, різниця у 20 років між поколіннями змінює темп, умови та спосіб життя, а також і ціннісні орієнтації. Наслідком з цього є те, що старше покоління характеризується відставанням від молодшого, зниженням здатності до адаптації до швидкозмінних умов життя. Це призводить до збереження і повернення з часом до звичок та ціннісних орієнтацій своєї молодості [Ромадикіна, 2014].

Аналізуючи конфліктизацію поколінь як процес збільшення конфліктів між представниками різних поколінь у соціумі можна помітити не тільки негативні моменти, а і позитивні. Наприклад, одним із позитивних ефектів конфліктної взаємодії між поколіннями є зміцнення соціокультурних зв'язків. Насамперед проявом цього є консолідація молоді, яка відмовляється від минулих традицій, і впровадження нею деяких нових прогресивних видів життєдіяльності, виступаючи при цьому для дорослих лідером [Ромадикіна, 2014]. Такий стан речей дає змогу впроваджувати інновації, не стояти на одному місці та забезпечувати динаміку соціальних процесів за допомогою появи певних рушійних сил розвитку суспільства.

Кінематограф у контексті висвітлення даної проблематики виступає способом демонстрації художнього осмислення конфлікту поколінь та привносить свій вклад у науковий аналіз міжпоколінних конфліктів. Згідно з

цим, у сучасному світі кінематограф виступає одним із найпопулярніших видів мистецтва, у якому наявна широка система комунікації із глядачем. Ще однією перевагою використання цього виду мистецтва для трансляції проблеми конфліктів між різними поколіннями є можливість поширення кінофільмів на величезну аудиторію. Зокрема, масовість кінематографу допомагає усвідомленню та осмисленню наявних у суспільстві проблем та непорозумінь.

Періодом найвищого розвитку мистецтва кінематографу вважають ХХ століття. У той час воно почало відігравати ключову роль у комунікативному процесі та формуванні суспільної думки. Суспільний вплив кінематографу на поведінку людей можна було прослідкувати через підвищення або зниження рівня конфліктизації у соціумі. Загалом для художніх кінофільмів характерним є використання всієї палітри емоцій, гіперболізації та обмеженого часу для донесення вкладеної суті до глядачів. Досить передбачливо підбираючи характер та поведінку персонажів, художні кінофільми змушують людей ідентифікувати себе із персонажами на екрані і переносити певні позиції, цінності, способи поведінки у своє власне життя. Глядачі у свою чергу не надто думають над проблемами достовірності кінокартини, адже цілком усвідомлюють, що вона може бути повністю або частково вигаданою. Під впливом кінофільму та викликаними ним емоціями, люди сприймають саме ті ідеї та висновки, що закладені в його основу. Важливість кінематографу у формуванні суспільних поглядів підтверджують також великі фінансові витрати на його виробництво, а також державне фінансування, квоти на транслявання контенту державною мовою та провідне місце художнього кіно серед інших видів мистецтва. Отже, можна дійти висновку про наявність істотного впливу кінематографу на глядача та про те, що кінофільми мають змогу сприяти зміні рівня конфліктності в суспільстві [Авер'янова, 2020].

У даному контексті варто звернути увагу на працю У. Еко «Про членування кінематографічного коду». Вона присвячена опису семіотики кінематографу. Насамперед у кінострічці У. Еко виділяє елементи, завдяки яким її можна розкласти на частини, зокрема такими частинами виступають зображення

[Фетісова, 2017]. У праці автор пише про побудову комунікації через певну систему умовних соціальних правил, що закладена у комунікативному повідомленні відправника. Дана система соціальних правил є зразком коду. Відповідно до цього, головна задача семіотичного аналізу полягає у зведенні випадкового явища до закономірного, будь-якого предмету до символу, певної об'єктивно існуючої дійсності до соціального поняття, а будь-якої аналогії до коду. При цьому, враховуючи обмеженість у часі, кінематограф дає можливість при задіянні мінімальної кількості задіяних елементів повідомити максимум необхідних фактів. Таким чином, поєднуючи в собі різноманітні смислові поняття, фігури та знаки, кінематографічний код має широке різноманіття контекстуальних поєднань. Згідно з думкою У. Еко, завдяки такій варіативності, смисли та зображення кінофільмів виступають набагато більш цінними засобами комунікації, аніж мова [Фетісова, 2017].

Аналізуючи передумови виникнення конфліктів між поколіннями, була висунута модель культури поколінної єдності. Дана модель вміщує у собі опис характеристик поколінного інституту як інструменту трансформації певних практик індивідів у звички, правила поведінки та форми зв'язків між поколіннями. Розглядаючи образи культурної стратифікації поколінь моделі поколінної єдності, у базовому шарі розмістили соціокультурні параметри поколінної єдності, які уможлиблюють формування культурних смислів та культурної пам'яті поколінь. Другий шар єдності поколінь відображають публічні параметри (символи, ритуали, технологічний прогрес, мовлення, стиль одягу, харчування та трудова діяльність). Третій шар – соціально-психологічні характеристики, які впливають на появу конфліктів між поколіннями (цінності, норми життя, правила поведінки та соціальні уявлення людей). Відповідно до цього, можна дійти висновку про те, що передумовами виникнення непорозумінь між поколіннями виступають саме наявні між ними відмінності та поколінна неповторність [Довгань, 2020].

Беручи до уваги джерело появи конфліктів між поколіннями, кінематограф виступає досить влучним способом їх репрезентації. Окрім цього, художнє кіно

значно впливає на утвердження рівня конфліктності у суспільстві, підвищуючи або знижуючи його. Відповідно до цього, розгляд проблематики актуальних кінофільмів дозволяє оцінити стан поколінних конфліктів у суспільстві.

Висновки до розділу II

У другому розділі «Теоретичні засади вивчення поколінь і міжпоколінних відносин» увага була зосереджена на розгляді різних трактувань поняття покоління та теоретичних підходів до його визначення (структурно-функціонального та культурологічного). Поєднуючи у собі різноманітні підходи, сучасне тлумачення поняття покоління саме як соціологічної категорії визначає його як «спільність сучасників, якій притаманні типові соціально-психологічні, ідейно-моральні та етнокультурні характеристики, а також подібні духовні цінності, спосіб життя та соціальний досвід, та яка об'єднується через певні об'єктивні соціально-демографічні і культурно-історичні умови» [Яремчук, 2015: с.46].

Важливою є також Теорія поколінь, розроблена Вільямом Штраус та Нілом Хоув у 1991 році. Згідно з даною теорією поколінь, кожен чотири покоління утворюють цикл і його тривалість оцінюють у 80-90 років, адже часовий проміж, у якому народжується наступне покоління складає 20 років. Варто зазначити, що покоління кожного нового циклу має у собі певні характерні особливості відповідних поколінь попереднього покоління. Окрім цього, автори теорії зазначають про те, що оберт, на який припадає дитинство індивідів певного покоління, визначає, до якого із чотирьох типів це покоління буде належати. При цьому кожен із типів може виступати або домінуючим, тобто таким, який є незалежним та власне будує своє епоху, або рецесивним – таким, що має залежну роль при формуванні своєї епохи [Гук, 2018]. Загалом, досліджуючи питання поколінь, вчені виділяють декілька груп, зокрема: втрачене покоління, велике покоління, мовчазне покоління, бебі-бумери, покоління X, міленіали, зумери, покоління Альфа.

Говорячи про соціальну репрезентацію поколінної проблематики, ключовим концептом виступає конфлікт поколінь, який залишається актуальним

у будь-які історичні часи. Відповідно до цього, саме він дає змогу усвідомити динаміку соціокультурних процесів та соціальних змін, що регулярно зазнає суспільство [Ромадикіна, 2014].

РОЗДІЛ III. АНАЛІЗ СОЦІАЛЬНОЇ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ МІЖПОКОЛІННИХ ВІДНОСИН У СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ КІНЕМАТОГРАФІ

Проблемна ситуація.

Однією із властивостей кінематографа є формування уявлень про прийнятні норми поведінки. Можливим це є через формування та представлення художніх образів на екрані. Споглядаючи кінофільми своєї країни, у людей виникає бачення власного суспільства, його особливостей та недоліків. Відповідно до цього, аналіз сучасного українського кінематографу є досить важливим.

Вартим уваги є факт належності кіномистецтва саме до масової культури. Говорячи про масову культуру необхідно зазначити про її особливості – орієнтація на широку аудиторію, прагнення задоволення існуючих інтересів суспільства та акцент на виникненні емоцій після перегляду. Покоління та міжпоколінні відносини присутні в житті кожної людини. Відображення їх у кінематографі дає змогу бачити справжнє українське суспільство таким, яким воно є. Визначаючи суспільство у вигляді мережі комунікацій, відносини між поколіннями є невід’ємною її частиною. Згідно з цим, окрім простого відображення тих чи інших поведінкових патернів, кінофільми також здійснюють вплив. Він полягає у перенесенні зображеної на екрані поведінки у повсякденне життя людей, зміні емоційного стану людини та утвердженні певних уявлень про поведінкові норми у суспільстві. Беручи до уваги цінність кінематографу для суспільства та його можливість репрезентації відносин між поколіннями, розгляд сучасних українських кінофільмів при дослідженні міжпоколінних відносин є доцільним.

Мета: дослідити відображення міжпоколінних відносин у сучасному українському кінематографі (на прикладі сюжетів кінострічок).

Об’єкт емпіричний: сучасні українські кінострічки.

Об’єкт теоретичний: міжпоколінні відносини.

Предмет: соціальна репрезентація міжпоколінних відносин в сюжетах сучасного українського кінематографу.

Завдання:

- відібрати сучасні українські кінофільми, у яких відображено сюжет навколо відносин між поколіннями;
- сформуванати категорії для контент-аналізу;
- описати наявні у кінофільмах відносини між поколіннями відповідно до виділених категорій аналізу;
- виокремити загальні особливості репрезентації поколінь та відносин між ними у кінострічках;
- проаналізувати особливості відображення відносин між поколіннями в сюжетних лініях сучасних українських кінофільмів.

Гіпотези:

- український кінематограф транслює образ розширеної сім'ї;
- взаємодія між суміжними поколіннями репрезентується частіше, ніж взаємодія між віддаленими поколіннями;
- відносини між поколіннями мають конфліктний характер;
- переважно конфлікти виникають між представниками різних поколінь;
- основною причиною виникнення конфліктів між поколіннями є спільне проживання.

Метод збору соціологічної інформації: якісний контент-аналіз.

Для проведення дослідження соціальної репрезентації міжпоколінних відносин був обраний якісний контент-аналіз, який дозволяє чергувати аналітичний процес з процесом збору інформації та забезпечує поступове створення цілісного бачення предмету дослідження. Також якісний вид контент-аналітичного дослідження передбачає не частотний аналіз появи того чи іншого досліджуваного явища, а фіксування його наявності та опис особливостей його висвітлення.

Обґрунтування методу. Якісний аналіз компонент соціальної репрезентації міжпоколінних відносин у сучасному українському кінематографі

дає змогу розкрити дійсне відображення даної проблематики. Методом соціологічних досліджень, що передбачає висвітлення як експліцитного, тобто яскраво вираженого, такого, що лежить на поверхні, так і імпліцитного, прихованого, змісту візуальної комунікації є контент-аналіз. За визначенням американського соціолога Бернарда Берельсона, контент-аналіз є «дослідницькою технікою для об'єктивного, систематичного та кількісного опису явного змісту комунікації» [Костенко, 2003]. До уваги він бере такі види комунікації як: усну, письмову та зображальну (комікси, фотографії, фільми).

Окремі науковці наголошують на кількісному боці контент-аналізу. Наприклад, В. А. Ядов визначає цей метод як переклад у кількісні показники масової інформації, що носить текстовий характер. Але сучасні дослідження доводять успішне використання контент-аналізу на будь-яких документальних джерелах, зокрема відео-, фото- та аудіоматеріалах. Особливістю якісного контент-аналізу, на відміну від кількісного, є наявність цілі не представити певне пояснення, а зрозуміти досліджуваний процес, поняття чи соціальне явище. Окрім цього, логіка якісного аналізу передбачає індуктивний підхід, тобто перехід від наявних фактів до концепцій. Важливим є те, що неможливо провести чітку межу між кількісним та якісним контент-аналізом, адже частина кожного з них присутня в іншому, їх складно відокремити одне від одного. Для формування висновків кількісні методи зосереджують свою увагу на розподілі частот появи виділених характерних ознак. У свою чергу якісні методи є нечастотними і для висновків використовують сам факт наявності чи відсутності тієї чи іншої характеристики [Юськів, 2006]. Тому контент-аналіз визначають як якісно-кількісний метод, предметом аналізу якого можуть виступати як соціальні проблеми, що відображаються або приховуються у документах, так і внутрішні особливості самого об'єкту дослідження [Костенко, 2003].

Якісний контент-аналіз послуговується теорією Б Глезера та А. Страуса, яка передбачає такі принципи як:

- поступове формування предмету дослідження;

- ітеративний характер, що передбачає чергування аналітичного процесу та збору необхідної інформації для аналізу;
- здійснення порівняльного аналізу на всіх стадіях аналітичного процесу [Юськів, 2006].

Емпірична база дослідження сформована з 6 сучасних українських кінострічок: «Гамер» (2011 р.), «Гніздо горлиці» (2016 р.), «Припутні» (2017 р.), «Мої думки тихі» (2019 р.), «Додому» (2019 р.), «Стоп-Земля» (2021 р.).

Вибір кінофільмів для аналізу обґрунтований сюжетними лініями зазначених кінострічок та сучасністю часу виходу українських кінокартин. Всі вони були випущені у період з 2011 року по 2021 рік. Важливим критерієм виступала наявність у сюжетах кінострічок міжпоколінних відносин, тобто присутність на екрані декількох поколінь у відносинах взаємодій. Відповідно до цього, були обрані наступні кінострічки:

- Гамер (2011 р.). Жанр – драма, трагедія. Режисер Олег Сенцов.
- Гніздо горлиці (2016 р.). Жанр – драма. Режисер Тарас Ткаченко.
- Припутні (2017 р.) Жанр – комедія. Режисер Аркадій Непиталюк.
- Мої думки тихі (2019 р.). Жанр – трагікомедія. Режисер Антоніо Лукіч.
- Додому (2019 р.) Жанр – драма. Режисер Наріман Алієв.
- Стоп-Земля (2021 р.). Жанр – драма, романтика. Режисер Катерина Горностай.

Варто зазначити, що кінокартини 2019 року «Додому» та «Мої думки тихі» знімали режисери Наріман Алієв та Антоніо Лукіч, яким на момент виходу кінокартин було відповідно 26 та 27 років, що говорить про появу сучасних талановитих режисерів в Україні, які транслюють нове бачення суспільних процесів та трансформацій, які висвітлюються в українському кінематографі. А фінансування даних кінокартин Міністерством культури України та Державним агентством України з питань кіно підтверджує тезу про підтримку державою молодих режисерів України.

Інтерпретація основних понять:

Покоління – це спільність людей, що відрізняється певним життєвим досвідом та народженням у визначений часовий проміжок.

Міжпоколінні відносини – це взаємодія між представниками різних поколінь.

Постфігуративна культура – це прояв відносин між поколіннями, який передбачає цілісне формування життєвого досвіду молодшого покоління крізь засвоєння життєвого досвіду старшого, забезпечуючи сталий образ життя.

Кофігуративна культура – це прояв відносин між поколіннями, що відрізняється копіюванням поведінки однолітків і, відповідно, утвердженням кардинальної різниці між досвідом представників різних поколінь.

Префігуративна культура – це прояв відносин між поколіннями, що відображає існування глобального розриву між поколіннями та формуванні у молодшого покоління специфічної спільності досвіду, якої не має старше покоління.

Генеративність – це характеристика людини, що передбачає зацікавленість у власній реалізації через здійснення вкладу у розвиток молодшого покоління.

Відповідно до понять виділено наступні **категорії аналізу** (див. Табл. 1):

Таблиця 1

Категорії	Субкатегорії	Субсубкатегорії
Тип поколінь	Втрачене покоління	
	Велике покоління	
	Мовчазне покоління	
	Бєбі-бумери	
	Покоління X	
	Міленіали (Покоління Y)	
	Зумери (Покоління Z)	
	Покоління Альфа	
Конфлікт поколінь	Межі	Між представниками різних поколінь
		Між представниками одного покоління
	Побут	Проведення дозвілля
		Виховання дітей
		Спільне проживання
		Фінанси
		Харчування

		Одяг
		Технології
	Цінності	Сім'я
		Освіта
		Кар'єра
		Культура
Культура міжпоколінних відносин	Постфігуративна культура	
	Кофігуративна культура	
	Префігуративна культура	
Генеративність	Біологічна	
	Батьківська	
	Технічна	
	Культурна	

Аналіз.

Кінокартина «Гамер» висвітлює історію одного хлопця-геймера з невеликого міста. Він належить до покоління міленіалів, яке відрізняється від інших схильністю до використання саме візуальних джерел комунікації. Окрім цього, представники даного покоління мають свій підхід до навчання та споживання інформації, а також є досить завзятими та цілеспрямованими. Цілеспрямованість головного героя Олексія проявляється у прагненні зайняти перше місце на світовому чемпіонаті з кіберспорту. Також в центрі картини перебуває його мати – представниця покоління X, що звикла нести відповідальність за себе та за сина. Вона влаштовується на другу роботу та домовляється, щоб сина взяли в інститут після того, як його відрахували з технікуму за прогули. Вона не розділяє захоплення сина іграми та вмовляє його на отримання освіти: «Чим ти будеш займатися? Пити та гуляти з пацанами?...Тобі треба вчитися». Так як родина складається із матері та сина, її можна віднести до неповної нуклеарної сім'ї (Додаток 1).

Конфлікти між даними представниками різних поколінь виникають через присвячення всього вільного часу сина іграм на комп'ютері та випивку з друзями, тобто через вид дозвілля, яке син обирає для себе. Ще однією темою, яка провокує виникнення непорозумінь між рідними є освіта. Мати вважає, що для гарного майбутнього сину потрібна освіта і сама обирає для нього факультет, на якому він буде вчитись, а син, власне, не розуміє, яку користь може принести

йому диплом про закінчення навчального закладу та вирішує присвятити своє життя кіберспорту. Однак, у кінці кінофільму, після того, як він зайняв друге місце на світовому чемпіонаті з кіберспорту та усвідомив для себе, що насправді ігри не є для нього першочерговим у житті, він полишає свої попередні плани щодо кіберспортивного майбутнього.

Культура міжпоколінних відносин у кінофільмі є кофігуративною. Даний тип відносин між поколіннями відзначається наявністю значно відмінного досвіду у молодшого покоління у порівнянні зі старшим. У кінокартині це проявляється через новітнє захоплення іграми Олексія. У своєму дитинстві та юності його мати не мала можливості такого проведення дозвілля, що цілком можливо становить причину її неприйняття цієї діяльності. Така різниця у життєвому досвіді між даними поколіннями свідчить, що модель своєї поведінки Олексій більше змальовував зі своїх однолітків.

Зображена батьківська генеративність, що полягає у вихованні дитини, бажанні передати правильні соціальні установки (у даному випадку щодо отримання освіти та пошуку роботи), а також забезпеченні життєдіяльності своєї дитини.

У кінофільмі «Гніздо горлиці» демонструють проблеми трудової міграції українців за кордон. Сім'ї, що перебувають у центрі картини є нуклеарними, але досить відрізняються між собою (Додатки 2, 3). Українська родина складається з батька, матері та доньки, а сім'я з Італії - з матері та сина. Поїхати на роботу в Італію вирішує мати, в той час як батько залишається вдома будувати та облаштовувати будинок, а донька вчиться в іншому місті в університеті. Батьки Дарина та Дмитро належать до покоління X, а донька Мирослави – покоління зумерів. Італійська мати Вікторія належить до покоління бебі-бумерів, а її син Алесандро – до покоління X.

Конфлікт поколінь був відображений як у межах одного покоління, так і між різними поколіннями. Між представниками одного покоління Дариною і Дмитром суперечки виникали через заробітки та гроші. Враховуючи те, що у кінофільмі не згадується про наявність роботи у Дмитра, можна дійти висновку,

що гроші заробляє тільки Дарина. Та, не зважаючи на це, чоловік не цінує працю дружини та неодноразово говорить їй про те, що в Італії вона скоріше відпочиває, а не працює. Такі побутові конфлікти на ґрунті фінансів виникали протягом усього кінофільму. На противагу цьому, конфлікти між представниками різних поколінь, а саме матері Вітторії та її сина Алесандро з'являлися через Дарину, яку взяв на роботу домогосподаркою до себе додому Алесандро, щоб вона могла допомагати по господарству. З самого початку кінокартини транслюється несумісність бажань матері та сина у побуті, що і призводить до суперечок.

У кінофільмі «Гніздо горлиці» культура міжпоколінних відносин не є чітко вираженою. Беручи до уваги момент традиційного вінчання та весілля доньки Мирослави, можна дійти висновку про відображену постфігуративну культуру, адже весільні традиції передаються від старшого покоління до молодшого, закріплюючись у свідомості. Такі ритуали виступають публічними параметрами відображення єдності поколінь та забезпечують зв'язок між різними поколіннями (Додаток 4).

Відповідно до цього, у даному кінофільмі присутня батьківська генеративність у вигляді передачі сімейних традицій та культурна, що забезпечує трансляцію культурних особливостей крізь покоління.

Кінофільм «Припутні» є яскравим зображенням життя в українському селі. На екрані демонструють типове маленьке село, у якому відсутні мобільний зв'язок, перспективи для працевлаштування, лікарні та будь-які інші інфраструктурні об'єкти. Але натомість життям дане місце наповнюють саме люди, які в ньому живуть. У центрі кінокартини перебуває сім'я, яка складається з бабусі, матері та доньки. Мати та донька живуть окремо, в місті, та приїжджають до бабусі на декілька днів. Відповідно до цього, вони складають неповну, нуклеарну сім'ю. Головні героїні уособлюють у собі три покоління: бебі-бумери, покоління X та міленіали (Додаток 5). Бабусі притаманні особливості її покоління бебі-бумерів, а саме працьовитість та цілеспрямованість, що проявляються у самотійному веденні господарства. Мати також має характерні риси свого покоління – індивідуалізм та ранній

початок самостійного життя, про що глядач дізнається з розмови, у якій бабуся наголошує на тому, що її дочка, закінчивши 9 класів, відразу покинула рідний дім та поїхала у місто: «– А ти хотіла тільки втекти. Дев'ять класів закончила і гайда в город. А я хотіла, щоб ти була біля мене, біля матері. – Спасіба, не нада. Я може в тому городі людиною стала».

У «Припутнях» наявний міжпоколінний конфлікт між матір'ю та бабусяю, які постійно знаходять причини для сварки. Підґрунтям для суперечок та непорозумінь найчастіше за все стають побутові проблеми щодо харчування та одягу, а також відмінне бачення сімейних цінностей. Також ще одним непорозумінням між поколіннями є питання технологій, де бабуся не розділяє захоплення своєї внучки телефоном та постійне перебування у віртуальному просторі: «– Що ти заглядаєш в того тіліфона, як собака в кістку?», «– Я себе погано чую. – Ти що, від телефону втомилась?».

Можна дійти висновку, що у даному кінофільмі зображуються елементи кофігуративної культури міжпоколінних відносин. Виражається це у відмінності життєвого досвіду молодшого покоління від старшого. Насамперед проявом цього є переїзд матері у досить молодому віці з села до міста, що сформував відмінність між життєвими правилами та прагненнями бабусі та її доньки.

Згідно з теорією Е. Еріксона, даний кінофільм транслює батьківську генеративність, яка передбачає бажання старшого покоління виховати молодше та передати йому свої кращі риси, а також біологічна генеративність, яка проявлялась у забороні робити аборт.

У центрі кінокартини «Мої думки тихі» зображені відносини між матір'ю Галиною Ротт та її сином Вадимом. Режисер даного кінофільму Антоніо Лукіч визначає цю картину як зізнання у любові всім матерям та материнству загалом. Дивлячись «Мої думки тихі», кожен глядач може провести паралелі зі своїм життям та отримати власні рефлексії, адже на екрані присутні доволі типові персонажі, проблеми яких є близькими кожному.

Вадим є яскравим представником покоління міленіалів (покоління Y). Він фрілансер, має проєктну віддалену роботу, яка передбачає запис різних звуків та

продаж їх замовнику. Сприйняття інформації через аудіо та занурення у віртуальну реальність є одними з характерних особливостей міленіалів. У кінофільмі не показують його друзів та загалом він формує уявлення про себе як доволі інтровертну людину, що цілеспрямовано йде до своєї цілі – отримати робочий контракт та переїхати у Канаду. Мати Галина є представницею покоління X. На екрані вона постає як неоднозначна особистість, що переймається життям сина та намагається відмовити його від переїзду за кордон, а також переживає власні проблеми як в особистому житті, так і на роботі. Дана героїня не має постійного місця роботи, періодично виїжджає на роботу за кордон та працює таксисткою в рідному місті Ужгороді. Зображена на екрані сім'я є нуклеарною та неповною. Яскравим візуальним рішенням зображення віддаленості між матір'ю та сином є підбір актор з великою різницею у зрості (Додаток 6, 7).

Конфлікти між головними героями виникають на підставі кар'єри сина та проведення спільного дозвілля. Мати не приймає професійну зайнятість сина як серйозну справу, що зможе забезпечити йому світле майбутнє. При поясненні родичам професійної зайнятості сина мати змогла лише в загальному охарактеризувати, у чому полягають робочі обов'язки Вадима. Через це між матір'ю та сином стаються сварки, які не вирішуються, адже герої не хочуть вислухати одне одного: «– Чим ти взагалі займаєшся? – Я екпортую західним країнам звуки наших тварин... Для мене є речі важливіші за дітей та онуків. – Ой, як ти помиляєшся. Немає нічого важливішого за дітей». Говорячи про проведення спільного дозвілля, варто зазначити, що обидва герої є самотніми людьми, які не мають друзів: «– У мене немає подруг. – А хто взагалі у тебе є? – Ти. Ти моє все. – Та нема в тебе мене. Я не твоя власність». Мати намагається залучити сина до різних видів проведення дозвілля, при цьому не домовляючись з ним про це, тому Вадим частіше за все реагує досить апатично, не проявляючи особливого інтересу до обраних матір'ю активностей. Проаналізувавши комунікацію між Вадимом та Галиною можна помітити, що ініціаторкою розмов частіше виступає саме мати.: «Ти кажеш я погана мама. Але ти теж не дуже

синок. Ніколи не запитуєшся, як я почуваюся». Навіть під час суперечок можна прослідкувати, що основною їх причиною стає піклування матері про життя сина.

У даному кінофільмі чітко відображеною є префігуративна культура міжпоколінних відносин. Вона відмічається невідомістю майбутнього та об'єднання усього світу однією спільною мережею комунікації – інтернетом, що дає змогу Вадиму шукати роботу закордоном, працювати на іноземних замовників, а матері Галині реєструватись на сайтах знайомств та комунікувати з іноземцями.

Генеративність у кінофільмі «Мої думки тихі» можна помітити насамперед у бажанні Галини переконати сина змінити свою роботу та надати перевагу стабільному заробітку. Це батьківська генеративність, адже головною метою матері є забезпечення гарного майбутнього для її сина, яке вона вбачає у зміні виду його зайнятості та створенні сім'ї: «– Вадік, коли ти почнеш жити нормальне життя? – А що таке нормальне життя? Може ти мені покажеш? – Якби я сама знала... Я можу тобі показати, яке ненормальне, а ти подивись і зроби навпаки».

Кінофільм «Додому» розповідає історію однієї кримськотатарської сім'ї. Знову на екрані неповна нуклеарна сім'я, яка складалась із батька Мустафи та двох синів. Після смерті на українсько-російській війні старшого сина Назіма, батько разом з молодшим сином Алімом забирають тіло Назіма задля того, щоб поховати його у Криму з обов'язковим дотриманням усіх мусульманських традицій. Батько належить до покоління X, а Алім – до міленіалів. Загалом крізь усю кінокартину проходить несумісність цінностей батька та сина, що проявляється через яскраво виражений конфлікт у питанні повернення до окупованого Криму (Додаток 8). Син Алім бажає залишитись в Києві і не розуміє всю важливість для батька поховання тіла Назіма саме у Криму. Але спостерігаючи за комунікацією між батьком та сином, можна помітити, що непорозуміння між ними з'явилося набагато раніше, проте, за яких обставин, глядачеві невідомо. Мустафа виступає досить консервативним, суворим, але в

той же час люблячим батьком, що втратив одного сина та боїться втратити другого. На противагу батьку, син скоріше виступає космополітом, який асимілювався та вже не бачить себе на своїй батьківщині у Криму, а хоче навчатись та жити у Києві, будуючи своє життя саме там.

Говорячи про культуру міжпоколінних відносин, можна відзначити наявність кофігуративної культури. Переїзд до Києва та навчання у київському університеті на журналіста віддалило сина від батька і сформувало у нього кардинально відмінний життєвий досвід. Ще однією причиною виникненню розриву між поколіннями є мова. Будучи в Києві протягом декількох років, Алім вивчив українську мову, але батькові це було не до вподоби, адже мова, якою говорить людина, є надзвичайно важливою при збереженні культури свого народу.

Щодо генеративності, то даний кінофільм відображає культурну та батьківську генеративність. Яскравим проявом є молитва, яку протягом кінофільму читав батько, а в кінці кінокартини її прочитав син. Загалом кінець даного кінофільму символічно відображає те, що, не зважаючи на всі конфлікти, що відбувались у сім'ї, син все ж таки любить та поважає батька і має намір зберегти традиції їхнього народу, які захищав та за які боровся батько.

У кінофільмі «Стоп-Земля» демонструється побут школярів, що навчаються в 11 класі та готуються до майбутнього самостійного життя. Ця картина влучно передає ті проблеми, з якими стикаються підлітки у цей період життя. Старшокласників можна віднести до покоління зумерів. Особливими характеристиками цього покоління є проведення більшості часу у віртуальному просторі, здатність опановувати великі потоки інформації та швидке дорослішання, що проявляється у адекватному реагуванні до нові виклики суспільства. Батьки у свою чергу належать до покоління X.

Конфліктними у кінофільмі є відносини одного з головних героїв з його матір'ю. Непорозуміння виникають на побутовому ґрунті вибору майбутньої професії сина та частою відсутністю сина вдома: «– Я не знаю, може якась не така. Ти нічого не розповідаєш. Як твій батько.... Будуть свої діти, тоді

зрозумієш. – Може я чайлд-фрі. – Хто? – Це в соціології термін. З англійської – той, хто не хоче дітей. – Твоєму батькові треба було бути цим чайлд-фрі».

Загалом кінофільм відображає всю палітру відмінностей покоління зумерів, до якого належать головні герої, від попередніх поколінь. Дані діти є відкритими до змін, мають широкий кругозір та вміють відкрито висловлюватись про власні переживання. Не зважаючи на те, що їхнє майбутнє невизначене та часто протягом кінофільму їх супроводжує тривога, вони вміють справлятися з емоціями та знаходять у собі сили говорити про свої проблеми.

Щодо культури міжпоколінних відносин, то можна дійти висновку про наявність характеристик кофігуративної та префігуративної культур. Кофігуративна культура у даному аспекті проявляється через апелювання до відтворення індивідами тої поведінки, що переважає у колі їхніх однолітків. У кінофільмі це можна помітити під час взаємної комунікації дітей та повторенні певних фраз чи дій (Додаток 10, 11). У свою чергу префігуративна культура полягає у розриві між поколіннями та цілковитій невідомості майбутнього. Проявом цього є невизначеність щодо майбутньої професії та загалом справи, якою хотілося б займатися у своєму житті: «Ми, коли виходимо зі школи, то не можемо знати, що ми робитимемо у житті. Це неможливо», «– Я буду намагатись вступити. – А якщо не вступиш? – Тоді я не знаю».

У кінокартині «Стоп-Земля» відображено батьківську генеративність, яка проявляється у вихованні дітей, піклуванні про їхнє майбутнє. Зображується даний тип генеративності через спілкування, спільні прийоми їжі, проведенні дозвілля та розподілі обов'язків по дому. Підтвердження зображеної батьківської генеративності забезпечується через присутні у даній картині сцени комунікації між батьками та дітьми (Додаток 9).

У переважній більшості проаналізованих кінострічок спостерігається конфліктний тип взаємодії між поколіннями та зображення нуклеарної неповної сім'ї. Також особливістю міжпоколінних відносин є переважна трансляція відносин між суміжними поколіннями, а не віддаленими, що може бути пов'язане з відсутністю у кінофільмах розширених сімей.

Беручи до уваги теорію Вільяма Штрауса та Ніла Хоува, у якій автори зазначали про основні причини виникнення міжпоколінних конфліктів, можна помітити, що в обраних кінофільмах дійсно відображається те, що визначальними при появі непорозумінь між поколіннями є не сам вік, а різні ціннісні установки людей. Хоча варто зазначити, що відмінність ціннісних установок формується під впливом різного часу, що і зумовлює їх виникнення. Підтвердженням даної тези є різниця у ставленні до соціальних проблем та явищ між представниками різних поколінь. Наприклад, протиставлення бачення цінності сім'ї матері та сина у кінофільмі «Мої думки тихі», ставлення до виховання дітей бабусі та матері: «— Дітей треба виховувати строго. Ти ж вивчилася. — Ну і що з того, що я вивчилася. Кому воно потрібне те вчення», піклування матері, щоб її син мав освіту у «Гамері», хоча син не проявляв до цього жодного прагнення, ставлення до власної Батьківщини батька та сина у кінокартині «Додому», відображення дотримання сімейних традицій у «Гнізді горлиці» та процес становлення особистості у кінофільмі «Стоп-Земля». Окрім цього, «Припутні» демонструють ще одну причину виникнення міжпоколінних конфліктів, яка полягає у тому, що умови, в яких людина соціалізувалась до 12-14 років є визначальними при формуванні її поведінки. Виражається це у тому, що мати, яка жила у невеликому селі до закінчення 9-го класу, тобто приблизно до 15 років, переїхавши до міста, не стала продовжувати вчитись, а одразу пішла на роботу і її теперішньою зайнятістю є продаж речей на базарі. Відповідно до цього, закарбувавши з дитинства цінності праці, а не освіти, вона зберігає їх протягом свого життя, що говорить про підтвердження думок Вільяма Штрауса та Ніла Хоува.

Розглядаючи дві теорії конфліктів між поколіннями – теорію людського розвитку та соціально-психологічну теорію, можна стверджувати про репрезентацію обраними для аналізу кінофільмами змісту соціально-психологічної теорії Девіса Кінгслі. Автор даної теорії вбачав потенційну небезпеку виникнення конфліктів між поколіннями у різниці умов, ціннісних орієнтацій та стилю життя між батьками, які почали проходити соціалізацію 20-

30 років тому, та їхніми дітьми. Він зазначав про зменшення темпів адаптації до нового та повернення до способу життя своєї молодості старшими поколіннями. У кінофільмах це зображувалось через постійне використання смартфонів представниками покоління Z та міленіалами і нерозуміння старшими поколіннями важливості гаджетів для молодших поколінь, появу нових видів зайнятості, наприклад фрілансу, та не прийняття цього виду зайнятості представниками старших поколінь, орієнтацію молодших поколінь на отримання інформації з інтернету, а не від життєвого досвіду старших, та трансформацію інтересів та проблем підлітків. Усі ці відмінності були спровоковані часовим розривом між поколіннями та, відповідно, різними умовами життя та соціалізації.

Важливим є також наявність упереджень чи стереотипних уявлень у кінофільмах. Серед аналізованих кінофільмів, у «Гамері» можна помітити стереотипізований образ геймера. Головний герой - підліток, який є інтровертом, що переважну частину кінокартини перебуває наодинці з собою, відкидаючи компанію своїх однолітків та надаючи перевагу комп'ютерним іграм. Окрім цього, «Припутні» демонструють яскравий стереотип щодо людей з села. Головні герої, родом з маленького українського села, спілкуються суржиком, є досить різкими у своїх висловлюваннях, сваряться через дрібниці та постійно переймаються про те, що скажуть люди. Дані колоритні образи на екрані, хоч і містять у собі стереотипи, але виступають відображенням справжнього сільського буття. Автору даної картини вдалось зобразити українське село таким, яким воно постає у думках пересічної людини.

Висновки до розділу III

Відповідно до поставленої мети, було здійснено контент-аналітичне дослідження соціальної репрезентації міжпоколінних відносин засобами сучасного українського кінематографу. Дослідивши обрані шість сучасних українських кінофільмів відповідно до виділених категорій аналізу, можна зробити висновки щодо підтвердження чи спростування висунутих гіпотез та виконання поставлених завдань.

Спільною особливістю усіх кінофільмів є зображення неповної нуклеарної сім'ї. Повні сім'ї були наявні тільки у двох кінокартинах – «Гніздо горлиці» та «Стоп-Земля». Але варто зазначити, що навіть у цих двох кінофільмах окрім повних сімей, були присутні також і неповні. Також у жодному з обраних для аналізу кінофільмів не була присутня розширена (багатопоколінна) родина, а навіть у випадку зображення відносин між віддаленими поколіннями герої перебували разом на екрані протягом короткого періоду часу. Частіше за все, при трансляції різних поколінь, увагу акцентували на різних характерах героїв, їхніх планах на життя та баченні власного майбутнього. Згідно з цим, відмінні погляди на життя та певні побутові речі найчастіше за все ставали причинами виникнення конфліктних ситуацій.

Завдання даного дослідження були виконані. Беручи до уваги гіпотези, ми отримали такий результат:

- Гіпотеза про те, що український кінематограф транслює ідею розширеної сім'ї не підтвердилась, адже розширена сім'я не була відображена у жодному з обраних кінофільмів.
- Гіпотеза щодо того, що взаємодія між суміжними поколіннями транслюється частіше, ніж взаємодія між віддаленими поколіннями підтвердилась. У кінокартинах частіше була присутня комунікація між представниками суміжних поколінь, найчастіше такими виступали покоління X та міленіали.
- Гіпотеза про те, що відносини між поколіннями мають конфліктний характер підтвердилась. Практично у кожному випадку зображення

взаємодії різних поколінь на екрані був присутній конфлікт та непорозуміння з різних причин.

- Гіпотеза щодо того, що переважно конфлікти виникають між представниками різних поколінь підтвердилась. У кінофільмах також транслювали конфлікти і всередині одного покоління, але більше уваги було приділене саме конфліктній взаємодії між представниками різних поколінь.
- Гіпотеза щодо основної причини виникнення конфліктів між поколіннями - спільного проживання не підтвердилась. Причина виникнення непорозуміння на ґрунті проживання на спільній території є досить поширеною. Та, не зважаючи на це, у даних кінофільмах це не послугувало головним каталізатором конфліктів та її майже не було представлено.

Проаналізувавши висвітлені в кінострічках покоління, можна дійти висновку про частіше зображення на екрані представників покоління X та міленіалів. Натомість, відсутніми у кінофільмах виявилось покоління Альфа, втрачене покоління, велике покоління та мовчазне покоління. Також найпоширенішою культурою міжпоколінних відносин виявилась кофігуративна культура. Вона відображає наявність у молодшого покоління досвіду, якого не мали попередні покоління, орієнтацію на поведінку однолітків, а також розуміння та розділення їх інтересів. Окрім цього, у кожному кінофільмі були наявні ознаки батьківської генеративності, що відзначається вихованням дітей, піклуванням про них та бажанням зробити їхнє життя кращим. Але надмірне піклування часто ставало причиною конфліктів між поколіннями.

Відповідно до цього, варто зазначити, що сучасний український кінематограф, висвітлюючи у кінофільмах різні покоління та відносини між ними, зображує досить реалістичні стосунки, які мають у собі зокрема конфліктну складову та показують наявні відмінності між сприйняттям та важливістю тих чи інших речей або явищ у представників різних поколінь.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі було досліджено соціальну репрезентацію міжпоколінних відносин засобами сучасного українського кінематографу. Визначаючи покоління як спільність людей, яка має певний життєвий досвід та відзначається народженням у визначений часовий проміжок, була підкреслена значущість даного поняття при розгляді українського суспільства. Окрім цього, покоління виступають невід'ємною частиною, власне агентами соціальної комунікації.

При розгляді поколінь та міжпоколінних відносин значна увага була приділена Теорії поколінь Вільяма Штрауса та Ніла Хоува. Дана теорія вперше зазначила про те, що кожні 20-25 років життя з'являється нове покоління, яке має у собі певні характерні риси попереднього покоління. Не зважаючи на важливий вклад у розвиток такого соціального концепту як «покоління», Теорія поколінь зазнавала критики через відсутність достатньої кількості емпіричних фактів для її підтвердження. Загалом, говорячи про поколінну проблематику, вчені виділяють декілька груп, зокрема: втрачене покоління, велике покоління, мовчазне покоління, бекі-бумери, покоління X, міленіали, зумери, покоління Альфа.

Кінематограф у свою чергу має можливість висвітлювати та транслювати на широку аудиторію існуючі у суспільстві особливості життя і діяльності різних поколінь та відносин між ними. Віднесення кіномистецтва до масової культури та наявна множинність притаманних йому функцій виступають поясненням значного впливу кінематографа на підсвідомість людини. Споглядаючи ті чи інші запропоновані нам художні образи на екрані, ми переймаємо закладені цінності, поведінкові норми та правила. Згідно з цим, кінематограф може формувати певні соціальні установки, стереотипи чи упередження. Сучасний український кінематограф зараз перебуває на початковій стадії, але, не зважаючи на це, наші кінокартини відзначають на міжнародних кінофестивалях та конкурсах, що говорить про міжнародне визнання якості.

За результатами авторського контент-аналітичного дослідження на предмет соціальної репрезентації міжпоколінних відносин у кінофільмах «Гамер» (2011 р.), «Гніздо горлиці» (2016 р.), «Мої думки тихі» (2019 р.), «Припутні» (2017 р.), «Додому» (2019 р.), «Стоп-Земля» (2021 р.) можна відмітити, що найчастіше у сучасному українському кінематографі зображають покоління, які є найближчими за віковими рамками до сучасності, відносини між різними поколіннями мають переважно конфліктний характер, а причинами міжпоколінних конфліктів виступають такі побутові речі, як стиль одягу, фінансові труднощі, трудова зайнятість, навчання, рання вагітність та вибір майбутньої професії.

Проаналізувавши наявні елементи зображення міжпоколінних відносин в українському кінематографі, бачимо, що у всіх образах для аналізу кінофільмах сім'ї або головних, або другорядних героїв були нуклеарними та неповними. У випадку зображення неповної сім'ї відзначалась відсутність саме батька, а не матері. Персона батька часто згадувалась під час сварок у вигляді негативного героя, з яким матері порівнювали свою дитину. Розширену (або багатопоколінну) родину не транслювали у жодному кінофільмі, що свідчить про підкреслення у кінематографі тези про поширення нуклеарної сім'ї в українському суспільстві.

Згідно з теорією Вільяма Штрауса та Ніла Хоува, причинами зображених у кінофільмах міжпоколінних конфліктів дійсно виступають різні ціннісні установки, а не вікові відмінності. Відповідно до цього, різні покоління мають відмінні погляди на цінності освіти, сім'ї, видів зайнятості та врахування досвіду попередніх поколінь. Також відібрані для аналізу кінокартини відображають зміст соціально-психологічної теорії міжпоколінних конфліктів Девіда Кінгслі. Особливістю даної теорії є акцентування уваги на соціокультурних змінах, що відбуваються через різницю у 20 років між поколіннями, яка призводить до виникнення «розриву» між поколіннями. Окрім цього, більшість кінофільмів демонструють елементи кофігуративної культури міжпоколінних відносин, що позначається на віддаленості між поколіннями та формуванні відмінного

життєвого досвіду. Не зважаючи на різні сюжети та варіативність висвітлених проблем у кінофільмах, у всіх них зображується переживання батьків щодо своїх дітей та їхнє бажання виховати достойних людей. Згідно з цим, у даних кінокартинах відсутня байдужість та відчуження щодо власних дітей.

Розглядаючи репрезентацію поколінь, варто зазначити, що найбільше уваги в українському кінематографі приділяється поколінню X та міленіалам. Ці дві поколінні групи частіше за інші зображувалися у вибраних кінофільмах. Зокрема міленіали постають як цілеспрямовані особистості, які не є прив'язаними до певного місця та присвячують досить велику частину свого часу комунікації у віртуальному просторі. На противагу міленіалам, представники покоління X уособлюють консервативних, працелюбних людей, які не схильні до ризику та зміни укладу свого життя. Окрім згаданих вище поколінь, у декількох кінофільмах були присутні бєбі-бумери та зумери. Бєбі-бумери були показані як працьовиті та невибагливі люди. Таке зображення суперечить критиці науковців щодо їхнього надмірного споживацтва. Натомість зумерів автори кінофільмів відмітили як відкритих людей, які швидко дорослішають та готові приймати нові виклики суспільства.

Відповідно до цього, розглядаючи міжпоколінні відносини у кінематографі, можна дійти висновку про доцільне їх відображення через використання поширених життєвих ситуацій та розмовної української мови, що підкреслює їх справжність та відповідність українському суспільству.

Список використаної літератури

1. Авер'янова Н. Художнє кіно у контексті деконфліктизації українського соціуму [Електронний ресурс] / Ніна Авер'янова // Молодий вчений. – 2020. – 12 (88). – С. 239–243. – Режим доступу: <https://molodyivchenyi.ua/index.php/journal/article/view/57>.
2. Алексеєнко Т. Ф. Проблема цінностей в інтерпретації конфлікту батьків і дітей у теорії поколінь / Т. Ф. Алексеєнко // Педагогіка і психологія. – 2018. – № 3. – С. 68–76.
3. Бойко В. А. Феномен покоління: особливості соціологічної концептуалізації [Електронний ресурс] / В. А. Бойко // Грані. – 2014. – 12 (116). – С. 158–162. – Режим доступу: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Grani_2014_12_29.pdf.
4. Брюховецька Л. І. Кіномистецтво навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів [Електронний ресурс] : посібник / Л. І. Брюховецька. – Київ : Логос, 2011. – 391 с. – Режим доступу: <http://ekmair.ukma.edu.ua/handle/123456789/1691>.
5. Вовчик-Блакитна О. О. Міжпоколінна взаємодія в сім'ї як ресурс [Електронний ресурс] / О. О. Вовчик-Блакитна // Актуальні проблеми психології. – 2019. – Т. 7, № 47. – С. 80–91. – Режим доступу: https://lib.iitta.gov.ua/717673/1/Aktual_probl_psychol_Vol_7_Issue_47.pdf#page=80.
6. Гук Е. Б. Поколіннева диференціація у сучасному українському суспільстві: ціннісний вимір : кваліфікаційна робота / Гук Е. Б. – Київ, 2018. – 57 с.
7. Довгань Н. О. Психологія соціокультурної взаємодії поколінь : монографія / Н. О. Довгань. – Київ : Талком, 2020. – 539 с.
8. Зубавіна І. Б. «Екраноцентризм» сучасного мистецтва: теорія досліджень та художня практика [Електронний ресурс] / І. Б. Зубавіна // Художня

- культура. – 2017. – № 13. – С. 128–134. – Режим доступу: <http://hudkult.mari.kiev.ua/article/view/134020/130390>.
9. Ковтун О. С. Специфіка аналізу візуальної інформації в дослідженнях соціальної комунікації / О. С. Ковтун, С. С. Баранова // Збірник наукових праць Хмельницького інституту соціальних технологій Університету «Україна». – 2016. – № 12. – С. 82–85.
10. Козир М. В. Інтеграція інформаційної педагогіки в освітній процес: Теорія поколінь / М. В. Козир // Педагогічна освіта: теорія і практика. Психологія. Педагогіка. – 2017. – № 27. – С. 36–40.
11. Корощенко К. Р. Кіноіндустрія в Україні: шлях та проблеми становлення / К. Р. Корощенко – Суми, 2020. – 34 с.
12. Костенко Н. Досвід контент-аналізу. Моделі та практики [Електронний ресурс] : монографія / Н. Костенко, В. Іванов. – Київ : Центр вільн. преси, 2003. – 112 с. – Режим доступу: <http://i-soc.com.ua/assets/files/journal/sockult/kostenko.pdf>.
13. Кривошеїн В. В. Вплив «Революції гідності» на політичну та правову культуру українського суспільства [Електронний ресурс] / В. В. Кривошеїн // Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого». – 2016. – 2 (29). – С. 37–58. – Режим доступу: <http://fil.nlu.edu.ua/article/view/70972/66233>.
14. Мангейм К. Проблема поколінь. Очерки социологии знания: Проблема поколінь – состязательность – экономические амбиции / Карл Мангейм; пер. з англ Е. Я. Додина. – Москва : ИНИОН РАН, 2000. – 162 с.
15. Мид М. Культура и преемственность. Исследование конфликта между поколениями. Культура и мир детства / Маргарет Мид. – [Б. м. : б. в.], 1983. – 430 с.
16. Пазич А. Р. Кіно і суспільство - американський кейс другої половини ХХ століття [Електронний ресурс] : бакалаврська робота / Пазич Анна Романівна. – Київ, 2020. – 71 с. – Режим доступу: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/35901/1/Pazych_bakalavr.pdf.

17. Ромадикіна В. С. Конфлікт поколінь: соціально–філософський аспект проблеми [Електронний ресурс] / В. С. Ромадикіна // Гілея: науковий вісник. – 2014. – № 80. – С. 297–300. – Режим доступу: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/gileya_2014_80_78.pdf.
18. Сенюшкіна Т. О. Проблема досягнення міжпоколінної солідарності в Україні [Електронний ресурс] / Т. О. Сенюшкіна // Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. ІФ Кураса НАН України. – 2013. – № 5. – С. 184–221. – Режим доступу: https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/07/senushkiana_problema.pdf.
19. Соловей В. В. Візуальні методи дослідження соціальної нерівності в умовах трансформації українського суспільства [Електронний ресурс] : магістерська дисертація / Соловей Валерія В'ячеславівна. – Київ, 2018. – 80 с. – Режим доступу: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/27331/1/Solovey_magistr.pdf.
20. Фетісова К. Емпірична модель дослідження історичного покоління через призму продуктів фото- та кіномистецтва [Електронний ресурс] / Катерина Фетісова // Вісник Київського національного університету ім. Т. Шевченка. – 2017. – № 1/2. – С. 133–136. – Режим доступу: <https://bpsy.knu.ua/index.php/psychology/issue/view/9/10>.
21. Фісенко Т. В. Кінематограф у формуванні громадської думки [Електронний ресурс] / Т. В. Фісенко // Обрії друкарства. – 2020. – 1 (8). – С. 205–223. – Режим доступу: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/35043/1/OD-2020-8_205-223.pdf.
22. Черниш Н. Й. Аксиологічний простір ровесників незалежності України: соціологічні виміри [Електронний ресурс] / Н. Й. Черниш, М. Ю. Борецька // Український соціум. – 2021. – 3 (78). – С. 34–53. – Режим доступу:

https://ukr-socium.org.ua/wp-content/uploads/2021/11/34_53_No-378_2021_ukr.pdf.

23. Чичинська О. В. Психологічні особливості представників з покоління. Актуальні проблеми психології в закладах освіти [Електронний ресурс] / О. В. Чичинська. – 2019. – С. 135–142. – Режим доступу: <https://www.journal.kdpu.edu.ua/psychology/article/download/3734/3410>.
24. Шиліна Н. Є. Покоління «зет» та «альфа»: психологічні особливості навчання і виховання [Електронний ресурс] / Н. Є. Шиліна // MEDICAL SCIENCES. – 2020. – № 40. – С. 36–44. – Режим доступу: <http://www.znanstvena-journal.com/wp-content/uploads/2020/10/Znanstvenamisel-journal-%E2%84%9640-2020-Vol-2.pdf#page=36>.
25. Юськів Б. М. Контент-аналіз. Історія розвитку і світовий досвід [Електронний ресурс] : монографія / Б. М. Юськів. – Рівне : Перспектива, 2006. – 203 с. – Режим доступу: https://issuu.com/kafinformi/docs/yuskiv-ka_history.26.
26. Яремчук О. В. Сучасна психологія: сучасні розробки [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Оксана Василівна Яремчук. – Одеса : Од. нац. ун-т ім. І. І. Мечник., 2015. – 213 с. – Режим доступу: <http://dspace.onu.edu.ua:8080/handle/123456789/23423>.

ДОДАТКИ



Додаток 1



Додаток 2



Додаток 3



Додаток 4



Додаток 5



Додаток 6



Додаток 7



Додаток 8



Додаток 9



Додаток 10



Додаток 11



**Факультет соціології
Київського національного університету імені Тараса
Шевченка
Рада молодих вчених
Наукове товариство студентів та аспірантів**

«Шевченківська весна – 2022»

**Матеріали
Міжнародної конференції студентів, аспірантів та
молодих вчених «Шевченківська весна – 2022»
(соціологія)
(13 травня 2022 року, м. Київ)**

УДК 316.1
П78

Схвалено до публікації
вченою радою факультету соціології
Київського національного університету імені Тараса Шевченка
(протокол №12 від 25 травня 2022 року)

П78 Шевченківська весна – 2022: Матеріали Міжнародної конференції студентів, аспірантів та молодих учених «Шевченківська весна – 2022» (соціологія) (Київ, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 13 травня 2022 року) / За ред. к. соц. н. Олени Вілкової, к. соц. н. Євгенії Мороз, к. соц. н. Анни Ташенко, к. соц. н. Людмили Юзві. – К.: Видавництво «Наукова столиця», 2022. – 320 с.
ISBN 978-617-7649-34-1

У збірнику представлено наукові доповіді учасників Міжнародної конференції студентів, аспірантів та молодих учених «Шевченківська весна – 2022» (соціологія) (м. Київ, 13 травня 2022 р.).

Для наукових працівників, аспірантів, викладачів і студентів, які навчаються за спеціальністю «Соціологія», а також усіх, хто цікавиться питаннями розвитку сучасної соціологічної науки.

Матеріали публікуються в авторській редакції

© Київський національний університет
імені Тараса Шевченка, 2022

ISBN 978-617-7649-34-1

випробувати ідеї, створювати команду та запустити стартап, відноситись відповідально до своєї роботи на шкільному підприємстві, а також бути соціально відповідальними.

ЛІТЕРАТУРА

1. Звіт незалежного фінального оцінювання програми «Заснування соціальних шкільних підприємств у сільській місцевості та малих містах України для заохочення молоді до соціального підприємництва у Івано-Франківській, Житомирській та Донецькій областях», яке впроваджувалося МБО «Фонд Східна Європа» [Електронний ресурс]. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: http://eef.org.ua/report/3174/?fbclid=IwAR1uBTkn9XetPZkE6Qort7aMoM3Tr_eSLcuLDQC68csuGrYkzqkLjApI8gA.

Хряпко Ольга¹

Email: ohryapko6@gmail.com

Соціальна роль та наслідки зростання візуального рекламного контенту

Прискорення соціальної комунікації за допомогою візуалізації інформації веде до трансформації ставлення людини до комунікативних повідомлень. Людей кожного дня оточують сотні зображень, рекламних оголошень, повідомлень, вивісок тощо. Інформаційний простір сьогодення є досить перенасиченим візуальними образами, що призводить до зміни їх сприйняття. Проявом цього є ігнорування повсемісної реклами, яка постійно супроводжує наше повсякденне життя, адже ми не бажаємо, щоб на наш вибір тиснули та нав'язували нам певне ставлення до того чи іншого продукту чи послуги [Зибіна, 2018].

Реклама як форма візуальної комунікації становить один із способів впливу на людину шляхом мови, графічних засобів, статистичних та динамічних образів [Голуб, 2013]. Метою реклами є ознайомлення людей з певним товаром, послугою; продаж товарів і послуг; розповсюдження інформації, спрямованої на популяризацію певних норм, цінностей [Яненко, 2018]. Обов'язковим компонентом рекламної діяльності є масова комунікація, адже саме завдяки їй охоплюється максимальна кількість потенційних споживачів або користувачів рекламованої послуги. Рекламні комунікації можна визначити як непряму форму переконання, основою якої є інформаційний чи емоційний опис переваг певного продукту. Такий опис допомагає сформувати у людини позитивне враження про об'єкт реклами і на підсвідомому рівні змусити людину задуматись над здійсненням покупки [Різун, 2008].

Основними цілями, які рекламні компанії намагаються реалізувати в ході комунікацій є:

- інформування та привернення уваги споживачів;
- переконання їх у доцільності придбання товарів чи послуг – розвиваюча стратегія психологічного впливу;
- маніпулятивна стратегія впливу на вибори споживачів;
- змусити покупця діяти: спонукати поведінку споживача до того, що ринок пропонує в даний момент [Лазаренко, 2020].

Актуальність рекламних комунікацій у сучасному світі пояснюється одними із функцій комунікативного дизайну – перетворення будь-якої інформації у прості та зрозумілі повідомлення та донесення її шляхом візуальних засобів до людини. Роль рекламних комунікацій постійно зростає як з позиції творчості, так і з позиції урізноманітнення засобів рекламної діяльності. Відповідно до цього, візуальний рекламний контент з часом стає все більш спрощеним та доступним, а комунікативна взаємодія швидкою. Підтвердженням цього виступає досить поверхове ставлення сучасної людини до реклами. Варто зазначити, що візуальний рекламний контент впливає на цільову аудиторію, формує певні поведінкові практики та змінює потреби людей. Перевагами використання саме візуального рекламного контенту, у порівнянні з іншими, є простота та швидкість передачі необхідної інформації, що передбачає виклик миттєвих емоційних реакцій та закріплення певного образу товару чи послуги у підсвідомості споживача.

Згідно з цим, у сучасному світі, що характеризується дуже широким інформаційним полем, використання засобів, що допомагають структурувати та упорядковувати його, є надзвичайно актуальним. Такими засобами виступають візуальні образи та знаки, що використовуються при створенні візуального рекламного контенту. Візуалізація інформації допомагає привернути увагу споживачів та зекономити їхній час, адже дає можливість компактно та просто розмістити досить значну кількість інформації. Відповідно до цього, зображення, відео, графіки, логотипи, що використовуються для комунікації з цільовою аудиторією, підвищують ефективність реклами.

Активний розвиток використання візуальних комунікацій в рекламі в Україні розпочався на початку 1990-х років. У той час телебачення було основним способом донесення комунікативних повідомлень до споживачів. Загалом, через невідповідність українського споживача та непрофесійність рекламодавців, характерним для того часу було специфічне, досить невибагливе ставлення населення до реклами, нав'язування українському споживачу іноземного способу життя шляхом копіювання західних рекламних звернень, особливостями яких були гучні, яскраві слогани, веселощі та сміх [Вітренко, 2010].

Яскравим прикладом візуального рекламного контенту, який мав

цільову аудиторію, використавши стереотипні та близькі населенню образи жінки та чоловіка того часу, розробникам реклами вдалось затягнути мільйони людей до справжньої фінансової піраміди і змінити їх ставлення до капіталізму як до швидкого способу збагачення [Вітренко, 2010].

На противагу цьому, станом на сьогоднішній день, розповсюдженням каналом рекламної комунікації із застосуванням інформаційних технологій є соціальні мережі. У сучасному світі соціальні мережі є альтернативним простором для просування товарів та послуг, простором, за допомогою якого збирається інформація про потреби і бажання потенційних споживачів. Порівняно низька вартість за розміщення реклами та велика цільова аудиторія є факторами, що стимулюють компанії використовувати соціальні мережі як засіб просування свого товару чи послуги. Також ще однією перевагою використання саме соціальних мереж є можливість відслідковувати ефективність реклами, завдяки статистиці, рейтингу переглядів реклами, використанню посилань [Кулініч, 2013].

Серед соціальних наслідків зростання візуального рекламного контенту у сучасному світі можна виділити:

- розвиток когнітивних здібностей людини, адже візуалізація інформації сприяє швидшому засвоєнню великої кількості інформації;
- спрощення подачі інформації;
- зниження рівня адаптації до нових наукових текстів;
- краще запам'ятовування інформації у супроводі зображення;
- візуалізація простору [Зибіна, 2018].

Підтвердженням необхідності наявності візуального рекламного контенту можуть виступати результати досліджень, проведених у 2017 році компанією Social Media Examiner, які говорять про те, що 32% маркетологів вважають, що візуальні образи є найважливішою формою контенту для бізнесу. На противагу цьому, текстові блоги посідають друге місце (за таку форму контенту виступають 27% маркетологів) [Зибіна, 2018]. Також, із загальної статистики візуального контенту, що була наведена в результатах даного дослідження, аргументом на користь використання саме візуального контенту в сьогоднішній день є те, що коли люди лише чують якусь інформацію, то через три дні вони будуть пам'ятати близько 10% цієї інформації. Натомість, у випадку, коли відповідне зображення поєднується з тією ж інформацією, через три дні люди будуть пам'ятати близько 65% інформації [Mawhinney, 2021]. Відповідно до цього, можемо дійти висновку, що зі зростанням візуального контенту спосіб сприйняття комунікативних повідомлень дійсно змінився і тепер повідомлення, що містять у собі візуальні образи є набагато ефективнішими, ніж звичайний текст.

Також зміни, що спричинені зростанням візуального рекламного контенту, помітні і в онлайн-середовищі. Задля залучення більшої аудиторії, збільшення продажів та забезпечення більшої ефективності рекламної

Варто зазначити, що привернути увагу сучасного споживача можна лише представивши цінну та актуальну для нього інформацію. Забезпечити цю функцію донесення необхідної інформації до визначеної цільової аудиторії здатна реклама в інтернеті, що дає можливість чітко контролювати, кому буде показуватись те чи інше рекламне повідомлення. Але, незважаючи на це, більшість користувачів соціальних мереж останнім часом зі збільшенням візуального рекламного контенту в інтернеті все більше мають бажання відсторонитися, пропустити рекламні блоки або взагалі вимикають рекламу. Можемо дійти висновку, що сучасна людина набагато гірше сприймає звичайну текстову інформацію без жодного візуального супроводу, що власне і виступає показником змін, які відбулись у суспільстві із появою та поширенням візуального контенту.

ЛІТЕРАТУРА

1. Mawhinney J. 50 Visual Content Marketing Statistics You Should Know in 2021 [Електронний ресурс] / Jesse Mawhinney. – 2021. – <https://blog.hubspot.com/marketing/visual-content-marketing-strategy>.
2. Вітренко А. Історичні передумови виникнення та особливості розвитку реклами в Україні / А. Вітренко // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка – 2010. – №119. – с. 51–55. - http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/VKNU_Ekon_2010_119_18.pdf.
3. Голуб І. Візуальна культура рекламного дизайну [Електронний ресурс] / Ігор Голуб // Міжнародна науково-практична інтернет-конференція. – 2013. – <http://oldconf.neasmo.org.ua/node/255>.
4. Зибіна К. Підвищення ефективності вірусного маркетингу за допомогою візуального контенту / К. Зибіна, І. Сиволовський // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2018. – №63. – с. 216–223. - <http://btie.kart.edu.ua/article/download/145694/146044>.
5. Кулініч І. Роль соціальних мереж як сучасного інструменту комунікації з цільовими аудиторіями [Електронний ресурс] / І. Кулініч, Н. Скригун // Національний університет харчових технологій, м. Київ. – 2013. – Режим доступу до ресурсу: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/26437/1/%d0%9a%d1%83%d0%bb%d1%96%d0%bd%d1%96%d1%87-%d0%86.pdf>.
6. Лазаренко А. Дизайн рекламної комунікації (на матеріалі реклами м. Херсона): кваліфікаційна робота на здобуття ступеня вищої освіти «бакалавр» / А. В. Лазаренко; Херсонський держ. ун-т, Ф-т української філології та журналістики, Кафедра соціальних комунікацій. – Херсон : ХДУ, 2020. – 49 с. - <http://ekhsuir.kspu.edu/handle/123456789/11843>.
7. Різун В. В. Теорія масової комунікації / В. В. Різун. – Київ : Видавничий центр «Просвіта», 2008. – 260 с. - <http://194.44.152.155/elib/local/r253.pdf>.
8. Яненко Я. В. Сучасні рекламні комунікації як чинник соціалізації : монографія / Я. В. Яненко. – Суми: СумДУ, 2018. – 300 с. - https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/70957/3/Yanenko_advertising_communications.pdf.