

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ВНЗ УКРАЇНСЬКИЙ КАТОЛИЦЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЛЬВІВСЬКА ДУХОВНА СЕМІНАРІЯ СВЯТОГО ДУХА
ФІЛОСОФСЬКО-БОГОСЛОВСЬКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
Кафедра пасторального богослов'я

Магістерська робота

ВПЛИВ КУЛЬТОВОГО КІНО НА МОРАЛЬНО-ЕТИЧНІ
ЗАСАДИ УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА 2007 – 2017 РОКИ

Студент 6-го курсу: Юрій Ганчук
Науковий керівник: п. Михайло Перун
доктор наук соціальних комунікацій

Львів 2018

ЗМІСТ

ВСТУП	5
Розділ I.....	8
КІНЕМАТОГРАФ У ДОКУМЕНТАХ КАТОЛИЦЬКОЇ ЦЕРКВИ	8
1.1 ПОЗИЦІЯ КАТОЛИЦЬКОЇ ЦЕРКВИ ВІДНОСНО МЕДІАРЕСУРСІВ, ЗОКРЕМА Й ДО КІНО.....	8
1.2 Поняття медіаресурсів у документах Католицької Церкви.....	9
1.2.1 Завдання медіа згідно документів Католицької Церкви.....	11
1.2.2 Про впливи медіа в документах Католицької Церкви.	14
1.2.3 Конструктивний вплив медіа.....	18
1.2.4 Деструктивний вплив медіа	19
1.2.5 Кіно як вид мистецтва	22
1.2.6 Залучення медійних ресурсів у душпастирську діяльність Церкви	25
Розділ II	27
ВИБРАНІ МЕХАНІЗМИ ТА ЗАСОБИ ВПЛИВУ ЗМІ НА ЛЮДИНУ	27
2.1 Пропаганда як форма комунікації.....	27
2.1.1 Пропаганда – засіб впливу на свідомість людини.....	27
2.1.2 Кіно як пропаганда.....	31
2.2 Теорії впливу ЗМІ на людину	34
2.2.1 Теорія Культивациі	34
2.2.2 Теорія “Установка порядку денного”	38
2.3.2 Теорія “Спіраль мовчання”	40
2.3.3 Вплив демонстрації насилля на людину.....	43
2.3.4 Вплив демонстрації відвертого сексуального вмісту.....	45
РОЗДІЛ III	49
ВПЛИВ КУЛЬТОВОГО КІНО.....	49
3.1 Поняття “культове кіно”.....	49
3.1.1 Соціологічні дослідження культового кіно.....	49
3.1.2 Дослідження рецепції (теорія рецепції).....	50
3.1.3 Текстові тлумачення	51
3.1.4 Естетичний аналіз (за Умберто Еко).....	53
3.2 Жанри культового кіно	55
3.2.1 Культова класика.....	56
3.2.2 “Північне кіно”	56
3.2.3 Серіали та сіквели	57
3.2.4 Кінематограф маргінальних груп	57
А. Фільми категорії Б.....	58
В. Фільми із демонстративною іронією.....	59
3.2.5 Сучасне культове кіно	60
3.2.6 Динамічність визначення “культове кіно”	63

3.3 Риси культового кіно	65
3.3.1 Фанати культового кіно.....	65
3.3.2 Кінотеатри.....	67
3.3.3 Північне кіно	67
3.3.4 Візуальні символи культу запозичені у культового кіно.....	68
3.3.5 Фрази, музика	68
3.3.6 Культовий фільм як культурне явище	69
3.3.7 Популярність – не популярність, маргінальність.....	70
3.3.8 Узагальнення поняття “культове кіно”	71
3.4.1 Аналіз фільму режисера Крістофера Нолана “Темний лицар”	72
А. Загальні відомості про фільм	72
В. Сюжет стрічки	73
С. Загальна характеристика фільму	74
D. Моральні виклики, які зустрічаються у фільмі.....	74
Е. Опис постаті Бетмена.....	77
F. Опис постаті Джокера	77
J. Культові фрагменти стрічки.....	78
3.4.2 Аналіз фільму режисерів Олівера Накаше та Еріка Толедано “Недоторкані” (“1+1”)	79
А. Загальні відомості про фільм	79
В. Сюжет	80
С. Загальний огляд	81
D. Огляд особи Дріса	82
Е. Огляд особи Філіпа.....	82
F. Моральні виклики, які зустрічаються у фільмі	82
J. Культові фрагменти стрічки.....	84
3.5 Опитування вибраної аудиторії.....	84
3.5.1 Аналіз опитування по кінострічці режисера Крістофера Нолана “Темний лицар”	85
3.5.2 Аналіз опитування по кінострічці режисерів Олівера Накаше та Еріка Толедано “Недоторкані” (“1+1”).....	86
ВИСНОВКИ.....	89
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	93
ДОДАТКИ.....	102

СПИСОК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ ТА СКОРОЧЕНЬ

DVD – Digital Versatile Disc — цифровий багатоцільовий диск

MGM – Metro-Goldwyn-Mayer

див. – дивись

ЗМІ – засоби масової інформації

Ю.Г. – Юрій Ганчук

ВСТУП

Актуальність теми:

Важко уявити сучасну людину, яка б не дивилася кіно. Кінематограф є потужним інструментом впливу на маси у вмілих руках. Він досі активно розвивається, збільшуючи масштаби індустрії, свою якість, розвиває технології. Демонструючи кінокартини можна чинити потужний вплив на маси людей, керувати емоціями, спонукати до наслідування. Свідченням цього є емоції, які переживають глядачі у кінотеатрах після закінчення сеансу. Оскільки кінострічки, навіть через емпатію до героїв, здатні задіяти глядача до участі у зображених подіях, це може нести як позитивні, так і негативні наслідки.

Окрім того, кіно здатне представити одну і ту ж ситуацію під різними кутами зору, зокрема, висвітлюючи її як в позитивному, так і в негативному ключі. Від цього залежить позиція глядача до даної ситуації, даної події, особи. Більшого ефекту переконання можна добитися частим повторюванням потрібної точки зору. Таким чином, глядач отримуватиме численні повідомлення, а сумуючи та аналізуючи їх, він робитиме висновок певного спрямування. Тому, фільми, сюжети яких носять суб'єктивний погляд того, хто творив фільм, здатні переконувати та схилити суспільство якщо не до рішень, то до вподобань.

Особливе місце у кінематографі займають культові фільми, оскільки вони є особливими, виділяються із потоку численних стрічок за кількістю переглядів, зокрема, численними фан-клубами та послідовниками. Тому, вплив культових стрічок буде мати інший характер ніж вплив середньостатистичних фільмів. Тому, слід звернути увагу на культові стрічки та дослідити їх вплив.

Кіно потрібно використовувати як глобальний засіб до виховання суспільства, формування добрих етично-моральних засад. Таким інструментом має послуговуватися і Церква, оскільки він є дієвим та сучасним засобом не тільки інформування, але й заохочення. Фільми можуть стати прикладами здорової моралі та можуть допомогти у творенні систем цінностей особистості. Дана магістерська робота принесе користь у майбутньому, оскільки, проаналізувавши культові фільми, зможемо зробити висновки та деякі прогнози,

які допоможуть уникнути небезпек та використати кінематограф, зокрема культові стрічки, на формування здорової моралі суспільства.

Мета: Представити культове кіно як засіб впливу на світогляд людини.

Завдання:

1. Представити погляд Церкви на індустрію кіно.
2. Представити завдання кіно з точки зору Церкви.
3. Висвітлити основні методи та засоби впливу медіа на суспільство.
4. Дати визначення поняттю “культове кіно”.
5. Проаналізувати вплив культового кіно на мораль суспільства.

Проблематика дослідження:

Об’єктом дослідження є культове кіно.

Предметом дослідження є вплив культового кіно на суспільство в Україні та на особу зокрема.

Межі:

Хронологічні рамки: 2007 – 2017. (в останньому десятиріччі кінематограф мав різноманітний розвиток. Найбільш актуальна інформація буде впливати саме із цього часового проміжку).

Географічні: до уваги братиметься українське суспільство, яке проживає на території України.

Методи: синтезу, узагальнення, порівняння, візуалізації, аксіоматичний метод, дедукції, та соціологічний аналіз.

Оригінальність: Кіно здебільшого розглядається як художній твір, культурний та інтелектуальний внесок і не часто розглядається як інструмент впливу на суспільство, головню на моральні засади суспільства та особи. У цій праці ми намагатимемося висвітлити методи впливу та його наслідки.

Огляд джерел та літератури: Основними джерелами для представлення думки Католицької Церкви про ЗМІ є документи Церкви. Серед них Енцикліка Папи Пія XI *Vigilanti Cura*, Енцикліка Пія XII *Miranda Prorsus*, Документ II Ватиканського Собору про засоби соціальної комунікації *Inter Mirifica*, Душпастирська інструкція Папської Комісії у справах засобів соціальної комунікації *Communio et Progressio*, Душпастирська інструкція про соціальну

комунікацію *Aetatis Novae*. Для представлення основних методів впливу ЗМІ на людину будуть використані дослідження авторів, які сформували теорії впливу. Серед них праця Джорджа Гембнера *Cultivation Analysis: an Overview (Аналіз культивуації: огляд)*, праця Уолтера Ліппмана *Public Opinion, (Громадська думка)* і праця Елізабет Ноель-Нойман *The Spiral of Silence: Public Opinion – Our Social Skin (Спіраль мовчання: громадська думка – наша соціальна шкіра)*. Для висвітлення поняття “культове кіно” буде використано працю Джима Секстона *Cult Cinema: An Introduction (Культовий кінематограф: вступ)*. Усі цитовані іншомовні джерела та допоміжна література, використані в даній роботі – власного перекладу.

Структура роботи: Робота побудована за проблемно-хронологічним принципом і складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

У першому розділі представлено думку Католицької Церкви про вплив засобів масової інформації, зокрема і кіно.

У другому розділі представлено основні методи та засоби впливу на суспільство через засоби масової інформації та через кінематограф.

У третьому розділі представлено поняття культового кіно та проаналізовано вплив кіно на прикладі двох кінострічок.

РОЗДІЛ І

КІНЕМАТОГРАФ У ДОКУМЕНТАХ КАТОЛИЦЬКОЇ ЦЕРКВИ

1.1 ПОЗИЦІЯ КАТОЛИЦЬКОЇ ЦЕРКВИ ВІДНОСНО МЕДІАРЕСУРСІВ, ЗОКРЕМА Й ДО КІНО

Із розвитком індустрії кіно Католицька Церква також долучалася до еволюції кінематографу, оскільки Вона є відповідальна за людину, головню коли це стосується справ віри і моралі. Адресуючи численні енцикліки та послання уряд Церкви реагував на ситуації, які виникали у сфері кіно, та формулював настанови згідно доктрин Христової віри.

«*Vigilanti Cura* залишається першою папською енциклікою про знаряддя спілкування в ХХ столітті і першою, де розглянуто кінофільми як один із сучасних електронних засобів інформації».¹ Вона виникла як реакція на деякі зловживання кінематографу.² Видавці документу зазначали: «Ми щодня з боєм спостерігаємо прикрий прогрес кіномистецтва та кінопромисловості в ділі зображення зла та гріха»,³ що однозначно несе за собою вплив на мораль особи, на її духовність і на її майбутнє становище у релігійному вимірі. Від того часу Церква уважніше почала звертати свій погляд на медійні ресурси, зокрема на кінематограф. Оскільки «зброя нашої боротьби не тілесна, а сильна в Бозі на зруйнування твердинь; ми руйнуємо задуми і всяку гордість, що повстає проти спізнання Бога, і беремо в полон усякий розум на послух Христові» (2 Коринтян 10:4-5), картаючи як вчасно, так і не вчасно, настановляючи людей та проповідуючи (Пор. 2 Тимотея 4:2). Церкві слід це робити, але «буде час, коли люди не знесуть здорової науки, але за своїми пожаданнями зберуть навколо себе вчителів, щоб уприємнювати собі слух, і від правди відвернуть вухо, а повернуться до байок» (2 Тимотея 4: 3-4). Проблематика, яка була в ті часи, відносно сприйняття “здорової науки”, спостерігається і в сьогоденні.

¹ М. ПЕРУН, «Вступ» // *Церква і соціальна комунікація: Найголовніші документи Католицької Церкви про пресу, радіо, телебачення, інтернет та інші медіа*, Львів: Видавництво Українського Католицького Університету, 2004, 26.

² Пор.: Пій XI, Енцикліка *Vigilanti Cura* [«Невсипуща турбота»], (29 червня 1936), §1.

³ Там само, §2.

Пошириться вона і просторами медіаресурсів, як носіями найрізноманітнішої інформації.

1.2 ПОНЯТТЯ МЕДІАРЕСУРСІВ У ДОКУМЕНТАХ КАТОЛИЦЬКОЇ ЦЕРКВИ

Із розвитком технологій людство придбало собі нові засоби для спілкування, ширення інформації, відпочинку та навчання. На сьогоднішній день у світі є багато медійних технологій, які слугують людині із різними цілями: «одні побільшують і примножують силу та владу людини; інші поліпшують умови життя людей; ще інші (які особливо близько торкаються людських душ) самі доходять до мас людей»⁴ і дають їм найрізноманітнішого роду послання.

Сучасні медіа, «за допомогою картин і звуків, [...] доносять до [...] людей у доступній формі новини, думки та повчання, даючи їм поживу для розуму, особливо в години відпочинку та дозвілля».⁵ Ці інструменти є напрочуд корисними для суспільства, вони криють у собі великий потенціал, оскільки роблять неможливе можливим: інформація, як у нових, так і у вже звичних для нас варіантах її подання долає відстань у тисячі кілометрів всього за доли секунд, та, що важливо, інформація сприймається легко завдяки використанню аудіо-візуальних медіа.

Спілкування за допомогою нових технологій дарує широкому загалу людей нагоду бути учасниками глобального життя і прогресу,⁶ користати із цих ресурсів, та водночас творити їх. «У тих “дивовижних технічних винаходах”, що допомагають спілкуванню між людьми, християни вбачають засоби, подаровані Божим Провидінням, щоб полегшити співжиття людей на землі».⁷ Вони є подарунком Божим, оскільки мають можливість зменшити дистанцію між людьми, покращити пошуки порозуміння. Крім того, Церква вважає, що медіа є великим даром Бога, оскільки вони у значній мірі сприяють єднанню усіх

⁴ Пій XII, Енцикліка, Енцикліка *Miranda Prorsus* [«Дивовижний поступ»] (8 вересня 1957), §2.

⁵ Там само.

⁶ Пор. Папська Комісія у справах засобів соціальної комунікації, Душпастирська інструкція, *Communio et Progressio* [«Єдність і поступ»] (23 травня 1971), §44.

⁷ Папська Комісія у справах засобів соціальної комунікації, *Communio et Progressio*, §12.

християн, а цим звершується Божий план спасіння людства:⁸ «Щоб усі були одно» (Йо 17. 21).

Церква закликає належно оцінити силу і користь медіа, зокрема такий ресурс як кіно, адже «вони допомагають боротися з неписьменністю, пособляють початковій та подальшій освіті. Вони спроможні дієво допомогти жителям слаборозвинених країн добитися свободи й поступу».⁹ Великого значення набуває кіно, яке пропонує передавати інформацію за допомогою графічних образів та аудіо. Ці два провідні елементи кіно є легкими для сприйняття, оскільки сприймаються в такий самий спосіб, як увесь навколишній світ, за допомогою тих самих принципів і тих самих органів чуття. Саме тому «кінематограф, що виник якихось 60 [тепер 120] років тому, сьогодні треба вважати чи не найважливішим засобом повідомлення про ідеї та відкриття нашої доби».¹⁰ Адже він поєднав простоту сприйняття, та великої сили якості доносити інформацію до сприймача. «Кіно є частиною нашого життя. Воно справляє могутній вплив на освіту, культуру та відпочинок. Для митця кінематограф – це дійовий і якнайкраще пристосований до теперішніх часів засіб виразити своє бачення життя».¹¹ Найдієвіший із тих причин, що цей засіб дозволяє побачити навколишній світ очима митця, пережити ті відчуття, почути ті думки, які переживав і чув автор. Інформація за допомогою «соціальної комунікації» шириться понад кордонами країн, перетворюючи, так би мовити, окремих осіб на всесвітніх громадян»,¹² адже дозволяє спілкуватися будучи далеко одне від одного. «Ареопаг нашої доби – це світ комунікації, яка єднає людство й обертає його на велике “світове село”».¹³ Засоби медіа-комунікації є потужною платформою для якісно нового рівня спілкування.

Ці засоби вибудовують нові відносини й витворюють нову мову, що дасть людям змогу краще пізнавати себе й краще розуміти одне одного. Вони приводять людей до злагоди та спільності цілей. А це, своєю чергою, схиляє людей до примирення та

⁸ Пор. Папська Комісія у справах засобів соціальної комунікації, *Communio et Progressio*, §2.

⁹ Там само, §20.

¹⁰ Пій XII, *Miranda Prorsus*, §74.

¹¹ Папська Комісія у справах засобів соціальної комунікації, *Communio et Progressio*, §142.

¹² II Ватиканський Собор, Декрет про засоби соціальної комунікації *Inter Mirifica* [«3-поміж дивовиж»] (4 грудня 1963), §22.

¹³ Папська Рада у справах соціальної комунікації, до 20-ї річниці «*Communio et Progressio*» Душпастирська інструкція про соціальну комунікацію *Aetatis Novae* [«За нової доби»] (22 лютого 1992), §1.

справедливості, доброї волі та діяльного милосердя, взаємодопомоги, любові й, нарешті, до єднання. Тому засоби соціальної комунікації – це могутня сила й неоціненне знаряддя для того, щоб плекати поміж людей любов, яка є водночас і джерелом, і вираженням братерства.¹⁴

Церква вбачає велике значення, яке мають медіаресурси, оскільки вони є засобами спілкування як окремих людей, так і цілих народів. Саме тому засоби масової комунікації, згідно документів Католицької Церкви, є таким важливим і потужним інструментом, саме тому «Церква вітала їх не тільки з великою радістю, а й з материнською турботою та пильністю, дбаючи про те, щоб захистити своїх дітей від усякої небезпеки, що може трапитися їм на цьому шляху прогресу».¹⁵ Усвідомлення сили цих ресурсів не дозволяє залишити їх осторонь, адже вони є дуже структурною платформою спілкування, яка має неймовірний потенціал.

1.2.1 ЗАВДАННЯ МЕДІА ЗГІДНО ДОКУМЕНТІВ КАТОЛИЦЬКОЇ ЦЕРКВИ

Завдяки великим можливостям медіаресурсів, а також через саму суть цих засобів, на них покладають велику місію у історії людства: «Єдність і поступ людей, які живуть у суспільстві, – ось головна мета соціальної комунікації та використання всіх її засобів. До цих засобів належать преса, кіно, радіо й телебачення».¹⁶ Усі вони мають дбати про те, щоб не затратити своєї сутнісної цілі – спілкування, яке приводить до єдності та спільності. Оскільки вищезгадані засоби можуть бути використані не тільки на благо людини, то «служіння правді й чесноті має стати найпершою метою таких видів мистецтва, як кіно, радіо і телебачення».¹⁷ Звісно ж, «слід поважати законне право на вільне самовираження й вільний обмін інформацією, але так само слід поважати право окремих осіб, родин та суспільства на приватність, громадську пристойність і захист основних цінностей».¹⁸ Наша свобода не обмежується моральними законами, а навпаки, «справжня людська свобода вимагає, щоб ми самі користалися й ділилися з

¹⁴ ПАПСЬКА КОМІСІЯ У СПРАВАХ ЗАСОБІВ СОЦІАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ, *Communio et Progressio*, §12.

¹⁵ Пій XII, *Miranda Prorsus*, §4.

¹⁶ ПАПСЬКА КОМІСІЯ У СПРАВАХ ЗАСОБІВ СОЦІАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ, *Communio et Progressio*, §1.

¹⁷ Пій XII, *Miranda Prorsus*, §44.

¹⁸ ПАПСЬКА РАДА У СПРАВАХ СОЦІАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ, Душпастирський відгук *Порнографія та насильство в засобах соціальної комунікації*, (7 травня 1989), §21.

іншими тими засобами, що здатні зміцнити й удосконалити нашу природу»,¹⁹ тобто тими, які сповнені правди, чеснот та закликають до єдності. Дійсно є так, що засобами масової комунікації не завжди послуговуються для доброго, взаємобудуючого діалогу, але радше для деструктивного монологу. Звісно ж, ми спілкуємося для того, щоб мати приємність та знання, але слід дуже добре запам'ятати: «Якщо вірно й неухильно дотримуватись морального закону, він приведе людину до цілковитої досконалості й щастя».²⁰ Тому важливо, щоб медіа оберігали правду та послуговувалися нею в такий спосіб, щоб взаємини між людьми ставали більш тісними, щоб плекалася повага одне до одного та проявлялося розуміння до інших осіб.²¹

Дуже важливо дбати про те, щоб «прогрес мистецтва, науки, техніки й промисловості, – оскільки все це є правдиві дари Божі, – став засобом Його прослави та спасіння душ і допомагав поширенню Царства Божого».²² Це потрібно, щоб суспільство не загубило вічного, скориставшись дочасним.²³ Прогрес містить у собі багато користі, багато приємного, але важливо, щоб ця користь і приємність не суперечили християнській моралі, оскільки, в такому випадку, правдиво добрим його назвати буде важко. Медіаресурси, оскільки є мистецтвом (головно мистецтвом комунікувати у різний спосіб), «повинні не тільки служити правді, а й удосконалювати людське життя і мораль».²⁴ Адже виключно естетичне задоволення – це обмежування таких потужних ресурсів.

Також, «за допомогою медіа, найшляхетніші форми мистецтва можуть подарувати справжній відпочинок – у найповнішому розумінні цього слова – дедалі більшій кількості людей. І наше складне суспільство дедалі більше потребує цього».²⁵ Говорити слід не тільки про проведення часу малорухомо, із малими затратами енергії на виконання роботи, не про гайнування часу, а й відпочинок, що містить у собі розваги, яких медіа може запропонувати велику

¹⁹ Пій XII, *Miranda Prorsus*, §28.

²⁰ II ВАТИКАНСЬКИЙ СОБОР, *Inter Mirifica*, §6.

²¹ Пор. Пій XII, *Miranda Prorsus*, §45.

²² Пій XI, *Vigilanti Cura*, §6.

²³ Пор. *Там само*.

²⁴ Пій XII, *Miranda Prorsus*, §48.

²⁵ ПАПСЬКА КОМІСІЯ У СПРАВАХ ЗАСОБІВ СОЦІАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ, *Communio et Progressio*, §52.

кількість, за що їм варто бути вдячним, адже вони мають можливість зменшити тягар буднів.²⁶

Однак ми не маємо права стверджувати, що медіаресурси є в основному розвага, бо «програми видовищ здебільшого мають щось таке, що здатне не тільки розважати людей чи повідомляти їм новини, а й тренувати людський розум»,²⁷ якісно і доволі вичерпно представляючи інформацію. Варто підкреслити, що «кіно стало справжньою наочною школою, яка [...] навчає більшість людей дієвіше, ніж абстрактне пояснення, його слід узгодити з цілями, до яких покликане християнське сумління».²⁸ Втім відомо багато зловживань у сфері кіно відносно порушень моральних засад як Церкви, так і суспільства. Нам слід «пильнувати й працювати задля того, щоб кіно перестало бути школою розбещення, перетворившись на дійовий засіб просвіти і звеличення людства».²⁹ Бо використання доброго інструменту не на користь людини – є злочинним марнуванням цього ресурсу, а «така могутня всесвітня сила, як кіно, може бути з великою користю спрямована до найвищої мети – удосконалення людини та суспільства».³⁰

Церква вважає, що кінематограф та інші медіа мають чинити добрий вплив на світогляд та на мораль суспільства. Це стає можливим у тому випадку, коли співпрацюватимуть, доповнюючи і підсилюючи одна одну, три сторони: Церква, працівники зі сфери медіа та держава.³¹ Саме у співдії, а не в протистоянні, можна добитися того, щоб кінематограф став інструментом доброго впливу на суспільство, побільшуючи розвиток у багатьох сферах її існування.

Важливо згадати, що працівники Божого Виноградника неодноразово зверталися до тих, хто має велике зацікавлення у сфері кіно,³² «створити, зокрема, “ідеальний фільм” – фільм високої моральної якості, що міг би справляти на людей здоровий виховний вплив».³³

²⁶ Пор. Папська Комісія у справах засобів соціальної комунікації, *Communio et Progressio*, §52.

²⁷ Пій XII, *Miranda Prorsus*, §55.

²⁸ Пій XI, *Vigilanti Cura*, §23.

²⁹ Там само, §30.

³⁰ Там само, § 42.

³¹ Пор. Пій XII, *Miranda Prorsus*, §40.

³² Пор. Там само, §76.

³³ Там само, §76.

Церква закликає усвідомити, що «кінофільми не можна розглядати як звичайний товар на продаж. Треба вбачати в них – і це вкрай важливо – поживу для розуму й засіб духовного та морального виховання простих людей».³⁴ Отже, вони є чимось більшим, а ніж просто матеріалом, їх не слід вважати об'єктом торгів та виключно економічної вигоди, але слід належно оцінити цей ресурс сучасного суспільства.

Церква також закликає до відповідальності на всіх рівнях дотичності до кіно і наголошує, що «найбільша відповідальність, хоч і в дещо іншій площині, лягає на режисерів та продюсерів»,³⁵ закликає бадьоритися та діяти благородно.³⁶ Таким чином, відповідальність є і на акторах,³⁷ оскільки вони значною мірою докладаються до творення фільму. Закликають їх не забувати «про свою гідність як людських істот загалом і досвідчених митців зокрема».³⁸ Відповідальність є на тих, хто «демонструє кінофільми, і той, хто займається розповсюдженням їх, порівно поділяють як похвалу, так і догану – залежно від того, добро чи зло принесе людям кіноекран».³⁹ Вони є тими, хто опосередковано впливають на суспільство в той спосіб, що пропонують їхній увазі ті чи інші стрічки.

Таким чином, технології у сфері комунікацій мають дуже велику силу у сьогоденні, «засоби соціальної комунікації можуть значною мірою посприяти єднанню людей. Утім, якщо серця й душі людей налаштовані на лихе, якщо немає доброї волі, ця рясна злива технологій може мати протилежні наслідки».⁴⁰

1.2.2 ПРО ВПЛИВИ МЕДІА В ДОКУМЕНТАХ КАТОЛИЦЬКОЇ ЦЕРКВИ.

«Дивовижні технічні досягнення наших часів у царинах кіно, радіо й телебачення, даючи нам чимало благ, водночас криють у собі багато серйозних небезпек».⁴¹ Медіаресурси несуть не лише інформацію та задоволення, вони криють в собі дещо більше ніж просто ресурси рекреації. Зауважити слід те, що

³⁴ Пій XII, *Miranda Prorsus*, §92.

³⁵ Там само, §95.

³⁶ Пор. Там само.

³⁷ ПОР. Там само, §93.

³⁸ Там само.

³⁹ ПОР. Там само, §92.

⁴⁰ ПАПСЬКА КОМІСІЯ У СПРАВАХ ЗАСОБІВ СОЦІАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ, *Communio et Progressio*, §9.

⁴¹ Пій XII, *Miranda Prorsus*, §17

«люди весь час занурені в потік суспільного спілкування і цей потік впливає на їхні найглибші переконання та життєві настанови – чи то релігійні, чи то мирські»,⁴² саме тут криється загроза. «Нові види мистецтва мають дуже великий вплив на спосіб мислення та діяння окремих осіб та цілих спільнот».⁴³

Важливо підкреслити, що кіно, як і засоби масової комунікації, представляють інформацію не лише як просто факт, але як дійсність чи як ідею, які часом є забарвлені суб'єктивним чи, в деяких випадках, “потрібним” кутом подання. Мається на увазі, що інформація подається як пережита, автор чи переповідач «завдяки своїй посаді, своїм природним талантам або з інших причин має великий вплив на людей, [...] також має владу визначати думку громадськості, висловлюючи свої погляди».⁴⁴ В силу того, що думки висловлюються у сприятливій для сприйняття формі, та, «будучи доступні майже кожному, чинять могутній вплив на людський розум, вони можуть [...] піддати його владі неконтрольованих пристрастей – залежно від того, гідні похвали чи догани ті видовища, що їх подають людині медіа».⁴⁵

Усвідомлюючи масштаби та потужність впливу Церква говорить, що «чим сильніший і дієвіший вплив цієї людини [Ю.Г. автора інформації], тим більше вона зобов'язана спрямовувати його у правильне річище».⁴⁶ Важливим допоміжним чинником є той факт, що «переглядаючи кінофільм, люди сидять у темній залі; вони розумово, тілесно, а часто й духовно розслаблені».⁴⁷ Безперечно в такій ситуації здійснити вплив на людину не становитиме великої проблеми, ба більше, людина сама сприймає подану інформацію за щось добре, оскільки сприймає її за сприятливих умов. «Розкішна обстановка кінотеатрів, приємна музика, могутній вплив реалістичних видовищ, розмаїті вигадки й фантазії – все це також стоїть на службі кіно. Саме з цієї причини воно приваблює й заворожує молодь, підлітків, навіть дітей».⁴⁸

⁴² Папська Комісія у справах засобів соціальної комунікації, *Communio et Progressio*, §127.

⁴³ Пій XII, *Miranda Prorsus*, §5

⁴⁴ Папська Комісія у справах засобів соціальної комунікації, *Communio et Progressio*, §28.

⁴⁵ Пій XII, *Miranda Prorsus*, §18

⁴⁶ Папська Комісія у справах засобів соціальної комунікації, *Communio et Progressio*, §28.

⁴⁷ Пій XI, *Vigilanti Cura*, § 27.

⁴⁸ Там само, § 28.

Вплив на молодь, як на відкритих до світу особистостей, є найбільшим, вони найбільше піддаються ризику, оскільки перебувають «в тому віці, коли формується моральне почуття, коли розум і серце сприймають життєві ідеали справедливості, доброчесності, обов'язку, – кіномистецтво, яке справляє такий безпосередній вплив, має вирішальне значення».⁴⁹ Крім того, це зумовлено особливістю атмосфери під час перегляду фільму,⁵⁰ оскільки такі умови «здатні викликати надзвичайне завзяття і до хороших, і до лихих вчинків, здатні призводити до тієї колективної екзальтації,⁵¹ що, як свідчить досвід, може набирати хворобливих форм».⁵² Слід відмітити, що технічні «засоби комунікації владні визначати не тільки те, що люди думають, а й те, про що вони думають. Для багатьох людей реальність – це те, що вважають за реальне мас-медіа; а на що мас-медіа не зважають – те й значить небагато».⁵³ Відповідно медіа впливає не лише на що думки людей, але також на те, що вони роблять.⁵⁴

Кінострічки мають іще одну важливу особливість, яка виводить їх на інший рівень подання інформації. Сприймачі кінофільмів мають більше зацікавлення у сприйнятті інформації, вона сприймається легше, оскільки «читання й слухання потребують певних зусиль, натомість кіно дає саме тільки задоволення від споглядання низки конкретних і, так би мовити, живих картинок».⁵⁵ Більше того, переглядаючи фільм ми спостерігаємо «драматичний сюжет, що дивовижним чином поєднує яскраві й живі картини з відповідними словами та мелодіями і через те впливає не тільки на розум, а й на всі здатності людської душі».⁵⁶ Тому слід пильнувати, щоб медіа несли добрий вплив на суспільство, не загрожувало духовній та психологічній складовій особи.

⁴⁹ Пій XI, *Vigilanti Cura*, § 28.

⁵⁰ Пор. *Там само*, §26.

⁵¹ Екзальтація – Надмірне захоплення чимось, збудження під впливом чого-небудь, захопленість, захват, збудження, піднесення, вибух емоцій. (див. В. ЯРЕМИНКО, О.СЛІПУШКО, *Новий Тлумачний словник української мови*. Київ: Видавництво «Аконіт» 2000)

⁵² Пій XI, *Vigilanti Cura*, §26.

⁵³ ПАПСЬКА КОМІСІЯ У СПРАВАХ ЗАСОБІВ СОЦІАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ, *Communio et Progressio*, §4.

⁵⁴ Пор. Пій XII, *Miranda Prorsus*, §5.

⁵⁵ Пій XI, *Vigilanti Cura*, §21

⁵⁶ *Там само*, §55.

«Громадська думка чинить величезний вплив на приватне та прилюдне життя всіх верств громадян».⁵⁷ Тому слід сприяти тому, «щоб і в цій царині всі члени суспільства не збочили з дороги справедливості й любові. За допомогою засобів соціальної комунікації вони повинні сприяти становленню й поширенню здорової громадської думки».⁵⁸ В такий спосіб стане можливим уникнути негативний вплив, а також утвердити добрий виховний вплив на особистість.

«Чим дивовижніших успіхів досягають кіномистецтво й кінопромисловість, тим згубнішими й смертоноснішими вони виявляються для моралі, релігії, навіть для добрих звичаїв людського суспільства».⁵⁹ Слід розуміти, що не у будь-якому випадку вплив буде згубним. Варто добре усвідомити масштаби і силу, які має у собі кіно. Воно є дивовижним і водночас загрозливим благом і дуже залежить із якими цілями його використовувати. Адже «ці новітні технічні засоби могли б стати неоціненною допомогою на всіх рівнях виховання й навчання. Вони допомагають боротися з неписьменністю, пособляють початковій та подальшій освіті».⁶⁰ Тому їх слід використовувати у просвітницькій діяльності.

Таким чином, «здатність медіа або зміцнювати, або послаблювати традиційні опорні точки: релігію, культуру, родину»⁶¹ робить ці ресурси потужним допоміжним інструментом і, водночас, найнебезпечнішою зброєю по відношенню до суспільства. Для того, «щоб медіа діяли на благо, треба, щоб усі, хто ними послуговується, знали засади морального порядку і готові були застосувати їх на практиці».⁶² Крім цього, «щоб Церква не переставала критично оцінювати мас-медіа та їхній вплив»,⁶³ адже небезпека однаково залишається.

⁵⁷ II Ватиканський Собор, *Inter Mirifica*, §8.

⁵⁸ Там само.

⁵⁹ Пій XI, *Vigilanti Cura*, §7

⁶⁰ Папська Комісія у справах засобів соціальної комунікації, *Communio et Progressio*, §20.

⁶¹ Папська Рада у справах соціальної комунікації, *Aetatis Novae*, §12.

⁶² Там само, §4.

⁶³ Там само, §12.

1.2.3 КОНСТРУКТИВНИЙ ВПЛИВ МЕДІА

Як вже не раз було сказано медіа є надзвичайно потужним інструментом. Його властивості продовжують розвиватися і дивувати. «Церква заохочує й підтримує все, що може справді збагатити людський розум, бо вона – покровителька і дбайлива мати людського знання та шляхетного мистецтва».⁶⁴ Крім того, медіаресурси сприяють розвиткові людства. «Багато фільмів своєю великою силою переконання сприяють прогресові людства та піднесенню духовності».⁶⁵ Це стається в силу того, що медійні засоби мають властивість навчати, вони здатні розширити людські знання, а також мають властивості повчати у духовній та моральній сфері. «Висвітлення, змалювання або опис морального зла, [...] якщо вдатися до певних драматичних способів, може посприяти глибшому пізнанню й розумінню людини, звеличенню правди й добра».⁶⁶ Оскільки через використання емоційної складової побачене на екрані стає наче досвідченим людиною і, як наслідок, краще сприймається і запам'ятовується.

Кіно здатне допомогти в усвідомленні різних речей, додавати знань, показувати правду у привабливому вигляді, допомагати в порозумінні на багатьох рівнях, допомогти встановити суспільний лад,⁶⁷ також «здатне справити глибокий моральний вплив на тих, хто його дивиться. Окрім того, що воно дає задоволення, воно здатне прищеплювати благородні життєві ідеали».⁶⁸ Таким чином, кіно є потужним педагогічним засобом, зокрема – засобом впливу. Практично всякий вплив можна здійснити за допомогою цих нових ресурсів технологічного прогресу. «Медіа допомагають прищепити народові належне почуття своєї культурної самобутності, сприяють взаємопізнанню і взаємозбагаченню країн та культур».⁶⁹ Дозвілля, що має рекреаційний чинник є необхідне у сучасному суспільстві, оскільки люди багато працюють. Слід

⁶⁴ ПАПЬСКА РАДА У СПРАВАХ СОЦІАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ, *Aetatis Novae*, §12.

⁶⁵ ПАПЬСКА КОМІСІЯ У СПРАВАХ ЗАСОБІВ СОЦІАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ, *Communio et Progressio*, §144.

⁶⁶ П ВАТИКАНСЬКИЙ СОБОР, *Inter Mirifica*, §7.

⁶⁷ Пор. Пій XI, *Vigilanti Cura*, §25.

⁶⁸ Там само.

⁶⁹ ПАПЬСКА КОМІСІЯ У СПРАВАХ ЗАСОБІВ СОЦІАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ, *Communio et Progressio*, §51.

підкреслити, що дозвілля мусить бути гідним, морально добрим і наближати людину до добра.⁷⁰ Адже справжній відпочинок є добром і для добра людини.

Церква каже: «Ми щиро закликаємо [...] повною мірою використати все розмаїття скарбів християнської цивілізації».⁷¹ Адже не використовувати те, що може дати багато добра і бути корисним для розвитку суспільства є ігноруванням Божого дару.

1.2.4 ДЕСТРУКТИВНИЙ ВПЛИВ МЕДІА

Не є таємницею, що «сьогодні, як ніколи, спосіб життя й мислення людини зазнає глибокого впливу засобів комунікації».⁷² Окрім того, що медіаресурси пропонують великі блага нашому суспільству, вони також можуть стати великою загрозою через свій деструктивний вплив на індивідів. Оскільки, «більше, ніж фізіологічних і психологічних проблем, треба остерігатися тих небезпек, що впливають на мораль [...] і, якщо не запобігти їм і вчасно їх не заборонити, здатні завдати великої шкоди людському суспільству».⁷³ Адже порушення моральних засад несе за собою порушення правильних стосунків і взаємозв'язків не лише із людьми, але й із самим собою та навколишнім світом. «Народи, які в години відпочинку віддаються розвагам, що зневажають пристойність, честь чи мораль [...] сильно ризикують втратити свою велич і навіть свою національну могутність».⁷⁴ Мораль є тим фактором, що може зміцнити і оздоровити суспільство, сформувати в ньому міцні взаємозв'язки та стати передумовою доброї співпраці, що в кінцевому результаті сприятиме його розвитку. Суспільство піддається ризикові, якщо не керуватиметься у своєму прогресі християнськими засадами моралі, внаслідок чого прогрес стане злом.⁷⁵ Таким прогресом і його засобами, які мали стояти на службі добра суспільства

⁷⁰ Пор. Пій XI, *Vigilanti Cura*, §18.

⁷¹ Пій XII, *Miranda Prorsus*, §132.

⁷² ПАПСЬКА КОМІСІЯ У СПРАВАХ ЗАСОБІВ СОЦІАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ, *Communio et Progressio*, §1.

⁷³ Пій XII, *Miranda Prorsus*, §65.

⁷⁴ Пій XI, *Vigilanti Cura*, §18.

⁷⁵ Пор. Пій XII, *Miranda Prorsus*, §19.

«поневолено буде не тільки тілесні, а й духовні сили людини».⁷⁶ В силу таких обставин суспільство почне регресувати.

Усі знають, якої шкоди завдають душі погані фільми. Вони спонукають до гріха; прославляючи пристрасті, вони підбивають молодих людей ставати на шлях зла; вони відображають життя в облудному світлі; паплюжать ідеали; руйнують чисте кохання, повагу до шлюбу, любов до родини. Крім того, вони здатні сіяти поміж людей забобони, створювати непорозуміння поміж народами, суспільними верствами або й расами.⁷⁷

Сучасні медіаресурси «щоб нікого не образити, часто тримаються нейтральної позиції. Як же в суспільстві, де поміж людьми немає одностайності відрізнити правдиве від хибного, добре від лихого»?⁷⁸ Служіння правді є необхідним щоб не ввести суспільство в обман, щоб воно бува не прийняло помилкове за істину. Адже в такому випадку це називається маніпулюванням. Потрібно «запобігти зосередженню “влади повідомляти” в руках небагатьох, адже коли це станеться, то діалогові настане кінець».⁷⁹ Також варто зауважити, що не всякий вплив на думки суспільства є заборонений. Можна і під час служіння правді, проводити так звану “прорпаганду”. Слід керуватися тим, щоб ні мета впливу, ні спосіб виконання не зневажили гідність людини, громади, національностей та народів.⁸⁰

Ще одна проблема, яка деструктивно впливає на суспільство це «надзвичайне поширення порнографії й буянства насильства в медіа».⁸¹ Завдяки можливості швидко і глобально ширити інформацію кожна людина яка має доступ до сучасних засобів комунікації, ризикує стикнутися з цими двома явищами.⁸² «Найголовніше, що привносять порнографія та насильство, – це зневага до людини, трактування її як речі, а не як особистості».⁸³ Тому говорити про здорові стосунки неможливо, адже людина вже не трактується як людина, як особистість, але як предмет мого задоволення, засіб для тамування моїх пождань. Порнографія є небезпечною тим, що викривлює розуміння

⁷⁶ Пій XII, *Miranda Prorsus*, §19.

⁷⁷ Пій XI, *Vigilanti Cura*, §24.

⁷⁸ ПАПСЬКА КОМІСІЯ У СПРАВАХ ЗАСОБІВ СОЦІАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ, *Communio et Progressio*, §21.

⁷⁹ Там само.

⁸⁰ Пор. Там само, §29.

⁸¹ Там само, §5.

⁸² Там само, §6.

⁸³ Там само, §18.

сексуальності та сексуальної активності. Вона трактує її лише як дієвий засіб задоволення, а не як виявлення міцної і тривалої любові. Такі тенденції загрожують основам сім'ї, її підвалинам.⁸⁴ «Засоби комунікації зробили порнографію та насильство доступними для величезної аудиторії»,⁸⁵ що стало передумовою трактування сексуальної активності як способу задоволення базових потреб, а протилежної статі – виключно як засобу для досягнення задоволення.

Варто зазначити, що «зображення насильства й жорстокості породить певну настановленість душі і (як твердить багато фахівців) викличе психоз – явище, непідвладне контролю тих сил, що пустили його до життя».⁸⁶ Тому такі впливи носять загрозу суспільству, зокрема, як для його духовного, так і для психічного і фізичного здоров'я. Такі впливи можуть лише «утвердити жорстокість і насильство як звичний спосіб вирішувати суперечки».⁸⁷ Таким чином, «нездорові й нечисті розваги підточують моральний стрижень нації».⁸⁸ Вони затирають розуміння фундаментальних речей, роблять заборонене більш доступним і позиціонують його як допустиме. Користаючи з інформації, де зображено вищезгадані проблеми, людина має ризик утвердити нездорові моделі світогляду у житті, у своєму способі сприйняття світу, вона втрачає розуміння гідності інших людей, не вважає за потрібне мати повагу та пошану до інших осіб.⁸⁹

Ще одним «великим ризиком є те, що засоби масової комунікації спокушають сховатися в світі мрій».⁹⁰ У такому разі людина не проживає справді життя, вона немовби атрофується в реальності і живе ніби в іншому вимірі. Нам слід добре зрозуміти «як можна уникнути того, щоб оте суспільне спілкування,

⁸⁴ Пор. Папська Комісія у справах засобів соціальної комунікації, *Communio et Progressio*, §29.

⁸⁵ Там само, §6.

⁸⁶ Там само, §43.

⁸⁷ Там само.

⁸⁸ Пій XI, *Vigilanti Cura*, §40.

⁸⁹ Пор. Папська Рада у справах соціальної комунікації, *Порнографія та насильство в засобах соціальної комунікації*, §13.

⁹⁰ Папська Комісія у справах засобів соціальної комунікації, *Communio et Progressio*, §21.

яке відбувається посередньо, через різні пристрої, не послаблювало безпосередні людські взаємини – особливо коли воно набирає форми картин та образів».⁹¹

Церква щиро бажає, «щоб християн дбайливо й якомога частіше застерігали про всі небезпеки, які тягне за собою кіно».⁹² Важливо бути свідомим, що медіа значною мірою впливає на особу. Найбільш відповідальним за такий вплив є той, хто сприймає інформацію, адже «кожен зможе легко уникати тих фільмів, що є шкідливими для доброї моралі, й звісно, подвійно уникати тих, що є засобом наживи для торговців різною поганню і являють собою поганий приклад іншим».⁹³ Тому варто пильнувати, щоб не піддатися такому впливу. «Треба невтомно боротися проти всього, що послаблює людське почуття честі та пристойності»,⁹⁴ адже коли такий чин буде відбуватися, то це не принесе ніякої користі суспільству. Більше того, самі «ці види мистецтва нестримно покотяться вниз дорогою падіння, – тоді вони, ясна річ, стануть на заваді людському розвитку й послаблять людську мораль».⁹⁵

Варто зазначити, що Церква не просить бути моралістами всіх тих, що продукують і сприймають інформацію у світі медіа, але заохочує бути свідомими того, яку велику силу має ця творчість, щоб могли відкривати і проливати світло. «Церква не може дозволити порушення тих принципів та законів, що спрямовують людину й керують нею на її шляху до Бога – тобто до її остаточної мети».⁹⁶ Цим Вона керується, коли розглядає вплив медіаресурсів на суспільство.

1.2.5 КІНО ЯК ВИД МИСТЕЦТВА

Церква визнає кіно особливим видом творчості й каже, що потрібно «настановляти й доглядати цей великий дар мистецтва, щоб він не зайшов у тяглий конфлікт із християнською мораллю або навіть простою людською мораллю, заснованою на законах природи».⁹⁷ Мистецтво є добрим плодом

⁹¹ ПАПСЬКА КОМІСІЯ У СПРАВАХ ЗАСОБІВ СОЦІАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ, *Communio et Progressio*, §21.

⁹² Пій XII, *Miranda Prorsus*, §83.

⁹³ Там само, §82.

⁹⁴ Пій XI, *Vigilanti Cura*, §32.

⁹⁵ Пій XII, *Miranda Prorsus*, §40.

⁹⁶ Там само, §35.

⁹⁷ Пій XI, *Vigilanti Cura*, §4.

культури, воно звертається до духовності та до розуму людини, «адже твори мистецтва вельми точно й виразно – далеко краще, ніж умоглядні характеристики – розкривають вдачу людей, їхні думки, почуття й прагнення».⁹⁸ Мистецтво спонукає до духовного життя, закликає та провокує відчувати свою духовність. «Основна мета мистецтва, його *raison d'être* (із *франц.*: підстава, основа) – сприяти вдосконаленню моральної особистості, якою є людина; отже, саме мистецтво має стати моральним».⁹⁹

Мистецтво варте пошани через те, що воно багато означає для людини, через свою досконалість. Естетика здатна запросити до високих почуттів. Крім того, витвори мистецтва сягають таємних і прихованих закутків людини і несуть туди світло. Мистецтво здатне за допомогою матеріального показати духовну дійсність в такий спосіб, щоб її можна було сприйняти органами чуття. Із цього випливає, що мистецтво сприяє духовному пізнанню.¹⁰⁰

Для того щоб «побачити великий культурний потенціал медіа, досить тільки поглянути, як вони прислужилися традиційному фольклорному мистецтву тих країн, де перекази, вистави, пісні й танці досі ще виражають давню народну спадщину».¹⁰¹

Медіаресурси «дають також можливість задовольнити найрозмаїтіші потреби й інтереси, оскільки вони спроможні – фахово й привабливо – представляти витвори всіх видів мистецтва».¹⁰² Таким чином, засоби масової інформації є мистецтвом і представляють мистецтво. Окрім того, що вони показують мистецтво, яке було до їхньої появи вони також із своєї природи дають можливість творити. Так, до прикладу, фільм може представляти культуру певного народу, транслюючи його танці, співи, але й спосіб подачі є вже мистецтвом, новим мистецтвом.

⁹⁸ ПАПСЬКА КОМІСІЯ У СПРАВАХ ЗАСОБІВ СОЦІАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ, *Communio et Progressio*, §56.

⁹⁹ Пій XI, *Vigilanti Cura*, §4.

¹⁰⁰ Пор. ПАПСЬКА КОМІСІЯ У СПРАВАХ ЗАСОБІВ СОЦІАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ, *Communio et Progressio*, §55.

¹⁰¹ *Там само*, §51.

¹⁰² *Там само*, §50.

Митцю та всім, хто бере участь у творчому процесі слід «докласти сил, щоб зробити кіно моральним мистецтвом, навчителем моралі й засобом освіти».¹⁰³ Хоч це не так легко, бо для того, щоб творити високе мистецтво, потрібне докладання великої праці та великих зусиль. Тому досить поширеним є явище, що медіаресурси «догоджають смакам найменш культурної частини аудиторії. Таким чином, забираючи в сучасної людини так багато часу, вони можуть легко відвернути її від вищих і корисніших культурних цілей».¹⁰⁴

Варто також згадати, що «певні типи осіб і певні верстви людей набагато легше принадити до кінотеатрів, де представляють стрічки, розраховані на те, щоб розпалювати пристрасті й збуджувати ниці інстинкти, приспані в людській душі».¹⁰⁵ Коли витвори мистецтва представляють людині деформовані ідеї та форми, які суперечать задуму Творця, то вони, звертаючись до пристрастності людини, приваблять, але не якістю і вартістю, а їхньою немічністю і зацікавленістю – тобто не високим, але ницим.¹⁰⁶ Така діяльність спрямована на отримання наживи. Мистецтво не слід сприймати виключно і першочергово як засіб до збагачення, бо воно має в собі неоціненний потенціал, який сприяє розвитку та впливу на людину,¹⁰⁷ тому незацікавленість у якості матеріалів є незацікавленістю у впливі, який вони нестимуть. Отже, розвиток і деградація зводяться до рівнозначних та рівноцінних за якістю явищ. Також, «щоб показувати речі справді мистецької цінності й відображати багатоманіття людської доброчесності, треба докласти багато розумових сил, тяжкої праці, вміння й іноді великих грошових витрат».¹⁰⁸ Таким чином, не всі володіють можливістю виконувати це на належному рівні, що приховує додатковий ризик деструктивного впливу на особу. Вберегти людину від такого впливу можливо, проте для цього потрібно «виховувати в дітей мистецький смак, проникливе критичне мислення й почуття своєї відповідальності, засноване на здоровій

¹⁰³ Пій XI, *Vigilanti Cura*, §4.

¹⁰⁴ ПАПСЬКА КОМІСІЯ У СПРАВАХ ЗАСОБІВ СОЦІАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ, *Communio et Progressio*, §53.

¹⁰⁵ Пій XI, *Vigilanti Cura*, §16.

¹⁰⁶ ПОР. Пій XII, *Miranda Prorsus*, §36.

¹⁰⁷ ПОР. *Там само*, §92.

¹⁰⁸ Пій XI, *Vigilanti Cura*, §16.

моралі».¹⁰⁹ Адже керуючись засадами моралі вони матимуть змогу розпізнати цей згубний вплив і уникнути його. «Усе це потрібно дітям, щоб розважливо вибирати щось краще між пропонованими виданнями, фільмами та передачами».¹¹⁰

1.2.6 ЗАЛУЧЕННЯ МЕДІЙНИХ РЕСУРСІВ У ДУШПАСТИРСЬКУ ДІЯЛЬНІСТЬ ЦЕРКВИ

Медіаресурси мають великі можливості взаємодіяти дистанційно із масами людей, доносити ідеї та думки у дуже зрозумілий спосіб попри те, що медіа можуть нести також негативний вплив їх не варто обходити, не варто зводити, до прикладу кіно, лише до способу відпочинку,¹¹¹ адже володіючи такою величезною силою, воно може й повинно бути носієм світла й дороговказом, що спрямовуватиме людей до добра.¹¹²

Церква закликає всіх єпископів долучитися до великої справи берегти мораль у медіа.¹¹³ Якщо пильнувати, щоб засоби медіа служили правді, тоді ця «велика світова сила – кіно – буде спрямована до шляхетної мети поширення найвищих ідеалів та правдивих норм життя».¹¹⁴ «Євангеліє, поширюване через засоби комунікації, зможе набагато дієвіше сприяти становленню братерства всіх людей під батьківською опікою Бога».¹¹⁵ Зважаючи на те, що «Церква – як ніхто інший – має обов’язок нести до кожної людини своє послання: послання вічного спасіння; послання, що не має собі рівних силою та багатством»,¹¹⁶ Вона мусить використовувати кіно та інші медіаресурси, які можуть подати інформацію в такий спосіб, щоб вона, «долаючи морські та земні простори й навіть розбурхані пристрасті людських душ, могла досягати своїм цілющим впливом людські уми, як того вимагає довірена Нам найвища апостольська місія»,¹¹⁷ оскільки має інструменти, які інформують в доступний всім спосіб.

¹⁰⁹ Папська Комісія у справах засобів соціальної комунікації, *Communio et Progressio*, §67.

¹¹⁰ Там само.

¹¹¹ Пор. Пій XI, *Vigilanti Cura*, §43.

¹¹² Пор. Там само.

¹¹³ Пор. Там само, §56.

¹¹⁴ Там само.

¹¹⁵ Папська Комісія у справах засобів соціальної комунікації, *Communio et Progressio*, §13.

¹¹⁶ Пій XII, *Miranda Prorsus*, §6.

¹¹⁷ Там само, §11.

Також і «священик повинен добре знати всі дотичні до кіно, радіо й телебачення питання, що непокоять християн».¹¹⁸ Таким чином, Церква може і має користати з можливостей кіно, радіо, телебачення та інших ресурсів для проповідування Слова Божого. Однак не йдеться про збільшення кількості голошення Євангелія, тут криється дещо глибше. Євангелізація сьогоденної культури залежить від засобів масової комунікації, тому не вистачить просто використовувати їх, потрібно долучити голошення в сучану культуру, яка є витворена засобами масової комунікації.¹¹⁹ Отже, просте використання створить немов би альтернативу для використання часу. Люди шукатимуть інформацію про Спасіння. Слід зробити так, щоб інформація, яку ширить медіа, схиляла людей до добра, до Бога, щоб реалізовувала Божий задум відносно людства.

Можемо підсумувати, що Католицька Церква закликає всіх, хто причетний до процесу творення кіно, усвідомити відповідальність, яку вони несуть. Кінематограф є добрим засобом комунікації і більше того – кіно є мистецтвом. Воно є добрим засобом як для відпочинку, так і для освіти. Втім не слід зловживати відпочинком і слід відбирати інформацію до перегляду, оскільки кіно, маючи велику силу переконання, здатне схиляти та заохочувати нас як до добра, так і до зла. Також і Церква має використовувати продукцію кінематографу для пасторальної діяльності.

¹¹⁸ Пій XII, *Miranda Prorsus*, §151.

¹¹⁹ Пор. ІВАН ПАВЛО II, *Redemptoris Missio*, §37.

РОЗДІЛ II

ВИБРАНІ МЕХАНІЗМИ ТА ЗАСОБИ ВПЛИВУ ЗМІ НА ЛЮДИНУ

2.1 ПРОПАГАНДА ЯК ФОРМА КОМУНІКАЦІЇ

2.1.1 ПРОПАГАНДА – ЗАСІБ ВПЛИВУ НА СВІДОМІСТЬ ЛЮДИНИ

У сучасному світі інформація оточує людину, втім не всяка інформація є простою констатацією факту, як от математичні рівняння чи закони фізики. Деяка інформація несе особливе суб'єктивне забарвлення, суб'єктивні інтереси. Така інформація здатна переконувати нас, схилити до тієї чи іншої думки. Часто можна почути про пропагування тих чи інших ідей або поглядів. Проте, саме слово “пропаганда” асоціюється у нас із чимось незаконним, чимось таким, що змушує нас думати в певний спосіб, нав'язує ідеї. Звернувшись до словника знаходимо такі значення слова “пропаганда”:

- 1) «Поширення і постійне глибоке та детальне роз'яснення яких-небудь ідей, поглядів, знань; агітація; популяризація».¹
- 2) «Ідейний вплив на широкі маси або певні групи людей, що носить політичний або релігійний характер (проповідь, проповідування)».²
- 3) «Система засобів масового поширення ідей, поглядів».³
- 4) «Складова частина назви певних відділів державних і громадських установ».⁴
- 5) «Діяльність, спрямована на системне поширення та активну популяризацію ідей, учень, поглядів, знань, міфів, стереотипів тощо з метою формування певного світогляду, корегування системи цінностей, створення необхідного емоційного фону для здійснення впливу на поведінку окремої людини або суспільства в цілому».⁵

¹ «Пропаганда» // *Новий тлумачний словник української мови. т. 3.* Київ: Аконіт 2000, 796.

² Там само.

³ Там само.

⁴ Там само.

⁵ Ю. ЛЕВЕНЕЦЬ, *Політична енциклопедія.* Київ: Парламентське видавництво, 2011, 610.

Щодо походження слова, то термін «“пропаганда” бере свій родовід від назви католицької організації *Congregatio de Propaganda Fide* (Конгрегація пропаганди віри), створеної у 1622 році Папою Григорієм XV для поширення католицизму».⁶ Із часом «слово стало означати будь-яку організацію чи схему, створену для пропаганди тієї чи іншої доктрини або системи».⁷ Розуміння значення слова змінилося, «сьогодні йому даний негативний відтінок»,⁸ що було зумовлено зловживанням. Втім, «“пропаганда” в своєму первинному значенні – цілком пристойне, чесне слово, що має гідне походження і заслуговує поваги».⁹ Слід розмежовувати те, для чого використовувалася пропаганда і те, чим вона є насправді оскільки пропаганда є засобом, який можна використати як на популяризацію моральних, так і не моральних ідей. Таким чином, не у всіх випадках використання засобів пропагування ідей є негативним явищем, що не має права на існування.

Сама інформація мусить мати певні характеристики, ознаки, які дозволять їй діяти потрібним способом для досягнення поставленої мети. «Пропагандистським повідомленням називається належним чином підготовлена інформація, що враховує потреби пропаганди».¹⁰ Саме інформація, яка обробляється та аналізується для більш коректного, залежно від потреби, випадку, несе пропаганду. «Пропаганда в сучасних умовах є ідеологічною зброєю, що сприяє поширенню найважливішої [...] інформації, розширенню кола прихильників певних ідей і їх рішучих захисників».¹¹ Таким чином, формується середовище, в якому пропагована інформація набуває певного значення.

«Засоби масової інформації стали головним інструментом для поширення повідомлень, що впливають на суспільну свідомість»,¹² адже вони є зручним інструментом для поширення різних об'ємів інформації. Оскільки носієм

⁶ Ю. ЛЕВЕНЕЦЬ, *Політична енциклопедія*. Київ: Парламентське видавництво, 2011, 610.

⁷ Э. БЕРНЕЙС, *Пропаганда* / перекл. И.Ющенко. Москва: Hippo Publishing: 2010, 16.

⁸ Там само, 17.

⁹ Там само.

¹⁰ Л. ВОЙТАСИК, *Психология Политической Пропаганды*. Прогресс: Москва 1981, 46.

¹¹ Там само, 41.

¹² С. КАРА-МУРЗА, *Манипуляция Сознанием*, Москва: Эксмо 2005, 274.

пропагандистських ідей є все те, що має інформативний зміст та характер, саме засоби масової інформації стали найбільш зручним інструментом для пропагування ідей.

«Громадські групи і об'єднання більше не підвладні локальним і груповим обмеженням»,¹³ адже за допомогою ЗМІ відстань між комунікатором та «реципієнтом» зменшилася до вражаючих показників як в часі, так і в способі взаємодії. Таким чином, доступ до багатьох спільнот чи окремих осіб став простішим та вже не потребує фізичної присутності, а сама інформація, яка передається опосередковано, поширюється значно швидше. Засвоювання ідей та стереотипів відбувається у повсякденному житті людини через обмін думками.¹⁴

Варто також зазначити, що пропагування тих чи інших ідей продовжує здійснюватися в тому числі людьми, які стали носіями ідеї, тобто пропагованої інформації. «Вкрай складно зрозуміти, скільки в нашому суспільстві є подібних груп [сфер спілкування] і за якою ознакою вони формуються».¹⁵

Варто зазначити, що «наша поведінка завжди знаходиться під впливом інших людей, і захистити себе від цього впливу, якимось жорстким бар'єром, ми, в принципі, не можемо»,¹⁶ оскільки, це б означало, що ми маємо ізолювати себе від всякої інформації, або ж володіти повним її обсягом, маючи бачення ситуації з усіх можливих точок зору. «Пропаганда є засобом формування громадської думки»¹⁷ та подає інформацію в необхідному руслі. Крім того, для досягнення успіху «пропагандистський вплив має бути постійним та інтенсивним»,¹⁸ оскільки «одноразовість подачі інформації під потрібним нахилом є малоефективною».¹⁹ Цей процес мусить бути тривалим, щоб мати успіх.

«Прийоми маніпулювання суспільством за допомогою пропаганди вимагають витонченої психологічної підготовки для ретельного маскуванню

¹³ Э. БЕРНЕЙС, *Пропаганда*, 6.

¹⁴ Пор. *Там само*, 10.

¹⁵ Э. БЕРНЕЙС, *Пропаганда*, 6.

¹⁶ КАРА-МУРЗА С.Г., *Манипуляция сознанием*, Москва: Алгоритм: 2005, 15.

¹⁷ Л. ВОЙТАСИК, *Психология Политической Пропаганды*, 41.

¹⁸ *Там само*, 63.

¹⁹ Л. ВОЙТАСИК, *Психология Политической Пропаганды*, 63.

справжніх цілей»,²⁰ оскільки «тільки якщо людина під впливом отриманих сигналів перебудовує свої погляди, думки, настрої, свою мету і починає діяти за новою програмою, отже маніпуляція відбулася».²¹ Однак, важко буде переконати людину чи натовп зробити потрібне рішення, якщо вони знатимуть про намір на них вплинути, оскільки кожна людина прагне робити вибір самостійно. Саме тому «людям не говорять прямо: “Дійте так, а не інакше”, – натомість знаходять психологічний трюк, який викликає відповідну реакцію. Такий психологічний трюк називають стимулом».²² Потрібно спровокувати людину зробити потрібний вибір і зробити це в такий спосіб, щоб вона вважала, що зробила цей вибір самостійно. «Маніпуляція – це прихований вплив, факт якого не повинен бути помічений об’єктом маніпуляції».²³ Це обумовлено тим, що об’єкт маніпуляції має бути налаштований на звичайну інформацію, яка доноситься до нього як дійсність, зокрема, як факт, який він аналізує і, відносно своїх аналізів, переконань і вподобань, робить вибір. «Жертвою маніпуляції людина може стати лише в тому випадку, якщо вона не виступає як її співавтор, співучасник».²⁴ Саме із цієї причини «індивід є беззахисним перед процесом маніпулювання його поведінкою, оскільки сам процес відбувається поза межами його свідомості».²⁵ Маніпуляція повинна здійснюватись непомітно, оскільки це є однією з передумов успішного впливу.

Таким чином, варто дещо розрізнити поняття пропаганди і впливу. Пропаганда в своїй суті не є негативним поняттям, але може мати негативний спосіб використання. Дати оцінку пропаганді можна за інформацією, яка для неї використовується, а саме за її метою, якістю та правдивістю.

Що стосується способу подання всякої пропагандистської інформації, то вона «повинна бути доведена до реципієнта в закінченій і зрозумілій формі».²⁶ Саме таку «форму часто називають пропагандистським повідомленням, що

²⁰ Л. ВОЙТАСИК, *Психология Политической Пропаганды*, 57.

²¹ С. КАРА-МУРЗА, *Манипуляция Сознанием*, 19.

²² *Там само*, 273.

²³ *Там само*, 16.

²⁴ *Там само*, 19.

²⁵ Л. ВОЙТАСИК, *Психология Политической Пропаганды*, 57.

²⁶ *Там само*, 46.

трактується як одинична пропагандистська дія (лекція, доповідь, листівка, плакат, гасло, газетна стаття, виступ на радіо і т.п.)».²⁷ Однак, одиничні дії характеризуватимуться мінімальним результатом, у зв'язку з цим, «сучасна пропаганда – це послідовна, достатньо тривала діяльність, спрямована на створення або на інформаційне оформлення різних подій з метою впливу на ставлення мас до підприємства, ідеї або групи».²⁸ Тривале і правильне подання інформації сформує у людини враження дійсності і цим самим схилить до потрібного рішення. «Нами управляють, нашу свідомість програмують, наші смаки зумовлюють, наші ідеї нам пропонують – все це роблять в основному люди, про яких ми ніколи і не чули».²⁹ Програмування свідомості відбувається шляхом тривалого впливу, який, в свою чергу, вносить альтернативні варіанти поглядів на ту чи іншу ситуацію.

Варто виділити два елементи пропаганди, які є ключовими для ідентифікації (трактування) повідомлення як пропаганди. Першим таким елементом є сама інформація, яка пронизана пропагандистськими ідеями, оскільки вже носить деяке забарвлення та певний погляд на ситуацію. Таким чином, інформація вже має характеристику чи певну оцінку.³⁰

Другим елементом є спонукання до якоїсь цілі, власне, мета пропаганди, до якої наполегливо, хоча не завжди помітно схиляють. Ще одна ціль пропаганди – гуртування людей навколо ідеї. Пропаганда завжди вказує на ціль, та, зокрема, на реакцію, якої очікують від реципієнтів комунікації.³¹ Ці два фактори і ці дві ознаки дають пропаганді силу і характеризують її як засіб впливу на свідомість як окремої особистості, так і цілих соціальних груп.

2.1.2 КІНО ЯК ПРОПАГАНДА

Одним із ключових засобів масової інформації є кіно. Кінематограф не є винятком у ширенні ідей та поглядів, знаних як пропаганда. «Пропаганда

²⁷ Л. ВОЙТАСИК, *Психология Политической Пропаганды*, 46.

²⁸ Э. БЕРНЕЙС, *Пропаганда*, 19.

²⁹ *Там само*, 1.

³⁰ Пор. Л. ВОЙТАСИК, *Психология Политической Пропаганды*, 46.

³¹ Пор. *Там само*, 47.

пронизує все наше життя і змінює нашу картину світу».³² Вона здатна змінити сприйняття дійсності, змінити переконання. «Величезним потенціалом в області пропаганди володіє сучасне [...] кіно. Воно є прекрасним засобом поширення ідей та поглядів».³³ Основною перевагою кіно є те, що під час перегляду «глядач не схильний аналізувати зміст фільму: як правило, він просто переживає події фільму, напружено стежить за сюжетом, в загальному задовольняється його сприйняттям і пасивним переживанням».³⁴ Тут відкривається така особливість, яку пропонує кіно на вжиток для пропаганди – емпатія, або співпереживання, яке включає глядача в стосунок із героями і подіями стрічки. Варто зауважити, що «відповідно до методологічних принципів західних теоретиків першорядним об'єктом пропаганди є емоційні переживання людини, а не її інтелект»,³⁵ основною «мішенню дій маніпулятора є дух, психічні структури людської особистості».³⁶ Саме тому, кінематограф є найбільш вдалим інструментом в руках пропагандистів, адже саме емоційна та духовна складова задіюються під час перегляду, оскільки людина будує відношення до того чи іншого персонажа, до тієї чи іншої події.

Ще однією особливістю кінематографу в галузі пропаганди є те, що «специфічну форму соціально-ідеологічного впливу фільму можна, очевидно, визначити як представлення зразка, моделі поведінки в певних обставинах».³⁷ Кіно, за допомогою сюжету та реакції героїв на них, пропонує стандарти поведінки в тих чи інших ситуаціях. Таким чином, за допомогою кіно можна привести до єдиного стандарту погляди і звички всієї країни.³⁸

Отримуючи інформацію «від якого-небудь авторитету в області етики, чи то священника, популярного есеїста або просто широкопоширеної думки, ми отримуємо стандартний код соціальної взаємодії, який найчастіше

³² Э. БЕРНЕЙС, *Пропаганда*, 21.

³³ *Там само*, 163.

³⁴ В. КУРЕННОЙ, *Философия фильма: упражнения в анализе*. Москва: Новое литературное обозрение 2009, 33.

³⁵ Л. ВОЙТАСИК, *Психология Политической Пропаганды*, 62.

³⁶ С. КАРА-МУРЗА, *Манипуляция Сознанием*, 16.

³⁷ В. КУРЕННОЙ, *Философия фильма: упражнения в анализе*, 33.

³⁸ Пор. Э. БЕРНЕЙС, *Пропаганда*, 163.

наслідуємо».³⁹ Таким чином, моделювання ситуацій у кіно робить можливою поведінку людей за шаблонами. Саме «в ситуації, коли послатися на лідера неможливо і “стаду” доводиться мислити самостійно, люди користуються кліше, заздалегідь заготовленими словами або образами, які символізують досвід або ідеї всієї групи в цілому».⁴⁰

Такі великі кінокомпанії як «Голлівуд, [...] прекрасно справляються із завданням трансляції цінностей фактично будь-якими способами і на будь-якому культурно-специфічному матеріалі».⁴¹ Трансляція цінностей відбувається у звичний для компанії спосіб – через її продукт, зокрема через кіно. Моделювання ситуацій у кіно є певного роду стандартом поведінки чи реакції. Слід також сказати, що недвозначність сенсів та недвозначність їх інтерпретацій, які стають можливими через подання об'єкту в “правильних” ракурсах, щоб досягнути поставлених цілей фільму,⁴² а «в поєднанні з можливістю упакувати в рамки фільму певний наратив – ось на чому заснована пропагандистська міць кінематографу».⁴³ У кіно мінімізована помилка, яка присутня у реальності, оскільки всі дії відбуваються згідно сценарного плану та задуму режисера. Моделювання світу також відбувається у визначеному порядку та під наглядом режисера, сценарію та цілого колективу творців кіно.

У Радянському Союзі кіно також використовували для пропаганди. Використовуючи кіно влада отримувала, за їхніми словами, «важелі культурного підйому мас, на їх виховання, та вплив на них».⁴⁴ Потужність кінематографу в якості інструменту пропаганди була належно оцінена, тому було сказано, що кіно виступає «“як найважливіше з мистецтв”, яке може і має зайняти велике місце в справі культурної революції як засіб широкої освітньої роботи та комуністичної пропаганди, організації і виховання мас навколо гасел і завдань партії».⁴⁵ Щодо долі кіно як засобу впливу було також сказано, що «завдання

³⁹ Э. БЕРНЕЙС, *Пропаганда*, 3.

⁴⁰ *Там само*, 47.

⁴¹ В. КУРЕННОЙ, *Философия фильма: упражнения в анализе*, 189.

⁴² Пор. *Там само*, 28.

⁴³ *Там само*.

⁴⁴ Н. ЛЕБЕДЕВ, *Ленин, Сталин, Партия о кино*. Искусство: Москва 1938, 60.

⁴⁵ *Там само*.

пролетаріату і партії – ці важелі культурного розвитку тримати в своїх руках»,⁴⁶ для того, щоб не створювати небажаних і неконтрольованих реакцій та ідей.

2.2 ТЕОРІЇ ВПЛИВУ ЗМІ НА ЛЮДИНУ

2.2.1 ТЕОРІЯ КУЛЬТИВАЦІЇ

Говорячи про впливи ЗМІ на суспільство варто згадати теорію культивуваці, яка полягає в тому, що «насильство (також і багато інших тем), яке [...] суспільство [...] бачить на екрані, може культивувати соціальну параною, яка суперечить уявленням про надійних людей або про безпечне оточення».⁴⁷ Інформація, яку передає екран, формує певний світогляд у глядача. «Основне положення гіпотези культивуваці полягає в тому, що чим більше часу глядач проводить перед телевізором, тим більше його сприйняття світу наближається до того образу реальності, який він бачить на екрані».⁴⁸ Тривалий перегляд інформації з екрану створює у глядача певні уявлення, які не завжди збігаються із реальністю. «Телебачення робить великий внесок у зміщенні сприйняття реальності»,⁴⁹ оскільки «“реальність” сформована суспільством дає цілісну картину того, що існує, що важливо, що із чим пов'язано, і що правильно».⁵⁰ Суспільство подає інформацію у, так би мовити, “загально-суб'єктивному” ключі, де вже визначено і оцінено всі поняття та якості.

Інформацію про реальний світ людина бере також із віртуального світу, проте, варто зазначити, що «світогляд споживачів масової інформації з більш високим рівнем освіченості менше піддається впливу того образу реальності, який формується телебаченням».⁵¹

Вивчення і пізнання зовнішнього світу здійснюється за допомогою аудіо-візуальних ЗМІ. «Як багато хтось із з нас коли-небудь був в операційній кімнаті,

⁴⁶ Н. ЛЕБЕДЕВ, *Ленин, Сталин, Партия о кино*, 60.

⁴⁷ Э. ГРИФФИН, *Коммуникация: теории и практики*. / перекл. А.Науменко. Харьков: Гуманитарный Центр, 2015, 487.

⁴⁸ Д. БРАЙАНТ, С.ТОМПСОН, *Основы воздействия СМИ*. / перекл. В. Кулебы. Москва: Вильямс, 2004, 120.

⁴⁹ L. GROSS. «Living With Television: The Violence Profile by George Gerbner and Larry Gross» // *Journal of Communication* №26 (2), 1976, 191.

⁵⁰ Там само, 176.

⁵¹ Д. БРАЙАНТ, С.ТОМПСОН, *Основы воздействия СМИ*, 120.

залі кримінального суду, поліцейському пункті або в'язниці, корпоративному залі засідань чи кіностудії, [...] скільки нашого реального світу було вивчено з вигаданих світів?»⁵² Світ, який зображується у телебаченні хоч і вигаданий, зате нам видається як справжній.⁵³ Таким чином, глядачі «можуть витягнути багато випадкових “знань”»⁵⁴ із телебачення. Ці знання схожі на спостереження у реальному світі, а в силу повторюваності збільшується шанс засвоєння. «Рівень злочинності служить найбільш очевидним прикладом спотворення реальності в телевізійних програмах».⁵⁵

Дослідник цього явища, Георг Гембнер, акцентував увагу саме на телебаченні.⁵⁶ Автор теорії вважав його «панівною силою у формуванні сучасного суспільства»,⁵⁷ адже «телебачення істотно відрізняється від інших засобів масової інформації»,⁵⁸ оскільки воно містить ефект масової демонстрації зображень у поєднанні із повідомленнями, а завдяки такому поєднанню має іншу, значною мірою кращу, якість впливу. Також варто брати до уваги те, що глядачі проводять не селективний, а «ритуальний» перегляд телебачення.⁵⁹ Мається на увазі, що глядач більшою мірою переглядає фільми чи програми не так з метою освіти чи отримання потрібної інформації, як для проведення часу чи для розваг. Розваги – це найбільш розповсюджена програма для навчання у будь-якій культурі,⁶⁰ що додає ефекту культивуваці більше сили. Ще однією особливістю є те, що телебачення та кіно складають систему з іншими засобами масової інформації у формуванні «штучного світу»,⁶¹ тобто інформація, яку ЗМІ транслюють, має взаємодоповнюючу та взаємопідсилюючу спільність і співзвучність із кіно та телебаченням.

⁵² L. GROSS. «Living With Television: The Violence Profile by George Gerbner and Larry Gross», 179.

⁵³ Пор. Там само, 179.

⁵⁴ Там само, 179.

⁵⁵ Д. БРАЙАНТ, С.ТОМПСОН, *Основы воздействия СМИ*, 120.

⁵⁶ Пор. Э. ГРИФФИН, *Коммуникация: теории и практики*, 488.

⁵⁷ Там само, 487.

⁵⁸ G. Gerbner, «Cultivation Analysis: an Overview»// *Communicator* (October-December), 2000, 174.

⁵⁹ Пор. Там само, 3.

⁶⁰ Пор. Там само, 177.

⁶¹ Пор. Там само 9.

Слід згадати про побіжний ефект від теорії культивуації – проект культурних показників, керівником якого також був Джордж Гербнер. Проект культурних показників – це проект, у якому періодично аналізується телебачення та його культивуація в різних вікових аудиторіях соціального створення реальності.⁶² Іншими словами, досліджується вплив на свідомість людей та на їхній світогляд. Даний проект базується на впливові насилля, проте розробляється концепція дослідження впливу інших факторів через телебачення.⁶³

Проводячи дослід, брали до уваги повторюваність та певну закономірність послань та образів які здатні сформувавши певне враження, а відтак і уявлення про світ, яке культивується за допомогою потужного культурного явища та інструменту – телевізії.⁶⁴

«Телебачення входить у життя в дитинстві; немає стану “перед експозицією”».⁶⁵ Таким чином, суспільство починає піддаватися впливу телебачення починаючи з раннього віку, оскільки культивуація світогляду здійснюється непомітно ще з дитинства. Слід також зазначити, що «телебачення відіграє певну роль у формуванні тих самих “схильностей”, які згодом втручаються (і часто протистоять) іншим впливам і спробам переконати».⁶⁶ Тому деякі привілеї належать тим “схильностям”, які сформовані в особі раніше. Згідно з дослідженнями, на той час «майже половина дванадцятирічних людей спостерігала принаймні шість годин телебачення щодня».⁶⁷ Наводиться вражаюча статистика, що до моменту закінчення середньої школи середньостатистичний телевізійний глядач спостерігав 13000 насильницьких смертей.⁶⁸ Дана статистика є доказом того, наскільки ЗМІ насичені насильницьким змістом і закликає звернути увагу на це явище із глибшими та глобальнішими дослідженнями.

⁶² G. Gerbner, «Cultivation Analysis: an Overview», 174.

⁶³ Пор. Там само.

⁶⁴ Пор. Там само, 10.

⁶⁵ L. GROSS. «Living With Television: The Violence Profile by George Gerbner and Larry Gross», 174.

⁶⁶ G. Gerbner, «Cultivation Analysis: an Overview», 175

⁶⁷ Там само, 176.

⁶⁸ Пор. Э. Гриффин, *Коммуникация: теории и практики*, 489.

«Гербнер вважав будь-яку людину споживачем. Мета його питань полягала лише в тому, щоб провести розмежування між людьми з “легким” і “важким” ступенем залежності від телевізії»,⁶⁹ оскільки сила залежності є одним із ключових факторів впливу ЗМІ. Автор теорії «проводив опитування людей із різною силою залежності від телебачення на такі теми: 1) Ймовірність попадання в насильницьку ситуацію. 2) Страх ходити самому вночі. 3) Діяльність поліції. 4) Загальна недовіра до людей».⁷⁰ Ці посили можна чітко прослідкувати на телебаченні та в кіно. «Опитування підтвердили те, що час проведений перед екраном впливає на уявлення про зовнішній світ»,⁷¹ а міра впливу вимірюється якістю “залежності”. Таким чином, «у тих глядачів, які багато дивляться телевизор, формується так само спотворений образ світу, як той, який вони бачать на телеекрані».⁷² Так, люди, котрі проводять багато часу за переглядом, стверджують, що вони мають шанс стати жертвою насилля у співвідношення 1 до 10, а ті, що мало часу витрачають на перегляд стверджують що цей шанс становить 1 зі 100.⁷³

Також зазначається, що є можливе підсилення ефекту культивуації, яке проходить наступним чином: якщо зображуване на екрані збігається із реальністю – це констатується як “подвійна доза” потрібної інформації і та інформація, котру подавали ЗМІ, набуває авторитетності та підвищує свій вплив у культивуації ідей.⁷⁴ Таким чином, «збіг телевізійного світу і реальних обставин може почати “резонувати” і привести до помітно посиленого ефекту культивуації».⁷⁵

Теорія культивуації є однією з тих, які демонструють вплив аудіо-візуальних медіа на думку і свідомість особистості. Ефект “культивуації” досягається однотипним та тривалим рядом тверджень чи рядом зображування тієї чи іншої думки або ідеї у вже сформованому баченні, тобто під певним кутом

⁶⁹ Э. ГРИФФИН, *Коммуникация: теории и практики*, 491.

⁷⁰ Там само, 493.

⁷¹ Там само.

⁷² Д. БРАЙАНТ, С.ТОМПСОН, *Основы воздействия СМИ*, 121.

⁷³ Э. ГРИФФИН, *Коммуникация: теории и практики*, 492.

⁷⁴ Пор. J. РОТТЕР, «A Critical Analysis of Cultivation Theory» // *Journal of Communication* №64, 2014, 1019.

⁷⁵ G. Gerbner, та ін. «The “Mainstreaming“ of America». *Journal of Communication*, №11 1980, 15.

зору. «Під час перегляду телепередач відбувається навчання глядача за допомогою сприйняття і запам'ятовування їх змісту. Глядач конструює світогляд на основі тієї інформації, яка подається телебаченням».⁷⁶ Можемо підсумувати, що аудіо-візуальні ЗМІ мають ефект стандартизації і легітимізації певних ідей, поглядів, бачень, що дає їм важелі впливу на широкі маси в силу широкого розповсюдження інформації.⁷⁷

2.2.2 ТЕОРІЯ “УСТАНОВКА ПОРЯДКУ ДЕННОГО”

Ще однією теорією, яка демонструє потужний вплив на свідомість людини, є теорія “Установка порядку денного”. Вперше про це поняття заговорив Уолтер Ліппман, але терміну “Установка порядку денного” (з. англ. “agenda-setting”) він не вживав. Автором найбільш влучного висловлювання про цей вплив ЗМІ є Бернард Коен. Він стверджував, що можливо медіа не є такими успішними у тому, щоб говорити людям що думати, але вони є дуже успішними у тому, щоб казати людям про що думати.⁷⁸ ЗМІ виступають у якості тих, хто формує вектор думок у суспільстві. Уолтер Ліппман також згадує про те, що ЗМІ має «владу створювати думку».⁷⁹ Ключовими складовими цієї влади є те, що в силу емоційного співпереживання створюється дотичність сприймача інформації до інформації і, в такий спосіб, це робить сприймача учасником дій, подій чи новин що описуються або зображаються.⁸⁰

Цитуючи Вальтера Бейджхота Уолтер Ліппман підкреслює те, що ЗМІ, заставивши людину у щось повірити, спонукають відразу зайняти позицію відносно цього. Ця позиція навіюється і самим джерелом інформації, внаслідок чого, сприймач інформації займає позицію так, як диктують йому ЗМІ, розкладаючи факти у певному порядку і у певний спосіб.⁸¹ Таким чином, «ми

⁷⁶ Д. БРАЙАНТ, С.ТОМПСОН, *Основи воздействия СМИ*, 125.

⁷⁷ Пор. G. Gerbner, «Cultivation Analysis: an Overview», 181.

⁷⁸ Пор. В. СОЕН, «The Press and Foreign Policy», *Political Science Quarterly* №4, 1963, 13.

⁷⁹ W. LIPPMAN, *Public Opinion*, New York, *Macmillan*: 1922, 355.

⁸⁰ Пор. *Там само*, 355.

⁸¹ Пор. *Там само*, 356.

вважаємо важливим те, що ЗМІ вважають важливим»,⁸² адже в їхній владі представляти нам певну інформацію у певний спосіб швидко та доступно. «Індивідуальні читачі можуть перекладати новини на соціальні питання; вони навчаються із засобів масової інформації – представлені соціальної реальності».⁸³ ЗМІ обирають для нас події та теми, які заслуговують особливої уваги громадськості та в особливий спосіб висвітлюють їх.⁸⁴ Зважаючи на те, що аудіо-візуальні ЗМІ, зокрема телебачення і кіно, є розвагою, то переважна більшість керівників цих організацій більш обізнані у розважальній сфері, аніж у сфері журналістики.⁸⁵

На підтвердження того, що ЗМІ справді здатні формувати інтерес у глядача відносно тієї чи іншої речі було проведено експеримент. Було представлено три тестуючі групи, яким інтенсивно протягом чотирьох днів демонстрували інформацію, яка стосується державної оборони, інфляції та екологічних проблем навколишнього середовища. Після експерименту гіпотеза підтвердилася – у піддослідних почав зростати інтерес до тем, які їм транслювалися.⁸⁶

Щодо вразливості людини до установки порядку денного, то найбільш вразливими визначили тих, які найменше володіють інформацією.⁸⁷ Ця вразливість пояснюється тим, що думка людини формується під впливом ЗМІ.

Варто також згадати про ефект “фреймінгу”. Фреймінг базується на здатності людини співвідносити негатив із позитивом,⁸⁸ тобто фреймінг “працює” із різницею між позитивом і негативом у твердженні. Основною підставою цього ефекту є те, що кожен ситуацію можна розглядати із декількох точок зору, із декількох ракурсів.⁸⁹ Саме через це її можна подавати у різний спосіб, приховуючи одне і акцентуючи на іншому. Сам фреймінг – це спосіб

⁸² M. MCCOMBS – D. SHAW, «A Progress Report on Agenda-Setting Research» // *Journal of Communication*: №2, (Червень 1993), 17.

⁸³ Там само, 17.

⁸⁴ Пор. S. ALTHAUS, D. TEWKSBURY, «Agenda Setting and the “New” News» *Communication research* № 2, (April 2002), 180.

⁸⁵ Пор. S. MURRAY, «Local TV Tries More News», *Nieman reports* № 3, (1964), 14.

⁸⁶ Пор. S. IYENGAR – D. KINDER, «Experimental Demonstrations of the “Not-So-Minimal” Consequences of Television». *American Political Science Review*, № 4, (1982), 854.

⁸⁷ Пор. Там само.

⁸⁸ Пор. D. CHONG, J. DRUCKMAN, «Framing theory». *Annual Review of Political Science* № 10, 2007, 105.

⁸⁹ Пор. Там само, 104.

представлення інформації, в якому більше розвивається одна з концепцій, залежно від того, на що потрібно вплинути.⁹⁰ Отже, фреймінг виступає певним інструментом, який впливає на свідомість людини, маніпулюючи інформацією. Представляючи інформацію певним способом фреймінг моделює образ певного поняття, речі чи події у свідомості людини. ЗМІ оперують із системою образів та символів, які має людина, і, згідно яких, формує своє внутрішнє уявлення про зовнішній світ.⁹¹ Наше знання про зовнішній світ, взяте із ЗМІ є відносним, але найчастіше ми ставимося до образу світу в нашій голові як до автентичного, забуваючи хоча б про те, що інформація потребує часу, щоб дійти до нас.⁹²

Ефект установки порядку денного, який здійснюється за допомогою ЗМІ, є потужним інструментом для формування думок як особистості, так і суспільства. Особливість цього ефекту в тому, що він здатен формувати враження про ті чи інші явища, що відображатиметься згодом на світогляді людини чи суспільства. Цей ефект ілюструє як ЗМІ здатні формувати наше бачення навколишнього світу, зображаючи його в певний спосіб.

2.3.2 ТЕОРІЯ “СПІРАЛЬ МОВЧАННЯ”

Ще однією теорією, яка вказує на вплив медіаресурсів є теорія Елізабет Ноель-Нойман “Спіраль мовчання”. Суть цієї теорії полягає в тому, що думка меншості втрачає право на існування, втрачає правосильність через відмінну думку більшості.⁹³ Це обумовлено тим, що меншість не хоче бути в ізоляції через свою думку, не хоче відчувати осуду і критики зі сторони більшості, внаслідок чого, меншість часто піддається думці більшості.⁹⁴ Спіраль мовчання – це «зростаючий тиск, який відчувають люди, приховуючи свої погляди, коли вони вважають, що знаходяться в меншості».⁹⁵ Це несе за собою ще одну цікаву деталь – думка більшості відразу стає як закон, як універсальне правило мислення і

⁹⁰ Пор. D. CHONG, J. DRUCKMAN, «Framing theory», 104.

⁹¹ Пор. W. LIPPMAN, *Public Opinion*, 27.

⁹² Пор. *Там само*, 5.

⁹³ Пор. Э. НОЭЛЬ-НОЙМАН, *Общественное мнение. Открытие спирали молчания.* / перекл. Н. Мансурова, Москва: Прогресс-Академия, 1996, 14.

⁹⁴ Пор. *Там само*, 36.

⁹⁵ E. Griffin – G. Spark, *A first look at communication theory*, New York: McGraw Hil Education, 2015, 372.

поведінки. Думка більшості «не просто визначає поведінку, не тільки об'єднує людей в спільноті; вона має соціальний вимір – її можна без побоювань висловити перед громадськістю, не відчуваючи страху бути ізольованим від суспільства».⁹⁶ Думка суспільства виступає тут як «реальна сила, котра тримає людей під контролем».⁹⁷

Елізабет Ноель-Нойман піднімає питання про те, як індивідові вдається відчувати зміни думки суспільства, що раніше досліджувалося Вільямом Мак-Дугалом. Він писав, що досі не вдавалося зрозуміти в який спосіб сприймати співвідношення суспільства і особистості.⁹⁸ Вона згадує про квазі-орган, який є своєрідним шостим чуттям, а не фізичним рецептором, що є “даром сприйняття”.⁹⁹ Коли відбуваються зміни в суспільстві і в суспільній думці, то складається враження, наче все суспільство відчуває ці зміни.¹⁰⁰ Для усвідомлення думки суспільства потрібна постійна аналітична діяльність кожної людини зокрема. Автор теорії зазначає, що «квазістатичний орган людини – сполучна ланка між індивідуальним і колективним».¹⁰¹ Тобто, це орган який поєднує людину із суспільством. Але «зусилля, витрачені на спостереження за навколишнім середовищем – очевидно менша ціна, яку треба заплатити, ніж ризик втратити прихильність побратимів – стати знехтуваним, зневаженим, самотнім».¹⁰²

За думкою Елізабет Ноель-Нойман саме страх бути ізольованим від суспільства пришвидшує рух спіралі мовчання.¹⁰³ Для підтвердження цього Соломон Аш провів експеримент. Було запрошено 8 учасників, (всі особи чоловічої статі). Перед учасниками експерименту поставили два аркуші паперу. На одному лінія (X), на іншому три різні за довжиною лінії (А, Б, В). Лінія (X) із

⁹⁶ Э. НОЭЛЬ-НОЙМАН, *Общественное мнение. Открытие спирали молчания.* / перекл. Н. Мансурова, Москва: Прогресс-Академия, 1996, 14

⁹⁷ E. GRIFFIN – G. SPARK, *A first look at communication theory*, New York: McGraw Hill Education 2015, 372.

⁹⁸ Пор. W. McDougall, *The Group Mind*. Cambridge: Cambridge University Press 1921, 30.

⁹⁹ Пор. Э. НОЭЛЬ-НОЙМАН, *Общественное мнение. Открытие спирали молчания*, 167.

¹⁰⁰ Пор. *Там само*, 167.

¹⁰¹ Э. НОЭЛЬ-НОЙМАН, *Общественное мнение. Открытие спирали молчания*, 167.

¹⁰² *Там само*, 41.

¹⁰³ Пор. Э. НОЭЛЬ-НОЙМАН, *The Spiral of Silence: Public Opinion—Our Social Skin*, Chicago: University of Chicago Press, 1993, 15.

першого аркушу є однаковою за довжиною із лінією (А). Професор заздалегідь домовився із сімома учасниками експерименту про те, щоб вони впевнено і одностайно відповідали неправильно. Відповіді давали по черзі, коли прийшла черга дати очевидну відповідь на запитання котра лінія однакова із лінією (Х) із першого аркуша, то останній 8 учасник пристав на думку попередніх опитуваних.¹⁰⁴ Експеримент повторювали декілька разів для більшої достовірності отриманих висновків. Крім того, у одній і тій же аудиторії декілька разів запитували про довжину ліній, декілька разів перед “активізацією соціального тиску” восьма особа, поведінку якої досліджували, давала правильну відповідь, але при появі соціального тиску змінювала свою думку та ігнорувала очевидне.¹⁰⁵ Експеримент був сформований в такий спосіб, щоб «створити конфлікт між персональною і соціальною реальністю і цим самим збільшити ймовірність того, що учасники будуть відповідати самотійно».¹⁰⁶

Експеримент показав, що «зазвичай люди, на досить нейтральні для них питання і в досить несуттєвій ситуації, які не стосуються їхніх інтересів, приєднувалися до думки більшості, навіть якщо вони не сумнівалися в її неправильності».¹⁰⁷ Це підкреслює те, що говорить Елізабет Ноель-Нойман: «суспільство [...] загрожує ізоляцією, відторгненням індивідів, які відокремлюються від консенсусу».¹⁰⁸ Вона також додає, що «індивіди володіють часто неусвідомленим, ймовірно, генетично укоріненим страхом перед ізоляцією».¹⁰⁹ Страх провокує «їх постійно з'ясовувати, які думки та способи поведінки задовольняються, утверджуються або не задовольняються»¹¹⁰ і діяти відносно цього.

«Пряме спостереження дає нам тільки малу частину інформації, яку ми використовуємо»¹¹¹ в той час як «друковані та електронні медіа забезпечують

¹⁰⁴ Пор. Solomon S. Asch, Opinions and Social Pressure, // *Scientific American* № 5 (листопад 1995), 3.

¹⁰⁵ Пор. E. NOELLE-NEUMANN, *The Spiral of Silence: Public Opinion—Our Social Skin*, 74.

¹⁰⁶ John M. Levine, *Solomon Asch's Legacy for Group Research. Personality and Social Psychology Review* №. 4 (1999), 358.

¹⁰⁷ E. NOELLE-NEUMANN, *The Spiral of Silence: Public Opinion—Our Social Skin*, 74.

¹⁰⁸ Там само, 289.

¹⁰⁹ Там само.

¹¹⁰ Там само.

¹¹¹ E. GRIFFIN – G. SPARK, *A first look at communication theory*, 374.

більшу частину наших знань про світ навколо нас».¹¹² Елізабет Ноель-Нойман, погоджуючись із думкою Уолтера Ліппмана, стверджує, що думка суспільства і опублікована думка сприймаються як по суті одне і те ж.¹¹³ ЗМІ, використовуючи ефект публічності, роблять себе обличчям суспільства, суспільства недосяжного, анонімного, такого, яке говорить тобі, але тебе не слухає, тому і сильного.¹¹⁴ «Масова комунікація є протилежністю до природної людської комунікації – розмови. Ось чому індивід безсилий перед засобами масової інформації».¹¹⁵ Медіаресурси також можуть виступити в ролі “стовпа ганьби”, виставивши особу, групу осіб чи їхні цінності або ідеї в негативному ключі, які не зможуть чинити опір ЗМІ.¹¹⁶ Елізабет Ноель-Нойман зазначає, що «ніколи не виявляла спіраль мовчання, яка б йшла проти течії медіа, оскільки бажання висловитися частково залежить від відчуття підтримки і легітимації від медіа».¹¹⁷ Таким чином, ЗМІ впливають на людину використовуючи спіраль мовчання.

Варто звернути увагу, що в даній теорії є виняткові члени суспільства, які не піддаються тиску і висловлюють свою думку, незважаючи на ізоляцію від суспільства і незалежно від його думки.¹¹⁸ Розрізняють два типи “міцних горішків”: перші це ті, які не зважають на думку суспільства,¹¹⁹ а інші – авангардисти – ті, що «зв’язують себе із цінностями майбутнього, тому, випереджаючи час, неминуче опиняються в ізоляції».¹²⁰

2.3.3 ВПЛИВ ДЕМОНСТРАЦІЇ НАСИЛЛЯ НА ЛЮДИНУ

Телебачення представляє ситуації в різний спосіб: трагічний, комічний, фантастичний, реалістичний. Це дозволяє мати кращий вплив на світогляд та на моральні цінності людини, крім того, це забезпечує певний спосіб емоційної та

¹¹² E. GRIFFIN – G. SPARK, *A first look at communication theory*, 374.

¹¹³ Пор. E. NOELLE-NEUMANN, *The Spiral of Silence: Public Opinion—Our Social Skin*, 213.

¹¹⁴ Пор. *Там само*, 220.

¹¹⁵ *Там само*, 221.

¹¹⁶ Пор. *Там само*.

¹¹⁷ *Там само*, 276.

¹¹⁸ Пор. E. NOELLE-NEUMANN, *The Spiral of Silence: Public Opinion—Our Social Skin*, 288.

¹¹⁹ Пор. *Там само*, 307.

¹²⁰ *Там само*, 288.

естетичної насолоди.¹²¹ Аудіо-візуальні ЗМІ можуть нести шкідливий вплив на глядачів. Виділяється три основних впливи: глядач може переймати агресивну поведінку та настрої від спостереження насильства на телебаченні; може стати десенсибілізованим до серйозності насильства; боятися стати жертвою побаченого.¹²²

Досліджуючи наслідування агресивної поведінки Альберт Бандура провів експеримент із лялькою “Бо-Бо”. Він розділив досліджуваних осіб на три групи. Контрольній демонструвалося насилля над лялькою, із якою учасники групи згодом опинялися в одній кімнаті, тобто у попередньо продемонстрованому середовищі. Переважна більшість учасників контрольної групи відтворювала насилля, емоції і слова, які були їм продемонстровані.¹²³

Варто згадати про десенсибілізацію, яка являє собою звикання через часте повторювання, зокрема, гострота питання чи побаченого зменшується із кількістю переглядів чи переживань.¹²⁴ Іншими словами, є ризик стати нечутливим, втратити відчуття гостроти питання і його важливості, оскільки применшується цінність.

Для аналізу насилля в кіно слід спершу розрізнити насилля і агресію в медіа. Слід зазначити, що «все насильство – це агресія, але багато випадків агресії не є насиллям».¹²⁵ Це пов'язано із задіянням волі людини. На екранах часто зображають нещасні випадки, які трактуємо як насилля, але не можемо трактувати як агресію. За одиницю насилля в кіно і телебаченні вважають епізод який описує агресію. Цей епізод обмежується персонажами задіяними у насиллі.¹²⁶ «Якщо структура змінюється, то й значення акту змінюється».¹²⁷ Також сюди належить «зображення шкідливих фізичних наслідків для живої

¹²¹ Поп. С. ANDERSON, В. BUSHMAN, «Human aggression» // *Annual Reviews Psychology* №53: 2002, 29.

¹²² Поп. J. FEDERMAN (ред.). *National television violence study* (Executive summary 3) Santa Barbara: Center for Communication and Social Policy. University of California 1998, 10.

¹²³ Поп.. А. BANDURA – R., DOROTHEA, «Transmission of aggressions through imitation of aggressive models» // *Journal of Abnormal and Social Psychology* №3, 1961, 576.

¹²⁴ Поп.. S. MRUG – M. WINDLE «Emotional Desensitization to Violence Contributes to Adolescents' Violent Behavior» // *Journal of Abnormal Child Psychology*, № 46, 2015, 2.

¹²⁵ С. ANDERSON, В. BUSHMAN, «Human aggression», 29.

¹²⁶ Поп. G.Gerbner, *Television and social behavior: Media Content and Control. Violence in television drama: Trends and symbolic functions*. Washington: Government Printing Office 1972, 39.

¹²⁷ Там само, 29.

істоти чи групи, що виникають внаслідок невказаних насильницьких засобів».¹²⁸ «Насилля – це агресія, яка завдає надзвичайної шкоди як її мета (наприклад, смерть)».¹²⁹ Аналітика насилля в медіа враховує безліч факторів серед яких час, місце, спосіб, сюжет, тип дії та багато інших складових.¹³⁰ Зважаючи на частоту повторюваності певних символічних структур, які доносять посилюючі до глядача, медіа робить певні зміни щодо світогляду, системи цінностей та “правил гри” людини.¹³¹

Виділяють певні критерії, які можуть підсилити навчальний характер тієї чи іншої сцени:

- 1) «привабливий злочинець;
- 2) морально обґрунтовані причини вчинення агресії;
- 3) повторне насильство, яке здається реалістичним і пов'язане зі звичайною зброєю;
- 4) насильство, яке нагороджується або не має покарання;
- 5) відсутність видимої шкоди і болю жертви;
- 6) гумористичний контекст».¹³²

Ці критерії формують “пом’якшуючі обставини” при яких свідомість людини переймає зображену поведінку і будує моделі як допустимі. Слід зазначити, що розрізняють три види впливу: емоційний, когнітивний, і поведінковий.¹³³

2.3.4 ВПЛИВ ДЕМОНСТРАЦІЇ ВІДВЕРТОГО СЕКСУАЛЬНОГО ВМІСТУ

Дедалі поширенішим явищем стає звинувачування ЗМІ у тому, що вони є причиною різного роду соціальних хворіб.¹³⁴ Зважаючи на зміст інформації, яку публікують, можна зустріти таку ситуацію, що «приблизно дві третини

¹²⁸ J. FEDERMAN (ред.). *National television violence study*, 18.

¹²⁹ С. ANDERSON, В. BUSHMAN, «Human aggression», 29.

¹³⁰ Пор. G.Gerbner., *Television and social behavior: Media Content and Control. Violence in television drama: Trends and symbolic functions*, 29.

¹³¹ Пор. *Там само*, 30.

¹³² J. FEDERMAN (ред.). *National television violence study*, 10.

¹³³ Пор. Д. БРАЙАНТ, С.ТОМПСОН, *Основы воздействия СМИ*, 199.

¹³⁴ Пор. D. ZILLMANN – A. HUSTON, «Media, children, and the family: social scientific, psychodynamic, and clinical perspectives», 4.

телевізійних програм містять сексуальний зміст».¹³⁵ Це говорить про те, що статевість на екранах стає дуже бажаним видовищем якщо не для глядача, тоді для того, хто готує, формує або надає аудіо-візуальну інформацію. «Зміст, пов'язаний із сексуальною поведінкою та повідомленням сексуального характеру з часом стає стимулом змінювати психологічне, фізіологічне та поведінкове функціонування споживача».¹³⁶ Аудіо-візуальні ЗМІ є потужним вчителем сексуальної поведінки, вони також навчають про відповідальне сексуальне життя.¹³⁷ Втім, не можна впевнено сказати про однозначну і безперечно морально-добру науку для людей у їхній сексуальній сфері. «Медики стурбовані впливом сексуального вмісту у фільмах та інших ЗМІ зокрема впливом на уявлення про “нормальну статевість”, сексуальне насилля, власну статевість, висловлювалися зауваги щодо девіантної статевої поведінки».¹³⁸

За численними дослідженнями вплив сексуального вмісту у засобах масової інформації є дуже різноманітним, на приклад прийнятне ставлення до сексуальності у ранньому віці, сприяє початку статевого життя у більш ранньому віці.¹³⁹ Було проведено опитування підлітків котрі проживають у Сполучених Штатах Америки віком 12 – 17 років на визначення перегляду сексуально відвертого вмісту і, відповідно, впливу переглянутого на їхнє статеве життя та сприйняття статевої.¹⁴⁰ Оцінювали групу за переглядом найпопулярніших програм і фільмів, в сукупності вийшло 23 елементи. До уваги бралася також частота перегляду.¹⁴¹ Сексуальний зміст був класифікований на три групи: 1) «Сексуальна поведінка: фізичний флірт, пристрасні поцілунки, інтимний контакт».¹⁴² Тобто безпосереднє зображення статевої поведінки. 2) «Сексуальна

¹³⁵ R. COLLINS, «Watching Sex on Television Predicts Adolescent Initiation of Sexual Behavior», *Pediatrics* No.3. 2004, 280.

¹³⁶ L. ESCOBAR-CHAVES та ін. «Impact of the Media on Adolescent Sexual Attitudes and Behaviors» // *Pediatrics* No.1 2005, 304.

¹³⁷ Поп. M. Rich, «Sex Screen: The Dilemma of Media Exposure and Sexual Behavior», 329.

¹³⁸ D. ZILLMANN – A. HUSTON, «Media, children, and the family: social scientific, psychodynamic, and clinical perspectives», 8.

¹³⁹ Поп. M. Rich, «Sex Screen: The Dilemma of Media Exposure and Sexual Behavior», 329.

¹⁴⁰ Поп. Там само, 283.

¹⁴¹ Поп. REBECCA L. COLLINS, «Watching Sex on Television Predicts Adolescent Initiation of Sexual Behavior», *Pediatrics* No.3. 2004, 282.

¹⁴² R. COLLINS, «Watching Sex on Television Predicts Adolescent Initiation of Sexual Behavior», 282.

бесіда: розмови про власні / чужі плани чи бажання, відверті розмови про секс, тощо»,¹⁴³ тобто діалоги про статевість. 3) Бесіда або поведінка, котрі відображають відповідальність статевої, усвідомлення ризику та бажання сексуальної безпеки:¹⁴⁴ «стриманість, [...] згадування [...] контролю над народжуваністю та зображення, пов'язані з синдромом набутого імунodefіциту, [...] також вагітність, аборт».¹⁴⁵ До уваги бралися та оцінювалися і такі фактори, які мають значний вплив на усвідомлення сексуальності дітей та на їхню сексуальну поведінку і можуть підсилити або послабити вплив. Серед таких факторів: вплив друзів, успішність у школі, прагнення до самореалізації та прагнення стати учасником “сенсаційних новин”, вік, в якому почалося статеве життя, ситуація в сім'ї, відносини із батьками, враховувалося чи повна сім'я, освідченість батьків та інше.¹⁴⁶ Висновками цього дослідження стало те, що глядачі, які найбільше часу переглядали популярні програми були схожі у своїй статевої поведінці до підлітків, які старші від них на 3 роки. Сексуальний зміст може прискорити статевої розвиток, прискорити початок статевої поведінки.¹⁴⁷ Важливим висновком стало наступне: батьки, в залежності від того чи їх думка для дітей є авторитетною, обговорюючи своє ставлення до побаченого зменшують негативний вплив і допомагають “правильно” пережити побачений досвід.¹⁴⁸

Таким чином, статева сфера життя, яку зображають засоби масової інформації, повинна мати певні умови перегляду для того, щоб не мати негативного впливу на мораль глядачів. Не можна нехтувати і освітньою стороною у сфері сексуальності особистості, яку відіграють ЗМІ.

Отже, представлення інформації, яке носить суб'єктивний характер, може мати вплив на особистість та схилити її до дій, так само формувати світогляд і бачення. Теорія культивування демонструє, як інформація, яку ми отримуємо від

¹⁴³ R. COLLINS, «Watching Sex on Television Predicts Adolescent Initiation of Sexual Behavior», 282.

¹⁴⁴ Пор. Там само.

¹⁴⁵ Там само.

¹⁴⁶ Пор. Там само, 283.

¹⁴⁷ Пор. R. COLLINS, «Watching Sex on Television Predicts Adolescent Initiation of Sexual Behavior», 288.

¹⁴⁸ Пор. Там само.

ЗМІ змінює думку людини про навколишній світ, наближаючи її до тієї, яку вона спостерігала та сприймала тривалий час. Таким чином, формуються деякі переконання про навколишнє середовище. Теорія “Установка порядку денного” (англійською “agenda-setting”) демонструє як засоби масової інформації здатні заставити суспільство думати про ті чи інші теми в такий спосіб, щоб формувати інше бачення реальності. Теорія “Спіраль мовчання” демонструє, як меншість піддається більшості, втім підкреслює те, що за допомогою ЗМІ, можна меншість видати за більшість та, в такий спосіб, чинити тиск на суспільство. Також великий вплив на людину має інформація із вмістом насильства та відвертого сексуального характеру. Часте повторювання цих тем робить особистість нечутливою до нової інформації такого ж змісту. Також, в деякій мірі, слугує прикладом поведінки, особливо для психологічно та духовно нестійких осіб, головно для дітей.

РОЗДІЛ ІІІ

ВПЛИВ КУЛЬТОВОГО КІНО

3.1 ПОНЯТТЯ “КУЛЬТОВЕ КІНО”

Перш ніж аналізувати вплив кінематографу слід дати визначення поняттю “культове кіно”. Не зважаючи на значну кількість спроб пояснити даний термін та через складність чіткого визначення у вигляді пояснення “культового кіно” подавалися лише списки культових фільмів, а не його дефініція.¹ Культове кіно носить характер суспільного явища, адже у слові “культ” закладено певний суспільний аспект, оскільки культ є суспільним явищем.² Культовими фільми почали називати починаючи з сімдесятих років ХХ століття, про що свідчила більша частота вживання терміну “культове кіно” чи “культува стрічка”.³

Спробуємо розглянути сам фільм, звертаючи особливу увагу на його деталі, особливості яких надає стрічці статус “культової”. Дослідження кіно на предмет приналежності до культового «включає в себе чотири аспекти досліджень: соціологічні дослідження, дослідження рецепції, дослідження текстових тлумачень та естетичного аналізу».⁴

3.1.1 СОЦІОЛОГІЧНІ ДОСЛІДЖЕННЯ КУЛЬТОВОГО КІНО

Дослідження вказують на те, що культовий фільм – це фільм з інтенсивним наслідуванням.⁵ Йдеться про те, що фільм має багато шанувальників, які переймають ідеї фільму до власного життя. Дослідники Дуглас Кован та Девід Бромлі, розвиваючи дану тему, говорять про “культ аудиторії”, що розуміється як явище, яке створюється завдяки думці та ідейним рухам певної спільноти, що, в свою чергу, формують щось подібне на релігію. Культовий кінематограф, як соціальне явище, носить деякі характерні риси релігії, формуючи спільноту людей навколо себе.⁶ Культовий кінематограф сприймається як форма культури,

¹ Пор. E. MATHIJS – J. SEXTON, *Cult cinema: an introduction*. // West Sussex: Wiley-Blackwell 2011, 6.

² Пор. *Там само*, 19.

³ Пор. *Там само*, 3.

⁴ *Там само*, 6.

⁵ Пор. *Там само*.

⁶ Пор. Cowan, Douglas and David Bromley (2008), *Cults and New Religions* (Oxford: Wiley-Blackwell). С. 90

в якій релігійність була замінена на інтенсивний спосіб споживання фільмів.⁷ Крім того, Дуглас Кован та Девід Бромлі наголошують, що культура культового кіно базується на інтересах споживачів кінематографу, зокрема на споживацькій діяльності. Споживачі культу можуть і не збиратися разом для перегляду, чи навіть не передивлятися фільм, а споживати його через книги, газети, радіо та інші ЗМІ.⁸

Таким чином, культовий кінематограф здатен формувати навколо себе спільноту людей та поширювати свої ідеї не лише через саму стрічку, але й через інші засоби, закликаючи до наслідування певних моделей поведінки чи певного способу життя, які він пропонує. Дослідження даного аспекту полягає в тому, щоб розглядати кіно з точки зору суспільного явища.

3.1.2 ДОСЛІДЖЕННЯ РЕЦЕПЦІЇ (ТЕОРІЯ РЕЦЕПЦІЇ)

Теорія рецепції розглядає твір (фільм, текст, зображення, аудіо) не із художньої точки зору, але як складову системи, в якій він вступає у взаємодію з отримувачем інформації. Також враховуються умови часу, за яких є можливе переосмислення інформації. Головною схемою цієї теорії, за якою працюють дослідження є “автор – твір – реципієнт”, де перевагу у дослідженні зосереджують на реципієнті.⁹ Втім, рецепцію слід тлумачити «в подвійному сенсі – як прийняття (або присвоєння) і водночас як обмін».¹⁰ Дослідження рецепції спрямоване на аналіз способів розвитку аудиторії послідовників.¹¹ Збільшення аудиторії здійснюється через дивакуваті та відверті образи у фільмах. Ці образи встановлюють дещо нав’язливий вплив на ідеологію через непомітні деталі, які властиві також і іншим, відмінним за жанрами чи ідеєю фільмам.¹² Слід звернути увагу на таке явище, як фандом, що здатне створити сурогатну спільноту, яка посилятиметься на свій “прототип”, в даному випадку

⁷ Пор. D. COWAN – D. BROMLEY, *Cults and New Religions*. // Oxford: Wiley-Blackwell 2008, 6.

⁸ Пор. Там само, 26.

⁹ Пор. Е.МЕЛЬНИКОВА, «Понятие рецепции: современные исследовательские подходы к анализу текстов культуры» // перекл. з рос. власний // *Ярославский педагогический вестник* № 3, 2012, 239.

¹⁰ Г. ЯУСС, «Рецептивна естетика й літературна комунікація» // перекл. з франц. Ярини Цимбал / *Слово і Час* № 6, 2007, 38.

¹¹ Пор. Е. МАТНІС – J. SEXTON, *Cult cinema: an introduction*, 7.

¹² Пор. Там само, 15.

на об'єкт їхнього культу – кіно.¹³ Член цього сурогатного суспільства має зміни в уявленні світу, втім все ще здатен відрізнити реальний світ від світу, який для нього змодельовало культове кіно.¹⁴

Фандом – спільнота шанувальників, які є творчим кооперативом культури, фанатами якої вони є.¹⁵ ЗМІ досліджують фандоми для того, щоб створити модель споживання цільовою групою та, відповідно до результатів, сформувавши план продукування інформації.¹⁶

Таке явище як фандом, що є по суті субкультурою, має здатність розчиняти національні особливості учасників даних субкультур, побудованих на культовому фільмі.¹⁷ Крім того, із часом нівелюється усвідомлення чужорідності зображуваного, якщо говорити про стрічку, яка походить від іншої національності чи країни. Інформація, сцени, культурні особливості, які вкладені у той чи інший сюжет, впливають на глядача, послаблюючи відчуття відмінності зображуваного від рідного.¹⁸ Глядач все ще може ідентифікувати різницю, але ця різниця сприйматиметься більше як естетична, а ніж як культурна чи національна.¹⁹ Одним із наслідків цієї взаємодії є творення фандомів, що є спільнотою фанатів із рисами субкультури.

3.1.3 ТЕКСТОВІ ТЛУМАЧЕННЯ

«Головною увагою в дослідженнях текстів є складність “спілкування” між текстом та глядачем».²⁰ Метою цих досліджень є визначення якості дешифрування послань із фільму.²¹ У цьому аспекті аналізується те, як людина сприймає закодовану у певний спосіб (наприклад, жанр) інформацію. Існує

¹³ Пор. S. NAPIER, *Anime from Akira to Princess Mononoke: experiencing contemporary Japanese animation*. // New York: Palgrave 2001, 256.

¹⁴ Пор. Там само.

¹⁵ Пор. P. SIUDA, «Fan Cultures: On the Impossible Formation of Global and Transnational Fandoms» // *Is It 'Cause It's Cool?: Affective Encounters with American Culture*, серія «American Studies in Austria» №13, London: LIT Verlag 2014, 296.

¹⁶ Пор. P. Siuda, «Fan Cultures: On the Impossible Formation of Global and Transnational Fandoms», 297.

¹⁷ Пор. M. HILLS, «Transcultural Otaku: Japanese representations of fandom and representations of Japan in anime/manga fan cultures» // <https://cmsw.mit.edu/mit2/Abstracts/MattHillspaper.pdf> (дата звернення: 23 листопада 2018), 6.

¹⁸ Пор. Там само.

¹⁹ Пор. Там само.

²⁰ E. MATHEUS – J. SEXTON, *Cult cinema: an introduction*, 7.

²¹ Пор. Там само.

безліч варіантів подання інформації і всі вони мають певні особливості, серед яких найбільш відомими у культовому кінематографі є:

Пародія – успішний засіб критики у фільмі, зважаючи на те, що завдяки цьому прийому відбувається порівняння текстів (оригіналу і пародії), що, в свою чергу, утворює “зсув” розуміння. Це викликає аналіз обидвох текстів, через схожість і водночас відмінність. Даний резонанс створює так звану “іронічну несумісність”, яка закликає до аналізу, в якому акцент ставиться на оригінальний текст, а не пародію.²² Будь-який текст може бути перероблений на пародію.²³ Пародія є чудовим інструментом для критики²⁴ з огляду на те, що можна подати візію, котра порівнює реальність із ідеалом.²⁵

Сатира може використовувати пародію чи іронію, і належить не так до естетичного висміювання чогось, як до висвітлювання соціальних настроїв чи соціальної поведінки.²⁶

Іронія – засіб, за допомогою якого відбувається миттєвий поділ на “тих, хто виконує” і “тих хто не виконує”, на “лівих” і “правих”, на “наших” і “чужих”.²⁷ Ціллю її є об’єднання “тих, хто виконує” і відрізнити їх від “тих, хто не виконує”, критикуючи других, часто із метою роздратувати їх.²⁸

Пастіше – наслідування оригіналу, порожня пародія, оскільки метою є не висміювання, а копіювання, відтворення, зважаючи на пошану до оригіналу, та захоплення ним.²⁹ Цим жанром, відтворюючи оригінал, зручно відсилати глядача до ідей, які виходили із оригіналу, а також підкреслювати ті чи інші теми вносячи інформацію першоджерела.

Ці та інші стилі використовуються не лише у тексті, діалогах чи монологів у фільмі, вони також підкреслюються та формуються за допомогою незручних пауз, емоцій, музики, перебування персонажа в тих чи інших умовах.³⁰

²² Пор. E. MATIJS – J. SEXTON, *Cult cinema: an introduction*, 7.

²³ Пор. D. HARRIES, *Film Parody*. London: British Film Institute 2000, 6.

²⁴ Пор. *Там само*.

²⁵ Пор. *Там само*.

²⁶ Пор. E. MATIJS – J. SEXTON, *Cult cinema: an introduction*, 224.

²⁷ Пор. J. Sconce, «Irony, nihilism and the new American “smart” film» // *Screen* 43 (2002), 352.

²⁸ Пор. *Там само*.

²⁹ Пор. E. MATIJS – J. SEXTON, *Cult cinema: an introduction*, 225.

³⁰ Пор. *Там само*, 231.

Кінематограф має множину засобів, на відміну від аудіо, тексту, чи зображень. У фільмах використовують всі ці способи подання інформації і, відповідно, вони характеризуються більшою палітрою унікальних і особливих засобів подання інформації та справляння враження, а, відповідно, і впливу.

3.1.4 ЕСТЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ (ЗА УМБЕРТО ЕКО)

У плані естетики кожен фільм має свою естетичну ідентичність і, відповідно, унікально сприймається глядачами.³¹ Найбільш близьким до визначення культового кіно в цьому аспекті є Умберто Еко.³² Він стверджує, що у культовому кіно існує певний “невловимий фактор”,³³ щось, що робить його культовим. Невловимий через те, що його неможливо охарактеризувати та визначити всезагально і точно. Умберто Еко говорить про “інтертекстові кадри” – стереотипи, записані раніше нашою свідомістю, про ту чи іншу ситуацію, а саме, як вона має виглядати, а також те, що вона є актуальною.³⁴ В цих “інтертекстових кадрах” є щось таке, що викликає в нас певне захоплення (як от боротьба доброго з поганим). Втім, не всякий “інтертекстовий кадр” робить фільм культовим. Є якийсь “магічний кадр”, якийсь “інтертекстуальний архетип”, який, з’являючись у фільмі, робить його культовим. Цей “інтертекстуальний архетип” не несе в собі чітко визначених психоаналітичних форм чи якогось містичного відтінку, але служить, щоб вказати на поведінкову ситуацію, яка є попередньо встановлена та часто повторювана, тобто, яка повторюється і цитується у великій кількості інших текстів та послань і провокує в тому, хто її сприймає дуже інтенсивні емоції, котрі супроводжуються дивними і незрозумілим враженням дежав’ю, яке всі прагнуть побачити знову і знову. Цей інтертекстуальний архетип не є універсальним, проте може набувати більшої чи меншої популярності в певних культурних районах чи історичних періодах.³⁵

Деяким кінострічкам «вдалося стати культовим фільмом, тому що це не

³¹ Пор. Е. МАТІУС – J. СЕХТОН, *Cult cinema: an introduction*, 7.

³² Пор. Там само.

³³ Пор. Там само.

³⁴ Пор. U. ECO, «“Casablanca”: Cult Movies and Intertextual Collage» // *SubStance* 2 (1985), 5.

³⁵ Пор. Там само, 5.

одна стрічка. Це “стрічки”». ³⁶ Отже, множинність проблематики та множини ідей, які висвітлюються в стрічках, роблять їх відмінними від інших лаконічних та суцільних стрічок, роблять їх культовими. Умберто Еко наводить приклад цієї множинності ідей у фільмі режисера Майкла Куртіза “Касабланка” (“Casablanca” 1945р, Michael Curtiz). «Касабланка – це культовий фільм саме тому, що містить в собі всі архетипи; тому що кожен актор повторює роль, котра зустрічається і в інших стрічках, і тому що поведінка героїв не є поведінкою “реальних” людей, а життям, яке стереотипно зображають у попередніх фільмах. ³⁷ Цікавим твердженням Умберто Еко є те, що для того, щоб створити культовий фільм потрібно створити таку стрічку, з якої запам’ятається кожен фрагмент, зокрема, незалежно від того, як ці частини відносяться до єдиного цілого. Для того щоб стати культовим фільм повинен представляти не одну ідею, а множину ідей. ³⁸ Саме непослідовність і множинність ідей формують силу культового кіно. Зважаючи на те, що ці фрагменти фільму мають здатність до самостійності та відірваності від загального і єдиного ідейного повідомлення, фільм набуває багатоплановості.

Також слід зазначити, що культовий фільм має «забезпечити повністю обмешлюваний світ так, щоб його шанувальники могли цитувати персонажів та епізоди», ³⁹ іншими словами культовий фільм має створити власну атмосферу та світ, зокрема свою точку зору на світ. Для того, щоб фільм став культовим недостатньо просто любити творити фільми. Для того, щоб фільм став культовим потрібно аби його внутрішній світ містив багато дрібних і численних деталей для того, щоб глядач міг бачити героя як частину власного внутрішнього світу. ⁴⁰ Таким чином, будується якийсь інтимний зв’язок між фільмом і глядачем.

На думку Умберто Еко допоміжними факторами для утвердження статусу “культового” для кіно є обговорення у пресі, фан-клуби, дотичність до чиновників. Ці фактори дарують “життя міфам”, творять із культових фільмів

³⁶ У. ЕКО, «“Casablanca”: Cult Movies and Intertextual Collage, 5.

³⁷ Пор. Там само, 10.

³⁸ Пор. Там само.

³⁹ Там само, 3.

⁴⁰ Пор. Там само.

сагу, легенду,⁴¹ таким чином, встановлюють дедалі більший розголос у суспільстві про фільм, пропонуючи знову і знову вертатися до його сцен та ідей. У такому випадку враження про фільм залишаються актуальними довше, оскільки згадки про фільм викликаються зовнішніми факторами.

Підсумовуючи вищесказане, культовий кінематограф найчастіше ототожнюється з надзвичайними і незвичайними прийомами, які використовують в кіно для того, щоб вразити глядача та підкреслити унікальний спосіб перегляду фільму, який є відмінним від звичного інертного, беземоційного способу перегляду. Цей унікальний метод перегляду вибиває фільм із загального потоку і представляє його особливим. Варто зауважити, що в сьогоденні кінематографісти програмують культове кіно, вживаючи до фільму інтертекстуальні (про які говорив Умберто Еко), ностальгічні, образливі, екзотичні наративи. Таким чином, поняття “культове” набуло деякого маркетингового забарвлення.⁴²

В огляді більшості фільмів критики «використовують текстові посилання на сам фільм, а також наводять порівняння із подібними за часом [Ю.Г. фільми випущені в тому самому періоді часу], або тематикою фільмами. Ці посилання дають можливість вважати фільм прийнятним, або не прийнятним і пропонувати матеріал для обґрунтування оцінки».⁴³ Таким чином, зводячи все до одного, простою дефініцією поняття “культового кіно” є, те, яке привертає увагу.⁴⁴

3.2 ЖАНРИ КУЛЬТОВОГО КІНО

Зазвичай розрізняють три основні групи культового кіно: “культова класика”; “північне кіно” (англійською “midnight movies”); серіали чи сіквели. У свою чергу, “північне кіно” поділяється ще на три дрібніші групи: кінематограф маргінальних груп; фільми категорії Б (англійською B-movies); фільми із

⁴¹ Пор. Е. МАТНІС – J. SEXTON, *Cult cinema: an introduction*, 26.

⁴² Пор. Там само.

⁴³ М. JANCOVICH та ін. *Defining Cult Movies: The Cultural Politics of Oppositional Tastes*. Manchester: Manchester University Press 2003, 111.

⁴⁴ Пор. Там само.

демонстративною іронією.⁴⁵ Втім, ця схема не є вичерпною, оскільки приналежність стрічки до культової класики не надасть їй статусу “культової”.⁴⁶

3.2.1 КУЛЬТОВА КЛАСИКА

Це старі, “перевірені історією” фільми, на любов до яких не впливає зміна поколінь і плинність часу. Прикладами є такі стрічки, як “Касабланка” або фільм режисера Біллі Вільдера “В джазі тільки дівчата” (“Some Like It Hot” 1959, Billy Wilder).⁴⁷

3.2.2 “Північне кіно”

Поняття “північне кіно” (англійською “midnight movies”) бере свій початок ще із 40-х років минулого століття.⁴⁸ «У стрічці Тода Броунінга “Потвори” (“Freaks” 1932, Tod Browning), яка розповідає історію про циркачів, що перетворили підступну красуню, котра обманула одного з них, в жінку-курку. Студія MGM (Metro-Goldwyn-Mayer) кілька років не давала стрічку в прокат. Однак, презентований фільм не зазнав успіху і схвалення глядача, оскільки був дещо жахаючим, надто натуралістичним і складним для сприйняття.⁴⁹ Через невдачу компанія MGM віддала права Дуайну Есперо, який спеціалізувався на низькобюджетних стрічках, тематика яких була під табу. Експерт дещо підправив картину, перемонтувавши її, і став показувати в 1940-х в кінотеатрах під відкритим небом, іменуючи стрічку різними назвами. Все ж ситуація не дуже змінилася, оскільки фільм все ще викликав опір та обурення у глядачів, але невдовзі все ж сподобався глядачам і, ставши культовим в кінці 1960-х, започаткував явище, що одержало згодом назву “північне кіно”. До цього феномену також причетні ще дві картини, які зроблені в дусі “наївного хорору”: фільм Джорджа Ромеро “Ніч живих мерців” (“Night of the Living Dead” 1968, George A. Romero) та фільм Пітера Богдановича “Мішені” («Targets” 1968, Peter

⁴⁵ Пор. А. ПАВЛОВ, «Культура культа» // *Искусство Кино* 11 (листопад 2011) <<http://kinoart.ru/archive/2011/11/n11-article18>> (дата звернення 27 листопада 2018).

⁴⁶ Пор. Там само.

⁴⁷ Пор. Н. САМУТИНА «Культовое кино: даже зритель имеет право на свободу», 4.

⁴⁸ Пор. А. ПАВЛОВ, «Культура культа».

⁴⁹ Пор. Там само.

Bogdanovich). Протягом 1970-х фанати ночами влаштовували ритуальні походи на нічні перегляди цих дивних, похмурих картин.⁵⁰ “Північне кіно” вважається традиційним культовим кіно, важливою умовою якого є демонстрація вночі. Існують навіть цілі кінотеатри, які спеціалізуються на демонстрації такого роду фільмів у опівнічний час.⁵¹

3.2.3 СЕРІАЛИ ТА СІКВЕЛИ

Це стрічки, які мають серійність, серіали, які “зачепили” якусь аудиторію, справили на неї враження: як фільм режисера Джорджа Лукаса “Зоряні війни” (“Star Wars” з 1977, George Lucas) з численними сіквелами⁵² і пріквелами⁵³, серіал режисерів Девіда Лінча та Марка Фроста “Твін Пікс” (“Twin Peaks”, з 1990, Mark Frost, David Lynch), “Бетмен”. Існує велика кількість фільмів, серіалів, мультфільмів та мультсеріалів на цю тему, серед яких найвідоміший “Темний лицар” Крістофера Нолана (“The Dark Knight” 2008, Christopher Nolan).⁵⁴

3.2.4 КІНЕМАТОГРАФ МАРГІНАЛЬНИХ ГРУП

У таких культових стрічках, перш за все, відбулося привласнення (наприклад фемінізація) образів, культурних артефактів та символів, котрі первинно належали гетеросексуальній культурі. Такі привласнення ведуть до зміни значення, зокрема зміни сенсу цих образів, перш за все, маргінальних груп, таких як трансвестити та гомосексуалісти.⁵⁵ Це явище призводить до трансформації їх значення і, фактично, починає позначати гомосексуальну ідентичність. Маргінальні групи, здійснюючи маніпуляцію образами, взаємодіють із масовими

⁵⁰ Пор. А. ПАВЛОВ, *Постидное удовольствие. Философские и социально-политические интерпритации массового кинематографа*. Москва: Высшая школа экономики 2014, 43.

⁵¹ Пор. Г. НОГОВИЦЫН, «Киновед Александр Павлов о культовом кино, почему к нему можно отнести “Иронию судьбы” и разнице между Тарантино и МакДонахом», // *Звезда* (18 жовтня 2018), <<http://zvzda.ru/interviews/8e46181bcee2>> (дата звернення 27 листопада 2018).

⁵² Сіквел – продовження комерційно успішного фільму, зазвичай із тими ж самими акторами у головній ролі. «Сіквел» // *Кінословник. Терміни, визначення, жаргонізми*. Харків: Харківський державний університет мистецтв імені Івана Котляревського 2007, 35.

⁵³ Пріквел – фільм, який, на противагу сіквелу, розповідає передісторію подій іншого фільму. Зазвичай пріквел іде за популярним і комерційно вдалим фільмом, коли не має можливості зняти продовження – наприклад коли у першому фільмі герої гинуть. «Пріквел» // *Кінословник. Терміни, визначення, жаргонізми*. Харків: Харківський державний університет мистецтв імені Івана Котляревського 2007, 29.

⁵⁴ Пор. Н. САМУТИНА «Культовое кино: даже зритель имеет право на свободу», 4.

⁵⁵ Пор. *Там само*.

культурними артефактами.⁵⁶ Найбільш яскравим прикладом культового фільму в цьому стилі є стрічка Віктора Флемінга “Чарівник країни Оз” (“The Wizard of Oz” 1939, Victor Fleming).⁵⁷ Своєму статусу вона завдячує гомосексуалістам в Америці, які звернули на нього особливу увагу. В якості таємного кодового слова, для ідентифікації одне одного, вони вживали запозичене із фільму поняття “друзі Дороти”, оскільки Дороти з розумінням та любов’ю ставилася до створінь без відваги, серця і розуму, тобто до знедолених, а вони себе вважали знедоленими, тому і обрали цей фільм “для себе”, наклавши на нього своє значення. Крім того, учасники цієї меншини використовували образи персонажів фільму для костюмованих вечірок, зокрема, під час святкування Хеловіну.⁵⁸

А. ФІЛЬМИ КАТЕГОРІЇ Б

Інше уявлення про культ пов’язано з трешом або, краще сказати, з фільмами категорії Б (англійською “B-movies”). Фільми категорії Б – це “дивні фільми”,⁵⁹ їх ще називають треш - кіно, або “післяпівнічні” (англійською “after midnight”). Старі фільми категорії Б – малобюджетні фільми, звідки й назва “післяпівнічні фільми”.⁶⁰ Назву “кемп” отримали внаслідок пропаганди наркотиків за допомогою фільму, який говорить про шкоду наркотичних речовин і створений для боротьби із наркотичними речовинами. Ця пропаганда проводилася в студентських містечках (кампусах) за допомогою фільму режисера Луїса Гасніра “Розкажіть вашим дітям” (“Tell Your Children” 1936, Louis J. Gasnier). У 1971 році Кіт Струуп, активіст у справі легалізації марихуани, в Бібліотеці Конгресу виявив фільм і став показувати його в студентських кампусах і маргінальних кінотеатрах. Таким чином, пропагандистська соціальна драма про шкоду легких наркотиків перетворилася на об’єкт глузувань і знущань юної аудиторії, що іронічно сприйняла стрічку. Картина стала хітом нічних показів і тільки тоді

⁵⁶ Пор. В. MCNAIR, *Striptease Culture. Sex, media and the democratization of desire*. London: Taylor & Francis Group 2002, 198.

⁵⁷ Пор. А. ПАВЛОВ, «Культура кльта».

⁵⁸ Пор. Там само.

⁵⁹ Пор. Г. НОГОВИЦЫН, «Киновед Александр Павлов о культовом кино, почему к нему можно отнести “Иронию судьбы” и разнице между Тарантино и МакДонахом».

⁶⁰ Пор. Н. САМУТИНА «Культовое кино: даже зритель имеет право на свободу», 4.

набула статусу культової.⁶¹ Зазвичай вважається, що кемп – це іронічне використання кліше.⁶²

В. ФІЛЬМИ ІЗ ДЕМОНСТРАТИВНОЮ ІРОНІЄЮ

Фільми із демонстративною іронією, або “чим гірше, тим краще”, чи “так погано що навіть добре” – це особливий і специфічний вид культового кінематографу, оскільки шанувальники визнають цей фільм настільки нудним, що люблять його саме через невдачу.⁶³ Ці фільми часто пов’язані з вкрай відвертою іронізацією, яка доводить фільм до межі абсурду, або ж смішною простакуватою “подачею на долоні” сюжету, через примітивну гру акторів та інше.⁶⁴ Шанувальники такого кіно цінують ці стрічки саме через те, що вони дивні, страшні та іронічні аж до абсурду. Одним із прикладів є фільм Едварда Вуда “План 9 із відкритого космосу” (“Plan 9 from Outer Space” 1959, Edward D. Wood Jr.) У цьому фільмі шанувальники дивуються помітному читанню тексту із скриптів та як в період зйомок стрічки померла Белла Лугоші і її замінили разюче вищою акторкою і це шанувальники вважають “вишнею на торті”.⁶⁵ Також до цього “жанру” культового кіно відносять і стрічку Пауля Верговена “Шоугьорлз” (“Showgirls” 1995, Paul Verhoeven), яка попри мізерні продажі квитків на сеанси в кінотеатрах, користувалась значною популярністю в DVD-форматі і цю стрічку переглядали на численних вечірках, присвячених незграбній еротичі.⁶⁶

Таким чином, «завжди необхідно досліджувати історію і контекст виникнення фільмів, перш ніж включати стрічку в список “культу”». ⁶⁷ Адже, саме це дасть глибинне і структурне розуміння приналежності стрічки до культових, та відкриє фактори, що зробили її важливою для певної групи людей.

⁶¹ Пор. А. ПАВЛОВ, «Культура культа».

⁶² Пор. Там само.

⁶³ Пор. Там само.

⁶⁴ Пор. Н. САМУТИНА «Культовое кино: даже зритель имеет право на свободу», 4.

⁶⁵ Пор. I. NAIGH, «Cult film is being celebrated by thousands of fans in London in a festival of strange outfits and aficionado enthusiasm. But what makes a film become cult?» // BBC News Magazine, 3 травня 2010, <http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/magazine/8640334.stm> (дата звернення 29 листопада 2018).

⁶⁶ Пор. Там само.

⁶⁷ А. ПАВЛОВ, «Культура культа».

3.2.5 СУЧАСНЕ КУЛЬТОВЕ КІНО

На кінець 80-х років частота, з якою фільми отримували статус “культовий” збільшилася, а, починаючи із другої половини 90-х, констатували смерть культового кіно у форматі, яким ми його знали раніше. На 90-і роки припала завершальна стадія розвитку культового кінематографу. Стрічки, які саме отримували статус “культові”, практично зникли.⁶⁸ До 90-х років було зрозуміло: фільми не створюються культовими, вони такими стають, перш за все, завдяки аудиторії.⁶⁹ Ця зміна понять пов’язана із тим, що з’явилися картини Квентіна Тарантіно, які, по суті, є знаменням смерті культового кінематографу попереднього формату. «Тарантіно вірно зрозумів формулу успіху і став експлуатувати “дух культу”». ⁷⁰ Ця експлуатація полягала в тому, що “культове” сприймалося не як “душевне”, а як таке, на якому можна виграти. Ден Лі називає Квентіна Тарантіно вбивцею культового кіно, адже він, проаналізувавши цілі покоління, вивчивши всі саундтреки,⁷¹ всі сюжетні лінії, всі кадри і, видавши свої фільми, “заставив” глядача полюбити конкретний фільм, зокрема, прийняти свої кінострічки за культові. Ці фільми стали квінтесенцією всіх попередніх культових фільмів. І проблематика тут полягає не в тому, що Квентін Тарантіно причетний в деякій мірі до плагіату, але в тому, як він ставився до культового кіно.⁷² «Що таке “Кримінальне читиво” для більшості його лютих шанувальників? Танець Уми Турман і Джона Траволти, масаж ступні, млинчики з кленовим сиропом і “відчепися, кетчуп”»⁷³. Цей режисер почав саме “робити” культові фільми і він не один у цій галузі.⁷⁴ Те ж саме стосується Тіма Бертона, який обрав для себе шлях відтворюючи стиль наукової фантастики 50 – 60-х.⁷⁵ «У підсумку ми стикаємося з тим, що люди вже свідомо знімають культове кіно, або

⁶⁸ Пор. А. ПАВЛОВ, «Культура культа».

⁶⁹ Пор. К. НАОМІ, *No Logo: No Space, No Choice, No Jobs*. London: Picador 2002.

⁷⁰ А. ПАВЛОВ, «Культура культа».

⁷¹ Саундтрек – фонограма, звукова доріжка (зазвичай до фільму) «Саундтрек» // *Великий тлумачний словник сучасної української мови*, Ірпінь: ВТФ Перун 2005, 1295.

⁷² D. LEIGH, «Who killed cult movies?» // *The Guardian* (13 жовтня 2009)

<<https://www.theguardian.com/film/filmblog/2009/oct/13/who-killed-cult-movies>> (дата звернення: 30 листопада 2018).

⁷³ Н. САМУТИНА «Культовое кино: даже зритель имеет право на свободу», 8.

⁷⁴ D. LEIGH, «Who killed cult movies?».

⁷⁵ Пор. К. НАОМІ, *No Logo: No Space, No Choice, No Jobs*, 79.

використовують маркетингові стратегії, і воно часто дійсно стає культовим».⁷⁶ Тому, одним із актуальних запитань, яке стосується сфери культового кінематографу є те, «чи можна зняти культовий фільм навмисно; чи може твір розглядатися як культовий спочатку, за своїми текстуальними характеристиками, або воно стає таким тільки в процесі глядацького сприйняття?»⁷⁷ Прикладами синтетичного культового кіно також є фільм Річарда Келлі “Донні Дарко” (“Donnie Darko” 2001, Richard Kelly) а також фільм Томмі Вайсо “Кімната” (“The Room”, 2003, Tommy Wiseau). Обидва режисери зізнаються, що хотіли зняти саме культові фільми.⁷⁸ Зважаючи на це, «деякі дослідники пропонують створення нових понять для кінострічок, які створюються з метою отримання статусу, “культових”, оскільки, в іншому випадку стає можливим плутанина в термінах і поняттях».⁷⁹

Ще одним прикладом зміни сприйняття культового кіно, яка відбулася після 90-х років, є те, як кінокомпанія MGM, усвідомивши риси, які характерні для культового кіно, випустила знову “Шоугьорлз” і для прем’єрного показу найняла натовп трансвеститів, які б викрикували фрази у найбільш огидні моменти фільму. Втім, ця стратегія зазнала краху.⁸⁰ Період після 80-х років – це час коли популярності набуло відео, головню на DVD і телебаченні. Культове кіно продовжувало жити, але набирало дещо іншої форми. Раніше досить радикальний і навіть контркультурний культовий кінематограф став або маргінальним, або широко популярним.⁸¹ Проте, можемо зустріти фільм, який, припустимо, належить до класики, але не став культовим.⁸² Це підтверджує те, що статус “культове кіно” носить суб’єктивний характер.⁸³ Це можемо помітити із того факту, що такий статус також можуть носити і “погані” стрічки, тобто стрічки, які у інших глядачів не викликають емоційного чи естетичного

⁷⁶ Г. НОГОВИЦЫН, «Киновед Александр Павлов о культовом кино, почему к нему можно отнести “Иронию судьбы” и разнице между Тарантино и МакДонахом».

⁷⁷ Н. САМУТИНА «Культовое кино: даже зритель имеет право на свободу» 2.

⁷⁸ Пор. А. ПАВЛОВ, «Культура культа».

⁷⁹ Там само.

⁸⁰ Пор. К. НАОМІ, *No Logo: No Space, No Choice, No Jobs*, 79.

⁸¹ Пор. А. ПАВЛОВ, «Культура культа».

⁸² Пор. S. DOWLING, «When a cult film's not a cult film» // *BBC News Magazine*, 17 жовтня, 2003, <<http://news.bbc.co.uk/2/hi/entertainment/3152596.stm>> (дата звернення 30 листопада 2018).

⁸³ Пор. А. ПАВЛОВ, «Штурм публичное пространство: слова о гетеротопии плохого вкуса» // *Логос* 101, 2014, 5.

задоволення.⁸⁴ Із цього явища спостерігається багатоплановість фільмів із статусом “культовий”.

Не всі погоджуються з тим чи іншим варіантом визначення культового кіно. Посилаючись на культовий для них фільм⁸⁵ і порівнюючи його із запропонованим, глядач рідко погоджується із тим, що представлена стрічка є культовою.

У сучасному кінематографі є декілька способів здобуття фільмом статусу “культового”.⁸⁶ Одним із таких є спосіб, яким скористався Квентін Тарантіно – ще на стадії, коли фільм конструюють і знімають, використовують “канони” культового кіно. Робиться це в той спосіб, що слідкують за тенденціями жанру, та взорується на певні “закони” культового кіно.⁸⁷ Інший спосіб той, у якому вирішальна роль належить кінокритикам, які численними оглядами, похвалами, висновками, присвоюють режисеру, актору чи іншому причетному, або самій стрічці ті чи інші статуси. Фільм “просувають” для специфічної аудиторії, називають його культовим, хоча таким він ще не є. «Таким чином, за допомогою маркетингу він потрапляв у великій контекст культового кіно».⁸⁸ Прикладом цього є фільм Девіда Роберта Мітчела “Воно” (“It Follows” 2014, David Robert Mitchell) або те, як Едварду Девіду Вуді молодшому, який виготовляв фільми другого сорту, присвоїли статус “найгіршого режисера всіх часів”.⁸⁹ Існує таке поняття як “культовий режисер” чи “культовий актор”. Це базується на тому, що деякі режисери, продюсери чи актори більш схильні робити культові фільми. Серед таких Роджер Корман, Джон Уотерс, Едвард Вуді, Квентін Тарантіно, Брати Коен і Девід Лінч, особливо на ранніх стадії своєї кар’єри, через їхній унікальний стиль та індивідуальну манеру бачення.⁹⁰ Вважається також, що

⁸⁴ Пор. А. ПАВЛОВ, «Штурм публічне простірство: слова о гетеротопии плохого вкуса».

⁸⁵ Пор. А. ПАВЛОВ, «Культура культа».

⁸⁶ Пор. А. ПАВЛОВ, «Как кино становится культовым?» // *IQHSE* (26 серпня 2016) <<https://iq.hse.ru/news/188764557.html>> (дата звернення: 2 грудня 2018).

⁸⁷ Пор. Там само.

⁸⁸ Г. НОГОВИЦЫН, «Киновед Александр Павлов о культовом кино, почему к нему можно отнести “Иронию судьбы” и разнице между Тарантино и МакДонахом».

⁸⁹ Пор. Н. MEDVED – М. MEDVED, «*The golden turkey awards: nominees and winners, the worst achievements in Hollywood history*». London: Perigee Trade 1980, 206.

⁹⁰ Пор. Т. DIRKS, «Cult film» // *сайт: Filmsite*, 2010, <<https://www.filmsite.org/cultfilms.html>> (дата звернення: 2 грудня 2018).

Джордж Ромеро, який раніше, у 1970-х роках, зняв декілька культових фільмів і через них отримав славу, а, знімаючи нові фільми, лише експлуатує колишню славу.⁹¹ До культових зараховано практично всі стрічки із Девідом Боуї, який має «“ауру” культового персонажа».⁹² Слід також згадати і серіал “Твін Пікс”, що вважається культовим здебільшого завдяки його творцеві, який володіє статусом культового режисера.⁹³ Ще одним способом є те, що та чи інша аудиторія відшукає у фільмі якийсь “прихований зміст”, який має до неї, чи до її ідеології певну дотичність (як це було із фільмом “Чарівник країни Оз”).⁹⁴

3.2.6 ДИНАМІЧНІСТЬ ВИЗНАЧЕННЯ “КУЛЬТОВЕ КІНО”

Складним викликом є дати чітке і однозначне визначення “культове кіно”, оскільки “канон” культового кінематографа є динамічним, а не сталим і універсальним.⁹⁵ Багато таких фільмів, які колись носили статус “культовий” сьогодні його втратили. Це слугує підтвердженням того, що “канон” культового кіно дійсно не є постійним і стабільним. Така дійсність обумовлена задіянням суб’єктивного елемента глядача, оскільки сама по собі стрічка не може бути культовою, її такою робить глядач, який надає їй певне значення, трактування.⁹⁶

Шанувальники фільмів, незважаючи на стандарти газет чи огляди фільмів критиками, заперечують ексклюзивність “культовості” стрічок, які посідають першість рейтингів, або фігурують в списках культових стрічок. Немає жорсткого правила або контрольного списку, щоб визначити риси, які роблять фільм культовим. Часто стрічки називають такими через те, що вони є культовими “в очах глядача”, без будь-якого визначення.⁹⁷ «Визначення “культовий фільм”, як правило, необхідно забезпечувати додатковою позначкою – культовий “для кого”».⁹⁸ Саме ця вказівка звертатиме дослідника на правильну думку, на значення, яке вкладено соціальною групою чи особистістю в певну

⁹¹ Пор. А. ПАВЛОВ, «Штурмя публичное пространство: слова о гетеротопии плохого вкуса», 9.

⁹² Н. САМУТИНА «Культовое кино: даже зритель имеет право на свободу», 6.

⁹³ Пор. А. ПАВЛОВ, «Культура кукла».

⁹⁴ Пор. А. ПАВЛОВ, «Как кино становится культовым?».

⁹⁵ Пор. А. ПАВЛОВ, «Штурмя публичное пространство: слова о гетеротопии плохого вкуса», 9.

⁹⁶ Пор. Там само.

⁹⁷ Пор. Т. DIRKS, «Cult film».

⁹⁸ Н. САМУТИНА «Культовое кино: даже зритель имеет право на свободу», 7.

стрічку. Культовий фільм одного глядача не може бути оцінений іншим глядачем. Це часто питання думки, поглядів, смаків і вподобань.⁹⁹

Культове кіно вважається динамічним явищем та використовують «для його пояснення терміни “плинність” та “інклюзивність”». ¹⁰⁰ Під плинністю розуміється мінливість, змінюваність та постійне розширення значення терміну. Також існує догматичний підхід глядача, який є консервативним в уявленні про такий кінематограф. ¹⁰¹ Глядач такого роду мислить про культове кіно «як про щось доісторичне, щось, що було до 1990-х років». ¹⁰² Але зараз розуміння терміну «культового кіно стало “гумове” і ми кожен раз повинні аргументувати, чому цей фільм можна вважати культовим». ¹⁰³ Потрібно вказати на причини, з яких цей фільм для тієї чи іншої людини або групи є особливим. Це обумовлено множинністю значень, які глядацька аудиторія може накладати на “їхню” стрічку. Сам феномен культовості кінематографа пов'язаний з принципово іншим типом конструювання простору глядача, у культовому простір є в руках самого глядача. Таким чином, дивлячись фільм у нас все ще залишається місце мати своє бачення речей, свої здогадки і навіть уявлення чи фантазії відносно того, що нам зустрілося у фільмі. ¹⁰⁴

Саме “свобода глядача” дає зрозуміти, що знайшовши у списках культового кіно ту чи іншу стрічку це означатиме що «вона має відношення до культового кіно, якщо їх так хтось називає і сприймає її такою. Ось наскільки це складне» ¹⁰⁵ питання. «Ефект культовості заперечує відразу дві можливості говорити про кіно: можливість системного моделювання і можливість якісної оцінки», ¹⁰⁶ тому, «якщо виходити з жанрової своєрідності, можна зробити висновок, що фактично будь-який фільм має шанс стати культовим». ¹⁰⁷

⁹⁹ Пор. Т. DIRKS, «Cult film».

¹⁰⁰ Г. НОГОВИЦЫН, «Киновед Александр Павлов о культовом кино, почему к нему можно отнести “Иронию судьбы” и разнице между Тарантино и МакДонахом».

¹⁰¹ Пор. Там само.

¹⁰² Там само.

¹⁰³ Г. НОГОВИЦЫН, «Киновед Александр Павлов о культовом кино, почему к нему можно отнести “Иронию судьбы” и разнице между Тарантино и МакДонахом».

¹⁰⁴ Пор. Н. САМУТИНА «Культовое кино: даже зритель имеет право на свободу», 1.

¹⁰⁵ Г. НОГОВИЦЫН, «Киновед Александр Павлов о культовом кино, почему к нему можно отнести “Иронию судьбы” и разнице между Тарантино и МакДонахом».

¹⁰⁶ Н. САМУТИНА «Культовое кино: даже зритель имеет право на свободу», 2.

¹⁰⁷ А. ПАВЛОВ, «Культура культа».

Статус “культова стрічка” формується «в результаті відношення до кіно як до приватного простору; глядач, який створює культове кіно своїм ставленням, ігнорує центральні значення фільму і концентрується на принципово важливих для нього деталях, на деталях і маргінесі».¹⁰⁸ Саме за таким принципом фільм стає “культовим” та набирає значимості для людини. Для прихильників культового кіно важливе «почуття таємничої історії кінематографа за межами мейнстріму,¹⁰⁹ яке є затишне»,¹¹⁰ для них важливо мати якийсь “інтимний”, свого роду, стосунок із фільмом. Тому, для Денні Лі “культове кіно” асоціюється із ностальгією.¹¹¹ Важливо усвідомити, що «культовий фільм сьогодні може не бути таким завтра, питання культового статусу може обговорюватися нескінченно».¹¹² У сьогоднішній для того, щоб дізнатися чому фільм є культовим слід спершу дізнатися чому він особливий для аудиторії, яка його любить.

3.3 РИСИ КУЛЬТОВОГО КІНО

Культові стрічки мають деякі особливості, якими вони відрізняються від не культових стрічок і між собою, тобто, мають певні риси, які не обов’язково мають бути присутніми у іншій культовій стрічці.

3.3.1 ФАНАТИ КУЛЬТОВОГО КІНО

Культові стрічки мають сильну аудиторію фанатів. Таке кіно «виводить на перший план фігуру глядача і робить його не пасивним споживачем, а активним виробником».¹¹³ Тому, «однією з найважливіших умов виникнення культовості є можливість “грати в фільм”, “проживати” в ньому інше життя».¹¹⁴ Фанат – це учасник культу, завдяки якому стрічки отримують цей бажаний титул.¹¹⁵ Прихильники, які залучені у стрічку, які сильно пройнялися ідеями, які увійшли

¹⁰⁸ Н. САМУТИНА «Культовое кино: даже зритель имеет право на свободу», 8.

¹⁰⁹ Мейнстрім – джазовий термін, який позначає помірно-прогресивні напрямки будь-якого джазового стилю. «Мейнстрім» // Великий тлумачний словник сучасної української мови, Ірпінь: ВТФ Перун 2005, 657.

¹¹⁰ D. LEIGH, «Who killed cult movies?».

¹¹¹ Пор. Там само.

¹¹² Н. САМУТИНА «Культовое кино: даже зритель имеет право на свободу», 9.

¹¹³ Там само, 3.

¹¹⁴ Там само, 4.

¹¹⁵ Пор. Там само, 3.

у світ фантазії та мрії, чи то соціальної чи сексуальної,¹¹⁶ фактично є “вірними саме цієї церкви”,¹¹⁷ саме цього культового кіно. Ці прихильники творять культ фільму своєю поведінкою.¹¹⁸ Основою культовості кіно є взаємодія аудиторії зі стрічкою. Така взаємодія може проявлятися у різний спосіб і саме вона дає статус фільмові. Часто це регулярні перегляди як вдома, так і в кінотеатрі, захоплення героями фільму, їх наслідування.¹¹⁹ Зважаючи на те, що «культовий фільм презентує на екрані світ, який претендує на повноцінне самостійне існування»,¹²⁰ він захоплює глядача і робить його “жителем” цього світу. Через це часто формуються клуби прихильників чи фанатів певної стрічки.¹²¹ Саме фанати і прихильники культових стрічок є рушійною силою культу. Величина аудиторії не зменшує культових рис стрічки, але важливою рисою цієї аудиторії, для того, щоб називати цей фільм культовим, має бути тривале і стійке зацікавлення стрічкою.¹²² Фільм набуває свою культовість внаслідок особливої активності фанатів: регулярні і постійні перегляди фільму, становлення фільму як частини життя фанатів, які асоціюють себе із учасниками фільму, мрійливо стають частиною фільму по іншу сторону екрану. Крім того, фанати їздять на фестивалі, колекціонують речі, пов’язані з фільмом, носять футболки, шийють костюми, слухають музику із фільму, створюють інтернет сторінки на тематику фільму та обмінюються деталями про фільм, описуючи його світ.¹²³

ЗМІ часто називають незвичайний фільм як “культовий фільм”, але так не є. Для того, щоб фільм досягнув статусу культу, потрібен час,¹²⁴ щоб оцінити тривалість зацікавлення фанатів стрічкою, відповідно, щоб могли дати стрічці відповідний статус. У США, через те, що деяка суб-культура регулярно і віддано, із великим запалом “відправляє” культ конкретного фільму ця стрічка і отримує статус “культової”.¹²⁵ Втім, незважаючи на містику, епатаж і численні шокуючі

¹¹⁶ Пор. Н. САМУТИНА «Культовое кино: даже зритель имеет право на свободу», 4.

¹¹⁷ Пор. Там само, 3.

¹¹⁸ Пор. Н. САМУТИНА «Культовое кино: даже зритель имеет право на свободу», 9.

¹¹⁹ Пор. Т. DIRKS, «Cult film».

¹²⁰ Н. САМУТИНА «Культовое кино: даже зритель имеет право на свободу», 5.

¹²¹ Пор. Т. DIRKS, «Cult film».

¹²² Пор. А. ПАВЛОВ, «Штурм публичное пространство: слова о гетеротопии плохого вкуса», 5.

¹²³ Пор. Н. САМУТИНА «Культовое кино: даже зритель имеет право на свободу», 3.

¹²⁴ Пор. Т. DIRKS, «Cult film».

¹²⁵ Пор. А. ПАВЛОВ, «Культура кукла».

кадри, які часто зустрічаються у тій чи іншій стрічці, у багатьох культових фільмах розглядаються дуже серйозні теми: криза в сім'ї, політична криза, екзистенційні питання як людини зокрема, так і суспільства, і багатьох його поколінь.¹²⁶

3.3.2 КІНОТЕАТРИ

У Західному світі культове кіно є культурним явищем. Влучним підтвердженням цього є численні кінотеатри, які спеціалізуються на показі культових стрічок. Попри те, що показ регулярний і триває роками, попит на ці фільми не зменшується.¹²⁷ Саме «слово “культовий” часто означає, що фільм потрапляє в програму спеціальних, або нічних показів, які часто супроводжуються певними ритуалами, під час перегляду».¹²⁸ Культове кіно носить певний локальний характер. Мається на увазі, якщо у місті є кінотеатр, який відвідується і там показують стрічки для не дуже численної аудиторії – це означає, що фільм є культовим.¹²⁹ Такі культові фільми «часом розраховані на дуже невеликі маргінальні кола постановки».¹³⁰ Цікавим є те, що фанати культових стрічок приходять на перегляд в костюмах, які можна зустріти у фільмі, крім того, вони викрикують фрази в певний момент фільму, що свідчить про те, що вони знають фільм мало не на пам'ять, іноді влаштовують шоу в тематиці стрічки. Є навіть такі культові фільми, навколо яких сформувалася своя субкультура.¹³¹

3.3.3 ПІВНІЧНЕ КІНО

Демонстрація фільмів опівночі і традиції, які склалися у зв'язку із певними фільмами – це невеликі факти, які закріплюють статус “культовий” за фільмом.¹³² В Сполучених Штатах Америки влаштовують нічні покази картин, які давно стали культовими – фільм Сема Раймі “Зловісні мерці” (“The Evil Dead” 1981,

¹²⁶ Пор. А. ПАВЛОВ, «Как кино становится культовым?».

¹²⁷ Пор. Там само.

¹²⁸ Г. НОГОВИЦЫН, «Киновед Александр Павлов о культовом кино, почему к нему можно отнести “Иронию судьбы” и разнице между Тарантино и МакДонахом».

¹²⁹ Пор. Там само.

¹³⁰ Н. САМУТИНА «Культовое кино: даже зритель имеет право на свободу», 2.

¹³¹ Пор. А. ПАВЛОВ, «Как кино становится культовым?».

¹³² Пор. Там само.

Sam Raimi), фільм Клаудіо Фрагасо “Троль-2” (“Troll 2” 1990, Claudio Fragasso), фільм Стенлі Кубрика “Механічний апельсин” (“A Clockwork Orange” 1971, Stanley Kubrick). Не зважаючи на те, що у всіх шанувальників ці стрічки, звичайно, є у приватному використанні, все рівно фанати приходять на покази, щоб насолодитися особливою атмосферою нічного перегляду. Знаючи фільм напам’ять, вони дружно цитують фрази, що стали крилатими, або в унісон аплодують персонажу, який робить щось неймовірне.¹³³

3.3.4 ВІЗУАЛЬНІ СИМВОЛИ КУЛЬТУ ЗАПОЗИЧЕНІ У КУЛЬТОВОГО КІНО

Часто трапляється, що фанати носять такий одяг, який носили персонажі у фільмі (як із фільмом “Механічний апельсин”), чи влаштовують карнавальну ходу (на зразок як у фільмі Джима Шармена “Шоу жахів Рокі Хорора” (“The Rocky Horror Picture Show” 1975, Jim Sharman)) або відвідують місця, де знімався фільм (такі фанати-туристи відтворюють поведінку живих мерців із фільму Зака Снайдера “Світанок мерців” (“Dawn of the Dead” 2004, Zack Snyder) і роблять це у тому ж торговому центрі, де знімався фільм.¹³⁴ Хоча фільм може не користуватися популярністю, бути маловідомим, але всеодно бути культовим. Про це свідчить і те, що шанувальник залишає на своєму тілі позначку чи тату із символом, пов’язаним із стрічкою. «Наприклад, якщо відзначають своє тіло логотипом із фільму Тома Сікса “Людська багатоніжка” (“The Human Centipede” 2009, Tom Six), і якщо таких людей десять, двадцять чи сто, то цей фільм явно має якесь значення в їхньому житті».¹³⁵

3.3.5 ФРАЗИ, МУЗИКА

За культовими стрічками спостерігається таке явище, що вони витворюють повторювані фрагменти, які є впізнавані між фанатами і часом поза межами спільноти фанатів. Такими фрагментами можуть бути фрази героїв стрічки,

¹³³ Пор. А. ПАВЛОВ, «Культура культа».

¹³⁴ Пор. Там само.

¹³⁵ Г. НОГОВИЦЫН, «Киновед Александр Павлов о культовом кино, почему к нему можно отнести “Иронию судьбы” и разнице между Тарантино и МакДонахом».

музика та інше.¹³⁶ Переважно стається так, що культові стрічки мають своєрідний набір “крилатих фраз”, які цитуються, або особливих музичних тем.¹³⁷ Культові фрази займають особливе місце серед фанатів, оскільки вони перетворилися «в ритуальний набір сакральних текстів, які пронизують буденне повсякденне життя».¹³⁸ Прикладами таких фраз є «какая гадость эта ваша заливная рыба»,¹³⁹ «а Вас, Штирлиц, я попрошу остаться»,¹⁴⁰ «кто возьмет билетов пачку, тот получит...».¹⁴¹ Що стосується музики, то вона надає особливе задоволення глядачу, оскільки при кожному новому перегляді фільму музика заставляє нас відчувати задоволення від попередніх переглядів фільму, пережити враження знову.¹⁴²

3.3.6 КУЛЬТОВИЙ ФІЛЬМ ЯК КУЛЬТУРНЕ ЯВИЩЕ

Важливою деталлю є те, що культовий фільм може не мати великого успіху в прокаті, але бути дуже популярним і ширитися способом “із уст в уста”, це свідчить про те, що культ фільму шириться не тільки через екран, і має риси культурного явища.¹⁴³ Назвати фільм культовим можна і в залежності від місця де є глядач.¹⁴⁴ Тобто можуть бути територіальні культові фільми. Так, за приклад є фільм Пітера Колінсона “Італійська робота” (“The Italian Job” 1969, Peter Collinson), який набув тривалої великої популярності у США, але не набув такої у інших країнах. Часто люди ішли до кінотеатру тільки через популярність, яка прийшла не через спеціально проведену рекламу, а через обговорюваність у суспільстві, через рекомендацію. Після перегляду аудиторія мала різні враження, зустрічалися і ті, очікування яких фільм не виправдав.¹⁴⁵ Обговорюваність сприяє здобуттю стрічкою статусу “культовий” і часто є ознакою цього.

¹³⁶ Пор. Н. САМУТИНА «Культовое кино: даже зритель имеет право на свободу», 6.

¹³⁷ Пор. Там само.

¹³⁸ Там само.

¹³⁹ Э. РЯЗАНОВ (режисер) *Ирония судьбы, или С легким паром!* [кіно-стрічка], СРСР: Мосфільм 1975.

¹⁴⁰ Т. ЛЮЗНОВА, (режисер), «Семнадцать мгновений весны» [кіно-стрічка], СРСР, Кіностудія ім. М. Горького, 1973.

¹⁴¹ Л. ГАЙДАЙ (режисер), «Бриллиантовая рука» [кіно-стрічка], СРСР, Мосфільм 1968.

¹⁴² Н. САМУТИНА «Культовое кино: даже зритель имеет право на свободу», 6.

¹⁴³ Пор. S. DOWLING, «When a cult film's not a cult film».

¹⁴⁴ Пор. Там само.

¹⁴⁵ Пор. S. DOWLING, «When a cult film's not a cult film».

Прикладом є фільм Джемейна Клемента та Тайка Вайтіті “Що ми робимо в тінях” (“What We Do in the Shadows”, 2014, Jemaine Clement, Taika Waititi). Цей фільм є «культовий навіть в Росії, тому що школярі його обожають, цитують, запитують вчителів: “А ви бачили цей фільм?”»¹⁴⁶

Втім, «культові фільми знімаються не тільки в США, але дуже часто стають такими саме там».¹⁴⁷ Слід пам’ятати, що «культове кіно – це перш за все феномен заходу».¹⁴⁸ Саме тому спосіб, в який “почитається” культове кіно в пост-радянських країнах є відмінний ніж у США, завжаючи на ментальність.¹⁴⁹

3.3.7 ПОПУЛЯРНІСТЬ – НЕ ПОПУЛЯРНІСТЬ, МАРГІНАЛЬНІСТЬ

Культові фільми мають обмежений, але дуже особливий характер. Вони, як правило, є дивними, химерними, незграбними, ексцентричними, дивовижними, або сюрреалістичними, з обурливими, дивними, унікальними та мультиплікаційними персонажами або сюжетами, і вдалими поєднаннями цього всього.¹⁵⁰ Вони часто вважаються суперечливими, тому що виходять за межі стандартних описових і технічних умов. Вони можуть бути дуже стилізованими, часто є “дефектними” або незвичними у якийсь яскраво виражений і контрастний спосіб.¹⁵¹ Багатьом стрічкам не пощастило зазнати слави у прокаті, оскільки покази були не успішними. Втім, за деякий час, стрічка набувала статусу культової, розвивалася незмінна вірність та відданість серед вболівальників з часом, доволі часто це ставалося через рекомендації “з уст в уста”.¹⁵² «Одна із найяскравіших ознак культового кіно: фільм виходить в прокат, провалюється, а потім стає суперхітом».¹⁵³ Культові фільми не дотримуються

¹⁴⁶ Г. НОГОВИЦЫН, «Киновед Александр Павлов о культовом кино, почему к нему можно отнести “Иронию судьбы” и разнице между Тарантино и МакДонахом».

¹⁴⁷ Там само.

¹⁴⁸ А. ПАВЛОВ, «Как кино становится культовым?».

¹⁴⁹ Пор. Там само.

¹⁵⁰ Пор. Т. DIRKS, «Cult film».

¹⁵¹ Пор. Там само.

¹⁵² Пор. Т. DIRKS, «Cult film».

¹⁵³ Г. НОГОВИЦЫН, «Киновед Александр Павлов о культовом кино, почему к нему можно отнести “Иронию судьбы” и разнице между Тарантино и МакДонахом».

жодних правил чи шаблонів – деякі культові фільми популярні лише серед деяких обмежених груп аудиторії або товариств.¹⁵⁴

3.3.8 УЗАГАЛЬНЕННЯ ПОНЯТТЯ “КУЛЬТОВЕ КІНО”

Підсумовуючи вищесказане, можна виділити декілька основних точок, які дозволять наблизитися до визначення “культовості” стрічки. «Культовість виміряти нічим. Її можна лише відчутти, як “ауру” унікального ставлення до об'єкта, обраного з мільйонів, і розділити в невеликому колі таких же “посвячених”». ¹⁵⁵ Так, для прикладу, для прихильників культового кіно дуже важливим є відчуття містичності історії, яку розповідає кінострічка, а те, що вона є по за межами мейнстріму робить стрічку для прихильників “затишною”. ¹⁵⁶ «Поняття “культове кіно” має найбільше відношення до поняття любові», ¹⁵⁷ адже “культовий кінематограф” передбачає те, що та чи інша стрічка є важливою і особливою без жодних на те причин. ¹⁵⁸ І це дає кінострічці особливість – бути простором для проявлення себе, для самовираження глядачем. ¹⁵⁹ Втім, важко сказати, що “культовою” стрічку можна назвати лише з тієї причини, що відбувалися “ритуальні покази” або “ритуальні перегляди”, ¹⁶⁰ оскільки існує багато фільмів, які «ставали культовими на інших підставах». ¹⁶¹ Багато із того, що, до прикладу, в 70-х роках вважалося культовим (чи то стрічка, чи то актор, чи режисер) сьогодні вже не є таким і не користуються популярністю в середовищі фанатів, тобто вже не є культовими, принаймні “настільки культовими” як були колись. ¹⁶² До прикладу, «багато шанувальників відвернулися від майстра “поганих фільмів” Уеса Крейвена (“Останній будинок зліва” (“The Last House on the Left” 1972, Wes Craven), “У пагорбів є очі” (“The Hills Have Eyes”, 1977, Wes Craven), коли той зняв мейнстрімний “Крик”

¹⁵⁴ Пор. Т. DIRKS, «Cult film».

¹⁵⁵ Н. САМУТИНА «Культовое кино: даже зритель имеет право на свободу», 9.

¹⁵⁶ Пор. D. LEIGH, «Who killed cult movies?».

¹⁵⁷ Н. САМУТИНА «Культовое кино: даже зритель имеет право на свободу», 2.

¹⁵⁸ Пор. Там само.

¹⁵⁹ Пор. Там само.

¹⁶⁰ Пор. Г. НОГОВИЦЫН, «Киновед Александр Павлов о культовом кино, почему к нему можно отнести “Иронию судьбы” и разнице между Тарантино и МакДонахом».

¹⁶¹ Там само.

¹⁶² Пор. Там само.

(“Scream”, 1996, Wes Craven)».¹⁶³ Стрічки, які носять статус “культових”, у класичному розумінні, мають містити щось таке, що з однієї сторони справить враження на аудиторію і сформує спільноту фанатів, а з іншої сторони відверне частину аудиторії. Іншими словами, елемент “культовості” у таких стрічках – це те, що одних приваблює, а інших заставляє уникати цю стрічку.¹⁶⁴

Таким чином, «особливість культових фільмів у тому, що вони здійснюють вихід за межі. Цей вихід здійснюється або через розрив шаблонних форм, або через розкриття тем, на які накладено табу, або ж просто через епатаж аудиторії»¹⁶⁵. Культовість фільму залежить від аудиторії, від її реакції на фільм, від її перенесення деталей фільму у своє життя і у життя суспільства.

Отже, культовий кінематограф є особливим видом кінострічок для певної групи людей. Такий статус фільмам надає його аудиторія, яка регулярно, продовж тривалого часу переглядає конкретну кінокартину. Глядачі культових стрічок можуть формувати своєрідні субкультури фанатів стрічки та мати свої “ритуали”.

3.4.1 АНАЛІЗ ФІЛЬМУ РЕЖИСЕРА КРІСТОФЕРА НОЛАНА “ТЕМНИЙ ЛИЦАР”

А. ЗАГАЛЬНІ ВІДОМОСТІ ПРО ФІЛЬМ

Фільм “Темний лицар”, режисером якого є Крістофер Нолан, є втечею від культури мас, що характерно для стійкого мистецтва.¹⁶⁶ Цей режисер вийшов за межі жанру про супергероїв.¹⁶⁷ Він розповів історію у новий спосіб.¹⁶⁸ Крістофер Нолан хотів зробити свою стрічкою іншою – «темнішою, [...], більш відчайдушною, більш похмурою – і він, в основному, зміг досягнути цього».¹⁶⁹ Проблемою всіх інших супергеройських фільмів є те, що герой долав лиху

¹⁶³ Г. НОГОВИЦЫН, «Киновед Александр Павлов о культовом кино, почему к нему можно отнести “Иронию судьбы” и разнице между Тарантино и МакДонахом».

¹⁶⁴ Пор. А. ПАВЛОВ, «Как кино становится культовым?».

¹⁶⁵ Там само.

¹⁶⁶ Пор. P. TRAVERS, «The Dark Knight» // *Rolling Stone* (18 липня 2008),

<<https://www.rollingstone.com/movies/movie-reviews/the-dark-knight-250897/>> (Дата звернення: 1 грудня 2018).

¹⁶⁷ Пор. К. RICH, «The Dark Knight» // *Cinema Blend*, <<https://www.cinemablend.com/reviews/The-Dark-Knight-3244.html>> (Дата звернення: 1 грудня 2018).

¹⁶⁸ Пор. Там само.

¹⁶⁹ M. LASALLE, «'Dark Knight': Ledger terrific Ledger as 'The Dark Knight's' Joker embodies the id in all its sad, frightening glory» // *SfGate* (17 липня 2008) <<https://www.sfgate.com/movies/article/Movie-review-Dark-Knight-Ledger-terrific-3276749.php#item-85307-tbla-4>> (Дата звернення: 1 грудня 2018).

сторону одним ударом, який був більше схожий на поштовх, і противник був безпорадним проти доброї сторони.¹⁷⁰ Акцент ставився на задоволенні від перемоги, але цей режисер зобразив боротьбу більш складною, автор фільму «не зацікавлений в насолоді від перемоги».¹⁷¹

Варто підкреслити, що фільм “Темний лицар” став успішним, в більшій мірі, завдяки акторській грі Хіта Леджера в ролі Джокера. Під час прем’єри кінотеатри були заповнені людьми.¹⁷² Вони очікували «чогось грандіозного від цієї глибокої стрічки, яка б стала поруч із культовими».¹⁷³ Ця картина набула великої популярності, її обговорювали у пресі, складалося враження, що всі про неї говорять.¹⁷⁴ «Вона викликала масову істерію».¹⁷⁵ «Виступ Хіта Леджера в ролі Джокера розкриває його потенціал. Він приходять на екран і робить фільм особливим».¹⁷⁶ Ця стрічка не дозволяє передбачити сюжет своїми різкими поворотами та змінами.¹⁷⁷ Тому багато кінокритиків і глядачів кажуть: «ми вражені тим, наскільки глибоко впливає на нас драма».¹⁷⁸ Сам режисер фільму, Крістофер Нолан, вірить у актуальність історії Бетмена та тем, які порушує цей фільм. Автор вірить у добрий вплив стрічки на суспільство.¹⁷⁹

В. СЮЖЕТ СТРІЧКИ

Події фільму відбуваються у містечку Готем. Є декілька ключових осіб: Бетмен, який є супергероєм вночі, а вдень – відома і заможна особистість, яка керує прибутковою організацією – Брюс Вейн. Бетмен не завжди підпорядковується закону, через що до нього ставляться з обережністю. Його противником є злочинець – Джокер, який є вкрай жорстоким і небезпечним. Впродовж фільму

¹⁷⁰ Пор. К. РІСН, «The Dark Knight».

¹⁷¹ Там само.

¹⁷² M. LASALLE, «'Dark Knight': Ledger terrific Ledger as 'The Dark Knight's' Joker embodies the id in all its sad, frightening glory».

¹⁷³ Там само.

¹⁷⁴ D. BAUTISTA «The Dark Knight (2008), Blu-ray review» // *De FilmBlog* (1 серпня 2008)

<<https://defilmblog.be/archive/2008/08/01/the-dark-knight-2008.html>> (Дата звернення: 1 грудня 2018).

¹⁷⁵ Там само.

¹⁷⁶ M. LASALLE, «'Dark Knight': Ledger terrific Ledger as 'The Dark Knight's' Joker embodies the id in all its sad, frightening glory».

¹⁷⁷ Пор. R. EBERT, «The dark knight» // *Roger Ebert* (16 липня 2008) <<https://www.rogerebert.com/reviews/the-dark-knight-2008>> (Дата звернення: 1 грудня 2018).

¹⁷⁸ R. EBERT, «The dark knight».

¹⁷⁹ K. RICH, «The Dark Knight».

зображено грайливу злочинну діяльність Джокера, який божевільно насолоджується “мистецтвом” вбивства. Масштаби його гри збільшуються з розвитком сюжету. Джокеру протистоїть Бетмен у співпраці із комісаром Гордоном, та окружним прокурором Харві Дентом.¹⁸⁰

С. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ФІЛЬМУ

Фільм “Темний лицар” не є звичною простою історією про боротьбу двох сторін: доброї та поганої. Безперечно Бетмен є позитивним персонажем, а Джокер – негативним. Бетмен є більш складним, оскільки чуючи ім’я цього супергероя, мешканці Готем-сіті жахаються і звинувачують його у багатьох смертях.¹⁸¹ Джокер, якого зіграв Хіт Леджер, є уособленням люті, великого та сильного зла. Він є психопатом, що не знає страху.¹⁸² Головний злочинець виступає у ролі найбільшого зла – Мефістофеля, кожен лихий вчинок якого є ретельно продуманим і висуває моральні задачі для ворогів.¹⁸³ Він починає боротьбу із Бетменом лише заради того, щоб було веселіше чинити злочини і вимагає у жителів Готем-сіті прийняти хаос, жити без правил, не боятися бути анархістами.¹⁸⁴ Проти Джокера виступили Харві Дент (окружний прокурор), комісар Гордон і Бетмен, які стоять перед вибором, оскільки, для затримання Джокера потрібно порушувати власні моральні принципи та правила.¹⁸⁵

Д. МОРАЛЬНІ ВИКЛИКИ, ЯКІ ЗУСТРІЧАЮТЬСЯ У ФІЛЬМІ

Продовж усього фільму, перед героями, постає багато моральних викликів. Джокер «конструює геніальні ситуації, які змушують Бетмена, комісара Гордона та окружного прокурора Харві Дента робити складні етичні рішення».¹⁸⁶ Першим прикладом є те, як Джокер оголошує, що вбиватиме одну людину в день, поки Бетмен не зніме свою маску і не виявить хто він є насправді.¹⁸⁷ Таку заяву він

¹⁸⁰ С. NOLAN, (режисер), *The Dark Knight* [кінострічка], United States: Warner Bros. 2008.

¹⁸¹ Пор. R. EBERT, «The dark knight».

¹⁸² K. RICH, «The Dark Knight».

¹⁸³ Пор. R. EBERT, «The dark knight».

¹⁸⁴ K. RICH, «The Dark Knight».

¹⁸⁵ *Там само.*

¹⁸⁶ R. EBERT, «The ark knight».

¹⁸⁷ E. LUNDEGAARD, «The Dark Knight».

зробив через відеоролик, який транслювали у новинах Готем-сіті. Джокер, захопивши мирного жителя ставить йому риторичне запитання чи справді із появою Бетмена стало краще жити у місті.¹⁸⁸ Таким чином, на розсуд поставлено життя багатьох проти життя Бетмена. Він часто порушував закон, за що мав відповідати. Тому натовп вимагав, щоб той зняв маску.¹⁸⁹

Наступне випробування стосується в найбільшій мірі Бетмена. Джокер захопив руками своїх підопічних окружного прокурора Харві Дента, і кохану Бетмена. Обидвох полонених є ув'язнено та заміновано, (див. Додаток 1) втім Бетмен, а без маски – Брюс Вейн, встигає урятувати лише одного. Таким чином, постає вибір між прокурором, який відіграє важливу роль у житті міста, та з іншої сторони – коханою Брюса Вейна.¹⁹⁰

Джокер маніпулював почуттями людей, спрямовував їх на відчайдушні вчинки, зокрема аморальні. Відповідальність за злочини він перекладав на звичайних жителів міста або службовців, перевіряючи їхню витривалість та здатність не давати волю первинному інстинкту самозбереження. Цим самим від демонстрував людську слабкість та, в якійсь мірі, егоїзм. Наступні завдання від Джокера були спрямовані на виявлення схильності до зла, та з однією метою – зламати людину. Він ставив конкретні умови, що спонукали звичайних людей до вчинення злочину, шукав слабкі сторони у кожному і, тільки у випадку невдачі, самостійно запускав механізм дії. Прикладом можна вважати підриг лікарні, якщо за певний час не буде вбито конкретну людину (Різа, який публічно виступав у той час по новинах, бажаючи виявити справжню особистість Бетмена).¹⁹¹

Джокер постійно намагається довести, що «ми є рівними з ним в нашій здібності до зла».¹⁹² В одній із схем він замінував два пароми, на одному з яких пасажирами були в'язнями, а на іншому – мирні жителі. Детонатор від бомб зі злочинцями є на паромі з мирними жителями і навпаки. Виживуть ті, що

¹⁸⁸ C. NOLAN, (режисер), *The Dark Knight* [кінострічка], United States: Warner Bros. 2008.

¹⁸⁹ E. LUNDEGAARD, «The Dark Knight».

¹⁹⁰ C. NOLAN, (режисер), *The Dark Knight* [кінострічка], United States: Warner Bros. 2008.

¹⁹¹ E. LUNDEGAARD, «The Dark Knight».

¹⁹² S. FOUNDAS, «Heath Ledger Peers In to The Abyss in The Dark Knight».

підірвуть інших до вказаного часу, якщо ні – загинуть всі.¹⁹³ «Ця сцена ставить наголос на тому, що ми “в одному човні”».¹⁹⁴

«Бетмен та Джокер беруть участь у своїй битві за переконання».¹⁹⁵ З одного боку – «той, хто впевнений, що людству притаманне добро, а з іншого боку є той, хто так само переконаний, що людина – це лише дикий звір».¹⁹⁶ Таким чином «Битва між Бетменом і Джокером – це не що інше, як битва за душу Готем-сіті. Бетмен хоче порядку, Джокер – хаосу».¹⁹⁷ Як реакцію на поведінку Джокера можна почути, що “деякі люди не шукають нічого логічного”, – каже Альфред (помічник Брюса Вейна) в одному з найвідоміших рядків фільму, – “Деякі люди хочуть лише спостерігати, як горить світ”».¹⁹⁸

Таким чином, протистояння «конфліктного Бетмена в костюмі летючої миші і Джокера – лиходія із травмою, та намальованою клоунською посмішкою, насправді є розмовою про основи людського стану».¹⁹⁹ Слід підкреслити, що «Джокер – це не буйний жартівник фільмів про Бетмена із минулого, а скоріше він є лякаючим втіленням тих руйнівних людських імпульсів, які не так легко пояснити».²⁰⁰ Його стараннями позитивний герой стрічки обласний прокурор Харві Дент перейшов на сторону зла. Це підкреслюється фразою: «Безумство, як гравітація, достатньо просто маленького поштовху».²⁰¹

Ця стрічка містить багато кадрів із зображенням насилля та жорстокої поведінки. Одним із яскравих прикладів є епізод, де Джокер, сказавши, що зараз заставить зникнути олівець (який він поставив на стіл у вертикальному положенні), вдарив головою одного з охоронців так, щоб олівець застряг у голові. (див. Додаток 2) У фільмі зображено і численні, вбивства, які здійснюються без докорів сумління. Всякий злочин, чи то пограбування банку на початку стрічки, чи то підривання лікарні, зображено як гру.²⁰²

¹⁹³ R. EBERT, «The dark knight».

¹⁹⁴ S. FOUNDAS, «Heath Ledger Peers In to The Abyss in The Dark Knight».

¹⁹⁵ Там само.

¹⁹⁶ Там само.

¹⁹⁷ E. LUNDEGAARD, «The Dark Knight».

¹⁹⁸ Там само.

¹⁹⁹ P. Travers, JULY 18, 2008, «The Dark Knight».

²⁰⁰ S. FOUNDAS, «Heath Ledger Peers Into The Abyss in The Dark Knight»

²⁰¹ C. NOLAN, (режисер), *The Dark Knight* [кінострічка], United States: Warner Bros. 2008.

²⁰² C. NOLAN, (режисер), *The Dark Knight* [кінострічка], United States: Warner Bros. 2008.

Е. ОПИС ПОСТАТІ БЕТМЕНА

Постать Темного лицаря «пронизана великою кількістю розмов про темряву і світло, добро і зло».²⁰³ Втім, часто проводять паралель між постаттю Бетмена та Аль Пачіно у стрічці Френсіса Форда Копполи «Хрещений Батько II» («The Godfather II 1974, Francis Ford Coppola»), оскільки, їх об'єднує те, що вони спустошені та заблукані воїни. Цей супергерой є тим, хто дотримується правил, впершу чергу духовних, і не боїться бути поза суспільством, поза визнанням. Брюс Вейн, зважаючи на його матеріальне забезпечення, може дозволити собі життя на подобі як у Джокера, таке ж божевільне, але він цього не робить через усвідомлення того, що зло народжується там, де порушуються правдиві духовні правила.²⁰⁴ Цей герой демонструє нам надію, навчає жертвувати в ім'я більшого блага, навчає як зайняти позицію, моральні принципи, коли це не вигідно і нецікаво.²⁰⁵ «Бетмен повинен був порушити закон, щоб знайти»²⁰⁶ Джокера. Темний лицар загадковий і нав'язливий персонаж, який сповнений несподіванок. Він часто звертається до наших мрій навіть простим польотом над нічним містом.²⁰⁷

Ф. ОПИС ПОСТАТІ ДЖОКЕРА

Коли Джокер говорить сам про себе, то порівнює себе із псом, який біжить за машиною, а, коли дожене її – не знає що робити, тому він просто біжить.²⁰⁸ Немає чіткої аргументації і підстави його злих вчинків, він просто хоче дивитися як горить світ.²⁰⁹ «Джокер [...] перетворює все місто в зону бойових дій»,²¹⁰ його мало цікавлять гроші, це помітно із того, як у стрічці він радісно спалює всі грошові запаси мафії.²¹¹ (див. Додаток 3) «Він здійснює акти тероризму. Він

²⁰³ K. RICH, «The Dark Knight».

²⁰⁴ S. FOUNDAS, «Heath Ledger Peers Into The Abyss in The Dark Knight».

²⁰⁵ Пор. S. FOUNDAS, «Heath Ledger Peers Into The Abyss in The Dark Knight».

²⁰⁶ E. LUNDEGAARD, «The Dark Knight».

²⁰⁷ P. TRAVERS, JULY 18, 2008, «The Dark Knight».

²⁰⁸ C. NOLAN, (режисер), *The Dark Knight* [кінострічка], United States: Warner Bros. 2008.

²⁰⁹ M. LASALLE, «'Dark Knight': Ledger terrific Ledger as 'The Dark Knight's' Joker embodies the id in all its sad, frightening glory».

²¹⁰ S. FOUNDAS, «Heath Ledger Peers Into The Abyss in The Dark Knight».

²¹¹ Там само.

намагається змусити громадян Готема виявити, що вони такі ж потворні всередині настільки, наскільки він є».²¹² Зовнішність Джокера підкреслює його внутрішній стан.

Клоун – князь злочину, який обирає ніж замість пістолета, щоб краще насолодитися моментом.²¹³ «Візьміть Джокера, який ставиться до пограбування банку, як до його приватної відеоігри з співучасниками в масках Джокера, криваві бризки і лише один переможець».²¹⁴ Однією з найкращих фраз для опису Джокера є та, яку він сказав до поліцейського, коли хвалився скількох його співпрацівників і товаришів убив: «Знаєш чому я ріжу ножом? Пістолети швидкі, не встигаєш запам'ятати всі маленькі нюанси. І розумієш, у цій останній миті люди показують які вони є. Я по-своєму знав твоїх друзів, в деякій мірі навіть краще ніж ти».²¹⁵ Голосний сміх Джокера викриває глибоку психологічну та духовну травму, яка призвела до того, що він не цінує життя, як своє, так і чуже і любить хаос.²¹⁶ Джокер хоче продемонструвати те, що коли є загроза життю, люди забувають про мораль та честь і каже, що саме тому він не монстр, а всього лиш попереду моди.²¹⁷

Ж. КУЛЬТОВІ ФРАГМЕНТИ СТРИЧКИ

Однією із найпопулярніших моментів є сцена, коли Джокер прямує на камеру, а позаду нього масштабний вибух. (див. Додаток 4) Фанати часто вважають цей уривок таким, що «кристалізує все те, над чим працювали автори фільму, [...] цей кадр є культовим».²¹⁸ Він зображає як Джокер «йде до нас, жорсткий і щасливий, шкутильгаючи як малюк, що вчиться ходити. [...] В основі існування є не творення, а хаос».²¹⁹ Ще одним популярним епізодом є момент, коли Джокер

²¹² E. LUNDEGAARD, «The Dark Knight».

²¹³ P. Travers, липень 18, 2008, «The Dark Knight».

²¹⁴ Там само.

²¹⁵ C. NOLAN, (режисер), *The Dark Knight* [кінострічка], United States: Warner Bros. 2008.

²¹⁶ Пор. R. EBERT, «The dark knight».

²¹⁷ C. NOLAN, (режисер), *The Dark Knight* [кінострічка], United States: Warner Bros. 2008.

²¹⁸ D. BAUTISTA «The Dark Knight (2008), Blu-ray review».

²¹⁹ Там само.

вийняв «голову з вікна вкраденої поліцейської машини, [...] насолоджуючись його інтелектуальною перевагою».²²⁰ (див. Додаток 5)

3.4.2 АНАЛІЗ ФІЛЬМУ РЕЖИСЕРІВ ОЛІВЕРА НАКАШЕ ТА ЕРІКА ТОЛЕДАНО

“НЕДОТОРКАНИ” (“1+1”)

А. ЗАГАЛЬНІ ВІДОМОСТІ ПРО ФІЛЬМ

Фільм “Недоторкани”, інша назва якого «1+1», ще від початку презентації, став дуже популярним у Франції.²²¹ Його успіх збільшувався із числом переглядів²²² і він став найбільшим міжнародним успіхом в історії французького кіно.²²³

На початку стрічки глядача повідомляють, що вона заснована на реальній історії,²²⁴ втім сильні сторони цієї кінокартини не зумовлені правдивістю історії, але тим, що ми починаємо відчувати прихильність до персонажів і те, що робить їх щасливими, робить щасливими і нас.²²⁵ Творцям стрічки вдалося збалансувати гумор і драму так, що глядачі, під час перегляду, перебувають у особливому стані.²²⁶ Вони відчувають піднесення, радість та чуттєвість.²²⁷ Розмови, які представлено у цій кінокартині, не характеризуються сентиментальністю чи надмірною іронічністю, але, незважаючи на це, зберігається атмосфера драматичності. Це ж стосується жартів, які не є грубими, не є надто комічними, але вони влучно доповнюють драму і, водночас, контрастують із нею.²²⁸ Сценарій укладав Олів'є Накаше, якому вдалося успішно використати структуру і стиль романтичної комедії для розповіді про платонічну любов, яка виникла між головними героями попри те, що вони дуже різні особистості.²²⁹

²²⁰ D. BAUTISTA «The Dark Knight (2008), Blu-ray review».

²²¹ R. EBERT, «The intouchables» // *Roger Ebert* (16 липня 2008) < <https://www.rogerebert.com/reviews/the-intouchables-2012> > (Дата звернення: 1 грудня 2018).

²²² Там само.

²²³ А. О'НЕНІР, «“The Intouchables”: Racial comedy, French style» // *Salon* (22 травня 2012) <

http://www.salon.com/2012/05/22/the_intouchables_racial_comedy_french_style/ > (Дата звернення: 3 грудня 2018).

²²⁴ Пор. R. EBERT, «The intouchables».

²²⁵ Там само.

²²⁶ Пор. J. BERARDINELLI, «The Intouchables» // *Reel Views* (23 травня 2012)

<<http://www.reelviews.net/reelviews/intouchables-the>> (Дата звернення: 2 грудня 2018). J. BERARDINELLI, «The Intouchables».

²²⁷ Пор. J. BERARDINELLI, «The Intouchables».

²²⁸ Пор. J. BERARDINELLI, «The Intouchables».

²²⁹ Пор. Там само.

Обидва актори, які виконували головні ролі, були доречним поєднанням і почуття, які вони викликають у глядачів своєю грою, є правдивими. Ті, хто переглядають стрічку, проявляють емпатію до обидвох персонажів. Глядачі сміються і засмучуються разом із акторами.²³⁰ Франсуа Ключе, що виступив у ролі Філіпа, і Омар Сі, який був у ролі Дріса, є відомими акторами з вражаючим резюме, вони брали участь у багатьох стрічках, які є високо оцінені аудиторією.²³¹ Слід зауважити, що Франсуа Клазет, який грає роль лише своїм обличчям і голосом, вдало передає почуття паралізованого чоловіка. Омар Сі зіграв роль оптимістично налаштованої особистості.²³²

Ця стрічка розкриває різницю міжрасових відносин у Франції та Сполучених Штатах Америки. Порівнюючи стрічки цих двох країн – можна переконалися в цьому.²³³ Один із американських кінокритиків, а саме Джей Вейсберг, заявив, що ця стрічка вказує на різницю ставлення до міжрасових відносин і це неприпустимо.²³⁴ Також образливим, на думку кінокритика, є те, що темношкірий вуличний чоловік навчає відпочинку та приємному життю, білошкіру людину, не нехтуючи алкоголем і наркотичними речовинами. Такі ідеї у стрічці підкреслюють расові стереотипи, які зустрічаються тут у значній кількості.²³⁵

В. СЮЖЕТ

У фільмі є два головні персонажі, навколо яких відбувається увесь сюжет фільму. Філіп (роль якого виконав Франсуа Ключе) – це паралізований мільйонер, через інцидент під час польоту на парашуті. Дріс (роль якого виконав Омар Сі) – чоловік, який вийшов із в'язниці, який подає заяву на те, щоб допомагати Філіпу, але насправді Дрісу потрібна відмова, щоб надалі отримувати допомогу

²³⁰ Пор. D. KEMPLER, «Can't Touch This» // *Big Picture Big Sound* (25 травня 2012)

<<http://www.bigpicturebigsound.com/The-Intouchables.shtml>> (Дата звернення: 3 грудня 2018).

²³¹ Пор. J. BERARDINELLI, «The Intouchables»

²³² Пор. R. EBERT, «The intouchables».

²³³ Пор. О'НЕХІР, «“The Intouchables”: Racial comedy, French style».

²³⁴ J. WEISSBERG, «Film Review: ‘Untouchable’» // *Variety* (29 вересня 2011)

<<https://variety.com/2011/film/reviews/untouchable-1117946269/>> (Дата звернення: 3 грудня 2018).

²³⁵ Пор. J. WEISSBERG, «Film Review: ‘Untouchable’».

безробітним і не працювати.²³⁶ Філіп перебирає багато кандидатур, які намагаються влаштуватися до нього доглядальниками, втім пропонує це місце Дрісу, який дуже відрізнявся від всіх інших кандидатів. Звідси розуміємо, що Філіпу потрібна не лише фізична допомога, але хтось такий, хто підняв би його духовно. Дріс вражає Філіпа тим, як сильно контрастує його культурний рівень, погляди і переконання з його поглядами та культурою. Він приймає його заявку, чим здивував весь персонал, який обслуговував його дім.²³⁷ Стрічка мала великий успіх у касових зборах.²³⁸

С. ЗАГАЛЬНИЙ ОГЛЯД

Творці фільму, взявши за основу реальну подію, не боялися висвітлювати малоприємні сторони реального життя, однак принципово не вдавалися до крайнього реалізму.²³⁹ Дріс, який є повною протилежністю Філіпа, допомагає паралізованому не лише фізично, але головним чином – повернути свою гідність, яку він щоразу втрачав, коли до нього ставилися із надмірним співчуттям. Говорячи із Філіпом Дріс не надто добирає слова і теми для розмови із представником вищої верстви суспільства, а є цілком відвертим, що допомагає Філіпу знову почати радіти життю. Тому Дріс отримує довіру і дружбу натомість.²⁴⁰ Увесь фільм базується на стосунках цих двох протилежностей.²⁴¹ Дріс – особистість динамічна, яка постійно рухається не тільки фізично, але й духовно та психологічно, а Філіп – депресивна і пригнічена особистість, яка не може рухатися. Його справжня паралізованість більше стосується з його духу, ніж спинного мозку.²⁴²

²³⁶ O. NAKACHE, E. TOLEDANO (режисер) *Intouchables* [кінострічка], France: Quad Group 2011.

²³⁷ Пор. R. EBERT, «The intouchables».

²³⁸ J. BERARDINELLI, «The Intouchables»

²³⁹ Е. НЕФЁДОВ, «I + I» // *Intouchables* // *AllofCinema* (17.12.2017) <<http://allofcinema.com/1-1-intouchables-2011/#ixzz5ZkvVaqOl>> (Дата звернення: 3 грудня 2018).

²⁴⁰ С. НАУГ, «Ziemlich beste Freunde» // *2501* (04.01.12) <<http://www.2501.eu/kino-filmtipp/ziemlich-beste-freunde-2011>> (Дата звернення: 2 грудня 2018).

²⁴¹ J. BERARDINELLI, «The Intouchables»

²⁴² О'НЕНІР, «“The Intouchables”: Racial comedy, French style».

Д. ОГЛЯД ОСОБИ ДРІСА

Дріс є вуличним злодюжкою, який не зацікавлений у реалізації себе. Він не прагне знайти роботу,²⁴³ він, попри свій зрілий вік, досі живе із матір'ю, в якій окрім нього є ще багато дітей.²⁴⁴ Він не сподівався на те, що його заявку на працевлаштування приймуть, тому старався спровокувати відмову. Натомість, коли його прийняли, він стикнувся із невідомим – відповідальністю.²⁴⁵ Дріс є одним із звичайних вуличних простаків, які вживають наркотичні речовини, є нетактовні, отримують те, чого хочуть, мають надмірний інтерес до осіб протилежної статі, не користуються етикетом, не зважають на класові поділи. Більше того, коли Дріс чув класичну музику єдиною інтерпритацією і асоціацією була реклама або музичний супровід мультиплікації. Його життя є хаотичне.²⁴⁶

Е. ОГЛЯД ОСОБИ ФІЛІПА

Філіп – досить заможний аристократ. Він паралізований через травму, але, крім того, він перебуває у гетто, де його оточують гроші, дорогі антикварні речі та інше.²⁴⁷ «Він любить Вівальді, Шопена і Берліоза і диктує високоінтелектуальні, поетичні листи до жінки, яку він ніколи не бачив»,²⁴⁸ але все ще відчуває біль «втрати своєї коханої дружини кожною клітиною своєї свідомості».²⁴⁹ Філіп очікує моменту, коли почне відчувати, коли перестане бути глядачем життя, а почне бути учасником.²⁵⁰

Г. МОРАЛЬНІ ВИКЛИКИ, ЯКІ ЗУСТРІЧАЮТЬСЯ У ФІЛЬМІ

У фільмі представлено спрощені расові стереотипи,²⁵¹ уособленням яких є головні персонажі.²⁵² «Але Омар Сі та Франсуа Клазет – чудові актори, які

²⁴³ Пор. J. BERARDINELLI, «The Intouchables»

²⁴⁴ Пор. С. HAUG, «Ziemlich beste Freunde».

²⁴⁵ Пор. *Там само*.

²⁴⁶ Пор. L. KELLER, «The Intouchables» // *Urban Cinefile*

(<<http://www.urbancinefile.com.au/home/view.asp?a=19079&s=Reviews>> (Дата звернення: 3 грудня 2018).

²⁴⁷ Пор. О'НЕНІР, «“The Intouchables”»: Racial comedy, French style».

²⁴⁸ L. KELLER, «The Intouchables».

²⁴⁹ *Там само*.

²⁵⁰ Пор. L. KELLER, «The Intouchables».

²⁵¹ Пор. R. EBERT, «The intouchables».

²⁵² Пор. О'НЕНІР, «“The Intouchables”»: Racial comedy, French style».

руйнують стереотипи про расу та соціальний клас, демонструючи загальну людяність у своїх персонажах».²⁵³ Ця стрічка нестиме позитивний ефект у європейській дискусії про раси та культуру, втім глядачі сприймають цей кінофільм простіше, а ніж семіотику рас.²⁵⁴ Вона містить численні особливі епізоди, де описується зіткнення двох різних класів людей, їхніх світоглядів і це зіткнення зображено із долею гумору та драми.²⁵⁵ (див. Додаток 6)

Контраст двох особистостей, який зображений продовж всього фільму, найбільш помітно тоді, коли порівнюють Філіпа, який мусить дотримуватися розпорядку прийому медикаментів, виконувати постанови лікаря. Натомість Дріс є вільнодумцем, який не має обмежень, живе в своє задоволення, не нехтує вживанням наркотичних речовин, які навчає вжвати Філіпа.²⁵⁶ (див. Додаток 7) Назва стрічки “Недоторкані”, містить у собі натяк на те, що суспільство має певне упереджене ставлення до осіб із низьким соціальним статусом, а також до осіб із обмеженими фізичними можливостями.²⁵⁷ Ці групи людей стають для суспільства чужинцями, чимось маргінальним. Втім, ці групи також потребують уваги, дружби і щирих міжособистісних стосунків.²⁵⁸

«Цей фільм розкриває нам історію зустрічі “життя” і “глибокої скорботи”»,²⁵⁹ які є персоналізовані у головних героях. Проте, кожен із них є як вчителем, так і учнем. Це помітно з їхніх розмов і з того, як «Дріс вчиться любити Моцарта і сучасне мистецтво; Філіп навчається веселитися під гурт “Earth Wind & Fire” і отримує цінні поради щодо курятини».²⁶⁰ Ця стрічка навчає як протилежності, які перебувають у своїх особливих гетто, здатні стати друзями і більше: «повернутися до життя і радості».²⁶¹ Вона наповнена великою кількістю сцен, які надихають та повчають.²⁶² (див. Додаток 8)

²⁵³ P. TRAVERS, «The Intouchables»

²⁵⁴ O'HENIR, «“The Intouchables”: Racial comedy, French style».

²⁵⁵ L. KELLER, «The Intouchables».

²⁵⁶ Е. НЕФЁДОВ, «1 + 1» / *Intouchables* // *All of Cinema* (17.12.2017) <<http://allofcinema.com/1-1-intouchables-2011/#ixzz5ZkvVaqOl>> (Дата звернення: 3 грудня 2018).

²⁵⁷ Пор. Там само.

²⁵⁸ Пор. Там само.

²⁵⁹ С. HAUG, «Ziemlich beste Freunde».

²⁶⁰ O'HENIR, «“The Intouchables”: Racial comedy, French style».

²⁶¹ С. HAUG, «Ziemlich beste Freunde».

²⁶² P. TRAVERS, «The Intouchables»

Ж. КУЛЬТОВІ ФРАГМЕНТИ СТРІЧКИ

Виділяють декілька особливих моментів цієї стрічки, серед яких танець Дріса на святкуванні дня народження Філіпа; (див. Додаток 9) епізод де Дріс стриже Філіпа; (див. Додаток 10) Епізод із перегляду опери та реакцією Дріса. Фільм переповнений “особливими моментами”.²⁶³

«Також виділяють декілька особливих фраз із фільму, серед яких: «Я наче заморожений стейк кинутий на сковорідку: нічого не відчуваю, але все одно боляче (Філіп)»²⁶⁴ та:

«- А що це грає? (Дріс)

- Це Антоніо Вівальді “Пори року”. (Філіп)

- А-а-а, це із Тома і Джеррі? (Дріс)»²⁶⁵

3.5 ОПИТУВАННЯ ВИБРАНОЇ АУДИТОРІЇ

Для більш точного аналізу впливу культових стрічок на особу ми провели опитування. Для його проведення було обрано метод структурованого глибинного інтерв'ю, який, з огляду на суб'єктивний підхід глядача до стрічки, краще зможе висвітлити позицію та переконання респондента. При вибірці зверталася увага на те, яке значення для кандидатів мають стрічки:

- 1) Всі респонденти неодноразово та регулярно переглядають вказані фільми.
- 2) Всі респонденти цитують героїв стрічки.
- 3) Всі респонденти вважають стрічки особливими.
- 4) Більша частина респондентів слухають музику, яку використовували у стрічці.
- 5) Більша частина респондентів мають предмет, який має дотичність до фільму. (плакат, статуетка тощо)
- 6) Більша частина респондентів зацікавлена у особистому знайомстві із акторами стрічки.

²⁶³ Поп. J. BERARDINELLI, «The Intouchables».

²⁶⁴ O. NAKACHE, E. TOLEDANO (режисер) *Intouchables* [кінострічка], France: Quad Group 2011.

²⁶⁵ Там само.

7) Деякі респонденти хочуть потрапити на локації, де проводилися зйомки фільму.

За цими критеріями було відібрано 6 осіб. Не запрошувалися до опитування особи, які не надавали значення цим стрічкам, переглядали його менше чотирьох разів та які не могли назвати більше ніж 5 фраз та фрагментів із стрічки. Ми склали блок питань (див. Додаток А), відповіді на які висвітлять потрібну інформацію. Втім респонденти погодилися на опитування за умови, що їхні особи залишаться анонімними.

3.5.1 АНАЛІЗ ОПИТУВАННЯ ПО КІНОСТРІЧЦІ РЕЖИСЕРА КРІСТОФЕРА НОЛАНА “ТЕМНИЙ ЛИЦАР”

Всі респонденти зійшлися в тому, що дана стрічка зображає боротьбу добра і зла, уособленнями яких є Бетмен та Джокер. Всі вони зауважили, що образи є гіперболізовані та узагальнені. Двоє з шести опитаних зазначили, що вся увага була прикута до особи Джокера, який для них є сильною особистістю з своїм баченням ситуації. Один із опитаних підкреслив, що між Джокером та Бетменом відбувається боротьба, але вони не прагнуть вбити одне одного. Всі респонденти звернули увагу на цитату із фільму, яка має дотичність до їхнього переживання у реальному житті. У двох це проблема вибору, вони вказали таку особливу для них фразу: «Я сам вирішую». Ця фраза належить Харві Денту в розмові з Рейчел. Цей персонаж підкидав монетку коли перед ним поставав вибір. Виявляється, що монета має однакове зображення на двох сторонах. Троє відповіли діалогом розмови Бетмена і його старим помічником Альфредом:

«- Люди помирають, що мені робити, Альфреде?

- Триматись, зціпити зуби, хай ненавидять. Вони підкреслювали, що в цьому сенс Бетмена. Він зник бути вигнанцем, він здатен зробити вибір неприйнятний для інших – правильний. Неприйнятний через складні обставини».²⁶⁶

Описуючи момент, який справив на респондентів найбільше враження було виявлено, що це момент найбільшого емоційного сплеску під час перегляду

²⁶⁶ С. NOLAN, (режисер), *The Dark Knight* [кінострічка], United States: Warner Bros. 2008.

фільму. Троє згадали про два моменти: про заміновані паромі, та вчинок в'язня, котрий викинув за борт корабля детонатор. Інший фрагмент є той, де Джокер дозволив себе ув'язнити, замінував Харві Дента (див. Додаток 1) та кохану Бетмена і втік насолоджуючись своєю перемогою. (див. Додаток 5)

Четверо респондентів зійшлися в тому, що фільм містить багато насилля, згадуючи фрагмент фокусу з олівцем (див. Додаток 2) та фрагмент, де Джокер помістив до рота поліцейського гранату і активував її. Попри неприйнятність, вони стверджують, що насилля виглядало гармонійним. Двоє не спостерігали неприйнятних кадрів у фільмі.

Представляючи теми для наслідування респонденти запропонували кожен іншу, серед яких розсудливість старого помічника – Альфреда, самопожертву Бетмена, вміння прораховувати та планувати, які є в Джокера, мати розвинені м'язи та вміння управляти фінансами як в Бетмена.

Розповідаючи про загальні враження від фільму, відповіді поділилися на три типи: негативні через надмірне насилля – 1 особа, дуже глибокі думки, багато прикладів, але багато жорстокості – 3, і двоє респондентів задоволені цілком.

Фільм заставив задуматися над добром і злом всіх, кого ми опитували, над виконанням правил, над важливістю мати принципи і моральні засади. Всі респонденти зійшлися на тому, що хочуть переглядати фільм знову і знову через діалоги, які в ньому представлені.

Всі респонденти вказали на те, що в часі перегляду фільму вони роздумують над актуальними темати у їхньому житті такі як вибір, який потрібно зробити, чи труднощі, які потрібно побороти.

3.5.2 АНАЛІЗ ОПИТУВАННЯ ПО КІНОСТРІЧЦІ РЕЖИСЕРІВ ОЛІВЕРА НАКАШЕ ТА ЕРІКА ТОЛЕДАНО “НЕДОТОРКАНИ” (“1+1”)

Всі респонденти зійшлися на тому, що як Філіп потребував Дріса, так і напакі. Вони дві протилежності, які потребують одна одну: добродушному злодію Дрісу потрібна крапля аристократичного духу, а Філіпу потрібно навчитися відпочивати душею.

Ключовими цитатами у фільмі четверо респондентів вважають цитату Філіпа, де він вказує, що не хоче, щоб його жаліли, проявляючи емпатію до Філіпа стверджують, що йому потрібне розуміння, а не жалість; радість, а не жалість. Двоє інших вказали на численні комічні діалоги між Філіпом і Дрісом.

Що стосується найвизначніших моментів у фільмі то п'ятеро респондентів вказують на епізод, де Дріс організував перше побачення для Філіпа, який боявся зробити перший крок на зустріч жінці, яку він любив, але ніколи не бачив. Один із респондентів вказав на зміну поведінки Дріса, коли він повернувся до свого будинку, яка вказує на внутрішній стан Дріса, який повернувся у свою зону відчуження.

Відповідаючи на питання про неприйнятні кадри із фільму п'ятеро респондентів не помітили таких, але одного із п'яти збентежив фрагмент, де Дріс лив кип'яток на ноги Філіпа лише із цікавості. Лише один із шести респондентів вказав на неприйнятність вживання наркотичних речовин, користування послугами повій, гомостатеві стосунки між особами жіночої статі, та про не стриману та неупорядковану сексуальну поведінку Дріса.

Для наслідування всі респонденти виділили міжособистісні стосунки, двоє із них додали позитивне налаштування і один вказав на те, що стосунки і дружба вносять позитивні зміни у життя.

Описуючи враження від фільму всі респонденти дали дуже позитивний відгук, назвавши стрічку однією із найкращих, які вони бачили.

Вказуючи на роздуми, які вони мали при перегляді стрічки, виділили багато різних тем, серед яких соціальна реабілітація людей із обмеженими фізичними можливостями та людей із кримінальним минулим, важливість почуття гумору, яке здатне змінити людські серця, порівнювалися дві протилежні за соціальним статусом групи. Всі респонденти порівнювали себе із кожним із героїв і ставили себе на їхнє місце.

За результатами опитування можна зробити висновок, що теми, на які звертає увагу глядач, носять суб'єктивний характер актуальності та залежать від пережиттів, які є у глядача на даний час у його особистому житті. Отже, актуальні теми у фільмі, на які зверталася найбільша увага – це актуальні теми у

реальному житті. Не зважаючи на велику кількість насилля, стрічка “Темний лицар” дала добрий моральний урок для глядачів. Так само такий урок дала стрічка “Недоторкані”. Обидві вони заставляють глядачів задумуватися над фундаментальним питанням моралі: питання добра і зла, питання міжособистісних стосунків, питанням соціальної нерівності. Двоє із шести опитаних не вважали насилля неприйнятним, а інші четверо, попри те, що зауважили його, вважають, що воно гармонійно вписується у стрічку. Також, лише один із шести опитаних вважав неприйнятним вживання наркотичних речовин, користування послугами повій, надмірне вживання алкоголю та гомосексуальні стосунки.

Із цього можемо зробити висновки, що у двох респондентів, які описували стрічку “Темний лицар” відбулася десенсибілізація, а інші четверо не гостро, але все ще помічають насилля. Із результатів опитування після перегляду стрічки “Недоторкані”, п’ятеро із шести респондентів не помітили сюжетів із неморальним змістом. Втім обидві стрічки справили сильний вплив на морально-етичні засади, змусивши проаналізувати фільм та зробити висновки.

Отже, кожна із стрічок мала позитивний вплив на морально-етичні засади, заохочуючи та провокуючи на роздуми які стосуються теми моралі. Про негативний вплив важко зробити чіткі висновки, оскільки для його виявлення потрібні тривалі і регулярні дослідження.

ВИСНОВКИ

Церква є відповідальною за людину, головню за її віру і мораль. В час технологічного прогресу ця інституція не може полишити своїх вірних і повчає та настановляє їх, вказуючи на правдиву дорогу до Творця. Із швидким розвитком технологій постало безліч корисних та добрих приладів та засобів. Постали засоби масової комунікації, серед яких особливий їх вид – кіно. Воно стало універсальним ресурсом, який сприяє спілкуванню, відпочинку, навчанню та поширенню інформації. Відмінною рисою цього засобу комунікації є те, що він в особливий спосіб зачіпає духовну, емоційну та психологічну сторону особистості. У такому ЗМІ криється великий потенціал, який має служити добру суспільства.

Нові технологічні винаходи дають можливість всім людям стати учасниками глобального життя і користуватися потоком інформації. На думку Церкви, ЗМІ звершують Божий план спасіння людства, оскільки вони сприяють єднанню. Важливою відмінністю кінематографу є використання аудіо-візуальних технологій, котрі більш якісно та повно здатні передавати інформацію. Це допомагає бачити світ таким, яким його бачить творець кінострічки.

Головними завданням засобів масової комунікації є служити правді та дбати про те, щоб спілкування, яке здійснюється за їх посередництвом, сприяло культурному, духовному, інтелектуальному розвитку. Існує ризик, що ці засоби матимуть негативний вплив на суспільство, заохочуючи їх до неморального способу життя. Звісно ж всі мають право вільно висловлюватися, але також всі мають обов'язок поважати права кожної людини зокрема. Порухення моральних засад деформує сприйняття себе, інших осіб та навколишнього середовища. Не вся інформація, яку подають сучасні засоби комунікації, носить позитивний характер та є виключно корисною для нас. Існує багато зловживань як з боку тих, хто творить інформацію, так із сторони тих, хто її отримує. Важливо сприймати та використовувати ЗМІ не лише як засоби для розваг, оскільки, використовуючи лише в такий спосіб ми нехтуємо їхнім потенціалом та наражаємо себе на небезпеку сприймати всяке задоволення як добро. Якщо засоби масової

інформації будуть пропагувати добру мораль, то в такому разі суспільство отримає чудовий засіб для свого розвитку та поступу. Церква також повинна користуватися засобами масової інформації та використовувати їх для того, щоб привести до спасіння людські душі.

Втім, існує така інформація, яка створена для того, аби переконувати суспільство, схилити його до певної думки чи до певної дії. Такий спосіб подання інформації називають пропагандою, метою якої є дія чи мислення людини у певний спосіб. Проте, слід розрізнити пропаганду, яка закликає до добра та пропаганду, яка провокує до зла. Пропаганда є переконанням, яке дається суспільству за допомогою правильно сформованих комунікативних повідомлень. Втім, не всяка пропаганда носить негативний характер.

Сучасні ЗМІ, зважаючи на високу якість передання інформації, стали зручним способом поширення пропагандистських ідей. Вони формуватимуть погляд суспільства, заохочують або провокують людей на певні вчинки. Беручи до уваги доступність інформації, швидкість із якою вона передається та величину аудиторії, на яку поширюється – кожна людина може піддатися впливу.

Кінематограф є одним із найкращих засобів для пропаганди та для впливу на особу. Зважаючи на те, що в процесі перегляду стрічки глядач в особливий спосіб емоційно задіяний у процес комунікації з образами, які зображені, та із подіями чи особами, які представлені. Це дає більше можливостей для того, щоб впливати на нього. Кінематограф є впливовим ресурсом для формування стандартів поведінки чи мислення для суспільства. Він ілюструє і представляє світ, який оточує людину так, що вона може сформувати хибне уявлення про середовище в якому перебуває чи про будь-яке інше середовище.

Один із дослідників масової комунікації Георг Гербнер досліджував явище, в якому ЗМІ, головно аудіо-візуальні засоби, формують думку та уявлення людини про світ, який її оточує. Це явище сьогодні відоме як “теорія культивациі”. ЗМІ, впливаючи на особу із самого дитинства, здатні сформувати схильності людини, які з часом протриватимуться інформації, яка суперечитиме раніш сформованому переконанню. Втім, не всі люди однаково піддаються

такому ефекту. Це залежить від декількох факторів: рівень залежності від кіно та телебачення, ерудиція, наявність подій із фільму у реальному житті глядача.

Ще одним ефектом ЗМІ є “Установка порядку денного” (англійською “agenda-setting”), яку досліджував Уолтер Ліппман. Ця теорія впливу представляє собою те, що ЗМІ здатні формувати думки і напрямки їх розвитку в суспільстві. Це здійснюється таким чином, що засоби масової комунікації у значній мірі наголошують на певній ідеї, а, роблячи це колективно, збільшують шанси у зацікавленні суспільства цими ідеями. Інформація, яку представляють, носить суб’єктивне забарвлення і, здебільшого, односторонній погляд на інформацію, що спонукає глядача зайняти позицію відносно представленого питання.

Теорія, яку уклала Елізабет Ноель-Нойман називається “Спіраль мовчання” і полягає в тому, що позиція, яка є в меншості не може встояти перед думкою більшості. Вона втрачає право на існування лише тим фактом, що меншість схиляється до неї. Це обумовлено тим, що особа прагне мати визнання і боїться бути за межами суспільства. Таким чином, вона приймає думку більшості за свою власну, навіть коли її хибність є очевидною. За допомогою ЗМІ думка меншості може бути представлена як думка більшості і зробити другу не легітимною. Страх ізоляції змушує меншість враховувати позицію більшості. Великим викликом для особи є боротьба з думкою суспільства, яку представляють за допомогою новітніх засобів комунікацій, сила яких полягає у безособовості.

Останнім часом збільшилися кількість демонстрації насилля та відвертого сексуального вмісту у медіа. Це відображається на суспільстві через звикання до даної інформації, сприйняття її за належну, котра стає звичною і перестає викликати реакцію спротиву. Окрім того, дослідження науковців підтвердили, що людині властиво наслідувати поведінку, яку вона побачила. На потужність впливу впливає спосіб представлення цих типів інформації.

Особливого значення в такому випадку набуває культовий кінематограф, який має певне значення для конкретної аудиторії глядачів. Проблематика його в тому, що неможливо чітко узагальнити характер стрічки, яка займе цей статус,

оскільки культовою її робить аудиторія. Культовість не залежить від жанру чи якості, але залежить від “вірності” та “ревності” шанувальників. Виділяють декілька ознак поведінки аудиторії прихильників стрічки, за якими визначають її приналежність до культового кіно, серед таких ознак: тривалий і регулярний перегляд кінокартини, цитування стрічки, влаштування костюмованих вечірок та спільні ритуальні перегляди фільму. Культова картина – це фільм, який займає особливе місце у житті людини.

Із якісного опитування стало зрозуміло, що особа звертає увагу на ті фрагменти у фільмі, які нагадують їй ситуацію із реального життя, і яка досі є для неї актуальною. В результаті аналізу відповідей респондентів встановлено, що стрічки можуть мати позитивний вплив, незважаючи на вміст насилля та жорстокості.

Культовий кінематограф, який займає важливе місце у житті людини, може чинити вплив на морально-етичні засади. Теми, які порушуються у стрічках провокують глядача аналізувати ситуацію та робити персональні висновки. Таким чином, кінематограф здатен до конструювання, розвитку та модифікації системи моральних цінностей. Варто зауважити, що вплив посилюється в залежності від частоти та регулярності перегляду фільму, а також наявність спільноти фанатів, чи наявність субкультури якісно змінює масштаби впливу.

Новими викликами, які постали в ході дослідження є потреба у дослідженні поведінки та традицій фандомів. У майбутніх дослідженнях слід проаналізувати та представити співпереживання глядача із героєм кінострічки та наслідок, який має ця взаємодія. Також слід звернути особливу увагу на емпатію глядача до персонажів стрічки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

ДЖЕРЕЛА

1. II ВАТИКАНСЬКИЙ СОБОР, Декрет про засоби соціальної комунікації *Inter Mirifica* [«З-поміж дивовиж»](4 грудня 1963), // *Церква і соціальна комунікація: Найголовніші документи Католицької Церкви про пресу, радіо, телебачення, інтернет та інші медіа*, Львів: Видавництво Українського Католицького Університету, 2004.
2. ІВАН ПАВЛО II, Енцикліка *Redemptoris Missio* [«Спасительна місія»], (7 грудня 1990), // *Церква і соціальна комунікація: Найголовніші документи Католицької Церкви про пресу, радіо, телебачення, інтернет та інші медіа*, Львів: Видавництво Українського Католицького Університету, 2004.
3. ПАПСЬКА КОМІСІЯ У СПРАВАХ ЗАСОБІВ СОЦІАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ, Душпастирська інструкція, *Communio et Progressio* [«Єдність і поступ»], (23 травня 1971), // *Церква і соціальна комунікація: Найголовніші документи Католицької Церкви про пресу, радіо, телебачення, інтернет та інші медіа*, Львів: Видавництво Українського Католицького Університету, 2004.
4. ПАПСЬКА РАДА У СПРАВАХ СОЦІАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ, до 20-ї річниці «Communio et Progressio» Душпастирська інструкція про соціальну комунікацію *Aetatis Novae* [«За нової доби»], (22 лютого 1992). // *Церква і соціальна комунікація: Найголовніші документи Католицької Церкви про пресу, радіо, телебачення, інтернет та інші медіа*, Львів: Видавництво Українського Католицького Університету, 2004.
5. ПАПСЬКА РАДА У СПРАВАХ СОЦІАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ, Душпастирський відгук *Порнографія та насильство в засобах соціальної комунікації*, (7 травня 1989), // *Церква і соціальна комунікація: Найголовніші документи Католицької Церкви про пресу, радіо, телебачення, інтернет та інші*

- media*, Львів: Видавництво Українського Католицького Університету, 2004.
6. Пій XI, Енцикліка *Vigilanti Cura* [«Невсипуща турбота»], (29 червня 1936), // *Церква і соціальна комунікація: Найголовніші документи Католицької Церкви про пресу, радіо, телебачення, інтернет та інші media*, Львів: Видавництво Українського Католицького Університету, 2004.
7. Пій XII, Енцикліка *Miranda Prorsus*, [«Дивовижний поступ»], (8 вересня 1957) // *Церква і соціальна комунікація: Найголовніші документи Католицької Церкви про пресу, радіо, телебачення, інтернет та інші media*, Львів: Видавництво Українського Католицького Університету, 2004.

ДОПОМІЖНА ЛІТЕРАТУРА

8. ALTHAUS SCOTT, TEWKSBURY DAVID, «Agenda Setting and the “New” News» *Communication research* № 2, (April 2002).
9. ANDERSON CRAIG, BUSHMAN BRAD. «Human aggression» // *Annual Reviews Psychology* №53: 2002.
10. ASCH SOLOMON, «Opinions and Social Pressure» // *Scientific American* №5 (листопад 1955).
11. Asch Solomon, Opinions and Social Pressure, // *Scientific American* № 5 (листопад 1995).
12. BANDURA ALBERT – ROSS DOROTHEA, «Transmission of aggressions through imitation of aggressive models» // *Journal of Abnormal and Social Psychology* №3, 1961.
13. BERNARD COHEN, «The Press and Foreign Policy», *Political Science Quarterly* №4, 1963.
14. COLLINS REBECCA. “Watching Sex on Television Predicts Adolescent Initiation of Sexual Behavior” // *Pediatrics* No.3. 2004.
15. COWAN DOUGLAS – BROMLEY DAVID, *Cults and New Religions*. Oxford: Wiley-Blackwell 2008.

16. DOWLING STEPHEN, «When a cult film's not a cult film» // BBC News Magazine, 17 жовтня, 2003, <<http://news.bbc.co.uk/2/hi/entertainment/3152596.stm>> (дата звернення 30 листопада 2018).
17. ECO UMBERTO, «“Casablanca”: Cult Movies and Intertextual Collage» // *SubStance* (1985) 3-12.
18. ESCOBAR-CHAVES LILIANA та ін. «Impact of the Media on Adolescent Sexual Attitudes and Behaviors» // *Pediatrics No.1* 2005.
19. FEDERMAN JOEL (ред.). *National television violence study* (Executive summary 3) Santa Barbara: Center for Communication and Social Policy. University of California 1998.
20. Gerbner George, «Cultivation Analysis: an Overview» // *Communicator* (October-December), 2000.
21. Gerbner George, *Television and social behavior: Media Content and Control. Violence in television drama: Trends and symbolic functions*. Washington: Government Printing Office 1972.
22. GRIFFIN EM – SPARK GLENN, *A first look at communication theory*, New York: McGraw Hill Education 2015.
23. GROSS LARRY, «Living With Television: The Violence Profile by George Gerbner and Larry Gross» // *Journal of Communication* №26(2), 1976.
24. HARRIES DAN, *Film Parody*. London: British Film Institute 2000.
25. CHONG DENNIS, DRUCKMAN JAMES, «Framing theory». *Annual Review of Political Science* № 10, 2007.
26. IYENGAR SHANTO – KINDER DONALD, «Experimental Demonstrations of the "Not-So-Minimal" Consequences of Television». *American Political Science Review*, № 4., 1982.
27. JANCOVICH MARK та ін. *Defining Cult Movies: The Cultural Politics of Oppositional Tastes*. Manchester: Manchester University Press 2003.
28. Jeffrey Sconce, «Irony, nihilism and the new American “smart” film» // *Screen* (2002) 349-369.

29. Levine John M. «Solomon Asch's Legacy for Group Research. Personality and Social Psychology Review» // *Personality and Social Psychology Review* №4 (1999).
30. LIPPMANN WALTER, *Public Opinion*, New York: Macmillan 1922.
31. Mathijs Ernest – Sexton Jamie, *Cult cinema: an introduction*. West Sussex: Wiley-Blackwell 2011.
32. McCOMBS Maxwell – SHAW DONALD, A Progress Report on Agenda-Setting Research. // *Journal of Communication*: №2, (Червень 1993).
33. McNAIR BRIAN, *Striptease Culture. Sex, media and the democratization of desire*. London: Taylor & Francis Group 2002.
34. MEDVED HARRY - MEDVED MICHAEL, «*The golden turkey awards: nominees and winners, the worst achievements in Hollywood history*». London: Perigee Trade 1980.
35. MRUG SYLVIE. – WINDLE MICHAEL «Emotional Desensitization to Violence Contributes to Adolescents' Violent Behavior» // *Journal of Abnormal Child Psychology*, № 46, 2015.
36. MURRAY SHERMAN, «Local TV Tries More News», *Nieman reports* № 3, 1964.
37. NAOMI KLEIN, *No Logo: No Space, No Choice, No Jobs*. London: Picador 2002.
38. NAPIER SUSAN JOLLIFFE, *Anime from Akira to Princess Mononoke : experiencing contemporary Japanese animation*. New York: Palgrave 2001.
39. NOELLE-NEUMANN ELISABETH, *The Spiral of Silence: Public Opinion—Our Social Skin*, Chicago: University of Chicago Press, 1993.
40. POTTER JAMES, «A Critical Analysis of Cultivation Theory» // *Journal of Communication* №64, 2014.
41. Rich Michael «Sex Screen: The Dilemma of Media Exposure and Sexual Behavior» // *American Academy of Pediatrics* vol.116, 2005.
42. Siuda Piotr, «Fan Cultures: On the Impossible Formation of Global and Transnational Fandoms» // *Is It 'Cause It's Cool?: Affective Encounters with*

- American Culture*, серія «American Studies in Austria» вип. 13, London: LIT Verlag 2014.
43. ZILLMANN DOLF –HUSTON ALETHA, «Media, children, and the family: social scientific, psychodynamic, and clinical perspectives», New York: Lawrence Erlbaum Associates, 2009.
44. БЕРНЕЙС ЭДВАРД, *Пропаганда* / перекл. И.Ющенко. Hippo Publishing: 2010.
45. БРАЙАНТ ДЖЕННИНГЗ, ТОМПСОН СУЗАН, *Основы воздействия СМИ.* / перекл. В. Кулебы. Москва: Вильяме, 2004,
46. ГРИФФИН ЭМ, *Коммуникация: теории и практики.* / перекл. А.Науменко. Харьков: Гуманитарный Центр, 2015.
47. КАРА-МУРЗА СЕРГЕЙ, *Манипуляция сознанием*, Москва: Эксмо 2005.
48. КУРЕННОЙ ВИТАЛИЙ, *Философия фильма: упражнения в анализе.* Москва: Новое литературное обозрение 2009.
49. Л. ВОЙТАСИК, *Психология Политической Пропаганды.* Москва: Прогресс 1981.
50. МЕЛЬНИКОВА ЕЛЕНА., «Понятие рецепции: современные исследовательские подходы к анализу текстов культуры» // *Ярославский педагогический вестник* № 3, 2012.
51. НОЭЛЬ-НОЙМАН ЭЛИЗАБЕТ, *Общественное мнение. Открытие спирали молчания.* / перекл. Н. Мансурова, Москва: Весь Мир 1996.
52. ПАВЛОВ АЛЕКСАНДР, «Штурмя публичное пространство: слова о гетеротопии плохого вкуса» // *Логос* 101, 2014.
53. ПАВЛОВ АЛЕКСАНДР, *Постыдное удовольствие. Философские и социально-политические интерпретации массового киноматюграфы.* Москва: Высшая школа экономики 2014.
54. САМУТИНА НАТАЛЬЯ, «Культовое кино: даже зритель имеет право на свободу» // *Логос* 35, 2002.
55. ЯУСС ГАНС, «Рецептивна естетика й літературна комунікація» // перекл. з франц. Ярини Цимбал / *Слово і Час* № 6, 2007.

ІНТЕРНЕТ ДЖЕРЕЛА

56. «MGM History» // сайт: Metro Goldwyn Mayer
<www.mgm.com/#/about/mgm-history> (дата звернення 27 листопада 2018).
57. VAUTISTA DAVE «The Dark Knight (2008), Blu-ray review» // *De FilmBlog* (1 серпня 2008) <<https://defilmblog.be/archive/2008/08/01/the-dark-knight-2008.html>> (Дата звернення: 1 грудня 2018).
58. BERARDINELLI JAMES, «The Intouchables» // *Reel Views* (23 травня 2012)
<<http://www.reelviews.net/reelviews/intouchables-the>> (Дата звернення: 2 грудня 2018).
59. DIRKS ТІМ, «Cult film» // сайт: *Filmsite*, 2010,
<<https://www.filmsite.org/cultfilms.html>> (дата звернення: 2 грудня 2018).
60. EBERT ROGER, «The dark knight» // *Roger Ebert* (16 липня 2008)
<<https://www.rogerebert.com/reviews/the-dark-knight-2008> > (Дата звернення: 1 грудня 2018).
61. EBERT ROGER, «The intouchables» // *Roger Ebert* (16 липня 2008)
<<https://www.rogerebert.com/reviews/the-intouchables-2012>> (Дата звернення: 1 грудня 2018).
62. FOUNDAS SCOTT, «Heath Ledger Peers Into The Abyss in The Dark Knight» // *The Village Voice* (16 липня 2008)
<<https://www.villagevoice.com/2008/07/16/heath-ledger-peers-into-the-abyss-in-the-dark-knight>> (Дата звернення: 1 грудня 2018).
63. HAIGH IAN, «Cult film is being celebrated by thousands of fans in London in a festival of strange outfits and aficionado enthusiasm. But what makes a film become cult?» // *BBC News Magazine*, 3 травня 2010,
<http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/magazine/8640334.stm> (дата звернення 29 листопада 2018).
64. HAUG CHRISTOPHER, «Ziemlich beste Freunde» // *2501* (04.01.12)
<<http://www.2501.eu/kino-filmtipp/ziemlich-beste-freunde-2011>> (Дата звернення: 2 грудня 2018).

65. HILLS MATT, «*Transcultural Otaku: Japanese representations of fandom and representations of Japan in anime/manga fan cultures*» // <<https://cmsw.mit.edu/mit2/Abstracts/MattHillspaper.pdf>> (дата звернення: 23 листопада 2018).
66. KELLER LOUISE, «The Intouchables» // *Urban Cinefile* (<<http://www.urbancinefile.com.au/home/view.asp?a=19079&s=Reviews>> (Дата звернення: 3 грудня 2018).
67. KEMPLER DAVID, «Can't Touch This» // *Big Picture Big Sound* (25 травня 2012) <<http://www.bigpicturebigsound.com/The-Intouchables.shtml>> (Дата звернення: 3 грудня 2018).
68. LASALLE MICK, «'Dark Knight': Ledger terrific Ledger as 'The Dark Knight's' Joker embodies the id in all its sad, frightening glory» // *SfGate* (17 липня 2008) <<https://www.sfgate.com/movies/article/Movie-review-Dark-Knight-Ledger-terrific-3276749.php#item-85307-tbla-4>> (Дата звернення: 1 грудня 2018).
69. LEIGH DANNY, «Who killed cult movies?» // *The Guardian* (13 жовтня 2009) <<https://www.theguardian.com/film/filmblog/2009/oct/13/who-killed-cult-movies>> (дата звернення: 30 листопада 2018).
70. LUNDEGAARD ERIK, «The Dark Knight» // *Erik Lundegaard* (10 травня 2012) <<http://eriklundegaard.com/reviews/2008/superhero/the-dark-knight-1.php>> (Дата звернення: 1 грудня 2018).
71. О'НЕНІР ANDREW, «“The Intouchables”: Racial comedy, French style» // *Salon* (22 травня 2012) <http://www.salon.com/2012/05/22/the_intouchables_racial_comedy_french_style/> (Дата звернення: 3 грудня 2018).
72. RICH KATEY, «The Dark Knight» // *Cinema Blend*, <<https://www.cinemablend.com/reviews/The-Dark-Knight-3244.html>> (Дата звернення: 1 грудня 2018).
73. TRAVERS PETER, «The Dark Knight» // *Rolling Stone* (18 липня 2008), <<https://www.rollingstone.com/movies/movie-reviews/the-dark-knight-250897>> (Дата звернення: 1 грудня 2018).

74. WEISSBERG JAY, «Film Review: ‘Untouchable’» // *Variety* (29 вересня 2011) <<https://variety.com/2011/film/reviews/untouchable-1117946269>> (Дата звернення: 3 грудня 2018).
75. НЕФЁДОВ ЕВГЕНИЙ, «1 + 1» / *Intouchables*» // *AllOfCinema* (17.12.2017) <<http://allofcinema.com/1-1-intouchables-2011/#ixzz5ZkvVaqOl>> (Дата звернення: 3 грудня 2018).
76. НОГОВИЦЫН ГРИГОРИЙ, «Киновед Александр Павлов о культовом кино, почему к нему можно отнести “Иронию судьбы” и разнице между Тарантино и МакДонахом», // *Звезда* (18 жовтня 2018), <<http://zvzda.ru/interviews/8e46181bcee2>> (дата звернення 27 листопада 2018).
77. ПАВЛОВ АЛЕКСАНДР, «Как кино становится культовым?» // *IQHSE* (26 серпня 2016) <<https://iq.hse.ru/news/188764557.html>> (дата звернення: 2 грудня 2018).
78. ПАВЛОВ АЛЕКСАНДР, «Культура культа» // *Искусство Кино* 11 (листопад 2011) <<http://kinoart.ru/archive/2011/11/n11-article18>> (дата звернення 27 листопада 2018).

Словники та енциклопедичні видання

79. «Мейнстрім» // Великий тлумачний словник сучасної української мови, Ірпінь: ВТФ Перун 2005, 657.
80. «Пріквел» // Кінословник. Терміни, визначення, жаргонізми. Харків: Харківськи державний університет мистецтв імені Івана Котляревського 2007, 29.
81. «Пропаганда» // Новий тлумачний словник української мови. т. 3, Київ: Аконіт 2000, 796.
82. «Пропаганда» // *Політична енциклопедія*. Київ: Парламентське видавництво, 2011, 610.
83. «Саундтрек» // Великий тлумачний словник сучасної української мови, Ірпінь: ВТФ Перун, 2005, 1295.

84. «Сіквел» // Кінословник. Терміни, визначення, жаргонізми. Харків: Харківський державний університет мистецтв імені Івана Котляревського 2007, 35.

Кінострічки

85. С. NOLAN, (режисер), *The Dark Knight* [кінострічка], United States: Warner Bros. 2008.
86. О. НАКАШЕ, Е. ТОЛЕДАНО (режисер) *Intouchables* [кінострічка], France: Quad Group 2011.
87. Л. ГАЙДАЙ (режисер), «*Бриллиантовая рука*» [кіно-стрічка], СРСР, Мосфільм 1968.
88. Т. ЛЮЗНОВА, (режисер), «*Семнадцать мгновений весны*» [кіно-стрічка], СРСР, Кіностудія ім. М. Горького, 1973.
89. Э. РЯЗАНОВ (режисер) *Ирония судьбы, или С легким паром!* [кіно-стрічка], СРСР: Мосфільм 1975.

ДОДАТКИ

Додаток А

Бланк опитування до фільмів “The Dark Knight” 2008 та “Intouchables” 2011

- 1) Які ідеї демонструє режисер зображуючи (Джокера/Бетмена, Філіпа/Дріса)?
- 2) Які цитати Вам найбільше запам'яталися?
- 3) Які фрази персонажів мають особливе значення для Вас?
- 4) Опишіть моменти із фільму, які справили на Вас найбільше враження.
- 5) Чи були у фільмі кадри, вміст яких для Вас є неприйнятний?
- 6) Чи були у фільмі дії, які б Ви хотіли наслідувати?
- 7) Які враження склалися у Вас від перегляду цієї стрічки?
- 8) Чи наштовхнула Вас ця стрічка на роздуми?
- 9) Які пояснення для Вас дав фільм?

Додаток 1



Кадр із фільму “The Dark Knight” 2008 Cristopher Nolan

Додаток 2



Кадр із фільму “The Dark Knight” 2008 Cristopher Nolan

Додаток 3



Кадр із фільму “The Dark Knight” 2008 Cristopher Nolan

Додаток 4



Кадр із фільму “The Dark Knight” 2008 Cristopher Nolan

Додаток 5



Кадр із фільму “The Dark Knight” 2008 Cristopher Nolan

Додаток 6



Кадр із фільму “Intouchables” 2011 Olivier Nakache, Éric Toledano

Додаток 7



Кадр із фільму “Intouchables” 2011 Olivier Nakache, Éric Toledano

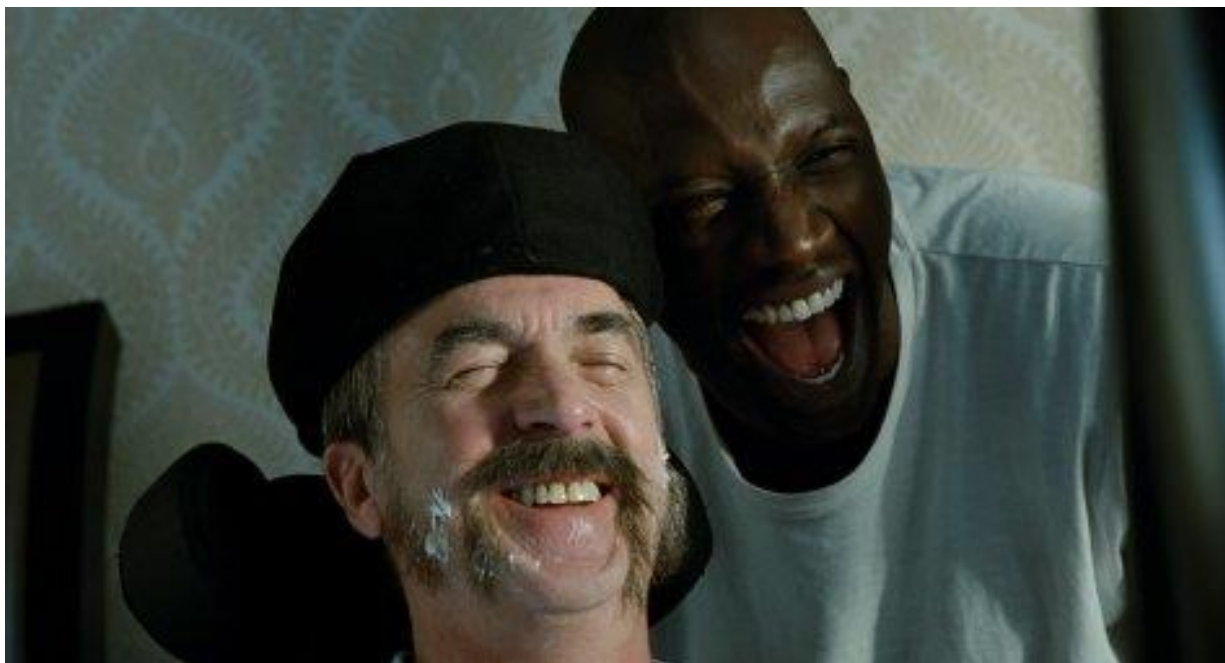
Додаток 8



Кадр із фільму “Intouchables” 2011 Olivier Nakache, Éric Toledano

Додаток 8

Кадр із фільму “Intouchables” 2011 Olivier Nakache, Éric Toledano

Додаток 10

Кадр із фільму “Intouchables” 2011 Olivier Nakache, Éric Toledano