**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ФАКУЛЬТЕТ СОЦІОЛОГІЇ ТА УПРАВЛІННЯ**

**КАФЕДРА СОЦІОЛОГІЇ**

**Кваліфікаційна робота**

**магістра**

**СОЦІОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ МАНІПУЛЯТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В КІНОІНДУСТРІЇ**

Виконала: студентка ІІ курсу,

групи 8.0540-з

спеціальності 054 «Соціологія»

освітньої програми «Соціологія»

К.О. Хмарська

Керівник: доцент кафедри

соціології, к.соц.н.,

Т.О. Ратушна

Рецензент: доцент кафедри

соціології, к.філос.н.,

І.О. Павленко

**Запоріжжя - 2021**

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет Соціології та управління

Кафедра Соціології

Рівень вищої освіти Магістр

Спеціальність 054 «Соціологія»

Освітня програма «Соціологія»

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Завідувач кафедри

В.О. Скворець \_\_\_\_\_\_\_

18 червня 2021 року

**З А В Д А Н Н Я**

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТОВІ

Хмарській Карині Олегівні

1. Тема роботи (проекту) Соціологічний аналіз використання маніпулятивних технологій в кіноіндустрії

Керівник роботи Ратушна Т.О., к.соц.н.,

Затверджені наказом ЗНУ від 18 червня 2021 року № 914-с

2. Строк подання студентом роботи 22 листопада 2021 р.

3. Вихідні дані до роботи 1. Коновалов О. Є. Перспективи соціологічних досліджень артхаусного кінематографа. *Вісник Львівського університету. Серія соціологічна*. 2015. Випуск 9. С. 254-260.; 2. Яковлєв М.В. Техніки та алгоритми аналізу візуального матеріалу: розмежування якісних і кількісних підходів. *Наукові записки НаУКМА*. 2011. Т. 122 : Соціологічні науки. С. 9-13.; 3. Скрипкарь М. В. Манипулятивные технологии кинематографа. *Вестник БГУ.* 2009. №6. URL : https://cyberleninka.ru/article/n/manipulyativnye-tehnologii-kinematografa (дата обращения: 06.09.2021).

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити):

1. Уточнити основні поняття дослідження: «маніпуляція», «маніпулятивна технологія», «кіно», «кіноіндустрія». 2. Здійснити огляд стану наукової розробки проблеми використання маніпулятивних технологій в кіноіндустрії. 3. Визначити принципи і методи дослідження використання маніпулятивних технологій в кіноіндустрії. 4. Розкрити сутність та зміст маніпулятивних технологій в кінематографі. 5. Проаналізувати вплив маніпулятивних технологій в кіноіндустрії на людину та суспільство. 6. Визначити особливості використання маніпулятивних технологій в сучасній кіноіндустрії. 7. Обґрунтувати методи прикладного соціологічного дослідження використання маніпулятивних технологій в кіноіндустрії. 8. Проаналізувати результати прикладного соціологічного дослідження використання маніпулятивних технологій в кіноіндустрії. 9. Надати рекомендації щодо протидії маніпулятивним технологіям в кіноіндустрії.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов’язкових креслень) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

6. Консультанти розділів роботи

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Розділ | Прізвище, ініціали та посада  консультанта | Підпис, дата | |
| завдання  видав | завдання  прийняв |
| Розділ 1 | Ратушна Т.О доцент кафедри соціології, к.соц.н. | 27.08.21 | 27.08.21 |
| Розділ 2 | Ратушна Т.О доцент кафедри соціології, к.соц.н. | 21.09.21 | 21.09.21 |
| Розділ 3 | Ратушна Т.О доцент кафедри соціології, к.соц.н. | 02.11.21 | 02.11.21 |

7. Дата видачі завдання 18 червня 2021 р.

**КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| №  з/п | Назва етапів кваліфікаційної роботи | Строк виконання етапів роботи | Примітка |
| 1. | Вибір та формулювання теми роботи | Червень 2021 | *виконано* |
| 2. | Опрацювання наукових джерел | Червень-Серпень2021 | *виконано* |
| 3. | Робота над вступом | Серпень 2021 | *виконано* |
| 4. | Робота над першим розділом | Серпень-Вересень 2021 | *виконано* |
| 5. | Робота над другим розділом | Вересень-Жовтень 2021 | *виконано* |
| 6. | Проведення соціологічного дослідження | Жовтень-Листопад 2021 | *виконано* |
| 7. | Робота над третім розділом | Листопад 2021 | *виконано* |
| 8. | Робота над висновками | Листопад 2021 | *виконано* |

Студент \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ К.О.Хмарська

Керівник роботи (проекту) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Т.О.Ратушна

**Нормоконтроль пройдено**

Нормоконтролер \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Т.О. Ратушна

**РЕФЕРАТ**

*Дипломна робота:*складається з 87 сторінок, 53 позицій у списку літератури, 1 додатку.

МАНІПУЛЯТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ, КІНО, КІНОІНДУСТРІЯ

*Метою наукового дослідження* є теоретичне осмислення і практичне вивчення використання маніпулятивних технологій в кіноіндустрії*.*

*Об’єкт наукового дослідження:* маніпулятивні технології в кіно.

*Предмет наукового дослідження:* використання маніпулятивних технологій в кіноіндустрії.

*Методи наукового дослідження:* системний, соціокультурний, візуального аналізу, метод кейс-стаді.

*Гіпотеза дослідження:* в кіноіндустрії використовуються технології маніпулятивного впливу на свідомість глідачів, що мають різноманітні форми, а також є специфічними, оскільки використовують (на відміну від текстів) аудіовізуальний вплив, завдяки чому створюють стереотипізовані та міфологізовані уявлення про явища суспільного життя, про соціальну реальність та впливають на конструювання певних моделей поведінки.

*Висновки:* 1. Основними маніпулятивними способами впливу, що реалізуються в продукції кіноіндустрії є дезінформування, маніпулювання та вплив на масову свідомість. Особливо дієвим з точки зору маніпулювання у кіномистецтві є використання емоційної складової та застосування міфологічних образів героїв і сценаріїв розгортання подій фільму.

2. Пропонуючи глядачеві певну систему цінностей, тип поведінки, які продукуються через образи героїв і антигероїв, кіно спонукає до копіювання, до бажання домагатися мети, через ті засоби і методи, які приносять успіх персонажам кінофільмів.

3. Найважливішим у протидії маніпулятивним впливам в кіноіндустрії є формування у глядачів критичного мислення, що дозволяє активно сприймати інформацію, розпізнавати її структурні та змістовні характеристики, адекватно оцінювати джерела та канали інформування.

**SUMMARY**

*Thesis:* consists of 87 pages, 53 literature sources, 1 appendix.

MANIPULATIVE TECHNOLOGIES, CINEMA, FILM INDUSTRY

*The purpose of scientific research* is the theoretical understanding and practical study of the use of manipulative technologies in the film industry.

*Object of research:* manipulative technologies in cinema.

*Subject of research:* the use of manipulative technologies in the film industry.

*Methods of scientific research:* systemic, sociocultural, visual analysis, case study method.

*Research hypothesis:* the film industry uses technologies of manipulative influence on the minds of viewers, which have various forms and are specific because they use (unlike texts) audiovisual influence, thus creating stereotyped and mythologized ideas about social life, social reality and influence the construction of certain patterns of behavior.

Conclusions: 1. The main manipulative ways of influencing in the film industry are misinformation, manipulation and influence on the mass consciousness. Particularly effective in terms of manipulation in the art of cinema is the use of the emotional component and the use of mythological images of characters and scenarios of the events of the film.

2. Offering the viewer a certain system of values, the type of behavior that is produced through the images of heroes and antiheroes, the film encourages copying, the desire to achieve goals, through the means and methods that bring success to movie characters.

3. The most important in counteracting manipulative influences in the film industry is the formation of critical thinking in the audience, which allows you to actively perceive information, recognize its structural and substantive characteristics, adequately assess the sources and channels of information.

**ЗМІСТ**

ВСТУП…………………………………………………………………………….6

РОЗДІЛ 1. МЕТОДОЛОГІЧНІ AСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВИКОРИСТАННЯ МАНІПУЛЯТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В КІНОІНДУСТРІЇ……………………………………………………………….....9

1.1. Уточнення головних понять дослідження: «маніпуляція», «маніпулятивна технологія», «кіно», «кіноіндустрія»……………………………………………9

1.2. Стан наукової розробки проблеми використання маніпулятивних технологій в кіноіндустрії………………………………………………………15

1.3. Принципи і методи дослідження використання маніпулятивних технологій в кіноіндустрії……………………………………………………………………25

РОЗДІЛ 2. ТЕОРЕТИЧНІ AСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВИКОРИСТАННЯ МАНІПУЛЯТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В КІНОІНДУСТРІЇ………………….38

2.1. Сутність та зміст маніпулятивних технологій в кінематографі…………38

2.2. Вплив маніпулятивних технологій в кіноіндустрії на людину та суспільство……………………………………………………………………....44

2.3. Особливості використання маніпулятивних технологій в сучасній кіноіндустрії……………………………………………………………………..49

РОЗДІЛ 3. ПРAКТИЧНИЙ AСПЕКТ ДОСЛІДЖЕННЯ ВИКОРИСТАННЯ МАНІПУЛЯТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В КІНОІНДУСТРІЇ………………….65

3.1. Обгрунтування методів соціологічного дослідження використання маніпулятивних технологій в кіноіндустрії…………………………………...65

3.2. Інтерпретація результатів дослідження…………………………………...67

3.3. Рекомендації щодо протидії маніпулятивним технологіям в кіноіндустрії..........................................................................................................75

ВИСНОВКИ……………………………………………………………………..78

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ………………………………………………………..81

ДОДАТКИ……………………………………………………………………….88

**ВСТУП**

*Актуальність.* Кінематограф – це великий винахід, який справив величезний вплив на формування світогляду людини XX століття. Кіно – найбільш «передовий» вид мистецтва, де використовують багато наукових відкриттів. За широтою охоплення дійсності і глибиною проникнення в неї, за силою впливу на глядача через зір і через слух воно перевершило інші мистецтва. Кінообраз розширив як сферу художнього освоєння життя, так і сферу нашого естетичного переживання. Кіно спроможне впливати на наш настрій, емоційний стан.

Проблеми, пов'язані з концептами «масова культура» і «масова свідомість»,сьогодні опинилися в центрі стійкої уваги дослідників. І це не випадково. Адже трансформації (часто радикальні),яким піддається в наші дні суспільство, нерідко пов'язані не тільки з «об'єктивними» факторами (такими, як економіка, політика і т.д.), але і з спрямованими змінами в сфері суспільної свідомості. І тут зі зрозумілих причин велика роль кінематографа, який опинився «на перехресті» сучасних маніпулятивних технологій в області засобів масової комунікації, дозвільної сфери і освітнього середовища.

За допомогою кінематографа можна додати будь-якому явищу такий кут сприйняття, який здасться глядачеві привабливим і побічно впливає на його життя (хоча нерідко це поєднується із засудженням подібних явищ і недопущенням їх в своєму звичайному житті).

Можна сказати, що кіно сприяє розширенню горизонту свідомості людини, інтегруючи в її свідомість такі цінності, які вона могла раніше заперечувати або взагалі нічого не знала про них.

Оскільки кіно і телебачення постачають споживачам перш за все видовища, то на перший план виступає не достовірність і правдивість інформації, а той ефект, який остання здійснює на глядача. Для аудиторії не настільки важливі самі відомості про культурні, історичні, економічні та політичні події, її вражає карколомна ілюзія присутності при цих віддалених від неї подіях. Тож кіно може виступати інструментом впливу на масового глядача, в тому числі і маніпулятивного.

Маніпуляції суспільною свідомістю досить актуальна в сучасному суспільстві тема. Розгляду цієї проблеми присвячують свої праці соціологи та політологи, психологи та інші представники соціо-гуманітарного напрямку. Однак робіт, які висвітлюють феномен маніпуляції в кіноіндустрії в рамках соціального дискурсу та історичної ретроспективи, досить мало, в основному вони стосуються сутності маніпулятивних впливів та їх психологічного підгрунтя.

Інформаційно-комунікативну специфіку медіапростору, глобалізацію засобів масової комунікації та їх вплив на людство глибоко досліджували зарубіжні вчені Д. Белл, П. Бергер, Т. Лукман, Н. Луман, Е. Тоффлер, Р. Харріс, Г.М. Маклюен та інші. Дослідженнями візуального мистецтва, в тому числі і кіно займались Г. Блумер, Ж. Лакан, З. Кракауер, Е. Морен тощо. Вивченню маніпуляцій в кіноіндустрії присвячені праці Т.В. Москвиної, А.В. Шарікова, Г.Ю. Франка, О.В. Федорова, Г.К. Селевко та М.В. Скрипкарь.

*Проблемна ситуація.* Оскільки кіно передає досвід суспільних взаємин, тим самим виступаючи елементом соціалізації людей, розвиває творчі здібності, мислення, формує свідомість та впливає на підсвідомість важливим є вивчення маніпулятивної складової у сучасній кінематографії, а також проблема визначення ролі кінематографа у формуванні ціннісних орієнтирів в сучасному суспільстві.

*Об’єкт* – маніпулятивні технології в кіно.

*Предмет* – використання маніпулятивних технологій в кіноіндустрії.

*Метою* дослідження є теоретичне осмислення і практичне вивчення використання маніпулятивних технологій в кіноіндустрії.

Мета роботи конкретизується наступними *завданнями:*

* уточнити основні поняття дослідження: «маніпуляція», «маніпулятивна технологія», «кіно», «кіноіндустрія»;
* здійснити огляд стану наукової розробки проблеми використання маніпулятивних технологій в кіноіндустрії;
* визначити п[ринципи і методи дослідження використання маніпулятивних технологій в кіноіндустрії](#_Toc16453);
* розкрити сутність та зміст маніпулятивних технологій в кінематографі;
* проаналізувати вплив маніпулятивних технологій в кіноіндустрії на людину та суспільство;
* визначити о[собливості використання маніпулятивних технологій в сучасній кіноіндустрії;](#_Toc16060)
* обгрунтувати методи прикладного соціологічного дослідження використання маніпулятивних технологій в кіноіндустрії;
* проаналізувати результати прикладного соціологічного дослідження використання маніпулятивних технологій в кіноіндустрії;
* надати рекомендації щодо протидії маніпулятивним технологіям в кіноіндустрії.

*Гіпотезою* роботи є припущення про те, що в кіноіндустрії використовуються технології маніпулятивного впливу на свідомість глідачів, що мають різноманітні форми, а також є специфічними, оскільки використовують (на відміну від текстів) аудіовізуальний вплив, завдяки чому створюють стереотипізовані та міфологізовані уявлення про явища суспільного життя, про соціальну реальність та впливають на конструювання певних моделей поведінки.

*Структура роботи.* Робота складається зі вступу трьох розділів, висновків, списку літератури та додатків.

**РОЗДІЛ 1**

**МЕТОДОЛОГІЧНИЙ AСПЕКТ ДОСЛІДЖЕННЯ ВИКОРИСТАННЯ МАНІПУЛЯТИВНИЙ ТЕХНОЛОГІЙ В КІНОІНДУСТРІЇ**

**1.1. Уточнення головних понять дослідження: «маніпуляція», «маніпулятивна технологія», «кіно», «кіноіндустрія»**

Маніпуляція – один з найцікавіших способів людської поведінки та комунікації, що виник тоді, коли перші люди розпочали спілкуватися між собою, і розвинувся із примітивного обману до справжнього мистецтва – мистецтва бути непомітним для об'єкта і водночас якнайефективніше досягнути поставленої цілі. [1, с. 239]

Оксфордський словник подає узагальнене поняття маніпуляції як спеціальне поводження з об'єктами з певною метою, ручне управління.

Термін маніпуляція був запозичений соціологічною наукою з психології, де він почав застосовуватися лише з 20-х рр. ХХ ст. в інженерній психології та психології праці. Етимологія поняття виводиться з латинської мови від слова manipulus, що має два значення: рух руки і маленька група, купка, жменька.

Одне з перших тлумачень поняття «маніпуляція» в соціології було запропоновано в 1969 р виданим в Нью-Йорку «Сучасним словником соціології», що визначає маніпуляцію як «вид застосування влади, при якому той хто володіє нею, впливає на поведінку інших, не розкриваючи характер поведінки, яку він від них очікує». Саме в такому наповненні слово «маніпуляція» замінило раніше існуючий термін «макіавелізм» [1 с. 288].

Вивчення феномену маніпуляції проводилося вченими здавна, щоправда робилось це для того, щоб виробити відповідні технології та навчитись ефективно управляти людьми на рівні підсвідомості.

Психологічний зміст маніпуляцій полягає у тому, щоб контролювати поведінку людей, управляти, одержувати над ними владу чи перевагу за рахунок обмеження їхньої волі, створення такої ситуації, в якій об’єкт маніпулювання змушений поводитися вигідним способом для того, хто маніпулює, не маючи вибору чи не усвідомлюючи його. Це робить людину інструментом.

Дослідження, спрямовані на захист потенційного об'єкта маніпуляції, розпочались в 1960х роках із віяннями «третього напряму персонології» – гуманістичної психології, яка виступала за ставлення до людей як до особистостей, а не «об'єктів» [1, с.240].

Оскільки маніпуляція і маніпулятивнивний вплив здійснюється цілеспрямовано і з використанням певних прийомів і способів впливу, можна говорити про те, що вона має ознаки технологізації. Деякі дослідники використовують поняття «маніпуляція» і «маніпулятивна технологія» як синонімічні. Так, наприклад, Козлова О. Н. зазначає, що маніпуляція представляється як технологія подолання критичної рефлексії індивідів, навіювання їм заданих маніпулятором уявлень, цілей та цінностей як основи відтворення соціальних практик [2, с. 114].

М. В. Скрипкар також вказує на нерозривність цих понять і визначає їх як сукупність процесів, що латентно протікають, формують або змінюють свідомість людини, групи осіб або суспільства в цілому, в напрямку, заданому маніпулятором, з метою досягнення певних результатів у формуванні мотиваційних установок, етичних норм, типу поведінки та інших психологічних властивостей об'єкта маніпуляції [3, с. 288-289].

Кіно (англ. – cinema) визначається як інститут соціалізації та елемент в інфраструктурі культури, що здійснює свій вплив на свідомість глядачів шляхом наочного уявлення дій та поведінки людей, які мають різну психіку, соціальний статус, загальний культурний рівень, освіту та інше, у різних життєвих ситуаціях. На відміну від театру, кіно – різновид екранної культури, фотографія, що рухається. Перевага кіно в тому, що воно має можливість практично миттєвої та безмежної зміни «декорацій», місця та часу перебігу події та за допомогою цього, встановлення просторово-часових асоціативних зв'язків [4].

Будучи синтетичним мистецтвом (поєднання візуальних образів того, що відбувається на екрані, музичної ритміки, створення певного емоційного настрою) кіно формує свою аудиторію, її специфічні художні смаки, які, у свою чергу, зумовлюють і характер самого кіно, вибір аудиторією репертуару і т. д. – все це створює можливість для дуже ефективного впливу на почуття і настрої, ціннісні орієнтації та інше.

Врахування подібних, практично необмежених можливостей кіно впливає визначення репертуарної політики кінопрокату, вибір сюжетів для кіновиробництва тощо. Кіно в сучасному світі – одне з наймасовіших мистецтв, воно перетворилося на найважливіший елемент інфраструктури масової культури, тож важливим став і процес споживання кіно і процес його масового виробництва, з’явилось поняття «кіноіндустрія».

«Кіноіндустрія» – галузь промисловості, що займається виробництвом і розповсюдженням кінофільмів. Кіноіндустрія складається з технологій і комерційних інституцій, а саме: виробничих кінокомпаній, студій мультфільмів, кіностудій, компаній дистриб'юторів, виробництва дубляжу, кінопрокатних, акторських агенцій, професійних об'єднань індустрії (наприклад, сценаристів, акторів, технічного персоналу) [5].

В Україні становлення кіноіндустрії почалось на початку ХХ ст. Так, 27 серпня 1919 року, Декретом Ради Народних Комісарів про націоналізацію кіносправи (відомий також як ленінський декрет) вся фото- і кінематографічна промисловість і торгівля перейшли у відання Народного комісаріату освіти. Цю дату прийнято вважати народженням вітчизняної кінопромисловості як такої [6, с. 97].

Першим кіновиробничим підприємством на території сучасної України стало створене у 1911 році в Катеринославі (нині – м. Дніпро) «Південноросійське синематографічне акціонерне товариство «Сахненко, Щетинін і Ко», акціонерний капітал якого, за спогадами сучасників, сформувався таким чином: один із акціонерів, власник кафе-їдальні М. Шейнін, вніс у товариство 10 тисяч карбованців, другий, кінопрокатник Ф. Щетинін, – свою садибу, оцінену в таку ж суму, а Д. Сахненко – свій знімальний апарат і вміння працювати на ньому [6].

У тому ж році Данило Сахненко організував власне «Південноросійське ательє «Батьківщина». Так, спільними зусиллями ательє «Батьківщина» і товариства «Сахненко, Щетинін і Ко» було поставлено перший український ігровий фільм «Запорізька Січ» (1911 р.) – історичний фільм про подвиги запорозьких козаків і кошового отамана Івана Сірка в боях проти татар і турків у ХVII ст [6, с. 98].

Дореволюційний кінематограф пов'язують з прізвищами Гроссмана, Харитонова, Борисова, Єрмолова та Ханжонкова. Найбільшими центрами кіновиробництва України вважались Київ, Харків та Катеринослав [6].

З початком громадянської війни можна говорити і про початок нового етапу в розвитку національної кіногалузі та виникнення такого поняття як «українська радянська кінематографія».

У 1919 році Кінокомітет при відділі Народного комісаріату просвітництва та кіносекції політуправління Народного Комісаріату з військових та морських справ на базі старих приватних кінопідприємств організували випуск перших хронікальних фільмів [6, с. 98]. В цей період розпочинається активна реалізація державної політики з націоналізації кіносправи, спрямована на усунення численних невеликих груп підприємців, котрі, маючи широке поле для розвитку дрібного підприємництва, поширилися в дореволюційний період, так званих посередників між творчими працівниками й трудовими масами, тобто власників кіновиробничих підприємств та кінотеатрів.

У Харкові при Всеукраїнській раді мистецтв Народного комісаріату освіти УРСР був створений Всеукраїнський кінокомітет [6, с.98].

У своїй діяльності Всеукраїнський кінокомітет керувався положенням та програмою. Його основним завданням було визнано «упорядкування та врегулювання фото- і кінопромисловості з метою систематичного і раціонального використання її як знаряддя пропаганди ідей соціалізму і як органу культури й освіти» [6, с. 99].

Планомірний розвиток кінопромисловості розпочався лише у 1922 році після реорганізації Всеукраїнського кінокомітету у Всеукраїнське фотокіноуправління – ВУФКУ.

Управління отримало широкі повноваження щодо виробництва та прокату кінострічок, кінофікації міст та сіл, будівництва кінопідприємств, виробництва апаратури та ін., чим було підготовлено значну матеріальну базу.

Від минулої епохи до відомства ВУФКУ перейшли дві кінофабрики: Одеська, створена 23 травня 1919 року за рішенням Одеського губвиконкому на залишках студій Гроссмана, Харитонова та Борисова, та Ялтинська – колишня кінофабрика приватних підприємців Єрмолова та Ханжонкова, що вважалася найкращою в Російській імперії [6].

Шлях розвитку кінопромисловості в Україні можна поділити на три етапи:

1. Дореволюційний (1911 – 1919 рр.) – зародження кіносправи в Україні. Характеризується появою перших кіноательє – приватних акціонерних товариств, що займались виготовленням фільмів. Витрати кінопідприємців на розвиток власного виробництва, як правило, покривалися доходами від прокату іноземних стрічок. Відтак перші кінотельє поєднували в собі риси як кіновиробничого, так і кінопрокатного підприємств.

2. Радянський (1919 – 1991 рр.) – початок планомірного розвитку національної кінопромисловості. Галузь набуває державного характеру після усунення новою владою численних невеликих груп підприємців, котрі поширилися в дореволюційний період. На базі старих приватних підприємств починають функціонувати дві кінофабрики, Ялтинська та Одеська. Тоді ж розпочинається будівництво Київської кінофабрики, котра до цього часу залишається найбільшою в Європі. До 1933 року кінопромисловість зберігає свою автономію, підпорядковуючись Наркомосу УРСР, потім повноваження щодо керівництва кіностудіями переходять до ГУ з виробництва художніх фільмів Комітету в справах кінематографії при РНК СРСР та подальших його правонаступників.

3. Пострадянський (1991 р. – до сьогодні) – початок самостійного розвитку вітчизняної кіноіндустрії на умовах продюсерської моделі як цілого комплексу економічної діяльності, що давно та успішно працює в усьому світі. Характеризується появою нової форми господарювання у сфері кіновиробництва – кінопродюсера [6, с.99].

Поняття «кіноіндустрія» охоплює весь процес кіновиробництва і створення кінофільмів від початкового задуму до безпосереднього показу готового продукту аудиторії в кінотеатрах, за допомогою телебачення чи інтернету. Кіновиробництво існує в багатьох країнах і тісно пов’язане з економічною, соціальною та політичною сферами життєдіяльності. Як правило, кіновиробництво вимагає залучення великої кількості людей, великих часових та матеріальних витрат.

Таким чином поняття «кіноіндустрія» охоплює художньо-естетичну сторону створення кіно, технічні та технологічні аспекти його створення та соціокультурні особливості його впливу на аудиторію.

В сучасному світі кіноіндустрія виводить на перший план комерційну складову у процесі створення фільмів, тобто основною метою створення кіно, у більшості випадків, є отримання прибутку, збільшення наповнюваності залів у кінотеатрах, привернення уваги аудиторії засобами реклами тощо. Тож кіновиробники, забувають про те, що мистецтво, в тому числі і кіно, має відігравати виховну та художньо-естетичну роль для суспільства, формувати його ідеали.

Водночас кіноіндустрія чинник, що впливає на зміни і трансформації суспільного життя. Індивіди у ролі кіноглядачів засвоюють норми та цінності, що транслюються кінематографом. Завдяки всім цим впливам надалі відбувається закріплення та розвиток існуючої системи суспільних відносин. Зрештою, через демонстрацію тих чи інших поведінкових патернів кінематограф впливає на людину. Кінематограф пропонує своєму глядачеві певні схеми світорозуміння та відчуття, розвиває естетичну культуру особистості, і таким чином стає ланкою соціально-економічної інфраструктури та, відповідно, забезпечує моральну, інтелектуальну та фізичну дієздатність членів суспільства.

Отже кіно також використовується і для трансляції певних видів соціальних відносин і формування у глядачів ставлення до різних соціальних та політичних ситуацій і процесів, іноді використовуючи для цього маніпулятивні технології. Кіно чинить сильний психічний вплив на людей, а також на групові та масові настрої та суспільну свідомість загалом, тож вивчення цих аспектів кіноіндустрії є важливим для розуміння сучаного суспільства.

**1.2. Стан наукової розробки проблеми використання маніпулятивних технологій в кіноіндустрії**

Кінематограф з'явився наприкінці ХІХ ст., в епоху урбанізації, інтенсивного технологічного розвитку та ніс у собі відбиток цього соціокультурного контексту. З одного боку, він бере початок з фотографії з її технічними та мистецькими особливостями, з іншого – він є досить бизьким з такими видами мистецтва як література та театр.

Кіно відповідало інтересам і цінностям широких верств населення і практично відразу після появи стало масовим феноменом, залучаючи в кінотеатри великі маси глядачів. До 1930-х років у Голлівуді, що став світовим лідером виробництва фільмів, кіноіндустрія перетворилася саме на індустрію, подібну до всіх інших. Будучи відображенням суспільства і впливаючи на суспільство, кіно вже на ранньому етапі свого існування зацікавило соціологію як об'єкт вивчення. Соціологи бачили у кіно прояв масової культури, та виникло уявлення про масового глядача [7].

Класична робота Е. Альтенло «До соціології кіно», що з’явилась на початку ХХ ст. була однією з перших наукових праць, в якій висвітлювались питання історія кінематографа, особливостей промислової організації кіновиробництва (тобто безпосередньо становлення кіноіндустрії), правові сторони кіноспоживання, уявлення про кіно як вид дозвілля. Ця робота започаткувала традицію досліджень кіно як відображення суспільства, особливо в німецькій соціології, де серед сучасних її представників можна виділити Р. Кеніга та Р. Вінтера [8].

Р. Кеніг у своїх роботах ставив перед соціологією завдання вивчити, які аспекти фільму як єдиного для всіх подразника сприймаються, а які, навпаки, залишаються поза увагою і не сприймаються. Він вважав, що кіномистецтво відображає уявлення, настрої та бажання публіки більш прямолінійно, ніж інші види мистецтва. Однак ці уявлення та настрої, можуть бути ще не оформленими до кінця і лише починають виринати з глибин колективного несвідомого [9]. Тож саме через це, на його думку тому кіно постає виразником неявних та спонтанних соціальних уявлень.

У 30-х роках ХХ ст. представник Чиказької школи Г. Блумер також займався дослідженнями кіно і його впливу на поведінку глядачів (особливо дітей та молоді). Він доводив у своїх роботах, що почерпнуті з фільмів моделі поведінки знаходять своє відображення в дитячих іграх і стають основою імітації в юності. Також Г. Блумер а також як залежно від віку та соціального стану молодих людей кіно в тій чи іншій мірі впливає на їхню емоційну сферу та формує уявлення про різноманітні явища дійсності [8].

На різних етапах кіно розглядалося крізь призму різних напрямів соціального аналізу та соціальної критики. Так, у 1940-1950-ті роки популярністю користувалися соціально-психологічні та психоаналітичні теорії кіно, що бачили у фільмах відображення міфів тієї чи іншої культури та суспільства. Дослідницька робота велася у двох напрямках:

1) емпіричні дослідження інституційних аспектів кінематографа – публіки (Дж. Майєр, Великобританія; Ж. Дюран, Франція) та кіновиробництва (головним чином на прикладі Голлівуду – Л. Ростен, Д. Хендел, Г. Паудермейкер, США), в ході яких накопичувалися дані про закономірності виробництва та функціонування фільмів;

2) вивчення змісту «екранного світу», механізмів впливу кіно на глядача. Поряд із дослідженнями змісту фільмів за допомогою техніки контент-аналізу (у США – М. Волфенстайн і Н. Лейтес, Д. Джонс, М. Мід, міжнародне дослідження кіногероя 1960-63) та емпіричними дослідженнями впливу кіно (у США – Р. Алберт , А. Бандура, Л. Берковіц) помітне місце займали роботи, в яких при аналізі змісту та впливу фільмів кіно трактувалося як вираз «колективної свідомості» (З. Кракауер, США; Е. Морен, Франція) [10].

Коновалов О.Є. вважає найбільш фундаментальними з точки зору теоретичних засад соціології кінематографу роботи закордонних дослідників М. Маклюена та З. Кракауера. Фокус їхніх наукових інтересів зосереджений передусім на самому феномені кінематографа та його зв’язку із глядачем. Серед дослідників у галузі соціології кінематографа на пострадянському просторі він відзначає М. І. Жабського, роботи якого пропонують комплексний соціологічний підхід до дослідження феномену кінематографа [11, с. 254].

Українська дослідниця Д. Виставкіна, проананалізувавши публікації українських соціологів, зазначає, що у вітчизняній соціології кіно переважають емпіричні дослідження. Насамперед це дослідження кіноаудиторії (Головаха Є. І., Шульга Р.П., Личковська О.Р., Тягло К.О.), контент-аналіз кінопродуктів, які запускаються на українських телеканалах (Щеломовська О.М.), дискурсивний аналіз кіно (Сорока Ю.Г.) Жанровому кінематографу присвячено праці Коновалова О.Є., Бондаренко Ю.О. тощо [12, с. 25], сама ж дослідниця зазначає, що ці роботи є одиничними і мають більше емпіричний ніж теоретичний характер, вони не носять мистецтвознавчого характеру, тож цей напрямок потребує подальшого розвитку.

Що ж стосується проблеми маніпуляції та маніпулятивного впливу, то над цим питанням в свій час працювали наступні автори (за Є.Л.Доценком, «Психологія маніпуляції: феномени, механізми та захист»): про проблеми застосування маніпуляції – Бессонов 1971, Волкогонов 1983, Шиллер 1980, Кей 1989, О’Коннор 1990, Розенберг 1987, Вілар 1972; про ефекти маніпулюванням поведінкою – Бенігер 1987, Брок 1966, Пандей 1988; мистецтво маніпуляції – Рікер 1986; захист від маніпуляцій – Ленц 1989, Прото 1989 [13, с. 240].

Еріх Фромм визначив причину, що спонукає людей в сучасному світі маніпулювати один одним. Він стверджував, що в стосунках між людиною і людиною є первинною любов і що саме вона розкриває справжню сутність людини, бо вона і є її початкова сутність. Основні світові релігії наказують нам любити ближнього свого так само, як ми любимо самих себе, однак тут-то ми і стикаємося з головною перешкодою. Більшість навіть не усвідомлює, що, до тих пір, поки ми не полюбимо самих себе, ми не зможемо полюбити ближнього [1, с. 12].

За Бьюдженталем, активний маніпулятор нищить оточуючих його людей, отримуючи вигоду з їх безсилля і безпорадності, і досягає мети шляхом встановлення контролю над своїми добровільними жертвами [1, с. 12].

За Е. Берном, Е. Шостром, причина маніпуляції в страху міжособистісних відносин, через який люди спілкуються з іншими в рамках певних ритуалів, бажаючи уникнути близькості і включеності [1, с. 14].

За А. Еллісом, одна з базових потреб, людини – потреба в схваленні, тому будь-яка людина, стаючи пасивним маніпулятором, відмовляється бути чесною у відносинах з іншими і намагається їм догодити, сподіваючись сподобатись [1, с. 14].

Ще в минулому столітті Ле Бон («Макіавеллі масового суспільства», як назвали його недавно) писав: «Натовп мислить образами, і викликаний у його уяві образ у свою чергу викликає інші, що не мають ніякого логічного зв’язку з першим... Натовп здатний мислити тільки образами, сприйнятливий тільки до образів. Тільки образи можуть... стати двигунами його вчинків».

А також: «Могутність слів знаходиться в тісному зв’язку образами і зовсім не залежить від їхнього реального змісту. Дуже часто слова, що мають найбільш невизначений зміст, чинять найбільш великий вплив на натовп. Такі, наприклад, терміни: демократія, соціалізм, рівність, воля і т.ін., до такого ступеня невизначені, що навіть у товстих томах не вдається з точністю роз’яснити їх зміст» [1, с.19].

У роботі «Психологія народів і мас» Г.Лебон виділяє два основні чинники, що визначають зміст колективних дій: віддалені і безпосередні. Віддалені фактори готують грунт, на якій згодом розвиваються нові ідеї.

До данної групи факторів французький дослідник відносить традиції, політичні та соціальні установи, освіта і виховання. Вони формують загальну спрямованість переконань і поглядів юрби. Безпосередні чинники діють на вже підготовлену натовп, породжують в ній впевненість і призводять до виникнення певних рішень.

Саме завдяки безпосереднім факторам, вважає Г. Лебон, «вибухає бунт, влаштовується страйк, або ж величезна більшість раптом підносить коли хтось з'явиться до влади або скидає якийсь уряд» [1, с. 13].

Істотним чинником, що впливає на думку натовпу, виступають традиції. «В традиціях виражаються ідеї, потреби і почуття минулого раси; в них полягають синтез раси, всією своєю вагою давить на нас». Традиції багато в чому визначають характер дій людей в натовпі. [1, с. 14]

Ілюзії також, на думку Г. Лебона, відносяться до числа безпосередніх факторів думок натовпу. «Починаючи з самої зорі цивілізації натовп постійно підпадав під вплив ілюзій». У пошуках свого ідеалу люди, як правило, зверталися до помилкових навчань і ідеологіям, тому що істина майже завжди неприваблива і сувора [1, с. 16].

Таким чином, індивіди як окремо, так і об'єднавшись в натовп, протягом всієї людської історії ставали жертвами обману досвідчених маніпуляторів. «Хто вміє вводити натовп в оману, той легко стає її володарем; хто ж прагне надоумити її, той завжди буває її жертвою» [1, с. 16].

Природа маніпуляції складається в наявності подвійного впливу - поряд Із повідомленням, що посилається відкрито, маніпулятор надсилає адресатові «закодований» сигнал, сподиваючись на те, що цей сигнал розбудить у свідомості адресата ті образи, які потрібні маніпуляторові.

Цей прихований вплив спирається на «неявне знання», яким володіє адресат, на його здатність створювати у життя без свідомості образи, що впливають на його почуття, думки та поведінку. Мистецтво маніпуляції полягає в тому, щоб пустити процес уяви потрібним руслом, но так, щоб людина не помітіла прихованого впливу.

Виділяються такі типи маніпуляторів:

1. Диктатор, що демонструє свою силу. Він домінує, управляє, віддає розпорядження, посилається на авторитети і робить все для того, щоб керувати своєю жертвою. Як різновид диктатора можуть виступати Мати-настоятелька, Отець-настоятель, Деспот, Бог, Молодші Боги [14].

2. Ледар зазвичай виступає в ролі жертви диктатора і являє собою його полярність. Ледар виробив і розвинув в собі блискучий навик справлятися з диктатором. Він показує всім свою чутливість. Він забуває, не чує, він пасивний і мовчазний. Як його різновид можуть виступати недовірливий, непрохідний Тупиця, Сором'язливий, Собі-на-розумі [14].

3. Калькулятор прагне будь-що контролювати і управляти всім і вся. Він вводить в оману, обманює, намагається перехитрити, провести і надути, запудривая людям мізки. Таким чином він здійснює над ними свій контроль. До різновидів калькулятор відносять Продавця, Спокусника, Покерного гравця, Шахрая, Шантажиста, Резонера [14].

4. Прилипала являє собою протилежність Калькулятору. Він підкреслює власну залежність. Він бажає бути веденим, шукає турботи і готовий бути обдуреним. Він дозволяє іншим робити за нього його роботу. Прилипала проявляє себе в ролі Паразита, Скиглія, Вічної дитини, Іпохондрика тощо [14].

5. Задира демонструє агресію, жорстокість і недоброзичливість. Він контролює оточуючих за допомогою різного роду погроз. Ось його іпостасі: Головоріз і Загрозливий. Жіночі образи задири можуть бути представлені в ролі Стерви або Сварливої баби [14].

6. Славний хлопець демонструє оточуючим свою турботу, любов і сердечність. Він просто вбиває своєю добротою. В якомусь сенсі з ним набагато складніше впоратися, ніж з задираками. І особливо цікаво, що будь-якому зіткненні або конфлікті з задираками Славний хлопець майже завжди виграє. Він постає в образах Угодника, Противника насильства, Паїньки, Людини-організатора [14].

7. Суддя весь час підкреслює свою критичність, яка нерідко переростає в скептицизм або критиканство. Він не довіряє нікому; він схильний засуджувати інших, образливий і злопам'ятний. Різновиди цього типу - Всезнайка, Колекціонер тощо [14].

8. Захисник протилежний Судді. Він висловлює підтримку і не чіпляється до недоліків. Він псує оточуючим життя своїм надмірним співчуттям і своїм небажанням дати їм можливість самостійно постояти за себе і самостійно захистити себе. Замість турботи про власні потреби він занурюється з головою потреби оточуючих, над якими встановлює довічну опіку. Він може виступати в таких ролях, як Матінка-Квочка, Адвокат, Стурбований через інших, Мученик, Помічник, Альтруіст [14].

Маніпулятивна система описує чотири основних типи:

1. Активний маніпулятор, який намагається здійснювати контроль над оточуючими за допомогою активних методів. Він уникає зіткнення з власною безпорадностю і слабкістю за допомогою прийняття на себе ролі всемогутньої, сильної людини у відносинах з іншими. Зазвичай він робить це за допомогою свого статусного положення або чину, наприклад: батько, старшина, учитель або начальник. Він грає в «собаку зверху» і отримує задоволення, отримуючи вигоду з безпорадності і слабкості інших, використовуючи це для встановлення контролю над ними. Він задіє техніку перетворення інших в своїх боржників, культивування в них очікувань щодо себе, проголошення себе авторитетом, маніпулюючи ними, як маріонетками [1, с.15].

2. Пасивний маніпулятор, що представляє собою протилежність активного. Він демонструє свою безпорадність, слабкість і тупість у всих питаннях, охоче займаючи місце «собаки знизу». Пасивний маніпулятор домагається свого програючи, як не парадоксально це звучить. Дозволяючи активному маніпулятору думати за нього, приймати за нього рішення і робити за нього його роботу, пасивний маніпулятор обходить того, хто власне все і зробив, тобто активного маніпулятора. Таким чином, за допомогою своєї «пасивності» і «непрохідною тупості» він виявляється зверху «собаки зверху». [1, с.15].

3. Той, хто змагаеться. Він сприймає життя як нескінченну гру перемоги і поразки, в якій йому запропонована роль бійця. Життя для нього – це поле битви, а навколишні – конкуренти чи вороги, реальні або потенційні. Всі люди розглядаються ним як «гончі пси» на дистанції довжиною в життя. Цей тип маніпулятора являє собою якийсь проміжний варіант між «собакою зверху» і «собакою знизу» і, використовуючи методи того і іншого, поєднує в собі активного і пасивного маніпулятора [1, с.15].

4. Байдужий маніпулятор. Маніпулятор цього типу, контактуючи з іншими людьми, прикидається, що зустрічі з ними позбавлені для нього будь-якого сенсу, що він байдужий до них і взагалі, що він їх уникає. Його улюблена фраза: «Мені наплювати». Він відноситься до іншої людини так, ніби його немає взагалі - як до маріонетки, нездатної змінюватися і розвиватися [1, с.16].

Основна причина маніпуляції, за Ф. Перлзом, в постійному конфлікті людини з самою собою, оскільки в повсякденному житті вона змушена спиратися як на себе, так і на зовнішнє середовище. Кращий приклад такого конфлікту – взаємини між роботодавцем і робітником. Наприклад, роботодавець заміняє індивідуальне самобутнє мислення правилами торгівлі. Він явно не довіряє цієї справи продавця не дозволяє йому виявляти самодіяльність. Продавець повинен стати знаряддям в руках свого боса, що, зрозуміло, завдає непоправного удару по цілісності його особистості. Покупець, який спілкується вже не з людиною-продавцем, а зі сліпим виконавцем волі господаря, теж виявляється ображеним і приниженим [1, с. 12].

Еріх Фромм висуває другу причину маніпулювання. Він вважає, що нормальні відносини між людьми – це любов. Любов обов'язково передбачає знання людини такою, якою вона є, і поважати її справжню сутність. Великі світові релігії закликають нас любити ближнього свого, як самого себе. Сучасна людина нічого не розуміє в цих заповідях [1, с.12].

Любов – це перемога, досягти якої нелегко. І по суті ледачому маніпулятору залишається лише одна жалюгідна альтернатива любові – відчайдушна, повнота влади над іншою особою.

Третю причину маніпуляцій пропонують Джеймс Бугенталь і екзистенціалісти. «Ризик і невизначеність, - кажуть вони, - оточують нас з усіх сторін». Будь-якої хвилини з нами може трапитися все, що завгодно. Людина відчуває себе абсолютно безпорадньою, коли обличчям до обличчя виявляється перед екзистенціальної проблемою.

Тому пасивний маніпулятор займає таку позицію: «Ах, я не можу контролювати всього, що може зі мною статися ?! Ну так я нічого не буду контролювати!». З гіркотою усвідомлюючи непередбачуваність свого життя, людина впадає в інерцію, повністю перетворює себе в об'єкт, що багаторазово підсилює його безпорадність. Необізнаній людині може здатися, що з цієї хвилини пасивний маніпулятор став жертвою активного. Це не так, бо крики: «Я здаюся! Робіть зі мною, що хочете!» - не більше ніж боягузливий трюк пасивного маніпулятора [1, с.13].

Як довів Перлз, в будь-якому життєвому конфлікті між «собакою знизу» і «собакою зверху» перемагає пасивна сторона. Універсальним прикладом може служити мати, яка «занедужує», коли не може впоратися з дітьми. Її безпорадність робить свою справу: діти стають більш слухняними, навіть якщо вони цього не хотіли раніше [1, с.13].

Активний маніпулятор діє зовсім іншими методами. Він жертвує іншими та відверто користується їх безсиллям. При цьому він відчуває чимале задоволення, пануючи над ними.

Четверту причину маніпуляцій можна знайти в роботах Джея Хейлі, Еріка Берна і Вільяма Глассера. Хейлі під час тривалої роботи з шизофрениками зауважив, що вони більш за все бояться тісних міжособистісних контактів. Берн вважає, що люди починають грати в ігри для того, щоб краще управляти своїми емоціями і уникати інтимності. Глассер передбачає, що одним з основних людських страхів є страх скрутного становища [1, с.14].

П'яту причину маніпуляції пропонує Альберт Елліс. Він пише, що кожен з нас проходить певну життєву школу і вбирає деякі аксіоми, з якими потім звіряє свої дії. Одна з аксіом така: нам необхідно отримати схвалення всіх і кожного. Пасивний маніпулятор, вважає Елліс, - це людина, принципова яка бажає бути правдивим і чесним з оточуючими, але зате усіма правдами і неправдами намагається догодити всім, оскільки він будує своє життя в цій дурнуватій аксіомі [1, с.14].

Маніпулятор, як правило, з працею і неякісно висловлює основні емоції контакту – гнів, страх, образу, довіру і любов. Тому він вдається до блокованих або неповних емоцій – тривоги, гіркоти, обурення, сором'язливості.

Тривога подібна почуттю голоду. Людина, що перебуває в тривозі, не йде на повну дію і зайнята тим, що пригнічує зростаючу агресію, в результаті чого впадає в апатію. Гіркота може тривати невизначено довго, якщо їй не дати виплеснутися в глибокій образі і риданнях.

Обурення – найбільш типова неповна емоція. І – брехлива, бо насправді обурення ненатурально і придушено виражає страх.

Сором'язливість – дуже дивна емоція, тому що вона позначає одночасно тенденцію до створення контакту і уникнення його.

Всі ці емоції надзвичайно небезпечні, тому що невиражені, що не знайшли собі вихід назовні Ці емоції заганяються в глиб, що згодом перевантажує людську психіку, руйнує її зсередини і призводить до пригніченості і депресії [1, с.14].

Маніпуляція суспільною свідомістю – актуальна в сучасному суспільстві тема. Розгляду цієї проблеми присвячують свої праці соціологи та політологи, психологи і філологи, історики та філософи. Однак робіт, які висвітлюють феномен маніпуляції в історичній ретроспективі в рамках соціального дискурсу, досить мало, в основному вони стосуються сутності маніпулятивних впливів та їх психологічного підгрунтя.

Серед вчених, які аналізують проблему маніпуляції переважно з погляду соціології, політології та психології можна виділити роботи Г. Шиллера, Е. Шострома, С. Кара-Мурзи, Н. Лімнатіса, М. Бабюка та ін. [15].

Питання маніпуляції суспільною свідомістю розробляли також Г. Маркузе, Г. Лебон, Р. Чалдіні, Г. Почепцов та ін. Описуючи різні аспекти маніпуляцій залежно від об’єкта впливу, режиму, мети й особи маніпулятора, вони дали змогу визначити місце та роль маніпуляції в політичному і суспільному житті й виділити її негативну моральну та гуманістичну оцінку, а також способи захисту від таких технологій, які в цій статті адаптовано для застосування на владному і державноуправлінському рівні [16].

Що стосується дослідження маніпуляцій в кіноіндустрії, тут можна згадати праці Т.В. Москвиної, А.В. Шарікова, Г.Ю. Франка, О.В. Федорова, Г.К. Селевко та О.Г. Селівка, М.В. Скрипкарь тощо, однак ці роботи в основному зосередженні на вивчення впливу кінематографа на процеси соціалізації і становлення ціннісних орієнтацій молоді. А от зворотній процес – відображення в кіно маніпуляцій як способів поведінки головних чи другорядних героїв та значення цих дій залишається поза увагою дослідників, тож є цікавим і перспективним для подальших наукових пошуків.

**1.3. Принципи і методи дослідження використання маніпулятивних технологій в кіноіндустрії**

Вивчення будь-якого процесу чи явища можливе лише за використання комплексу відповідних методів, що застосовуються для його дослідження, тобто, застосування різних систем регулятивних принципів перетворюючої, пізнавальної та теоретичної діяльності. Вибір та застосування методів дослідницької роботи витікає із самої природи явища, що вивчається, та із завдань, які ставить перед собою дослідник.

Згідно зі словником, метод (з грецької – шлях дослідження чи пізнання) – це «спосіб організації практичного і теоретичного освоєння дійсності, зумовлений закономірностями відповідного об’єкта. З розвитком науки і практики відбуваються розвиток і диференціація методів, що приводить до виникнення вчення про методи – методології» [17, с. 370].

За визначенням В. Ядова, методологія – це сукупність дослідницьких процедур, техніки та методів, а також система принципів наукового дослідження [18, с. 53].

Слід зазначити, що дане дослідження ґрунтується на доробках різних наук (соціології, психології, філософії, культурології тощо), тому можна говорити про міждисциплінарний характер даного дослідження.

З метою вирішення поставлених завдань у дослідженні використовуються як загальнонаукові так і спеціальні методи. Розглянемо їх більш детально.

Взагалі написання будь-якої наукової праці вимагає використання саме наукових принципів та методів, що й дає нам змогу вважати дослідження об’єктивним та обґрунтованим.

Один з основних наукових методів – аналіз – це прийом мислення, пов’язаний з розщепленням об’єкта вивчення на складові частини, сторони, тенденції розвитку й способи функціонування, з метою їх відносно самостійного вивчення [17, с. 19]. У представленій роботі нами був зібраний масив інформації про маніпуляції в кінематографі, проаналізувавши його ми розщепили об’єкт вивчення на складові частини, для того, щоб виявити структуру цього явища.

Далі ми застосували метод синтезу – (поєднання виділених раніше частин у ціле із метою отримати знання про об’єкт шляхом виявлення тих основоположних зв’язків, які поєднують виділені раніше частини у ціле [17, с. 415]) після розщеплення маніпулятивних впливів у кіноіндустрії на складові частини та окремого їх аналізу ми спробували виявити зв’язки між елементами, синтезувати їх в одне ціле, таким чином виявляючи нові сторони досліджуваного об’єкта.

З допомогою абстрагування – (процесу уявного виділення відокремлення ознак, якостей та зв’язків певного предмета чи явища, які цікавлять нас у контексті вивчення, та одночасне відсторонення від інших якостей, ознак та зв’язків, які у даному контексті несуттєві [17, с. 10]) при написанні нами даної роботи ми спробували описати ианіпуляції, що використовуються в кіноіндустрії.

Використовуючи метод гіпотези – (метод формування та обґрунтування пояснювальних припущень, який веде до встановлення законів, принципів, теорій [17, 107]) ми спробували виявити витоки проблеми використання маніпулятивних технологій в кіноіндустрії та її сутність.

За допомогою принципу об’єктивності – (оцінка зовнішнього світу, спрямована на сприйняття його таким, яким він існує, незалежно від інших концепцій) ми прагнули не допустити викривлень у сприйнятті такого явища як маніпулятивні технології в кіноіндустрії.

Дотримуючись принципу системності, який вимагає відокремлення зовнішньої та внутрішньої сторін матеріальної системи, сутності та її правил, виділення різноманітних сторін предмета, їх єдності, розкриття їх форми та змісту, елементів та структури, випадкового та необхідного; ми досліджували особливості використання різних маніпулятивних технологій в кіноіндустрії загалом та в конкретних фільмах.

За допомогою принципу історизму – (світоглядний принцип пізнання, який поєднує у собі наукову сторону, яка спрямована тільки на об’єкт, з аксіологічною стороною, яка вводить у пізнання ціннісний підхід людини, діяльність людини, її зацікавленість) ми вивчали історію дослідження в наукових працях проблем маніпулятивних технологій в кінематографі.

Одним із сучасних наукових підходів до дослідження кіно є семіотика. Під семіотикою кінематографа не можна розуміти якусь монолітну теоретико-методологічну конструкцію, правильніше було б говорити про комплекс різних дослідницьких традицій [19, с. 203].

Р. Барт, один з першопрохідців семіотичного дослідження кінематографа, виходить з того положення, що для передачі повідомлення автор і глядач повинні мати доступ до культурного коду [19, с.204].

Автор, на думку Р. Барта, кодує повідомлення: «Пошуки знаків ведуться в строго визначених межах, за які не можна вийти – інакше фільм виявиться незрозумілий. Однак всередині цих кордонів запаси знаків вільні: автор може черпати силу свого повідомлення в символіці універсального типу, яка сприймається більш-менш несвідомо» [19].

Характеристика розуміння кінематографа Р. Бартом не була б повною без згадки його дослідження фотографії – «Camera Lucida». Саме в протиставленні фотографії видно специфіку його розуміння сутності кіно.

Порівнюючи фотографію і кінематограф, автор зазначає: «... Не в моїй владі, сидячи перед екраном, закрити очі – в іншому випадку, знову їх відкривши, я вже не застану того кадру. Кіно спонукає до постійної ненажерливості…» [19, с. 204].

Одним з найбільш впливових семіологів кіно слід назвати Ю. Лотмана. Спираючись на ідеї Р. Якобсона, Ю. Лотман постулює високу роль автора в кодуванні і передачі повідомлень. Кінофільм для Лотмана є низкою повідомлень, складених на особливій мові кіно. Цю мову він визначає як «впорядковану комунікативну знакову систему» [19, с. 205].

Соціальна функція знака полягає в передачі і зберіганні інформації. Фільм передає своїм глядачам емоційні і смислові структури, що заповнюють пам'ять і перебудовують особистість. Вивчення механізмів взаємодії цих структур – завдання семіотичного підходу. Відповідно, для розуміння процесів передачі сенсу за допомогою кінематографа необхідно виявити специфіку знаків, локалізувати їх і знайти передані значення [20].

Лінгвоцентризм як спільна риса здебільшого семіотичних досліджень також властивий концепції кінематографа Ю. Лотмана. Він свідомо описує всі елементи кіномови в категоріях і термінах лінгвістики: «Весь механізм зіставлень і відмінностей, що зв'язує кіно образи в розповідь, може бути охарактеризований як належить граматиці кінематографа. Разом з тим у кіно є і лексика – фотографії людей і предметів стають знаками цих людей і предметів і виконують функцію лексичних одиниць» [20].

Він виділяє і специфіку візуальних знаків, яка полягає:

* в можливості переходу конкретного (фотографічного образу) в абстрактний знак;
* ритмічній повторюваності об'єктів в кадрі, завдяки якій «знак предмета починає відділятися від свого видимого означення». Умова існування значення в кінематографі – особлива сполучуваність знаків, можлива тільки в мові кіно [20].

У Ю. Лотмана комунікація здійснюється передачею повідомлення-головоломки, яку глядачі вирішують зі змінним успіхом. У даній моделі потенційна множинність інтерпретацій кінофільму практично виключається, так як мова кіно володіє внутрішньою логікою та структурою, що детермінує розуміння і стратегії інтерпретації [19, с. 206].

Наприклад, виділяючи об'єктивне і суб'єктивне в кінокадрі, Ю. Лотман має на увазі, що обидві позиції представлені «як є», за допомогою монтажу, траєкторії камери. Інформація завжди міститься в кадрі, нам залишається тільки побачити знаки і пройти по потрібним шляхам для їх розуміння.

Серйозний внесок у семіотику кіно був зроблений Умберто Еко. Він припустив, що «далеко не всі комунікативні феномени можна пояснити за допомогою лінгвістичних категорій». Одним з таких феноменів є візуальна комунікація, основними одиницями якої є іконічні та іконографічні знаки [19, с. 206].

У. Еко, аналізуючи специфіку іконічних знаків, застерігає нас від бажання пов'язати якусь природну семантику з образом, що є її носієм. Завжди є спокуса заявити, що будь-яке зображення в силу своєї достовірності несе сенс, що ототожнюється з ним самим, іманентний речі сенс.

У. Еко пропонує бути послідовним і йти до кінця у своєму прагненні виявити принципи взаємодії структур, що генерують значення. Він виділяє кілька характеристик іконічного знаку:

- оптичні – видимі, але ми завжди бачимо тільки частину;

- онтологічні – передбачувані, тобто коли ми бачимо об'єкт з певного ракурсу, то добудовуємо властиві йому частини;

- конвенціональні – умовно прийняті, нам необхідно мати «договір», згідно з яким певні лінії, кольору і форми означатимуть який-небудь об'єкт.

Наступним кроком У. Еко припустив, що в кінематографії є ще якийсь елемент структури, що вносить суттєві корективи в смислотворення, який був їм названий «третім членуванням коду» [21].

Якщо двочленні коди пропонують нам оптимальне співвідношення між кількістю знаків і їх комбінацій, то третє членування додає «надсенс». Його артикуляція відбувається в момент перетворення фотограми – статичного елемента в кадр – динамічний елемент.

Важливий висновок, до якого приходить У. Еко, стосується можливостей кіно в передачі смислів. Кіно потенційно збільшує можливе смислове навантаження на глядача. Але тут ми стикаємося з проблемою економіки комунікації: чим більше інформації передається, тим складніше здійсниться комунікація. Якщо цієї інформації занадто багато, то вона перетвориться в шум [19, с. 208].

Умберто Еко, описуючи кінематограф, робить висновок: «…кінематограф є багатшим засобом комунікації, ніж слово. Адже в кінематографі різні смислові поняття не слідують один за одним уздовж осі, вони даються одночасно і, взаємодіючи, по черзі породжують різні конотативні значення» [21].

Семіотична модель аналізу кінематографа несе в собі кілька проблемних питань, які знаходили рішення в роботах різних дослідників.

По-перше, це проблема мінімально значущого елемента або найменшої смислової одиниці.

По-друге, проблема ролі кінематографічного руху кадрів, яка полягає в тому, що семіотичний аналіз кадру не здатний дати відповідь про повідомлення, яке передається самим фільмом.

По-третє, комплексна проблема комунікації за допомогою кінематографа, пов'язана з тим, як дослідник відповідає на питання про можливість кодування нового сенсу мовою кіно.

Феноменологічна концепція німецького психолога і філософа Г. Мюнстерберга, що з'явилася в середині 1910-х рр. на тлі економічного, наукового, військового, технологічного розквіту Німецької імперії, а також бурхливого просування ідей експериментальної і гештальт-психології. Основоположним досягненням цієї концепції прийнято вважати доказ того, що феномен ефекту удаваного руху на екрані пояснюється не інерцією сітківки очей (як стверджувалося раніше), а здатністю мозку, що дозволяє розуміти кіно як мистецтво розуму (а саме: уваги, пам'яті, уяви, емоцій) [22].

Фільм існує в свідомості глядачів, яка надає йому реальність і актуалізує абстрактність і ідеальність оповідання. Визнаючи потенційну здатність спеціальних засобів виразності точно і зрозуміло оформляти задум режисера на плівці, Мюнстерберг писав, що навколишній світ не здатний на будь-які форми організації поза людського сприйняття, і тому пропонував кожен акт перегляду визначати як активну, унікальну (з огляду на особливості життєвого, культурного досвіду, психології кожної людини) діяльність [22].

У кінематографі представників Франкфуртської школи цікавило, в першу чергу, його сприйняття і ідеологія. Більшість з них (З. Кракауер, Т. Адорно, М. Хоркхаймер) вважали, що кіно як частина популярної культури є інструментом панування, поневолення мас, відлучення їх від соціально значимого досвіду і ідей, тотальним засобом заспокійливого отуплення і насадження залежності від тривіальних розваг, потужним аргументом на користь соціальної нерівності [22, с.3].

Кракауер бачив просвітницьку функцію головною для кіно, критикував формалізм (у тому числі експрессіонізм), так як вважав, що він відволікає публіку від реальних проблем.

В середині 50-х років ХХ ст виник досить оригінальний і спочатку недооцінений твір французького соціолога Е. Морена «Кіно, або Уявна людина», який подарував світовій думці соціально-антропологічне трактування кіно. Морен пише, що «вся сприйнята реальність проходить через форму зображення», кіно ж є «зображенням зображення». Завдяки такій ускладненості, вміщеній в саму суть художнього кінематографа, глядач сприймає реальність як уявну, а уявне реальним [22].

Магія фільму полягає ще і в тому, що він, користуючись психофізичною пасивністю людини при перегляді, повністю залучає її в мрії (активізуючи потаємну, несвідому частину), народжуючи в ній ідентифікацію не тільки з персонажами, а й з дією, обстановкою на екрані (часом зовсім чужими).

Так, підштовхуючи глядача до причетності, змішуючи фантазії і сни з конкретністю реального, камера імітує «психологічний зір», представляючи на плівці новий матеріальний світ [22].

Психоаналітична концепція, безпосередньо пов'язана зі структуралістською і семіотичною, увійшла в кінотеорії в 1970-х рр. завдяки ускладненою інтерпретації фрейдизму Ж. Лаканом вона багато в чому є наступницею наукового освоєння мистецтва попередніх десятиліть. Головною відмінністю цього підходу є вивчення перегляду фільму людиною як особистістю [22, с.48].

Л. Малві, а також такі мислителі, як Т. де Лаурентіс, Дж. Е. Тікнер, Д. Хобсон, в останній третині XX століття стають ідеологами у високому ступені самобутньої феміністичної кінокритики. Вони вважають, що соціокультурний контекст виробництва і споживання фільмів має значну гендерну специфіку [23].

Проводячи контент-аналіз, вони стверджують, що кіно неправильно відображає кількість жінок пасіонаріїв в світі і їх внесок в соціальний розвиток, що погіршує ставлення до них в реальності. Феміністська семіотика вказує на повсюдні маніпуляції образами героїв і смислами оповідання в кіно, а в підсумку і зовсім виливається в широку критику культури, що схвалює нерівність статей [24].

Людина, на їхню думку, з народження потрапляє під нав'язаний сучасними медіа сексистський погляд на життя, і позбутися від такого стереотипного мислення вона може тільки з допомогою вольової реконструкції уявлень про суспільство і соціальні ролі [24].

Аналіз кіно привертає увагу до якісних методів соціальних наук, методи філософії і лінгвістики, на відміну від контент-аналізу, де використовуються методи кількісної соціології. У всьому світі кінознавці застосовують підхід російського фольклориста В. Проппа, аналізуючи структуру наративу кіно, в якому, як у народній казці, ідентичність персонажа, характер ландшафту і перешкод менш істотні, ніж їх функції [22].

Привабливість психоаналізу для кіноіндустрії можна пояснити особливостями його історичного розвитку, які дозволяють вибудовувати ефектні сюжетні лінії. Сама поява психоаналізу і діяльність його засновника носили революційний характер.

Перші відкриття З. Фрейда викликали в суспільстві бурхливу і суперечливу реакцію. Сміливі і несподівані ідеї Фрейда потрясли норми і цінності сучасної йому Європи. Одночасно викликаючи як захоплення, так і гостру критику, вони в короткий термін здобули широку популярність у наукових колах [22, с. 20].

Мистецтво кіно, як і психоаналіз, звертається до внутрішнього світу людини, і тому психоаналітична проблематика є досить популярною в кінематографі. У фільмах з точки зору психоаналізу центральною темою стає зіткнення і боротьба людей з їх комплексами, деструктивними потягами, підсвідомими бажаннями тощо.

Існує декілька дослідників, які спробували застосувати психоаналітичний метод для дослідження кінокультури.

Це передовсім послідовники структуралістської школи Ж. Лакан («Невротичні індивідуальні фантазії», 1953 р.); Дж. Кемпбелл («Герой з тисячею облич», 1949 р.; «Міфи, в яких нам жити», 1972 р.; «Сила міфу», 1988 р.); С. Жижек («Погляд скоса: Вступ до Жака Лакана крізь популярну культуру», 1991 р.) [22, с. 2].

Завдяки постулатам біхевіоризму вдалось досліджувати і формувати візуальні, аудіальні, смислові стимули кіносюжету з метою отримати очікувані психологічні реакції глядачів (сміх, страх, здивування і т.п.). Дослідники необіхевіористи могли реалізувати свої теоретичні спостереження в кіномаркетингу: прогнозувати ймовірну глядацьку аудиторію тих чи інших кінострічок та кіножанрів (одним категоріям глядачів фільм подобається, іншим не подобається з огляду на їх вік, стать, соціальний статус, темперамент, установки, інтереси, уподобання, смаки) [22].

Завдяки юнгіанській концепції архетипів аналітичні психологи у кінодраматургії змогли досліджувати і моделювати візуальні та аудіальні елементи образів типових кіноперсонажів та кіносюжетів [67].

Фрейдисти і неофрейдисти намагаються визначати в кінематографі втілення відкритого ними «принципу задоволення», прояв механізмів ідентифікації глядача з кіногероєм [22, с. 2].

З’ясувалось, найбільш популярні фільми збудовані як реалізація витіснених людських потягів та бажань (агресія, сексуальність, любов, успіх, перемога добра над злом), які у більшості людей в сучасних суспільних умовах зазнають фрустрації, спричиняючи психологічну напругу, невдоволення, неспокій [22].

При написанні даної роботи ми користувались системним підходом. При вивченні соціальної реальності принципове методологічне значення має саме цей підхід. Це пояснюється тим, що будь-яке соціальне явище багатогранне. Крім того не менш важливими є ті конкретні складові, які характеризують собою різноманітні умови, що визначають дане соціальне явище. Системний підхід – це напрям у методології наукового пізнання в основі якого лежить розгляд об’єктів як систем, він орієнтує дослідження на розкриття цілісності об’єкта, на виявлення різноманітних типів зв’язків у ньому та зведення їх в єдину теоретичну картину. Саме користуючись системним підходом ми змогли розглянути проблему маніпулятивних технологій в кіноіндустрії як системне явище і невід’ємний елемент розвитку суспільства, та не зважаючи на існування різних підходів до вивчення окреслити єдину теоретичну картину його аналізу.

В роботі використано також соціокультурний підхід специфічною рисою якого є певний універсалізм, що дозволяє оглянути і культурні, і політичні, і господарські та інші елементи суспільного цілого. Одночасно сутність соціокультурного підходу, за визначенням М.Лапіна, полягає у розгляді суспільства як єдності культури та соціальності. Під культурою у даному випадку розуміється сукупність методів і результатів діяльності, зокрема ідеї, цінності, норми, зразки, а під соціальністю – сукупність взаємовідносин соціальних суб'єктів [25].

Прививченні питань, пов'язаних з аналізом впливів на люську свідомість основне завдання соціокультурного підходу – пояснити ментальні процеси та зв'язки цих процесів з їх культурним, історичним, інституційним контекстом [26], тож цей підхід є важливим для оцінки впливу маніпулятивних технологій в кіноіндустрії на свідомість індивідів, їх цінності та поведінку.

Оскільки робота пов’язана з кіномистецтвом та аналізом фільмів, було використано візуальний аналіз. Дослідження різних візуальних матеріалів – фотографій, малюнків, відеозаписів, будь-яких інших зображень – на думку багатьох сучасних науковців-суспільствознавців, нерозривно пов’язане із центральним значенням візуального у сучасній культурі [27, с. 9].

У випадку використання візуальної інформації в соціологічному дослідженні, як правило, варто аналізувати два її смислові аспекти: по-перше, смисли які містить зображення, а по-друге, смисли які зображення викликає у свідомості глядача [28], тож завдяки використанню візуального аналізу в роботі було проаналізовано вплив маніпулятивних технологій в кіноіндустрії на глядача.

На нашу думку, лише застосування вищезгаданих підходів у їх сукупності дозволить досить чітко визначити і дослідити методологічні та теоретичні аспекти використання маніпулятивних технологій в кіноіндустрії.

В цьому розділі було розглянуто основні поняття дослідження: «маніпуляція», «маніпулятивна технологія», «кіно», «кіноіндустрія». Визначено, що зміст маніпуляцій полягає у тому, щоб контролювати поведінку людей, управляти, одержувати над ними владу чи перевагу за рахунок обмеження їхньої волі, створення такої ситуації, в якій об’єкт маніпулювання змушений поводитися вигідним способом для того, хто маніпулює, не маючи вибору чи не усвідомлюючи його.

Сама ж маніпуляція представляється як технологія подолання критичної рефлексії індивідів, навіювання їм заданих маніпулятором уявлень, цілей та цінностей як основи відтворення соціальних практик. Щодо поняття «кіноіндустрія», то воно охоплює художньо-естетичну сторону створення кіно, технічні та технологічні аспекти його створення та соціокультурні особливості його впливу на аудиторію.

Розглянуто також стан наукової розробки проблеми використання маніпулятивних технологій в кіноіндустрії та зясовано, що цей напрямок є маловиченим, оскільки більшість досліджень кіно є прикладними (наприклад, дослідження кіноспоживання та популярності/непопулярності кінопродукції) вони не носять мистецтвознавчого характеру, тож цей напрямок потребує подальшого розвитку.

З точки зору маніпулятивних впливів більшість досліджень в цьому контексті мають психологічний характер, а маніпуляції в кіно вивчаються з точки зору їх впливу на процес соціалізації у дітей та підлітків і не відображають особливостей зображення маніпулятивних технологій на екрані.

Окреслено методологічну основу дослідження використання маніпулятивних технологій в кіноіндустрії, що включає як загальнонаукові та загальнофілософські методи і підходи, так і соціологічні (соціокультурний підхід, візуальний аналіз). Дослідження різних візуальних матеріалів нерозривно пов’язане із центральним значенням візуального у сучасній культурі, зокрема кіно як одного з найбільш масових каналів інформації. Відповідно застосування соціокультурного і візуального підходів дало можливість проаналізувати соціокультурні аспекти створення кінофільмів а також зосередитись на двох основних смислових аспектах кіно: по-перше, смисли які містить зображення, а по-друге, смисли які зображення викликає у свідомості глядача.

**РОЗДІЛ 2**

**ТЕОРЕТИЧНІ AСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВИКОРИСТАННЯ МАНІПУЛЯТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В КІНОІНДУСТРІЇ**

**2.1. Сутність та зміст маніпулятивних технологій і прийомів в кінематографі**

Маніпуляція свідомістю як технологія управління громадською думкою і поведінкою людей є міждисциплінарною областю дослідження, межі якої не сформовані досить чітко, щоб однозначно трактувати вплив і значення даного феномену в рамках сучасної дійсності, що дозволяє назвати її однією з найактуальніших і неоднозначних для вивчення.

З позиції соціологічної науки – фокус досліджень сконцентрований на вивченні деструктивної, негативної дії маніпулятивних технологій, ефективність яких зростає завдяки поступовому зниженню критичності в суспільній свідомості.

В умовах суспільства, що динамічно розвивається, значна частина населення у зв'язку з психологічною нестійкістю, високою навіюваністю, підвищеною активністю, суперечливою свідомістю і високим рівнем інтеграції в онлайн-простір, що створює постійне інформаційне навантаження на свідомість людини досить легко піддається таким впливам [29].

Маніпуляція може здійснюватися через різні засоби, які для максимального ефекту маніпуляції і в залежності від об'єкта повинні мати певний рівень популярності і ступінь впливу на свідомість. Серед таких засобів основну увагу слід приділяти кінематографу. Особливо «масовому кінематографу».

Під цим терміном М.Скрипкар розуміє кінематограф, що характеризується насамперед способом, яким він створюється, поширюється та використовується. Комерційний характер, низький інтелектуальний рівень, спрощена естетична форма є аж ніяк не обов'язковими особливостями масового кінематографа на відміну від загальнодоступності, серійності та того, що він створює за аналогією з особливостями масової культури, описаними: власним знаковим кодом, символічною надбудовою над структурами реального повсякденного життя, які суспільством сприймаються як повноцінний еквівалент самої реальності [3].

Важливою рисою кінематографа є те, що він за визначенням є маніпулятивною технологією, яка заграє з зоровим сприйняттям та почуттям реальності, що ілюзорно сприймається спостерігачами як еквівалент дійсності. Також, будучи соціальним інститутом, індустрія кінематографа включає в себе ключову, з точки зору, маніпулятивного впливу, інформаційно-просвітницьку функцію, яка не тільки впливає на ціннісні орієнтації глядача, але й спонукає до певної рефлексуючої поведінки та мотивації пізнання навколишнього світу [29].

Далеко не останню роль в стимулюванні маніпуляції грають чисто інструментальні, нерідко економічного спрямування міркування.

Механізмами, які передають маніпулятивний вплив до виконавчих структур, можуть стати також вищі рівні психіки: життєві смисли, цінності. У сприйнятті маніпулятора, правда, це всього лише один в довгого ряду можливих варіантів.

Опора на цінності відрізняється від опори на конвенційні вимоги в першу чергу тим, що цінності людини – це не засвоєні вимоги, а вистраждані на власному досвіді смислові установки. Опора на те, що надихає і одухотворяє, відрізняється від опори на те, що тягне або штовхає (коли спонукання більше схоже на примус).

Маніпулятивні прийоми:

Фундаментальним механізмом маніпулювання є сугестія, тобто спроба переконати інших у конкретних судженнях без самоочевидних логічних підстав.

Сугестія (лат. suggestio) — визначається як процес впливу на психічну сферу людини, пов’язаний із пониженням усвідомленості і критичності при сприйнятті і реалізації впроваджуваного змісту, з відсутністю цілеспрямованого активного його розуміння, розгорнутого логічного аналізу і оцінки у співвідношенні з минулим досвідом і даним станом суб’єкта [30, с. 43].

Змісту інформації, засвоєній за механізмом сугестії, надалі властивий нав’язливий характер: він важко піддається осмисленню і корекції і являє собою сукупність «навіяних установок».

Можна виділити наступні найпоширеніші прийоми маніпуляції:

- використання стереотипів. Під стереотипом розуміють сприйняття людьми якогось соціального об’єкта у спрощеному схематизованому вигляді. Таке уявлення з часом фіксується у свідомості людини і практично вже не піддається перевірці досвідом;

- заміна імен, або наклеювання ярликів. Один з найдієвіших інструментів;

- «ярлики» на зразок «червоно-коричневих» або «осіб кавказької національності». Прикладом можуть бути також такі терміни, як «позасистемна опозиція» або «неконструктивна опозиція», які часто вживаються в ЗМІ тощо;

- повтор інформації. Вважається, що через 30 хвилин аудиторія пам’ятає лише 60 відсотків змісту повідомлення. У кінці дня – лише 40, а за тиждень ледве 10 відсотків. В результаті будь-яка проблема зникає сама собою, якщо ЗМІ не будуть її продовжувати, розвивати або нагадувати про неї. І навпаки – якщо абсурдне повідомлення повторювати з достатньою частотою, то врешті-решт воно таки закріпиться у масовій свідомості;

- ствердження. Цей прийом полягає у тому, що ЗМІ часто надають перевагу бездоказовим твердженням замість дискусії аргументів, обмежуючи тим самим плюралізм думок і презентуючи тільки одну, вигідну для них;

- постановка риторичних запитань. Виступаючи у якості своєрідного «офіційного транслятора чуток», ЗМІ може поставити аудиторії просте запитання, водночас наділяючи його відповідним контекстом і орієнтуючи глядача та читача несвідомо розвивати «вкинуту ідею» у потрібному для маніпулятора напрямку;

- напівправда. Спосіб, який застосовується ЗМІ для забезпечення довіри аудиторії. Полягає, зокрема, у об’єктивному і детальному висвітленні незначних деталей і, натомість, замовчуванні важливих фактів, або загальній фальшивій інтерпретації подій. Використання достовірних фактів у різному об’ємі знімає у глядачів упередженість до джерела інформації;

- ефект присутності. Включає в себе ряд трюків, які мають імітувати реальність. Використовується у кримінальній хроніці, фронтових репортажах. Смикання камери, збивання її з фокуса, постріли, крики далеко не завжди означають, що перед глядачами дійсно репортаж, скажімо, з «гарячої точки». Зате ілюзія достовірності справляє потужний емоційний вплив. [30, с. 44].

Разом з тим, навіть цілком реальні, документальні зйомки – але змонтовані відповідним чином, або включені у відповідний контекст – можуть служити лише фактором, що посилює довіру до впливу, який на меті має маніпуляцію.

Важливою умовою успішного застосування маніпулятивних технологій є руйнування психологічного захисту людини, тих засад, на яких тримається її можливість до критичного сприйняття інформації.

Російський дослідник С.Кара-Мурза відзначає такі основні методичні прийоми, які посилюють ефективність телебачення в маніпуляції свідомості [31, с.152]:

1) Фабрикація фактів. Вчений А. Моль пише, що викривлення реальності досягається частіше через процес «кумуляції дрібних відхилень, що відбуваються завжди в одному напрямку, ніж рішучих дій, які кидаються в очі» [31].

Більш реалістично ситуацію з неправдивою інформацією оцінюють ті спеціалісти, які вважають, що фабрикації фактів не можна використовувати тільки у тих випадках, коли її легко виявити. Наприклад, науковець Л.Фразер у відомій праці «Пропаганда» (1957) дає таку настанову: «Не бреши, якщо є загроза, що цю брехню виявлять».

Складність втілення цього правила насамперед в тому, що треба створити в адресата ілюзію незалежності, ілюзію плюралізму каналів інформації. Для цього створюється видимість великої кількості телеканалів – за типом організації, політичними вподобаннями, за жанрами та стилями – за умови, що насправді вся ця система підпорядковується єдиним і головним установкам.

2) Відбір подій реальності для повідомлень. Однією з найважливіших вимог ефективного програмування думки є контроль над «інформаційним раціоном» людини [31].

Для правдоподібності, щоб створити наявність свободи слова, залишається невеликий сектор ринку для опозиційного телебачення. Йому дозволяють гостро критикувати, але не вибудовувати цілісне уявлення про дійсність.

Разом із замовчуванням «непотрібної інформації» і створенням таким чином «віртуальної» реальності замість висвітлення дійсності, телебачення широко використовує принцип «демократії шуму» – щоб «загубити» повідомлення, якого неможливо уникнути, в хаотичному потоці безглуздої інформації.

Г.Шиллер наголошує: «Подібно до того, як реклама заважає сконцентруватися і позбавляє вагомості інформацію, яку перериває – нова техніка обробки інформації дозволяє заповнити ефір потоками нікчемної інформації, яка ще більше утруднює для людини і без того безнадійні пошуки сенсу» [31, с.153];

3) Великі психози. Головна функція телебачення в громадянському суспільстві полягає, як це не парадоксально, в перетворенні громадян у великий, але не зібраний в одному місці натовп – через масову культуру і єдиний потік інформації. Вчений А. Грамши відзначав, що «стандартизація образу думки і дії досягає національного або навіть континентального розмаху».

Декілька технологій маніпуляцій, які свідомо або несвідомо використовуються телебаченням, наведено у дослідженні українського спеціаліста Н. Лігачової:

1. Використання стереотипів. Подання соціального об’єкта у спрощеному схематизованому вигляді. Стереотипне уявлення з часом фіксується у свідомості і практично не піддається перевірці досвідом.

2. Заміна імен, або «наклеювання ярликів». Як правило, негативно забарвлене оціночне судження.

3. Повторення інформації. Повідомлення повторюється з достатньою частотою для закріплення у масовій свідомості.

4. Ствердження. Телебачення часто замість дискусії аргументів подає бездоказові твердження, презентуючи тільки одну думку, вигідну для них.

5.. Постановка риторичних запитань. Телебачення може поставити аудиторії просте на перший погляд запитання, але наділити його відповідним контекстом, який зорієнтує глядача у потрібному для маніпулятора напрямі.

6. Напівправда. Полягає в об’єктивному і детальному висвітленні незначних деталей і, натомість, замовчуванні важливих фактів або в загальній фальшивій інтерпретації подій. Така подача допомагає зберегти довіру аудиторії до телебачення [31, с.154].

Телевізійні образи – лише «відбиток» реального життя, але вони інсценуються як частина цієї реальності і при цьому доносяться до глядачів без логічного зв’язку і послідовної аргументації. Крім того, телеобрази при всій своїй життєподібності, як і всі інші знаки, є кодом, а не простим відтворенням реальних життєвих обставин. Ці генеровані телебаченням знаки мають певний сенс, який далеко не завжди ідентичний сенсу, закладеному у екранних зображеннях [30, с. 54].

Кодування, таким чином, залишається непомітним для масової аудиторії і, тим самим, дає змогу людям чи групам, які контролюють вибір чи виготовлення телеінформації, ще одну виняткову можливість запускати механізми маніпуляції.

На глядача здійснюється вплив відразу по двом найважливішим каналам сприйняття – зір і слух. Тобто телебачення і кінематограф мають силу подвійного впливу – аудіо-візуального, що створює ефект присутності.

Особливе значення серед маніпулятивних технологій грає такий прийом, як навіювання, повторення однієї і тієї ж ідеї, щоб співрозмовник прийняв її як очевидну. Прийом має на меті повторення який-небудь ідеї величезну кількість разів протягом тривалого часу до тих пір, поки мозок співрозмовника не сприйматиме її як аксіому [30, с. 54].

Тож можна сказати, що сучасні ЗМІ та кінематограф мають досить різноманітний арсенал маніпулятивних технологій впливу на аудиторію і часто ними користуються.

**2.2. Вплив маніпулятивних технологій в кіноіндустрії на людину та суспільство**

Бурхливий розвиток кіноіндустрії і її проникнення у різні сфери суспільного життя, як і накопичуваний споживачами з раннього віку стихійний медіа досвід, все одно не сприяють формуванню культури спілкування зі світом медіа, що включає моральні, духовні, естетичні та інші важливі складові.

Для сучасного світу споживачів медіапродуктів характерна мозаїчність сприйняття, підміна творчого освоєння світу наслідуванням, розмитість естетичних кордонів між реальністю та віртуальним простором екрану, що тягне за собою нечіткість духовно-моральних та ціннісних уявлень про світ, суспільство і культуру. Тому проблеми взаємодії людини та медіа, медіа та культури, медіа та соціуму, стають у сучасній ситуації дуже актуальними [32].

Медіа, в тому числі і кіно можуть здійснювати неоднозначний вплив на аудиторію. Наприклад, до позитивних можливостей медіа для виховання та розвитку особистості відносять їхню широкомасштабність, масовість, інформативність, здатність швидко реагувати на події у світі і т.д. Негативний вплив медіа пов'язують із маніпулятивними прийомами що властиві, мас-медіа, які формують в аудиторії залежність від чужої думки; зміну ціннісних уявлень; спотворення реальної дійсності; вплив екранного насильства та ін. [32].

Одним з прикладів маніпулятивних впливів, що часто використовуються в кіно є маніпуляції з часом та його сприйняттям. Андрій Тарковський в статті «Відображений час» говорить про те, що з появою кіно з'явився новий естетичний принцип: «... Вперше в історії культури людина знайшла спосіб безпосередньо відобразити час ... можливість скільки завгодно разів відтворити перебіг цього часу на екрані ... Людина отримала в свої руки матрицю реального часу». Саме цей естетичний принцип, на думку Тарковського, є основоположним для кіно, а головна ідея кіномистецтва – це «час, відображений в своїх фактичних формах і проявах» [33].

Сенс кінематографа, на думку Тарковського, полягає в тому, щоб зіставити людину з «... нескінченним середовищем, звірити її з незліченною кількістю людей, що проходять повз неї і далеко від неї, співвіднести людину з усім світом ...» [33].

Жиль Дельоз також показує важливість часу для фільму, хоча кіно для нього, на відміну від Тарковського, це перш за все новий, депсихілогізований спосіб мислення і філософствування нового деіндивідуалізованого пасивного суб'єкта. «Кіно – віртуальна видимість. Тут наше чуттєве сприйняття поступається місцем іншим перцептивних силам ... Кіно відкриває нам повернення думки, яка була забута в епоху панування суб'єкта» [34].

В теорії Дельоза кіно – це актуалізація спогадів, але спогадів не власних, чужих, бо час фільму не належить глядачеві і здійснюється незалежно від нього [34, с. 74].

Дельоз стверджує, що «... якщо кіно і можливо уявити як мову, то це не мова розуміння фільмів, а мова опису образу-часу. Саме тут кіно виявляє свій теоретичний потенціал, здатність бути не тільки видовищем, але і інструментом мислення, а швидше навіть – самим мисленням» [34].

Кіно як на конструювання кінематографічної реальності за допомогою часу за рахунок використання особливих для кіномови нефігуративних аспектів зображення дозволяє розглядати кіно як свого роду «документ», що відображає переважаючий в даний період світогляд.

Поняття «хронотоп» в естетичній теорії, це просторово-тимчасова єдність художнього образу. Хронотоп конструює ціннісно-смисловий зміст образу, володіючи певною інтенсивністю і спрямованістю руху. Він виявляє себе в формально-змістовному аспекті будь-якого твору і конструюється найчастіше за допомогою нефігуративних елементів художнього тексту. Його основною характеристикою виступає те, що «прикмети часу розкриваються в просторі і простір осмислюється і вимірюється часом [34, с.78].

Час в художньому хронотопі набуває чуттєво-наочний характер, а події відбуваються на тлі і завдяки хронотопу, конституюється за допомогою нього: «Хронотоп визначає художню єдність ... твори в його відношенні до реальної дійсності. Тому хронотоп в творі завжди включає в себе ціннісний момент ...» [34].

Особливості експресіоністського хронотопу можна виділити на основі особливостей експресіонізму в цілому. Однією з основних його характеристик є конструювання часу і простору не в об'єктивному, реалістичному їх вимірі, а в переломленні героя, пізнає і сприймає їх [34].

Простір і час в цих фільмах репрезентують саме внутрішній стан свідомості героїв фільму. Це досягається за допомогою спотворень, камери що рухається певним чином, а також декорацій, які також стають важливим елементом оповіді, а не просто фонової умовністю, покликаною підвищити рівень правдоподібності.

Часові межі змінюються. З одного боку, в кінореальності все зберігається і стає минулим, з іншого – все відтворюється і стає фактом сьогодення, відбувається зняття розрізнення минулого, сьогодення і майбутнього.

У кінореальності минуле має особливий характер. Єдино точну і абсолютну локалізацію події як минулого можна зробити тільки в тому випадку, коли глядач дивиться фільм, який він уже бачив. У цьому випадку він стикається з минулим в чистій формі.

Хоча і тут минуле стає справжнім, як перегляд фільму знову і зараз. Решта відмінностей минулого і сьогодення скоріше кількісні, ніж якісні, наприклад, в сьогоденні, і тим більше в майбутньому допускається більше нового і невизначеного.

Важливим параметром часу кінореальності є темп події. Усередині епізоду темп часу і навколишнього глядача світу збігається. Навпаки, в темпі фільму в цілому інформація концентрується шляхом виключення надлишкових фрагментів і зайвої інформації, шляхом збереження в найважливіших подій.

Так що у фільмі в цілому подієвості і темп різко зростають, в той час як в епізоді темп часу зберігає нормальний перебіг, як в реальному світі глядача. Розрізнення часу минулого і сьогодення в кінореальності стає умовно і відносно. Від природного часу в кінореальності зберігається темп подій всередині епізоду.

Існує два аспекти впливу кінореальності на тимчасове сприйняття глядача[34]:

* по-перше, вона володіє потужними засобами фіксації минулого, причому минулого різних типів;
* по-друге, вона може змінювати темп подієвості на екрані. Це дає істотні переваги кінематографу перед іншими жанрами, які працюють з історичним матеріалом, а, крім того, можливість маніпуляції часом.

Один з перших дослідників проблеми маніпуляції з часом у кіно чеський мистецтвознавець Я.Мукаржовскій (1891-1975), провівши порівняльний аналіз того, як реалізується простір-час в драмі (театральній постановці) та епосі (художній прозі), приходить до висновку, що кінематографічний час за своєю природою більш складна конструкція, ніж час епічний і драматичний час. У «епічному часі» читач має справу лише з одним часом (з розвитком дії), в «драматичному» – з подвійним часом (одночасним перебігом дії на сцені і плином глядацького часу). У кіно ж, на думку Мукаржовського, існують три потоки часу: дія, що протікає в минулому; час, що протікає в даний момент; час який сприймає суб'єкт [34, с. 96].

Основні функції маніпулятивних технологій кінематографа:

1) М. Маклюен виділяє функцію контролю над глядацьким сприйняттям і спонуканням глядача ідентифікуватися з героями фільму. Специфіка кіновидовища в його всебічному впливі на глибинні пласти свідомості, у прориві до архетипів колективного несвідомого. Створений кінематографом світ сновидінь «апелює до бездонною і стародавньої архаїки свідомості, зачіпає всі струни душі і одночасно відображає найбільш злободенні проблеми сучасності» [35, с. 290].

2) Будучи соціальним інститутом, кіно формує мотивацію, тип поведінки, ціннісну систему глядача і впливає на суспільство, сприяючи розширенню свідомості [35].

Відомий німецький режисер В. Вендерс говорив, що «фільми формують світогляд людини, їх не можна викинути з голови, з душі. Я, як «загарбник», хочу захопити людські уми, вкласти в голови глядачів якісь ідеї, образи » [35].

У свою чергу суспільство, «виховане кінематографом, стає більш досвідченим в цій сфері і вимагає від кіно нових технічних і творчих досягнень» [35].

Щоб вплив кінофільму на свідомість був найбільш ефективним образи, що формуються кінематографом, повинні мати, на думку А. Моля, «рівень зрозумілості, відповідний коефіцієнту інтелектуальності приблизно на десять пунктів нижче середнього коефіцієнта того соціального шару, на який розраховано повідомлення» [35].

Під цим емпіричним правилом лежить психологічне виправдання, згідно з яким людина підсвідомо тяжіє до примітивних пояснень. Таким чином, масовий кінематограф не тільки стандартизує явища суспільного життя, а й конструює основний стереотип – соціальну реальність.

Проводити паралелі між маніпулятивними технологіями кінематографа і обманом – значить зводити їх до елементарного психологічного процесу, ігноруючи їх найважливіші соціальні функції, в тому числі, функцію соціалізації особистості [35].

Підводячи підсумки, слід зауважити, що маніпулятивні технології кінематографа здатні формувати свідомість індивіда і суспільства, впливати на різні соціальні процеси через відображення існуючої реальності та втілення на екрані внутрішніх потягів і страхів людини.

**2.3. Особливості використання маніпулятивних технологій в сучасній кіноіндустрії**

Кіноіндустрія являє собою комплекс інститутів виробничої і комерційної діяльності, які створюють і реалізують специфічний пройдуть – кінофільм. Вона виступає не тільки як частина сфери дозвілля, а й є об'єктом інвестування, імпульсом переливання капіталу, важливим дохідним активом [35, с. 108].

Інституційна структура кіноіндустрії включає наступні ланки. Виробничі кінокомпанії, які займаються безпосередньо виробництвом фільмів, здійснюють акумулювання коштів продюсерів і несуть відповідальність за їх цільове використання. Вони створюють умови для виробництва кіно (знаходять майданчики для зйомок, набувають або орендують обладнання, отримують дозволи на зйомки, підбирають персонал, проводять зйомки і монтаж фільмів, контролюють використання бюджету, знаходять прокатника тощо) [35].

В кіностудії є майданчики для виробництва кіно (знімальні павільйони, обладнання для кінозйомок та монтажу та інші приміщення), як правило, вони належать виробничій компанії або між ними існує довгострокова угода про партнерство.

У багатьох країнах кіноіндустрія є важливою галуззю економіки. Виробництво кінофільмів зосереджено на кіностудіях. Фільми демонструються у кінотеатрах, по телебаченню, поширюються на спеціалізованих сайтах або стримінгових платформах, що приносить виробникам великі прибутки, однак важливо памятати, що кіно також має певний вплив на глядачів, який часто використовують кіновиробники, тож іноді він є спрямованим, хоч і прихованим.

Будучи комерційним мистецтвом, кінематограф має підлаштовуватися під настрій масової аудиторії. Завдяки кіно можна проаналізувати як національні особливості, так і їх зміни протягом часу. Саме за допомогою кіно та можна здійснювати ефективну пропаганду тих чи інших ідей. Через фільми формуються віртуальні світи. З їхньою допомогою створюється нова ідеологія у світі реальному, створюючи нові моделі поведінки, нових героїв та новий спосіб життя. Це інформаційна модель поведінки, яка підсвідомо впливає конкретної людини [36].

Дійсно, кінематограф, має важливу особливість: з одного боку, кіно відображає цінності, що склалися в суспільстві, а з іншого – помітно впливає на формування ціннісних орієнтацій масового глядача. Таким чином, кінематограф, будучи одним із найпопулярніших видів мистецтв та комунікативних структур, стає найважливішим соціалізуючим фактором для значної частини населення, особливо для дітей та молоді.

Герої молодіжних фільмів стають деякими архетипами, життєвими зразками та кумирами, поведінкові моделі та ціннісні установки яких також розглядаються як актуальні поведінкові та комунікативні сценарії. В результаті ідентифікація глядачів з героями фільмів постає як один із найважливіших виховних факторів та показує варіації соціальних ролей і поведінкові патерни в різних ситуаціях.

На сьогоднішній день багатьма соціологами та фахівцями у сфері вивчення засобів масової комунікації також проводяться дослідження, присвячені аналізу тенденцій сучасного кінематографу та виявленню поширених моделей поведінки та цінностей, притаманних героям сучасних фільмів, що дозволяє побачити можливі шляхи маніпуляцій масовою свідомістю [37].

Маніпуляції в кіно – вид прихованого управління, який визначається егоїстичними цілями комунікатора (маніпулятора), завдає шкоди реципієнту в процесі досягнення своїх цілей. Соціолог Ю. Хабермас вважав, що сучасність демонструє руйнування «публічної сфери» у суспільстві оскільки за кожним каналом масової комунікації, в тому числі і кіно, сьогодні стоїть багатий спонсор у вигляді певної корпорації, а політично та економічно «вільних» каналів небагато. Мейнстрім-кінематограф також є інструментом маніпуляції на користь корпорацій та держав, каналізуючи псевдоміфи, стереотипи, шаблони поведінки на масову свідомість беручи участь у інформаційних війнах тощо. Н.М. Боровікова стверджує, що кінофільми, що виникли на стику елітарної та масової культур і є структурованою знаковосимвольною областю людської життєдіяльності, насправді широко використовуються в інтересах різних соціальних груп і тому не можуть бути нейтральними за змістом [38].

Основними маніпулятивними способами впливу, що реалізуються в продукції кіноіндустрії є дезінформування, маніпулювання та вплив на масову свідомість. Вони сприяють порушенню звичних соціальних комунікацій, вступають у конфлікт з цінностями саморозвитку, тим самим ускладнюють процеси побудови ієрархії ціннісних орієнтацій (особливо у дітей та молоді). Споживаючи продукти кінематографа, які найчастіше апелюють не до раціонального мислення, а до емоцій та несвідомих прагнень, молодь долучається до цінностей масової культури, неусвідомлено інтеріоризуючи їх [38].

Кінематографія є найпотужнішою зброєю з точки зору маніпулювання суспільною свідомістю. З її допомогою може бути сконструйований «образ ворога», сформовані певні стереотипи і упередження. «Однобока» подача матеріалу може сприяти розпаленню міжнаціональної ненависті, поширенню ксенофобських настроїв і т.д. З іншого боку, залучення кінематографії як агітатора здорового патріотизму, толерантності, мультикультуралізму цілком здатне принести позитивні плоди [39].

Маніпуляція може здійснюватися через різні засоби, які для максимального ефекту маніпуляції і в залежності від об'єкта повинні мати відповідний рівень популярності і ступеня впливу на свідомість. Серед таких засобів основну увагу слід приділяти кінематографу.

Масовий кінематограф характеризується перш за все способом, яким він створюється, поширюється і використовується. Комерційний характер, низький інтелектуальний рівень, спрощена естетична форма є аж ніяк не обов'язковими особливостями масового кінематографа на відміну від загальнодоступності, серійності і того, що він створює, по аналогії з особливостями масової культури описаними А.В. Захаровим: «власний знаковий код, символічна надбудова над структурами реального повсякденного життя, які суспільством сприймаються як повноцінний еквівалент самої реальності» [3, с. 5].

На цю ж саму важливу рису кінематографа вказує і режисер Джим Джармуш, в одному з інтерв'ю якого прозвучала фраза: «Що б ти не робив у кіно, ти завжди вибираєш, що показувати, і в цьому сенсі все одно маніпулюєш зоровим сприйняттям реальності, як би диктуючи йому, що реально, а що ні [3, с. 5].

У науковій літературі взаємодія кінематографа і свідомості розглядається в рамках запропонованих постмодернізмом в першій половині ХХ ст. підходів. З одного боку кіно, безумовно, відображає соціально-політичну систему суспільства, фіксує в поведінці персонажів панівні норми, цінності, звичаї і традиції.

З іншого, боку не можна заперечувати впливу, який чинить кінематограф на формування як свідомості індивіда, так і на свідомість всього суспільства. Пропонуючи глядачеві певну систему цінностей, тип поведінки, які продукуються через образи героїв і антигероїв, кіно спонукає до копіювання, до бажання домагатися мети, через ті засоби і методи, які приносять успіх персонажам кінофільмів.

Будь-який кіновитвір включає в себе як елементи, що відображають особливості суспільної свідомості, так і елементи, що формують її. Не рідкістю є і їх поєднання [3, с. 2].

Здатність кінематографа створювати ілюзію, при зануренні в яку виникає відчуття реальності того, що відбувається на екрані, заснована на поєднанні зорових і слухових образів і високій швидкості їх зміни. В цьому напрямку маніпулятивні технології кінематографа вивчаються в соціології і психології.

З 20-х рр. ХХ ст. учні та послідовники З. Фрейда почали проводити паралелі між кінопродукцією і сновидіннями, в результаті чого американська кіноіндустрія стала називатися «фабрикою мрій».

Кіно, як і сновидіння, являє собою набір образів, що чергуються зі швидкістю, що не дозволяє сфокусуватися на якомусь конкретному образі. В результаті велика частина візуальної інформації не отримує критичної оцінки, а сприймається як «належне». Візуальні ефекти підкріплюються звуковим супроводом, також не піддається свідомому аналізу [40].

Наприклад, досить часто в кінофільмах відтворюється звук серцебиття, з яким синхронізується і серцебиття глядача, при зміні його темпу в фільмі аналогічним чином змінюється і темп того, хто дивиться фільм.

Той же ефект виробляє звук дихання, природні ж звуки використовуються для виклику певних емоцій, гучні і шиплячі звуки можуть викликати почуття страху і т.д. Англійський режисер П. Грінуей на називає кіно «вищим ступенем обману, мистецтвом ілюзій».

Як і сновидіння, перегляд кінофільму супроводжується процесом регресії. Глядач в деякій мірі втрачає відчуття реальності, пасивно сприймає те, що відбувається на екрані, докладаючи мінімальні зусилля до його осмислення [40, с.2].

Слід зауважити, що про такий вплив зорових образів, зокрема театру, писав ще Ф. Ніцше, так само як і про прагнення людей шукати в мистецтві можливість вирішення своїх проблем.

В 2008 році зародилася нова наука про нейрофізіологічні аспекти мистецтва кіно – нейросінематика, засновником якої, так само як і творцем самого цього терміна, став дослідник з Прінстонського університету У. Хассон. [40, с. 2]

Якщо для Хассона фільми – всього лише стимули при вивченні активності кори головного мозку, то для багатьох його послідовників, які з'єднали в рамках нейровізуального дослідження кіно і мозок – це також спосіб відкрити щось нове в механізмах впливу кіно на глядача і наблизитися до розуміння структури кінореальності і її складових [40].

Вивчення фільмів в їх відношенні до діяльності мозку, до процесів сприйняття, розуміння, запам'ятовування і узагальнення, тобто вивчення механізмів породження і декодування закладених в кінонарративах значень і смислів, реконструкція ментальних станів персонажів, створення інтерпретаційних сценаріїв, заснованих на різних аспектах глядацького сприйняття, і т.д. є важливою складовою сучасних досліджень впливів кінематографу на аудиторію [40].

Урі Хассон і його колеги в ході експериментів прийшли до висновку, що фільми мають здатність контролювати нейрофізіологічні реакції глядачів, тобто що активність певних ділянок кортекса (області кори головного мозку) може бути передбачуваною і предзаданою [40, с. 2].

Якщо виходити з того, що психічні стани тісно пов'язані з нейрофізіологічною активністю мозку, то контроль за цією активністю означає контроль за сприйняттям, емоціями і настроєм глядачів, які в силу феномена інтерсуб'єктивності синхронізації (подібності в патернах мозкової активності під час перегляду одного і того ж фільму або епізоду) більш-менш однаково сприймають певні візуальні образи, наративні ходи і кінематографічні прийоми.

У. Хассон, що розглядав тему маніпулювання емоціями глядача, породив велику кількість робіт послідовників, які реєструють (різними методами і за допомогою різних приладів) глядацьку реакцію під час перегляду епізодів фільму, наприклад епізодів, які створюють атмосферу саспенсу або відрізняються особливою жорстокістю [40, с. 2].

Дж. Закс з колегами з Університету Вашингтона в Сент-Луїсі досліджували активність областей мозку, пов'язаних з прогнозуванням. Закс і його колеги провели функціональне магнітне сканування мозку добровольців, які в ході перегляду коротких відеофрагментів вгадували, що буде відбуватись далі. Експеримент дозволив встановити, яка саме область мозку відповідає за прогнозування розвитку ситуації, а результатом проведеної роботи стала теорія сегментації події [40, с. 2].

З'ясувалося, що людський мозок запрограмований на розуміння пов'язаності і узгодженості подій і що саме можливість визначити момент, коли подія починається і закінчується, забезпечує прогнозування подальших дій в процесі безперервного сприйняття.

У своїй роботі Закс вибудовує досить логічну схему переходу від спостереження за емоційним станом екранного героя до переживання емоцій глядачем. Глядач наслідує міміці і/або тілесним рухам героя в результаті дії або дарвіновського принципу корисних асоційованих звичок, або принципу дзеркального відображення, або обох принципів відразу [40].

За тілесним наслідуванням слідують два можливі сценарії, які, власне, і призводять до суб'єктивного переживання емоції.

Перший сценарій – це реакція на те, що відбувається на екрані в режимі «начебто» (глядач оцінює ситуацію і/або дії героя на екрані, «приміряє» їх на себе) [40. с. 4].

Другий сценарій – безпосередній перехід від тілесного наслідування до відповідної емоційної програми, пов'язаної з тілесними рухами [40].

Таким чином, отримують пояснення і привабливість для глядача «слізних» фільмів і ситкомів, і їх здатність змушувати плакати або сміятися.

Намагаючись знайти лінію, що розділяє кіно і реальність, Закс приходить до висновку, що кінематографічна версія події зазвичай превалює над фактичним знанням про нього.

Експериментальні дослідження переконливо доводять, що людська пам'ять, як правило, не утримує джерело інформації, на основі якого було сформовано думку про подію, тому кіно, наприклад голлівудське, дійсно може «переписати історію», принаймні змінити уявлення про історичні події.

Сучасний кінематограф прагне не тільки зобразити світ, побачений очима героя, а й показати, що відбувається в його свідомості, промальовувати ментальний ландшафт героя, тобто перейти від способу як «ілюзії реальності» до образу як «реальності ілюзії». Візуалізація образів свідомості і підсвідомості на кіноекрані – це і є створення нейрообразу [40, с. 5].

П. Пістерс розглядає сучасний кінематограф, який вона визначає як цифрове барокко, з філософської точки зору. Нейрообраз постає як етап розвитку кінематографічного образу, який змінив час-образ Дельоза. У цій новій цифровій реальності нейрообраз повністю заповнює простір, стаючи мозком-містом, мозком-світом - проекцією свідомості на кіноекран [40, с. 5].

Х. Мюнстерберг в книзі «The photoplay. A psychological study» пропонує розподіл кінематографічних емоцій на дві групи.

Перша група – це емоції, які глядач співпереживає разом з героями на екрані. Подібні емоції глядача, як сказали б сьогодні нейрофізіологи – результат емпатії, що виникає в силу активності дзеркальних нейронів.

Друга група – емоції, які є реакцією на події фільму глядача, що знаходиться в метапозиції по відношенню до побаченого. Емоції глядача і кіногероя в даному випадку далеко не завжди збігаються, скоріше, навпаки – можуть бути діаметрально протилежними.

На його думку, саме кіно, яке на відміну від театру не пов'язане необхідністю розгортання подій у фізичному плані, представляє собою an unlimited field for the expression of these attitudes in ourselves [40, с. 63].

Таким чином, можливо і глядацьке занурення в простір фільму і ідентифікація себе з тим чи іншим героєм на екрані, і відсторонене сприйняття того, що відбувається на екрані.

Відкриття та застосування нових технологій у створенні та транслюванні художніх образів та інформації значно вдосконалюють маніпулятивні технології кінематографа. Швидке поширення Інтернету призводить до збільшення доступності фільмів, підвищення частоти їх перегляду.

Виконуючи функції контролю над сприйняттям та спонуканням глядача ідентифікуватися з героями фільму, кінематограф бере участь у процесі формування мотивації, типу поведінки, ціннісної системи особистості.

Ефективність використання маніпулятивних технологій кінематографа для реалізації цілей управління суспільною свідомістю не можна оцінити абстрактно – вона залежить від того, чи прийнятна дана технологія для конкретної групи, процесу тощо. Визначити це можна через відповідність фільму-маніпулятора переважному типу кінематографічних вподобань своєї цільової аудиторії.

М.В. Скрипкарь виділяє три основні типи кінематографічних вподобань аудиторії. Перший тип притаманний в більшій мірі молоді, яка відчуває потребу у динамічних, яскравих, тобто видатних у будь-якому відношенні фільмах. Особливої важливості набувають спецефекти, кольорова гама, зовнішність персонажів, здатність захопити глядацьку увагу, висока частота зміни ракурсів зйомки, музичного фону, місця дії та ін.

Яскрава колірна гама акцентує увагу на зовнішніх атрибутах персонажів (наприклад, одязі та обстановці). Яскравість і насиченість колірної гами певним чином гіпнотизують глядачів, відволікаючи увагу від аналізу причинно-наслідкових зв'язків у кінофільмі, формування власного ставлення до проблем, що піднімаються в кінокартині і т.д. [41].

Такий тип кіноглідачів найбільш сильно схильний до маніпулятивного впливу. Причинами цього феномену є:

По-перше, психологічні особливості особистості з цим типом кінематографічних уподобань. Потреба перегляду розважального кіно з яскравими спецефектами, інтригуючою історією, яка потребує неоднозначної моральної оцінки, притаманна кіноглядачам з нестійкою психікою, що легко піддається маніпулятивним навіюванням. Відсутність прагнення критичної оцінки кінофільму, небажання осмислювати причинно-наслідкові зв'язки в мотивах і поведінці персонажів свідчать про повну довіру авторам кінокартин, хоч би якими принципами вони керувалися;

По-друге, специфіка кінокартин, відповідних цьому типу кіноспоживання, полягає у динамічності дії, що включає часті зміни планів, ракурсів, персонажів, максимально короткі діалоги, різноманітні спецефекти. Глядач не може осмислити весь ланцюг подій, що відбуваються на екрані, від епізоду до епізоду; від кадру до кадру психічна опірність падає, людина підсвідомо приймає фільм без оцінки та аналізу, як є. Таким чином, ми можемо спостерігати своєрідне замкнене коло: висока навіюваність і нестійкість свідомості – розважальні фільми-блокбастери – слабка психологічна опірність маніпулятивним впливам [41].

Другий тип кінематографічних уподобань характеризується зниженням інтересу до кінематографу як засобу розваги, що спричинено підвищенням часових витрат на інші сфери життя (самореалізацію, кар'єру, сім'ю). Даний тип має дещо відсторонене ставлення до кінематографу, що проявляється у наступному:

- низькій концентрації уваги на фільмі безпосередньо під час його перегляду;

- складності психологічного абстрагування від дійсності, необхідного для того, щоб повністю зосередитися на кінофільмі.

Однак, можна стверджувати, що, незважаючи на справді високу здатність психологічного опору маніпуляціям, порівняно з попереднім типом, можливості кінематографа впливати подібним чином також ефективні. Дане припущення підтверджують такі спостереження М. Скрипкарь:

По-перше, через особливості аудиторії (становлення у професійному плані, обзаведення власною сім'єю, що вимагають значних психологічних та часових витрат), часто єдиним доступним засобом розваги та відпочинку стає перегляд кінофільмів по телебаченню або через мережу Інтернет, що можливо має менший ефект, ніж перегляд в кінотеарі, однак частота перегляду може бути навіть більшою;

По-друге, висока частота перемикання уваги (тобто свідоме перенесення уваги з одного об'єкта на інший) послаблює опір свідомості психологічним впливам, у тому числі маніпуляціям за допомогою кінематографа [41].

При постійному перемиканні уваги свідомість стає менш стійкою і, як наслідок, підвищується психологічна навіюваність. У разі відсутності зовнішніх подразників свідомість, ослаблена частими перемиканнями, не здатна критично аналізувати отримувану інформацію.

Третій тип кінематографічних уподобань характеризується високою частотою перегляду кінокартин з метою «втечі від реальності», занурення в ілюзорний світ. Основні характеристики даного типу включають:

1) глядач чітко знає, які емоції він хоче отримати при перегляді кінофільму, тому вибирає останній, ґрунтуючись здебільшого не на рекламі, а на вихідних даних: жанрі, анотації, імені режисера та акторів, країні-виробнику та ін. У кіноглядача вже сформовані власні уявлення про жанри, серед яких він обрав пріоритетні та не пріоритетні. Якщо в ранній юності категорія жанру при виборі фільму для перегляду особливої ролі не грає, поступаючись ефективній рекламі, то в біль зрілому віці вона є превалюючою. Аналогічною є ситуація з виробником фільму, режисером, акторами, щодо яких кіноглядач також має свої пріоритети;

2) перевага надається кінофільмам, у яких причинно-наслідковий зв'язок подій може бути логічно пояснений, тобто «фільм має бути правдоподібним».

Цей тип є досить суперечливим. З одного бок глядач відчуває потребу у перегляді кінофільмів як у засобі порятунку від реальності в ілюзорному світі, де стираються межі можливого. Однак з іншого боку, для того, щоб максимально розслабитися і отримати задоволення від кінокартини, глядачеві необхідна певна установка свідомості: «те, що відбувається на екрані, - правдоподібно». Причини того, чому одночасно кіноглядач потребує ідеально створеного авторами ілюзорного світу та достовірності цього світу, що, по суті, є абсурдним та нелогічним, мають під собою психологічну основу.

Кінофільми, у яких сюжет, окремі ситуації чи елементи не одержують оцінку глядача як «реальні» чи «можливо реальні», тобто такі, що не відповідають критеріям дійсності, залишають людину. При здійсненні маніпуляції необхідно брати до уваги пасивність глядача, що має усвідомлений характер, тобто. індивід хоче отримати задоволення від перегляду кінокартини за рахунок психологічного розслаблення, у якому не бажана глибока рефлексія [41].

Таким чином, запропонована типологія кінематографічних уподобань дозволяє пояснювати, моделювати та прогнозувати маніпулятивну дію кінофільмів на свідомість аудиторії.

Маніпулятивний вплив кінематографа на свідомість глядача постійно посилюється, оскільки нові технології (наприклад, 3D) дозволяють збільшувати здатність кінофільмів до навіювання. Проте в даний час масовий кінематограф, що користується найбільшою популярністю, справляє деструктивну дію. Число фільмів, спрямованих на формування таких норм та цінностей, які є необхідними для становлення зрілої особистості та подальшого розвитку суспільства, незначне та сконцентроване в рамках так званого елітарного кінематографу, що не користується популярністю серед масового глядача.

Сама конструкція кінодраматургії також може вважатись засобом маніпуляції свідомістю глядача.

Під терміном «конструкція» розуміємо й  окремі епізоди сценарію та їх співвідношення відповідно один до іншого. Основою конструювання є два етапи: поділ сюжету на акти та використання спеціальних конструктивних прийомів [42, с. 125].

Основою конструювання є «поворотні пунки» (згідно з Л. Сегер) або «точки фабули» (plot point) (згідно із С. Філдом), використання яких дозволяє розгорнути оповідь у новому напрямі, нагадуючи про зовнішні мотивації та викликаючи в глядача почуття хвилювання за героя.

Етап перший: поділ сюжету на акти. У цьому випадку йдеться про тричастинну суть сценарію, першообразом якої є Арістотелівське твердження про те, що «фабула в трагедіях повинна бути драматичною за своїм складом та групуватися навколо цільної та закінченої дії, маючи початок, середину та фінал» [42, с. 126].

Отже, це триактовний поділ. При цьому, існуючи в контексті структури важливе значення для її розвитку та будови має, власне, сам герой історії: він існує в запропонованій конструкції, еволюціонуючи.

Провідний принцип «поворотних пунктів» є таким: якщо історія в кіносценарії не має сюжетних поворотів, інтерес до неї швидко втрачається.

При цьому, згідно з Л. Сегер, кожний з «поворотних пунктів» повинен виконувати такі функції:

1) розгортати історію в новому напрямку;

2) нагадувати про зовнішню мотивацію та змушувати хвилюватися за героя.

Отже, «гарний сценарій повинен бути сконструйованим так, щоб кожна наступна сцена посилювала перепони на шляху героя, давала новий поворот сюжету, ускладнювала дію» [42, с. 126].

У. Індик зауважує: «У певному сенсі структурування та креативність є водночас й взаємодоповнюючими, і взаємовиключними елементами в роботі над сценарієм. З одного боку, структура сценарію дозволяє перевтілити ідеї в логічно пов’язану історію, з іншого – занадто жорсткі вимоги до структури можуть негативно позначитися на фантазії, оригінальних та незабутніх персонажах і сюжетах [42, с. 127].

Маніпулювання свідомістю глядачів підкріплюється використанням міфічних сюжетів та ходів. У «Тисячоликому герої» через звернення до різноманітних міфічних історій розкривається послідовність розгортання архетипів, що зводиться в підсумку до єдиного метанарративу [43, с. 86].

Морфологію мономіфа в цілому складають 17 сходинок:

Перша стадія «Вихід» включає такі складові:

1. Поклик до мандрів: герой отримує знаки початку шляху. Є образ провідника, передвісника переходу в незвіданий світ, куди герою належить потрапити, що вимагає відмови від дитячого життя, від інфантильного «Я».

2. Заперечення заклику: герой не готовий розлучитися з дитячим Ego і замикається в патернах колишнього життя. Але ігнорувати заклик неможливо, отримані знаки наповнюють життя обіцянкою сенсу, якого позбавлене сьогодення.

3. Надприродне заступництво: з'являється фігура наставника, вчителя, захисника, в обряді – ініціюючого жерця. Він допомагає зробити вирішальний крок, постачає героя необхідними амулетами (архетип сенсу, Мудрого Старця).

4. Подолання першого порога, що розділяє буденний світ і незвіданий простір, вхід в який охороняє страж або інша перешкоду (за цією межею починається спуск в глибини несвідомого).

5. «У череві кита» – Присвятний мотив проковтування (архетип несвідомого): герой провалюється в темний простір, що символізує смерть, за якою послідує нове народження (безодня, могила, труна, шкура/черево тотемної тварини тощо). На цьому завершується інфантильна фаза: народжуючись заново, герой готовий до випробувань [43].

Друга стадія – «Ініціація».

6. Шлях випробувань – головна частина пригоди, в якій герой потрапляє в незвичайний фантастичний світ. Блукання в глибинах несвідомого метафорізуеться через потрапляння до заплутаних приміщень, лабіринту, пекла, сутичкою з драконами, демонами і т.п.

7. Зустріч з Божественним: часто як проекція жіночного архетипу (Аніма, Велика Мати), яка часто постає амбівалентною – і як «добра», і як «зла».

8. Спокуса – частина випробування, як правило, виходить від жінки: випробовується вміння впоратися з її подвійністю, вітальними проявами; іноді це спокуса владою, могутністю, багатством.

9. Примирення: пізнання і прийняття глибоко прихованих сторін власної особистості досягається шляхом подолання страху влади батька – глибинного дитячого страху.

10. Апофеоз.

11. Нагорода в кінці шляху: герой досягає просвітленого стану, в повній мірі реалізує свій потенціал (архетип цілісності, Самість) [43, с. 88].

Третя стадія - «Повернення».

12. Відмова від повернення: небажання героя, який досяг висот в новому світі, повертатися до повсякденності.

13. Чарівна втеча: переслідування з боку ворожих сил.

14. Порятунок ззовні: допомога з буденного світу.

15. Перетин порога, провідного в світ повсякденності: застосування героєм отриманих навичок для повернення.

16. Володар двох світів.

17. Свобода жити: набуття гармонії дозволяє вільно перетинати кордон світів, зберігаючи цілісність особистості, герой досягає статусу майстра; створивши себе, він створив світ заново [43, с. 90].

Тож можна сказати, що кіноіндустрія у сучасному суспільстві, використовуючи різні прийоми і техніки маніпулятивниго впливу формує особливу віртуальну реальність, за формою впорядковану та стабільну, але таку, що не відображає реалій сучасного суспільства. Кіноіндустрія, скоріше, бере участь у створенні міфологізованої картини світу. Висока інтенсивність впливу даної реальності на людину обумовлена тим, що екранні аудіовізуальні кінообрази апелюють не до розуму, а до емоцій та почуттів, а також до несвідомих шарів психіки людини та колективного несвідомого через використання міфологічних образів і сценаріїв розгортання подій.

В цьому розділі було розглянуто [сутність та зміст маніпулятивних технологій в кінематографі](#_Toc15161) та з’ясовано, що сучасні засоби мосової комунікації, в тому числі і кінематограф, мають досить різноманітний арсенал маніпулятивних технологій впливу на аудиторію і часто ними користуються.

Досліджено [вплив маніпулятивних технологій в кіноіндустрії на людину та суспільство](#_Toc5609). Вони сприяють порушенню звичних соціальних комунікацій, вступають у конфлікт з цінностями саморозвитку, тим самим ускладнюють процеси побудови ієрархії ціннісних орієнтацій (особливо у дітей та молоді). Пропонуючи глядачеві певну систему цінностей, тип поведінки, які продукуються через образи героїв і антигероїв, кіно спонукає до копіювання, до бажання домагатися мети, через ті засоби і методи, які приносять успіх персонажам кінофільмів.

Визначено також [особливості використання маніпулятивних технологій в сучасній кіноіндустрії](#_Toc16060) та проаналізовано вплив, який чинить кінематограф на формування як свідомості індивіда, так масової свідомості. Наприклад, ропонуючи глядачеві певну систему цінностей, тип поведінки, які продукуються через образи героїв і антигероїв, кіно спонукає до копіювання, до бажання домагатися мети, через ті засоби і методи, які приносять успіх персонажам кінофільмів.

**РОЗДІЛ 3**

**ПРАКТИЧНИЙ АСПЕКТ ДОСЛІДЖЕННЯ ВИКОРИСТАННЯ МАНІПУЛЯТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В КІНОІНДУСТРІЇ**

**3.1. Обгрунтування методів соціологічного дослідження використання маніпулятивних технологій в кіноіндустрії**

Для проведення прикладного дослідження було обрано якісну стратегію, оскільки вона дає можливістьвивчати соціальні явища та процеси насамперед з точки зору інтерпретації особистісних смислів досліджуваних, розуміння мотивів та цілей їх вчинків, пояснення того, що відбувається, щоб потім у більшості випадків конструювати міні-концепції, покликані увібрати в себе цей суб'єктивний досвід.

За А. Готліб якісне соціологічне дослідження найбільшою мірою відповідає такій дослідницькій ситуації, коли:

- вивчається маловивчене або зовсім нове, невивчене явище, тобто коли відсутній його теоретичний опис або дослідника не влаштовує існуючий;

- необхідно вивчити соціальний об'єкт у його мінливості у часі;

- необхідно вивчити унікальне явище у його цілісності та неповторності [44].

Тож для дослідження використання маніпулятивних технологій в кіноіндустрії та розуміння прихованих маніпулятивних впливів і їх можливого сприйняття глядачами було обрано саме цю стратегію. В рамках якої було обрано метод кейс-стаді, що дозволяє розглянути конкретні випадки застосування маніпулятивних технологій в кіноіндустрії.

Кейс-стаді (англ. Case study - аналіз випадку) – різновид монографічного наукового дослідження, об'єктом якого виступає один або кілька випадків. Завдання дослідження орієнтовані на їх детальний опис, вивчення та інтерпретацію з метою розуміння і аналізу історичних процесів, що протікають в суспільстві [45, с. 5].

Кейс-стаді як метод якісного дослідження в соціальних науках, полягає у вивченні одиничного соціального об’єкта (ситуації, події, випадку, особи, соціальної групи) чи кількох показових об’єктів задля осмислення ширшого класу схожих випадків (класу подій).

Однією з особливостей кейс-стаді є гнучкість дослідницького підходу, яка виражається в тому, що дослідник приймає багато рішень по мірі отримання нових емпіричних даних, зміни гіпотез тощо. Гнучкість у зборі та аналізі польових матеріалів, відсутність жорстких стандартів дослідницької діяльності часто є підставою для критики. Наперед майже неможливо знати специфіку об'єкта, що вивчається, тому дизайн дослідження завжди гнучкий і непередбачуваний. Дослідники вільно переходять з одного методу збору даних на інший, залежно від зміни гіпотези, ситуації дослідження.

Таким чином, дослідник звільнений від пріоритетної парадигми та працює у режимі поліпарадигмальності. Останнє виявляється у відсутності заздалегідь виробленої конкретної теоретичної рамки, підходу, аналітичної стратегії. Вони можуть бути як розроблені заздалегідь, так і змінені в міру розвитку дослідження. Звідси походить і принцип мультиметодичності – застосовується широкий набір дослідницьких технік та джерел інформації (аналіз документів, інтерв'ю, спостереження та багато інших). Звичний для позитивістської традиції термін «дані» замінюється терміном «емпіричні матеріали». Для останніх актуальна фрагментарність та різноманітність.

Зібраними матеріалами є записи у щоденниках, аудіо, фото, кіно - матеріали, документальні свідоцтва тощо [45].

Очевидною перевагою методу є можливість отримання більш глибокої інформації про латентні процеси, приховані механізми соціальних відносин; тільки за допомогою такого якісного підходу можна реконструювати сферу неформальних відносин, що існують між людьми. Кейс-стаді дозволяє зробити це найбільш цілісним чином, тому що дослідницькі стратегії самі по собі містять набори певних технік і кейс-стаді в цьому сенсі оснащений краще за інші. Метод визначає необхідність працювати з більш конкретними речами, ніж із сконструйованими типами, що дозволяє забезпечити краще розуміння соціальної реальності, унікальності кожного об'єкта і водночас виділити загальні риси для подальшого узагальнення, що випливає з якісної парадигми у соціології [46].

Р. Йін визначає принаймні п'ять можливостей застосування кейс-стаді:

По-перше, це пояснення реального життя людей, маловідомих явищ, комплексних феноменів, які надто складні для опитувань чи експериментів. Саме пояснення цих процесів за допомогою кейсів дає можливість розробити та застосувати спеціальні програми покращення життя людей.

По-друге, це опис будь-якого типу інтервенцій, нововведень у реальний життєвий контекст, того, як це сталося і до чого це привело.

По-третє, кейси можуть ілюструвати певні проблеми і теми, можливо в описовій манері і іноді у журналістському стилі, проте все-таки там є оцінка даного явища життя.

По-четверте, стратегія кейс-стаді може бути використана там, де потрібне детальне вивчення тих ситуацій, в яких вивчається явище і ще немає досить чітких і відчутних результатів.

По-п'яте, кейс стаді може бути мета-оцінкою – вивченням іншого оціночнрго дослідження [46, с. 45].

В даному дослідженні за допомогою методу кейс-стаді на конкретних прикладах (фільми «Матриця» та «Шоу Трумана») розглянуто основні маніпулятивні технології, що застосовуються в сучасному кінематографі.

**3.2. Інтерпретація результатів дослідження**

Особливе значення серед маніпулятивних технологій грає такий прийом, як навіювання, повторення однієї і тієї ж ідеї, щоб співрозмовник прийняв її як очевидну. Прийом має на меті повторення якої-небудь ідеї величезну кількість разів протягом тривалого часу до тих пір, поки мозок співрозмовника не сприйматиме її як аксіому. Цей прийом відомий ще з часів античності під назвою «Карфаген повинен бути зруйнований». Це фраза, якою римський сенатор Катон Старший під час Пунічних воєн починав і завершував всі свої виступи в сенаті. У сенатора була мета – привчити слухачів до цієї думки, зробити її звичною, щоб вона втілилися в реальність [47, с.4].

У кінематографі яскравим прикладом використання даного прийому можна вважати фільм «Фокус», в якому є епізод, коли герой У. Сміта спеціально (з метою в подальшому отримати гроші) програє кілька разів своєму супернику, щоб він відчув смак перемоги, і можна було підвищити ставки [47]. Потім він «несподівано» виграє і забирає величезну суму грошей. «Пощастило», – думає другий гравець і навіть не здогадується, що інтуїція всередині нього говорила чужим голосом. Оскільки спочатку була напрацьована певна закономірність (повторення), подальший її злам не відразу зрозумілий другим гравцем.

Відразу згадується і фільм «Початок», де умільці закладали ідею в підсвідомість людини так, що вона сприймала її за свою.

Світ «Матриці» також складається з багаторівневої системи псевдореальності. Відома нам предметна реальність оголошується віртуальною, породженою впливом комп'ютера на мозок всіх людей, підключених до єдиного центру-генератору ілюзій – матриці [48, с. 5].

Сюжет кінострічки розділяється на два світи: реальність («Пустеля реального») і Матрицю – світ ілюзій і сновидінь, породжений машинами.

Через фабулу художньої оповіді в «Матриці» піднімається ціла низка важливих філософських питань. По-перше, це питання гносеологічного порядку. Першим серед них є питання про необхідність, важливість, потрібність пізнання для людини [48].

Наступним виникає питання про можливість здійснення пізнання, яке переходить в онтологічну площину, де проблематизується достовірність знання про всю наявність сукупності знань і реальності буття як такому. По-друге, у фільмі перманентно піднімається проблема можливості у людини свободи вибору і фатального вирішення всього, що відбувається.

Фраза Нео: «Так це був не сон?» (24:50), позначає двоїстий стан, в який потрапляє герой, наблизившись до пізнання істини і тому балансує на межі двох світів: фантазійного світу снів та чужої реальності [49, с. 190].

Також варто відзначити, що сестри Вачовські акцентували дуалістичність створеної ними системи і візуальними засобами: зеленій гамі світу Матриці протистоять сині відтінки реального світу [49].

Пізнання можна без сумнівів назвати головною ідеєю картини. При цьому пізнання поділяється на дві нерозривно пов'язані частини: пізнання реальності і пізнання себе [49, с. 193].

Можна сказати, що ідея пізнання корелює з дуалістичним чином з в'язницею, повторюючи її поділ на мікро- і макрорівні. При цьому ключовим є мікрорівень – на напис на латині «Пізнай себе» вказує Піфія в розмові з Нео, до цього закликає його і Морфеус. Кінцевою метою героїв є не просто пробудження, але абсолютне звільнення від світу Матриці, для якого необхідне відкриття власних сил, тобто – пізнання себе.

У науково-фантастичному бойовику «Матриця» реальність, в якій знаходиться людське суспільство, є симуляцією. Дійсність сконструйована машинами, які підкорили собі людство. Таким чином, фільм «Матриця» можна розглядати як фантастичний варіант розвитку людського суспільства, в якому симулякр третього порядку займає чільне місце в побудові людських відносин, фільм здійснює перегляд природи реальності [48, с. 5].

Цінність «Матриці», мабуть, в тому, що в ній покладена думка про постійно прогресуюче зрощування реального світу з віртуальним і з'єднаня в один сценарій і доведеня до крайності. Але при цьому засоби, що використовуються її творцями, грубі, і справжнього сум'яття не викликають. Персонажі або перебувають усередині Матриці, тобто в оцифрованному світі, або знаходяться поза нею, в Сіоні – місті тих, хто чинить опір Матриці. Тим часом набагато цікавіше було б показати те, що відбувається на стику цих двох світів, в точці їх перетину [48].

Однак головна відмінна риса віртуального світу полягає саме в тому, що про нього не можна вести мову в категоріях реальності. Жан Бодрійяр говорить про те, що у фільмі «Матриця» відбувається змішання симуляції, нового явища і ілюзії [48, с.4].

Принципова відмінність полягає в тому, що Матриця «створює образ монополістичного могутнього нинішнього порядку речей, і тим самим сприяє його поширенню». На думку філософа, система таким чином позбавляється антагоніста, але чим ближче вона до досконалості, тим ближче до тотального краха.

Фільм «Матриця» є типовим зразком постмодерністського медіапродукту, для якого характерна еклектичність, інтертекстуальність, переосмислення культури минулого, використання прийомів подвійного кодування, свідомих помилок, підміна понять і т.п.

В «Матриці» експлуатується і платонівське вчення про світ ідей і світ речей, адже, за сюжетом фільму, існує декілька віртуальних світів: 1) «матричний-уявний» (створений машинами для людей-мас). Це світ-симулякр – заміна реальності [48, с.3].

2) «Матричний математично-технічний»: світ машин, в якому вони існують за своєю програмою, енергетично підпитуючись від «саду-людей» [92].

3) Світ, в якому існують люди-рятівники – члени корабля «Навуходоносор»: Морфей, Трініті, Нео та ін. Це світ реально-віртуальний, якщо можна так сказати, адже, з одного боку, герої сестер Вачовські нібито знаходяться в реальному світі, оскільки розуміють, що вони вільні від матриці, знають, що вони не є енергетичним підживленням для машин; в той же час корабель «Навуходоносор» курсує в межах світу, в середині якого існують також світи «матричний-уявний» та «матричний: математично-технічний», і члени екіпажу з успіхом користуються програмами віртуального навчання [48].

Всі «світи» у фільмі «Матриця» знаходяться в голограмі і самі є голограмами. У голографічному світі навіть час і простір не можуть бути узяті за основу, адже реальність – це супер-голограма, в якій минуле, сьогодення і майбутнє існують одночасно.

Таким чином, можна стверджувати про наявність «множинного кодування» в сюжеті «Матриці». Поєднання певної системи сенсів з цікавими візуальними рішеннями, здійснення яких могло відбутися завдяки комп’ютерним технологіям, дає можливість найбільш повно показати зображення асоціативного ряду (одного з безлічі можливих варіантів).

За Ж. Бодріяром, такий світ «є всесвітом абстрактних, безтілесних речей, що продовжують жити виключно за інерцією, симулякрами самих себе, проте, таких, що не знають смерті: безкінечне існування, своєрідне вічне життя гарантовані ним саме тому, що вони є всього лише штучними утвореннями, всього лише якимись протезами – клонами усередині всесвіту клонів» [48, с.6].

В «Матриці» з усією очевидністю простежується постмодерністська ідея деконструкції, синергетичної невизначеності і симулякру простору. Сама надлюдина – Нео – тепер з оборонця перетворюється фактично в руйнівника. Адже постулюється, що все предметне буття ілюзорне і має бути зруйноване. Ідея звільнення через боротьбу, через руйнування стає одним з центральних мотивів не тільки даного фільму, але і всього сучасного постмодерністського дискурсу [49].

Як діє симуляція в «Матриці»? У фільмі йде 2199 рік, поверхня Землі вся понівечена в результаті війни з машинами, що володіють штучним інтелектом. Людей розводять глибоко під землею, щоб вони служили джерелом енергії для машин. Їх тримають в ембріональному стані, і їм сниться, що вони живуть в якомусь американському місті в 1999 році. Цей уявний світ під назвою Матриця – комп'ютерна симуляція, створена з метою тримати населення в покорі [48, с.5].

В «Матриці», гіперреальність робить людям «щеплення» від надмірного насильства. Наприклад, вона викривляє реальність так і сяк і нагадує відеогру, і тому ми не можемо приймати жорстоке вбивство поліцейських у вестибюлі всерйоз.

Сестрам Вачовські вдалося змусити свою аудиторію замислитись , що досить незвично для фільма-блокбастера. Вони перешкоджають бажанню глядачів побачити крізь простір фільму якусь не обтяжену, схожу на повсякденну «реальність» [48, с. 2]. Вачовські змушують нас подивитися на матрицю, яка, живлячись нашими фантазіями, структурує і представляє нам цю реальність, маніпулює нею.

Ще більш відповідає духу теорії Жана Бодріяра фільм 1998 г. «Шоу Трумана», знятий Пітером Уіром (австралійський кінорежисер, визнаний лідер «Австралійської нової хвилі»). Його головний герой – Труман Бербанк – є звичайною людиною, що живе звичайним життям. Він навіть не може собі уявити те, що кожен його крок фіксують кінокамери, а люди, що оточують його – всього лише актори [50, с.96].

Образи реального у фільмі утворюють структури гіперреальності, лише наприкінці фільму герой остаточно розуміє, що все існуюче для нього раніше було несправжнім [50, с.96]. Акторська гра підставних людей з його оточення відповідає моделям розвитку подій і приймає форму специфічних знаків, які утворюють інтегровану систему міжособистісних відносин. При цьому багато сумнівів з приводу реальності того, що відбувається, виникають за допомогою так званих структур розстановки і середовища. Структури розстановки в фільмі включають в себе місто, місце роботи, будинок і т. д. Сюди можна віднести і погоду, яку сценаристи шоу здатні регулювати з метою обмеження дій головного героя [50].

У фільмі викривається суспільство споживання. Продюсери шоу поступилися особистою свободою головного героя, а глядачі промовчали, передчуваючи задоволення. Тут ми знову бачимо дилему Бодріяра про свободу і безпеку. У Пітера Уіра не герой, а все суспільство вибирає власну безпеку на шкоду особистій свободі головного героя. При цьому вони виступають не тільки в ролі мовчазного посібника.

Відповідно до ідей мислителя етика суспільства споживання, показаного в фільмі, являє собою новий примус. Бодрійяр порівнював подібне суспільство з феодальним, кажучи лише про те, що тепер у ньому організований принцип своєрідної співпраці. Ключовим стає «обов'язок індивіда купувати, щоб суспільство продовжувало виробляти, а сам він міг би працювати далі, щоб було чим заплатити за вже куплене» [50, с.99].

Таким чином, суспільство видає продюсерам шоу Трумана кредит формальної свободи заради власного задоволення. але саме страшне, що на перше місце ставиться вже не тільки гедонізм, але і принцип «Споживання заради споживання».

Фільм «Шоу Трумана» піднімає безліч питань для роздумів – феномен вуайерістської пристрасті до реаліті-шоу, маніпуляції релігійно-політичних організацій і засобів масової інформації; а також особливості психічних процесів, що активізуються при розмиття кордонів між реальністю і фантазією. Адже, безумовно, одна з важливих тем даного фільму – що є істинно, а що фальшиво? Що є правда, а що брехня? Сам Труман протягом фільму балансує між параноєю і істиною [51].

Багато в чому емоційний відгук на цей фільм пронизаний почуттям жаху і відчуження, адже переживання фальшивості і безликості викликає внутрішнє неприйняття. Початок фільму представляється плоскою, двовимірною і дистильованою реальністю. У цій реальності неможливий розвиток, спонтанність і справжні відносини. Лише «шматочки реальності» (впав софіт, ліфт без задньої стінки і порушення роботи радіоприймача) дозволяють герою задуматися про ту пастку, в якій він живе [51].

У «Шоу Трумана» ми стикаємося зі штучним світом, на цей раз світом реаліті-шоу, в якому тільки єдиний персонаж, головний герой Труман (Справжній чоловік), не знає про те, що весь світ навколо нього – лише декорація. За цим світом шоу існує інший реальний світ людей – глядачів шоу. Штучність світу Трумана ідеально підкреслена в завершальних сценах - коли головний герой, усвідомивши, що він заточений в штучному світі, бажає втекти і пливе на кораблі по «морю», але в підсумку його корабель пробиває носом намальоване на папері небо. Саме так Труман стикається з деміургом – головним режисером шоу Крістофом, голос якого подається у фільмі як голос з неба, який звертається до Трумана як до сина – очевидна алюзія на біблійного Бога [51].

Труман «народився» у прямому ефірі, він той, кого вибрали для глобального експерименту по дослідженню людської природи. Він, здавалося б, знаходиться не в екстремальних умовах, бо місце його життя не концтабір, не тюрма, чи не безлюдний острів, навпаки, все в його світі максимально наближене до природного життя, крім одного – він досліджуваний об'єкт, центр пильної суспільної уваги і, звідси, завжди під прицілом камери і під прицільним увагою глядача.

Тож на основі аналізу цих двох фільмів можна побачити як у кіноіндустрії використовуються технології маніпуляції, що кінофільми відображають існуючі в суспільстві тенденції (споживання та надспоживання, технологізація та цифровізація, всеохоплююча «відкритість» у віртуальному світі тощо), соціальні трансформації за допомогою розстановки сюжетних акцентів і зображення можливих шляхів розвитку подій (зазвичай у найбільш загрозливих фомах). Крім того, у фільмах показані певні моделі управління (тоталітарна система світу Матриці простистоїть демократичній моделі Сіону) та соціальних зв’язків (наприклад, самоорганізація громадян Сіону, які усвідомлюють як свій індивідуальний інтерес, так і зв'язок з інтересами інших), що можуть впливати на формування у глядачів потреби копіювати і наслідувати їх.

Тож маніпулятивні технології, що використовуються в кіноіндустрії здатні формувати свідомість індивіда та суспільства, впливати на різні соціальні процеси через відображення існуючої реальності та втілення на екрані внутрішніх потягів та страхів людини. В цьому контексті важливим є розпізнанння маніпулятивих прийомів і розвиток критичного мислення, що дозволить «відсіювати» непотрібні навіювання.

**3.3. Рекомендації щодо протидії маніпулятивним технологіям в кіноіндустрії**

Причина величезного впливу засобів масової комунікації, в тому числі і кіно на свідомість людей криється в самих людях. Тому важливим питанням є пошук механізму протидії цьому маніпулятивному впливу. Стосовно методів протистоянню маніпуляції потрібно, на думку фахівців, приймати інформацію критично. Цілком зрозуміло, що в умовах сьогодення сприймати інформацію критично та її аналізувати досить важко. С. Кара-Мурза, наприклад, радить [52, с. 250]:

* відключати емоції;
* сприймати інформацію, порівнюючи її з власними переконаннями, віруваннями чи ідеалами, залучати власну пам’ять та проекцію в майбутнє (якщо немає часу перевірити інформаційне повідомлення, не слід вірити у те, що стверджують);
* не оцінювати емоційний складник повідомлення з позиції стереотипів;
* залучати когнітивний дисонанс (протиріччя між зовнішнім повідомленням та власними віруваннями/переконаннями, що призводить до ігнорування вихідного повідомлення).

Також для протидії маніпулюванню варто покладатися лише на себе, зокрема, завдяки аналітичному мисленню, когнітивному дисонансу, контролю емоцій тощо [52].

Ще сильніший вплив надає так званий ефект першого повідомлення. Та інформація, яку людина почула першою, надасть вирішальний вплив на її оцінку ситуації, навіть якщо згодом розкриється факт дезінформації або фальсифікації. Одним із маніпулятивних прийомів у мережі Інтернет є так зване посилання на «очевидців» або навіть написання матеріалів від імені «очевидців» [52], що в кіно може бути подано в якості документалістики.

Онлайн-медіа схильні вдаватися до більш радикальних методів залучення уваги: використовують велику сенсаційність у заголовках, роблять ставку на шокуючий контент.

Звертаючись до методів протидії маніпулятивним технологіям, можна виділити наступні:

1. «Психологічне щеплення», яке формується через попереднє критичне сприйняття аналогічної, але менш інтенсивної маніпуляції. У цьому плані показова практика, що існувала в СРСР «Читання між рядків»: сприйняття і інтерпретація трансльованої офіційними ЗМК інформації з точки зору її апріорної недостовірності.

2. «Інформаційний карантин» (періодична відмова від звернення до ЗМК) для підвищення здатності до критичного сприйняття повідомлень.

3. «Креативне сприйняття» (свого роду ігрове осмислення одержуваної інформації, таке як інтерпретація її з протилежної точки зору, доведення до крайності пропонованих тез, транслювання пропонованої інтерпретації на аналогічні ситуації).

4. «Відхід у беземоційність» (уявне відділення раціонального змісту повідомлення від його оцінок) [53]. Ці ж прийоми можна застосовувати і щодо кіноіндустрії.

У мистецтві самозахисту від маніпулювання немає і не може бути готових (єдиних) рецептів. Люди незалежно від того, хто з них є суб’єктом маніпулювання, а хто – об’єктом, суттєво різняться психічними особливостями та фізичним розвитком. Тому кожна людина може (повинна) створювати свій комплекс прийомів і способів самооборони, який, до речі, не може бути універсальним [39]. Однак, на нашу думку найважливішим є формування критичного мислення, що означає цілеспрямоване навчання активному сприйняттю інформації, розпізнаванню її структурних та змістовних характеристик, здатності до адекватної оцінки джерел та каналів інформування.

В розділі було визначено, що для прикладного дослідження [використання маніпулятивних технологій в кіноіндустрії](#_Toc11493) доцільно застосувати якісну стратегію, що спрямована на розкриття прихованих сенсів та субєктивних аспектів сприйняття. В рамках цієї стратегії застосовано кейс-метод, що дозволяє розглянути конкретні випадки застосування маніпулятивних технологій в кіноіндустрії.

Проаналізовано фільми «Матриця» та «Шоу Трумана» в яких засобами кіномистецтва піднімаються досить важливі соціальні проблеми. На основі цих кейсів можна побачити як у кіноіндустрії використовуються технології маніпуляції та те, що кінофільми відображають існуючі в суспільстві тенденції (споживання та надспоживання, технологізація та цифровізація, всеохоплююча «відкритість» у віртуальному світі тощо), соціальні трансформації за допомогою розстановки сюжетних акцентів і зображення можливих шляхів розвитку подій (зазвичай у найбільш загрозливих фомах). Крім того, у фільмах показані певні моделі управління (тоталітарна система світу Матриці простистоїть демократичній моделі Сіону) та соціальних зв’язків (наприклад, самоорганізація громадян Сіону, які усвідомлюють як свій індивідуальний інтерес, так і зв'язок з інтересами інших чи навпаки, споживацьки-утилітарний підхід глядачів шоу Трумана), що можуть впливати на формування у глядачів потреби копіювати і наслідувати їх.

Також в розділі розглянуті основні [рекомендації щодо протидії маніпулятивним технологіям в кіноіндустрії](#_Toc28109). Визначено, що у мистецтві самозахисту від маніпулювання немає універсальних рецептів, тому кожна людина може створювати свій комплекс прийомів і способів «самооборони». Однак, найважливішим тут є формування критичного мислення, що означає цілеспрямоване навчання активному сприйняттю інформації, розпізнаванню її структурних та змістовних характеристик, здатності до адекватної оцінки джерел та каналів інформування.

**ВИСНОВКИ**

В магістерькій роботі було розглянуто основні поняття дослідження: «маніпуляція», «маніпулятивна технологія», «кіно», «кіноіндустрія». Визначено, що зміст маніпуляцій полягає у тому, щоб контролювати поведінку людей, управляти, одержувати над ними владу чи перевагу за рахунок обмеження їхньої волі, створення такої ситуації, в якій об’єкт маніпулювання змушений поводитися вигідним способом для того, хто маніпулює, не маючи вибору чи не усвідомлюючи його.

Сама ж маніпуляція представляється як технологія подолання критичної рефлексії індивідів, навіювання їм заданих маніпулятором уявлень, цілей та цінностей як основи відтворення соціальних практик. Щодо поняття «кіноіндустрія», то воно охоплює художньо-естетичну сторону створення кіно, технічні та технологічні аспекти його створення та соціокультурні особливості його впливу на аудиторію.

Здійснено огляд стану наукової розробки проблеми використання маніпулятивних технологій в кіноіндустрії та зясовано, що цей напрямок є маловиченим, оскільки більшість досліджень кіно є прикладними (наприклад, дослідження кіноспоживання та популярності/непопулярності кінопродукції) вони не носять мистецтвознавчого характеру, тож цей напрямок потребує подальшого розвитку.

З точки зору маніпулятивних впливів більшість досліджень в цьому контексті мають психологічний характер, а маніпуляції в кіно вивчаються з точки зору їх впливу на процес соціалізації у дітей та підлітків і не відображають особливостей зображення маніпулятивних технологій на екрані.

Окреслено методологічну основу дослідження використання маніпулятивних технологій в кіноіндустрії, що включає як загальнонаукові та загальнофілософські методи і підходи, так і соціологічні (соціокультурний підхід, візуальний аналіз).

Розглянуто сутність та зміст маніпулятивних технологій в кінематографі та з’ясовано, що сучасні засоби мосової комунікації, в тому числі і кінематограф, мають досить різноманітний арсенал маніпулятивних технологій впливу на аудиторію і часто ними користуються. Основними маніпулятивними способами впливу, що реалізуються в продукції кіноіндустрії є дезінформування, маніпулювання та вплив на масову свідомість. Особливо дієвим з точки зору маніпулювання масовою свідомістю у кіномистецтві є використання емоційної складової та застосування міфологічних образів героїв і сценаріїв розгортання подій фільму.

Досліджено вплив маніпулятивних технологій в кіноіндустрії на людину та суспільство. Вони сприяють порушенню звичних соціальних комунікацій, вступають у конфлікт з цінностями саморозвитку, тим самим ускладнюють процеси побудови ієрархії ціннісних орієнтацій (особливо у дітей та молоді). Пропонуючи глядачеві певну систему цінностей, тип поведінки, які продукуються через образи героїв і антигероїв, кіно спонукає до копіювання, до бажання домагатися мети, через ті засоби і методи, які приносять успіх персонажам кінофільмів.

Визначено також особливості використання маніпулятивних технологій в сучасній кіноіндустрії та проаналізовано вплив, який чинить кінематограф на формування як свідомості індивіда, так масової свідомості. Наприклад, ропонуючи глядачеві певну систему цінностей, тип поведінки, які продукуються через образи героїв і антигероїв, кіно спонукає до копіювання, до бажання домагатися мети, через ті засоби і методи, які приносять успіх персонажам кінофільмів.

Визначено, що для прикладного дослідження використання маніпулятивних технологій в кіноіндустрії доцільно застосувати якісну стратегію, що спрямована на розкриття прихованих сенсів та субєктивних аспектів сприйняття. В рамках цієї стратегії застосовано кейс-метод, що дозволяє розглянути конкретні випадки застосування маніпулятивних технологій в кіноіндустрії.

Проаналізовано фільми «Матриця» та «Шоу Трумана» в яких засобами кіномистецтва піднімаються досить важливі соціальні проблеми. На основі цих кейсів можна побачити як у кіноіндустрії використовуються технології маніпуляції та те, що кінофільми відображають існуючі в суспільстві тенденції (споживання та надспоживання, технологізація та цифровізація, всеохоплююча «відкритість» у віртуальному світі тощо), соціальні трансформації за допомогою розстановки сюжетних акцентів і зображення можливих шляхів розвитку подій (зазвичай у найбільш загрозливих фомах). Крім того, у фільмах показані певні моделі управління (тоталітарна система світу Матриці простистоїть демократичній моделі Сіону) та соціальних зв’язків (наприклад, самоорганізація громадян Сіону, які усвідомлюють як свій індивідуальний інтерес, так і зв'язок з інтересами інших чи навпаки, споживацьки-утилітарний підхід глядачів шоу Трумана), що можуть впливати на формування у глядачів потреби копіювати і наслідувати їх.

Також в роботі розглянуті основні рекомендації щодо протидії маніпулятивним технологіям в кіноіндустрії. Визначено, що у мистецтві самозахисту від маніпулювання немає універсальних рецептів, тому кожна людина може створювати свій комплекс прийомів і способів «самооборони». Однак, найважливішим тут є формування критичного мислення, що означає цілеспрямоване навчання активному сприйняттю інформації, розпізнаванню її структурних та змістовних характеристик, здатності до адекватної оцінки джерел та каналів інформування.

**СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ**

1. Шостром Э. Человек-манипулятор. URL : <http://psylib.org.ua/books/shost01/index.htm> (дата обращения: 02.09.2021).

2. Козлова О. Н. Манипуляция сознанием и субъектность в ХХI веке. *Вестник РГГУ. Серия «Философия. Социология. Искусствоведение»*. 2010. №3 (46). URL : https://cyberleninka.ru/article/n/manipulyatsiya-soznaniem-i-subektnost-v-hhi-veke-1 (дата обращения: 06.09.2021).

3. Скрипкарь М. В. Манипулятивные технологии кинематографа. *Вестник БГУ*. 2009. №6. URL : https://cyberleninka.ru/article/n/manipulyativnye-tehnologii-kinematografa (дата обращения: 06.09.2021).

4. Кино. *Социологическая энциклопедия* URL : https://voluntary.ru/termin/kino.html (дата обращения: 06.09.2021).

5. Тримбач С.В. Кіноіндустрія. URL : <https://esu.com.ua/search_articles.php?id=6935> (дата звернення 14.09.2021).

6. Москаленко М. Історія становлення та розвитку кінопромисловості в Україні. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Юридичні науки.* 2014. Вип. 1. С. 97-100.

7. Жабский М.И. Феномен массовости кино. Социокультурная драма кинематографа: Аналитическая летопись (1969-2005 гг.). Москва : Канон+, 2009. С. 19-50.

8. Евсеева Я.В., Ядова М.А. Социология кино и театра: история и современность: введение к тематическому разделу. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/sotsiologiya-kino-i-teatra-istoriya-i-sovremennost-vvedenie-k-tematicheskomu-razdelu (дата обращения: 29.09.2021).

9. Мкртычева М. С. Кино как предмет социологического изучения: возможности и перспективы. URL : http://teoria-practica.ru/rus/files/arhiv\_zhurnala/2012/12/s%D0%BEci%D0%BEl%D0%BEgiy%D0%B0/mkrtycheva.pdf (дата обращения: 29.09.2021).

10. Рейтблат А. И. Социология кино. URL : https://cyberleninka.ru/article/n/sotsiologiya-kino-i-teatra-istoriya-i-sovremennost-vvedenie-k-tematicheskomu-razdelu (дата обращения: 01.10.2021).

11. Коновалов О. Є. Перспективи соціологічних досліджень артхаусного кінематографа. *Вісник Львівського університету. Серія соціологічна.* 2015. Випуск 9. С. 254-260.

12. Виставкіна Д. О. Методологічні проблеми української соціології кіно. *Международный научный журнал «Интернаука».* № 12 (34), 2017. С. 25-26. URL : http://dspace.onu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/18779/1/25-26.pdf (дата звернення: 31.09.2021).

13. Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. Москва : ЧеРо, Издательство МГУ, 1997. 344 с.

14. Горанчук В. В. Психология делового общения и управленческих воздей­ствий. Санкт-Петербург : Издательский Дом «Нева»; Москва : «ОЛМА-ПРЕСС Инвест», 2003. 288 с. URL : https://www.phantastike.com/contact/business\_communication/html/ (дата обращения: 01.10.2021).

15. Князева И. В. Историческая эволюция форм манипуляции общественным сознанием. *NOMOTHETIKA: Философия. Социология. Право.* 2010. №20 (91). URL : https://cyberleninka.ru/article/n/istoricheskaya-evolyutsiya-form-manipulyatsii-obschestvennym-soznaniem (дата обращения: 30.10.2021).

16. Задорожна М. І. Державне управління в умовах гібридної війни : Маніпуляцій суспільною свідомістю. Публічне адміністрування: теорія і практика. *Електронний збірник наукових праць Дніпропетровського регіонального інституту державного управління*, 2017. Вип 2/18. URL : http://www.dridu.dp.ua/zbirnik/2017-02(18)/8.pdf (дата звернення: 30.10.2021).

17. Философский энциклопедический словарь. / Ред.-сост. Е.Ф. Губский и др. Москва : ИНФРА-М, 1999. 576 с.

18. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. Москва : «Добросвет», «Книжный дом «Университет», 1998 596 с.

19. Сербин В. А. Проблемы семиотической интерпретации значения в кино. *Вестн. Том. гос. ун-та. Философия. Социология. Политология*. 2014. №4 (28). URL : https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-semioticheskoy-interpretatsii-znacheniya-v-kino (дата обращения: 06.10.2021).

20. Лотман Ю. Семиотика кино и проблемы киноэстетики. URL : http://www.etnolog.org.ua/pdf/e-biblioteka/mystectv/kino/lotman\_yu\_semiotika\_kino\_i\_problemy\_kinoestetiki.pdf (дата обращения: 06.10.2021).

21. Эко У. О Членениях Кинематографического Кода. URL : http://www.kinovoid.com/2016/03/umberto-eko-kinematograficheskiy-kod.html (дата обращения: 06.10.2021).

22. Назаретян П.В. Социально-философский анализ теорий кино. *Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук.* 2016. №1-1. URL : https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialno-filosofskiy-analiz-teoriy-kino (дата обращения: 09.10.2021).

23. Малви Л. Визуальное удовольствие и нарративный кинематограф. *Антология гендерной теории*. Минск: Пропилеи, 2000. 286 с.

24. Усманова А.Р. Женщины и искусство: политики репрезентации. *Введение в гендерные исследования.* Ч. 1 : Учебное пособие / Под ред. И.А. Жеребкиной. Харьков : ХЦГИ, 2001; Санкт-Петербург : Алетейя, 2001. С. 465-492.

25. Социокультурный и институциональный подходы как основа позитивной социологии в России. *Социологические исследования.* 2002. № 12. 24 декабря. URL : https://www.hse.ru/news/1163603/1095579.html (дата обращения: 01.11.2021).

26. Белякова Ю. Л. Социокультурный подход: этапы формирования и оссоциокультурный подход: этапы формирования и основные императивы. Государственное управление. Электронный вестник. 2011. №29. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/sotsiokulturnyy-podhod-etapy-formirovaniya-i-ossotsiokulturnyy-podhod-etapy-formirovaniya-i-osnovnye-imperativy (дата обращения: 30.10.2021).

27. Яковлєв М.В. Техніки та алгоритми аналізу візуального матеріалу: розмежування якісних і кількісних підходів. *Наукові записки НаУКМА*. 2011. Т. 122 : Соціологічні науки. С. 9-13.

28. Солдатова В. Ю. Візуальні дослідження в соціології – методологічні засади та методичні засоби : автореф. дис. ... канд. соцiол. наук : 22.00.02  ; НАН України, Ін-т соціології. Київ, 2016. 15 с.

29. Кракашова В. Д. Специфика манипулятивных технологий кинематографа в управлении сознанием молодежи. Молодой ученый. 2020. № 51 (341). С. 461-463. URL : https://moluch.ru/archive/341/76725/ (дата обращения: 30.10.2021).

30. Лігачова Н., Черненко С., Іванов В., Дацюк С. Маніпуляції на ТБ. URL : https://detector.media/php\_uploads/files/books/kniga\_tb\_teror.pdf (дата звернення: 30.10.2021).

31. Стельмашов А. Використання маніпулятивних технологій на телебаченні URL : http://oldconf.neasmo.org.ua/node/201 (дата звернення: 27.10.2021).

32. Челышева И.В. Социокультурное поле медиа: реальность, коммуникация, человек. М: МОО «Информация для всех», 2016. 178 с. URL : https://ifap.ru/library/book586.pdf (дата обращения: 05.11.2021).

33. Тарковский А. Запечатленное время. URL: https://kinoart.ru/texts/andrey-tarkovskiy-zapechatlennoe-vremya (дата обращения: 05.11.2021).

34. Якимов А. Е. Особенности конструирования хронотопа в немецком киноэкспрессионизме 1920-х гг. *Известия Уральского федерального университета. Сер. 3, Общественные науки.* 2019. Т. 14, № 3 (191). С. 72-85. URL : https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/77174/1/iuro-2019-191-07.pdf (дата обращения: 05.11.2021).

35. Шинахов А.А. Киноиндустрия сегодня: импульсы и барьеры развития. *ЭКО*. 2018. №9 (531). URL : https://cyberleninka.ru/article/n/kinoindustriya-segodnya-impulsy-i-bariery-razvitiya (дата обращения: 06.11.2021).

36. Серьезная информация, которая подается в «несерьезных» формах. Скрытое влияние в кино, литературе, ток-шоу. URL : https://nackor.org/ru/seryozna-informaciya-scho-poda-t-sya-v-neseryoznih-formah-prihovaniy-vpliv-v-kino-literaturi-tok-shou (дата обращения: 05.11.2021).

37. Зиновьева П. М. Модели поведения и ценностные паттерны в современных фильмах. Век информации, Т.1 №3 (6) январь 2019. URL : https://age-info.com/2019/03/%D0%BC%D0%BE%D0%B4%D0%B5%D0%BB%D0%B8-%D0%BF%D0%BE%D0%B2%D0%B5%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D1%8F-%D0%B8-%D1%86%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%BD%D1%8B%D0%B5-%D0%BF%D0%B0%D1%82%D1%82%D0%B5%D1%80/ (дата обращения: 05.11.2021).

38. Босов Д. В. Мейнстрим-кинематограф как фактор формирования ценностных ориентаций студенческой молодежи. URL : https://disser.spbu.ru/files/disser2/disser/rddPg48k3C.pdf (дата обращения: 05.11.2021).

39. Сугестивні технології маніпулятивного впливу : навч. посіб. / [В.М.Петрик, М.М.Присяжнюк, Л.Ф.Компанцева, Є.Д.Скулиш, О.Д.Бойко, В.В.Остроухов]; за заг. ред. Є.Д.Скулиша. 2-ге вид. Київ : ЗАТ “ВІПОЛ”, 2011. 248 с.

40. Бугаева Л. Кино и мозг. URL : https://pure.spbu.ru/ws/files/9318580/Bugaeva.pdf (дата обращения: 08.11.2021).

41. Скрипкарь М.В. Кинематографические предпочтения молодежи и их влияние на процесс манипуляции сознанием. *Гуманизация образования.* 2009. №3. URL : https://cyberleninka.ru/article/n/kinematograficheskie-predpochteniya-molodezhi-i-ih-vliyanie-na-protsess-manipulyatsii-soznaniem (дата обращения: 14.11.2021).

42. Культура України. Серія: Мистецтвознавство : зб. наук. пр. / Харків. держ. акад. культури ; за заг. ред. В. М. Шейка. Харків : ХДАК, 2017. Вип. 56. 340 c.

43. Кэмпбелл Д. Тысячеликий герой. Санкт-Петербург : Питер, 2018. 352 с.

44. Процедуры и методы социологического исследования. Практикум. Кн. 2. Качественное социологическое исследование: учебное пособие / под общ. ред. А. С. Готлиб. Самара : Изд-во «Самарский университет», 2014. 354 с. URL : http://repo.ssau.ru/bitstream/Uchebnye-posobiya/Procedury-i-metody-sociologicheskogo-issledovaniya-Praktikum-Kn-2-Kachestvennoe-sociologicheskoe-issledovanie-67963/1/%D0%93%D0%BE%D1%82%D0%BB%D0%B8%D0%B1%20%D0%90.%D0%A1.%20%D0%9F%D1%80%D0%BE%D1%86%D0%B5%D0%B4%D1%83%D1%80%D1%8B%20%D0%B8%20%D0%BC%D0%B5%D1%82%D0%BE%D0%B4%D1%8B.pdf (дата обращения: 16.11.2021).

45. Полухина Е. Кейс-стади как исследовательская стратегия. URL : <https://www.researchgate.net/publication/325827779_Kejs-stadi_kak_issledovatelskaa_strategia_stata> (дата обращения: 15.11.2021).

46. Киблицкая М.В., Масалков И.К. Методология и дизайн исследования в стиле кейс стади. Москва : Издательство Международного университета бизнеса и управления, 2003. 287с.

47. Хорольцева Е.Б., Убушаева А.Р., Ендонова Э.А. Использование коммуникативных манипуляций в кинематографе. *Стратегические коммуникации в современном мире*. Саратов, 2018. С. 319-324. URL : https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\_id=3377277 (дата обращения: 16.11.2021).

48. Беляев Д. А. Художественный Текст «Матрицы» как репрезентация симулякра идеи сверхчеловека в дискурсе постмодернистских симуляций. *Аналитика культурологии.* 2012. №23. URL : https://cyberleninka.ru/article/n/hudozhestvennyy-tekst-matritsy-kak-reprezentatsiya-simulyakra-idei-sverhcheloveka-v-diskurse-postmodernistskih-simulyatsiy (дата обращения: 17.11.2021).

49. Ермишина К. В. Фильмы постмодерна в призме гностицизма: пример «Матрицы» и «Облачного атласа». *Религиоведческие исследования*. 2018. №18. URL : https://cyberleninka.ru/article/n/filmy-postmoderna-v-prizme-gnostitsizma-primer-matritsy-i-oblachnogo-atlasa (дата обращения: 17.11.2021).

50. Ушкин С. Г. Симулякры и симуляция в зеркале современной киноиндустрии. *Гуманитарий: актуальные проблемы гуманитарной науки и образования.* 2010. №3. URL : https://cyberleninka.ru/article/n/simulyakry-i-simulyatsiya-v-zerkale-sovremennoy-kinoindustrii (дата обращения: 18.11.2021).

51. Алпатова К.С. Эссе к кинофильму «Шоу Трумана». URL : http://hopp.com.ua/discussion-club/truman\_show/ (дата обращения: 18.11.2021).

52. Щетініна Л. В., Рудакова С. Г., Труш О. А. Маніпулятивний вплив масмедіа: механізм, наслідки та рекомендації щодо протидії. *Бізнес Інформ*. 2019. №5. C. 246-252.

53. Сыцевич Е. В. Как понять, что тобой манипулируют. URL : https://perezhir.schools.by/m/pages/kak-ponjat-chto-toboj-manipulirujut (дата обращения: 20.11.2021).

**Декларація**

**академічної доброчесності**

**здобувача ступеня вищої освіти «магістр»**

**Запорізького національного університету**

Я, Хмарська Карина Олегівна, студентка IІ курсу магістратури, заочної форми навчання, факультету соціології та управління, спеціальність 054 «Соціологія», адреса електронної пошти karinazp20058@gmail.com:

* підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему «Соціологічний аналіз використання маніпулятивних технологій в кіноіндустрії» відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлена;
* заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;
* згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою інтернет-системи, а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

22.11.2021 К.О.Хмарська

Керівник:

доцент кафедри соціології,

к.соц.н., Т.О. Ратушна

22.11.2021 Т.О.Ратушна