## Для заказа доставки данной работы воспользуйтесь поиском на сайте по ссылке: <http://www.mydisser.com/search.html>

Одесский национальный университет имени И. И. Мечникова

На правах рукописи

Выставкина Дарья Олеговна

УДК 316.775.4:791.45.073

«ТИПОЛОГИЯ КИНОПОТРЕБЛЕНИЯ В СОВРЕМЕННОМ СОЦИОКУЛЬТУРНОМ ПРОСТРАНСТВЕ УКРАИНЫ»

22.00.04 - специальные и отраслевые социологии

Диссертация на соискание ученой степени

кандидата социологических наук

Научный руководитель

Лычковская Оксана Рейнгольдовна

кандидат социологических наук,

доцент

ОДЕССА - 2009

**СОДЕРЖАНИ**Е

[ВВЕДЕНИЕ 3](#_Toc238306561)

[РАЗДЕЛ   1.     ТЕОРЕТИКО - МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ      АСПЕКТ ИССЛЕДОВАНИЯ КИНЕМАТОГРАФА КАК СОЦИОКУЛЬТУРНОГО ЯВЛЕНИЯ 10](#_Toc238306565)

[1.1. Теоретико-методологические основы исследования кинематографа 11](#_Toc238306566)

[1.2. Кинематограф как социокультурное явление 28](#_Toc238306567)

[1.3. Проблема восприятия кино в контексте визуальной культуры 41](#_Toc238306568)

[Выводы к разделу 1 49](#_Toc238306569)

[РАЗДЕЛ 2. ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ КИНО В СОВРЕМЕННОМ СОЦИОКУЛЬТУРНОМ ПРОСТРАНСТВЕ 52](#_Toc238306570)

[2.1.Теоретико-методологические подходы к исследованию искусства: историко- социологический аспект 52](#_Toc238306571)

[2.2. Специфика формирования современного социокультурного пространства 63](#_Toc238306572)

[2.3. Функционирование кино в социокультурном пространстве Украины: кинопотребление в контексте культурных практик 72](#_Toc238306573)

[2.4. Роль кинопотребления в маркировании социокультурного пространства 92](#_Toc238306574)

[Выводы к разделу 2 104](#_Toc238306575)

[РАЗДЕЛ 3. КИНОАУДИТОРИЯ КАК СУБЪЕКТ КИНОПОТРЕБЛЕНИЯ 108](#_Toc238306576)

[3.1. Генезис представлений про сущность аудитории. Методические аспекты типологии киноаудитории 108](#_Toc238306577)

[3.2. Публика киноклуба как субъект кинопотребления 125](#_Toc238306578)

[3.3. Молодежная аудитория как субъект кинопотребления 140](#_Toc238306579)

[Выводы к разделу 3 152](#_Toc238306580)

[ВЫВОДЫ 156](#_Toc238306581)

[СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 162](#_Toc238306582)

[ПРИЛОЖЕНИЯ 182](#_Toc238306583)

# ВВЕДЕНИЕ

## Актуальность темы. В конце XX – начале XXI века функционирование кинематографа претерпело значительные перемены, что связано с изменениями социокультурного контекста в Украине, формированием принципиально новых и часто противоречивых условий политической, экономической и культурной жизни. Прежде всего Украины коснулись общие тенденции постиндустриального общества: глобализация и фрагментация культуры, развитие коммуникативных технологий, формирование «множественной» идентичности. «Взрыв» зрелищных форм ознаменовал становление новой визуальной эпохи, а также трансформации в общечеловеческой ментальности. В связи с радикальными изменениями украинского общества, можно констатировать определенные сдвиги в поле кино на институциональном уровне: в отношениях между государством и сферой производства кино, между кинопроизводителями и кинопотребителями, в усилении роли распространителей кино, которые сегодня обеспечивают контакт публики с фильмами. Следует заметить, что главным ресурсом, регулирующим взаимодействие кино и общества, стал экономический капитал.

Смещение акцентов в киноиндустрии затронуло характер кинопотребления в культурно-досуговой сфере. Посещение кино – столь популярный прежде способ проведения досуга – оказалось на периферии культурной жизни.Институционализация новых форм функционирования фильмов посредством технических носителей способствовала разрыву между публичными и приватными (домашними) культурными практиками.Сегодня в аудитории кино нарастают процессы дифференциации, усиливается индивидуализация кинопотребления, аудитория из «массы» перерастает в активный субъект, самостоятельно формирующий свой кинозрительский опыт в условиях плюрализма культуры. С социологической точки зрения кино можно рассматривать как значимый социальный инструмент, с помощью которого конструируются структурные дифференциации современного социокультурного пространства. Исследование кинопотребления как маркирующего социальные группы составляет *проблему* данного исследования.

**Степень научной разработки темы.** Междисциплинарный характер проблемы обусловил научный поиск ее решения в различных направлениях социологической теории и практики, включая социологию кино, социологию искусства, социологию массовой коммуникации, социологию пространства. Для более глубокого раскрытия темы были заимствованы результаты исследований из области истории и теории кино, общих положений социальной теории современного общества, концепций массовой культуры и культурных идентичностей, психологии видения.

Теоретико-методологический фундамент социологии кино раскрывается: Н. Хреновым [1], А. Рейтблатом [2], Ю. Цивьяном [3], М.Ямпольским [4]. Социология кино базируется на институциональном и семиотическом подходах. Институциональный аспект, отображающий принадлежность кино к индустрии искусства и средствам массовой информации, раскрывают взгляды: Т. Адорно [5], М. Хоркхаймера [6], В. Беньямина [7], Г. Шиллера [8], Е. Теплицы [9], Н. Зоркой [10], В. Демина [11], А. Семашко [12], Р. Шульги [13; 14], Н. Костенко [15], О. Лычковской [16], М. Опенкова [17], работы российского НИИ киноискусства [18 − 20]. Исследования «экранного» мира, репрезентация социальной реальности посредством кино содержатся в работах классиков - З. Кракауэра [21; 22], А.Базена [23], Э. Морено [24], Р. Барта [25], Ю. Лотмана [26]. В настоящее время это направление привлекает украинских и российских исследователей: Ю. Сороку [27 − 29], К. Тарасова [30], Т. Акиндинову [31], А. Смирнова [32].

Идея рассмотрения искусства как метабазиса культуры представлена украинской исследовательницей Р. Шульгой [33]. Кино как социальное явление, как сложный, многогранный, но единый феномен культуры 20 века анализируют Ж. Делез [34], А. Монтегю [35], Н. Хренов [36], М. Ямпольский [37; 38], Л. Худякова [39], Е. Бобринская [40].

Понимание социокультурного пространства с различных позиций представлено в работах: П. Бергера [41], Л. Ионина [42], Ю. Павлова, А.Смирнова [43], А. Докторовича [44]. Основы конструктивистского анализа социальных отношений и функционирования продуктов культуры как символических форм в социокультурном пространстве освящены французским социологом П. Бурдье [45], а также российским исследователем Б. Дубиным [46]. Подходы к анализу структуры социокультурного пространства Украины, а также формирования культурных идентичностей в современном обществе, обосновываются Н. Костенко [47], А. Ручка [48; 49], Л. Скоковой [50 − 52], Л.Бевзенко [53], Р. Кися [54], Н. Черныш [55]. Концепция дифференциации социального пространства посредством искусства (музыки) разрабатывалась К.Чепуровой [56].

Проблематика аудитории разрабатывалась на периферии нескольких отраслей социологического знания. Одно из ранних направлений − исследованию влияния массовой коммуникации. На Западе оно связано с именами Г. Блумера [57], П. Лазарсфельда [58], Т. Ньюкомба [59], Г. Хаймана [60], Д. Мак-Куэйла [61]. В советской науке изучению аудитории посвящены труды Б. Грушина [62], В. Коробейникова [63]. В рамках социологии культуры типологизация киноаудитории выступала объектом исследований у А. Вахеметсы и С. Плотникова [64], И. Левшины [65], Н. Лебедева [66], И. Лукшина [67]. В постсоветское время результаты исследований киноаудитории представлены в работах М. Жабского [68], И. Полуэхтовой [69; 70], С.Васильева [71], Е. Головахи [72]. Современные типологии украинской аудитории – медийной и кино – предложены Н. Костенко [73], О. Лычковской [74]. Тем не менее, необходимо констатировать, что типологии аудитории в контексте исследования кино как инструмента дифференциации социокультурного пространства Украины ранее не представлялись.

**Связь работы с научными программами, планами, темами.** Диссертационная работа связана с научно-исследовательской программой «Институциональные изменения и поиск новой идентичности (региональный аспект)» (№ 164, номер державной регистрации 0107U005075) кафедры социологии Института соци­альных наук Одесского национального университета имени И. И. Мечникова.

## Цель и задачи исследования.

*Целью* диссертационного исследования является разработка типологии киноаудитории в современ­ном социокультурном пространстве Украины.

Достижение цели предполагает решение следующих основных *задач:*

1. дать определение кинематографу в аспекте социального функционирования;
2. обосновать трактовку «видения» как социального действия в контексте визуальной культуры;
3. дать определение категории «социокультурное пространство», описать функциональные основания для его конструирования;
4. раскрыть специфику формирования практик в поле кинопроизводства, кинораспространения и кинопотребления на примере социокультурного пространства Украины;
5. дать теоретическое обоснование категории кинопотребления как культурной практики, служащей основанием для дифференциации социокультурного пространства и маркирования кинопотребительских групп;
6. дать определение киноаудитории и обосновать типологию кинопотребления;
7. охарактеризовать типы кинопотребления, определить сущностные характеристики исследуемых аудиторий.

**Объектом** исследования выступает социокультурное пространство Украины в аспекте кинопотребления.

**Предметом** исследования является типология кинопотребления в социокультурном пространстве Украины.

**Теоретико-методологическая основа исследования.** Теоретической основой диссертационного исследованияпослужила концепция социокультурного пространства П. Бурдье. На формирование концепции кино как социального инструмента в маркировании социокультурного пространства оказали влияние некоторые положения социологии пространства, а также концепций социальной структуры и отношений П. Бергера, Б. Дубина, Г. Зиммеля, В. Ильина, Л. Ионина, Дж.Мида, Т. Парсонса, П. Сорокина, К. Чепуровой.

*Методы исследования,* используемые в диссертации, можно разделить на общенаучные и специальные. К общенаучным методам принадлежат: исторический, системный и сравнительный анализ, синтез, дедукция, индукция, обобщение, типологизация. Для сбора социологической информации был выбран метод опроса. Для типологизации аудиторий использовались методы описательной статистики и многомерной классификации данных, такие как: простая и перекрестная группировка, анализ множественных ответов, факторный анализ, иерархический и двухшаговый кластерный анализ, кластерный анализ центров, многомерный корреспонденс-анализ.

**Эмпирическая база исследования** основывается на результатах следующих исследований: 1) социологическое исследование «Портрет зрителя арт-хаусного кино» (2004 г.), *N*=100, метод – основного массива. Исследование проводилось автором самостоятельно; 2) социологическое исследование студенческой аудитории (2005 г.), *N*=450, метод − целенаправленная выборка «типовых объектов». Исследование проводилось среди студентов Одесского на­ционального университета им. И. И. Мечникова и Одесского национального политехнического университета по месту учебы, с учетом таких критериев, как возраст (19−20 лет) и специальность (социально-гуманитарная, естественно-научная, техническая). Руководитель исследования – к. соц. н., доцент Лычковская О. Р. (при участии автора); 3) общеукраинский мониторинг за 1994, 1997, 2000,2003, 2004 годы, а также исследования «Украинская альтернатива» за 2003 год (Институт социологии НАН Украины).

## Научная новизна полученных результатов. В диссертации разработана социологическая концепция кинопотребления как инструмента дифференциации социокультурного пространства и маркирования киноаудитории. Научная новизна данной концепции раскрывается в следующих положениях:

*впервые:*

− обоснована трактовка «видения» как социального действия. Видение как действие обусловлено габитусом, который сформирован индивидуальными особенностями и социальными (экономическими, культурными и техническими) ресурсами индивида. Таким образом, можно говорить о существовании множества моделей «видения», имеющих социально-групповую принадлежность;

− предложены понятия: образ кинопотребления как компонент образа жизни, характеризующий объективные опосредования между кино и его восприятием различными социальными группами; стиль кинопотребления, отображающий диапазон вариативных практик в пределах образа кинопотребления, типы которого можно вывести на основании субъективных характеристик киноаудитории. Это позволило рассматривать практики кинопотребления как основанные на дифференциации позиций. Данная дифференциация позиций объективно существует в социокультурном пространстве и поддерживается художественным поведением в процессе поиска, выбора, способа приобщения к фильмам и их восприятия;

− осуществлена характеристика функциональных позиций и роли субъектов кинопроцесса в дифференциации и маркировании социокультурного пространства на основе комплексного анализа функционирования кино в социокультурном пространстве;

− реконструирована и обоснована эмпирическая типология кинопотребления молодежной и «стилевой» аудиторий в соответствии с положениями образа кинопотребления и стиля кинопотребления как категорий, характеризующих дифференциацию социокультурного пространства на основании объективных и субъективных характеристик;

*усовершенствовано:*

− понимание кинематографа в широком социальном смысле как взаимодействующей системы сфер кинопроизводства и кинораспространения, которая формирует с помощью технических средств мегааудиторию со схожим социокультурным визуальным опытом, а также множество социальных общностей, объединенных общими практиками кинопотребления;

− понятие киноаудитории как социальной общности. Киноаудитория понимается как социокультурная общность людей, объединенная схожим социокультурным опытом, приобретенным в практиках кинопотребления вне очерченных конкретных пространственно-временных границ, − мегааудитория. В ее структуре можно выделить множество социальных групп, объединенных общим событием или практиками кинопотребления, имеющими конкретные пространственно-временные характеристики;

*систематизировано:*

− понимание социокультурного пространства как специфической пространственно-временной целостности, образованной в процессе функционирования социального пространства во взаимосвязи с культурными параметрами. В социокультурном пространстве можно выделить реальное социальное пространство, под которым понимается сопряженная с физическим пространством социальная структура, максимально охватывающая все стороны жизнедеятельности человека и общества, а также перцептивное пространство или культуру в широком смысле ее определения;

− типологизирующие характеристики аудитории, к которым отнесены: величина (объем) аудитории, внешняя (социально-групповая) структура киноаудитории, внутренняя структура киноаудитории (сформированная на основании показателей степени и формы приобщения к кино).

**Теоретическое и практическое значение полученных результатов.** Теоретическое значениесостоит вобосновании концепции кинопотребления как процесса, маркирующего социокультурное пространство, что создает теоретическую основу для построения типов аудитории в условиях усложнения социальной структуры, плюрализации жизненных и культурных стилей, формирования «множественных» идентичностей посредством символических форм.

Полученные диссертантом результаты могут быть использованы для дальнейших социологических исследований киноаудитории, а также для решения практических задач по формированию политики кинотеатров и киноклубов, досугового времяпровождения молодежи, в ходе профессиональной подготовки кадров в киноиндустрии. Методологические положения и результаты эмпирических исследований могут быть использованы при разработке курсов: «социология кино», «социология искусства», «социология культуры».

**Апробация результатов диссертации.** Основные положения диссертационного исследования были представлены на следующих научно-практических конференциях: «Поліетнічне середовище: культура, політика, освіта» (Луганск, ноябрь 2004 г.), «Сорокинские чте­ния» (Москва, декабрь 2004 г.), «Человек, культура и общество в контексте глобализации» (Москва, декабрь 2006 г.). Диссертация обсуждалась на методических семинарах кафедры социологии ИСН Одесского национального универси­тета имени И. И. Мечникова (Одесса, апрель 2009 г.), кафедры социологии Харьковского национального университета имени В. Н. Каразина (Харьков, июнь 2009 г.).

Результаты исследования нашли свое применение в подготовке практических занятий к курсу «Практикум по СМИ» (Одесский национальный университет имени И.И.Мечникова), в разработке лекций к курсу «PR-технологии в социальной работе» (Одесский национальный политехнический университет), в подборе киноиллюстраций к материалам курса «Теоретическая социология» (Одесский национальный политехнический).

**Публикации.** Основные положения и выводы диссертации были опубликованы в 8 публикациях, одна из которых написана в соавторстве с кандидатом социологических наук, доцентом О. Р. Лычковской, три − самостоятельные статьи опубликовано в изданиях, сертифицированных ВАК Украины.

# ВЫВОДЫ

Киноискусство,сочетая в себе достижения науки, техники и различных видов искусств, остается одним из самых неоднозначных в познании феноменом ХХ века. Кинематограф, получив популярность как ярмарочный балаган, призван­ный удовлетворять потребности человека в развлечении и удивлении, постепенно стал мощным идеологическим средством, создавая определенную картину мира и являясь носителем социальной информации, пропагандируя ценности и устанавливая нормы.

Для достижения цели изучения кинопотребления в современном обществе, мы исходили из следующих предпосылок:

− необходимости исследования социокультурного пространства как функционирующей социальной структуры, сопряженной с реально существующим пространством, воспроизводство которой возможно благодаря взаимодействию субъектов (индивидов, институций, систем), разделяющих общую ценностно-символическую систему;

− важности определения роли процессов кинопроизводства, кинораспространения, кинопотребления в дифференциации и маркировании позиций в социокультурном пространстве. Под позициями понимаются субъекты кинопрактик, фильмы, а также культурные образования (журналы, кинотеатры, киноклубы и т.д.). Таким образом, социологически кино можно понимать не только как отдельный социальный институт или как форму социального дискурса, но также как значимый социальный инструмент, конструирующий структурные дифференциации современного социокультурного пространства;

− целесообразности рассмотрения практик кинопотребления, как одновременно объективных и субъективных, детерминированных и спонтанных. Для характеристики практик кинопотребления выделяются понятия образ кинопотребления и стиль кинопотребления. Образ кинопотребления связывается с образом жизни и является совокупностью устойчивых и предопределенных характеристик художественного поведения, зависящего от социального положения группы, к которой принадлежит индивид. В качестве основных факторов, влияющих на образ кинопотребления, выступают территориальные и социально-демографические показатели, которые можно назвать внешними объективными опосредованиями в восприятии кино. Стиль кинопотребления – это категория, отражающая диапазон вариативных практик в пределах образа кинопотребления. Стилеобразующими факторами являются: вкус, культурно-образовательный потенциал, визуальный опыт, стили поведения и т.п. Для характеристики вкусовых предпочтений и культурно-образовательного потенциала индивидов обосновывается использование жанрового подхода. Таким образом, практики кинопотребления рассматриваются как маркирующие и воспроизводящие дифференциации в социокультурном пространстве.

В ходе анализа эмпирических данных были сделаны следующие выводы. Субъектом кинопотребления является аудитория. Учитывая условия формирования современной аудитории, распространенности СМИ и коммуникационных технологий фиксируется формирование мегааудитории как социальной общности, объединенной общим социокультурным визуальным опытом. Около 70% граждан Украины из всех телепередач предпочитают кино. Они образуют украинскую мегааудиторию кино, функционирование которой позволяет говорить о реальности существования киноаудитории не только в границах традиционного просмотра в кинотеатре, когда аудитория имеет конкретные пространственно-временные очертания, но и в случае ее распыленности в пространстве.

Структуру рассредоточенной аудитории мы исследовали на примере молодежи. Студенческая аудитория представляет молодежный образ жизни, в котором практики кинопотребления занимают особое место в системе проведения досуга. Основным источником просмотра фильмов является телевидение − это около 85% (только 15,6% совсем не смотрят фильмов по ТВ), достаточно высокое место занимают коммуникационные технологии (в целом около 63% смотрит кино по носителям), распространено посещение кинотеатров (51%) и специализированных показов (28%). Интерпретируя эти данные можно говорить о высокой степени приобщенности к кино студентов. В то же время как рассредоточенная аудитория, очевидно, эта группа должна быть гетерогенной. Действительно, факторный и кластерный анализ данных позволил выделить как минимум четыре типовых стиля кинопотребления: «эмоционально-познавательный» (15%), «эстетический» (13%), «рекреационный» (55%), «развлекательный» (17%). Следует отметить, что наиболее гомогенную группу представляют массовые предпочтения к кино. Однако на фоне массовизации культуры явно очерчивается процесс демассовизации, переход от типа массовой аудитории как объекта влияния к типу аудитории «активного субъекта».

На основании результатов теста хи-квадрата и многомерного корреспонденс-анализа были получены портреты типов студенческой аудитории. Студенты эмоционально-познавательного типа (15%). В кино их привлекает, прежде всего, содержание, им также интересно кино, в котором есть яркий и сильный герой. Эту потребность большей частью удовлетворяет европейское кино, фильмы для просмотра могут быть как старые, так и новые. Представители данного типа кино смотрят ежедневно по телевидению, не пользуются коммуникационными технологиями, кинотеатр посещают нерегулярно. Его составляет женская аудитория, студенты гуманитарного факультета. Для эстетического типа (13%) при выборе фильмов значимы качественные характеристики: игра актеров и режиссерская работа. Студенты – «эстеты» сдержанно отзываются о кино, рассказывающем о «таких же, как и я». Информацию об интересующих фильмах они в основном получают из справочных материалов, таким образом, их кинопрактики носят активный характер. Третий тип характеризует кинопотребление с целью рекреации – 55% студентов. Для расслабляющегося с помощью кино типа привлекательность фильмов заключается в сюжетных характеристиках. Их не интересуют кино о «таких, как и я». Его представляют мужчины и респонденты, чьи кинопрактики носят нерегулярный характер: просмотр кино по видео несколько раз в неделю, редкое посещение или непосещение кинотеатров. Для четвертого типа кинопотребление играет роль развлечения – 17% студентов. Этот тип не склонен искать ответы на вопросы посредством кино, его привлекают зрелищные фильмы, звуковые дорожки в кино. Его представители предпочитают американское кино, а также в основном современные фильмы.

В противоположность рассеянной аудитории кинотеатральную публику определяют как гомогенную группу, социальную общность людей, объединенную потребностью в коллективным просмотре кино. В рамках авторского исследования была опрошена группа посетителей киноклуба «U-Cinema». Для описания сущностных характеристик киноклубной аудитории были выделены критерии, дающие представления о ее внутренней структуре: сплоченность, регулярность посещения киноклуба, характер приобщения к кино. 74% опрошенных зрителей представляют консолидированную аудиторию киноклуба. В целом, данная общность оказалась сравнительно устойчивой во времени, консолидированной и регулярной. Наиболее консолидированной является аудитория, посещающих киноклуб от 3 лет и более (25%), а модальной является группа посетителей, приобщившихся к киноклубу во временном интервале от года до трех лет (54 %). В общей характеристике киноклубников были отмечены следующие черты. К кино в большей степени приобщены женщины (68%), зрелые люди – от 31 до 55 лет (62%), образованные (91% регулярно посещающих киноклуб имеют высшее и незаконченное высшее образование), со средним и выше среднего материальным достатком (78%). На основании стилевых практик кинопотребления было выделено два типа киноклубников. Коммуникативный тип (25%), для которого киноклуб значим как место общения. Культурно-приобщенный тип (75%), который включает заинтересованных в просмотре фестивального и национального кино (58%), а также новаторов (17%). С помощью корреспонденс-анализа были получены портреты этих типов. Коммуникативный тип включает в себя женатых/замужних посетителей, старше 31 года, регулярно посещающих киноклуб, для которых он является традиционным способом проведения досуга, значим как известный культурный центр, а также как место общения с друзьями. Культурно-приобщенный тип охватывает респондентов в возрасте от 18 до 30 лет, не состоящих в браке, для которых характерно избирательное посещение киноклуба с целью просмотра нового, фестивального или национального кино.

По результатам диссертационного исследования было сделано несколько значимых выводов. Аудитория, представляющая стилевое кинопотребление, дифференцирована в меньшей степени, чем аудитория, характеризующая образ кинопотребления. Если в киноклубной аудитории можно выделить два основных типа кинозрителей, то в студенческой аудитории − четыре. Мотивы приобщения к кино в обеих аудиториях в значительной степени детерминированы внешней средой, при этом влияние внешней среды может выражать элементы престижа и персональных предпочтений (имена актеров, режиссеров, награды фильмов), влияние референтных групп (мнение близких, экспертов) или массового воздействия в случае рекламы. Тем не менее, мы выделили реактивное кинопотребление, как отражающее непосредственное влияние внешней среды на кинопрактики, и проактивное кинопотребление, в котором воздействия извне субъективируются. Проактивные практики кинопотребления в большей степени присущи зрителям киноклуба − 32% зрителей в сравнении с 21,8% студентов. Таким образом, чем визуально опытнее зритель, тем более осознанными и активными являются практики его кинопотребления.

Итак, в ходе диссертационного исследования было получено несколько типов кинопотребления: коммуникативный, культурно-приобщенный или эстетический, эмоционально-познавательный, рекреационный, развлекательный. В стилевой аудитории преобладает культурно-приобщенный тип − 75% от всех опрошенных посетителей киноклуба, а в студенческой аудитории доминирует рекреационный тип − 55% опрошенных. Соотнося результаты эмпирических исследований с теоретическими положениями, можно сделать вывод, что практики приведенных типов зрителей маркируют и воспроизводят, с одной стороны, уже сложившуюся дифференциацию в современном социокультурном пространстве Украины, а с другой, являются результатом культурных идентичностей индивидов.

Подводя итог, заметим, что кино выполняет целый ряд важных функций в обществе: эмоционально-эстетическую и эмоционально-познавательную, мировоззренческую и интеллектуальную, рекреационную и развлекательную. Кино, предоставляя возможность получить новый социальный опыт и испытать эстетическое наслаждение, одновременно способствует снятию напряжений в обществе, освобождает людей от негативных эмоций, вселяет надежду, и даже, быть может, спасает кому-то жизнь…

# СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Хренов Н. Социология кино: Энциклопедический словарь Кино / Н. Хренов. − М. : Сов. Энциклопедия, 1987. – С. 403−404.
2. Рейтблат А. Социология кино: Энциклопедический словарь Кино / А.И.Рейтблат. − М. : Сов. Энциклопедия, 1987. – С. 403−404.
3. Цивьян Ю. , Ямпольский М. Киноведение: Энциклопедический словарь Кино / Ю. Г. Цивьян. М. Б. Ямпольский.. − М. : Сов. Энциклопедия, 1987. – С. 179−186.
4. Ямпольский М. Семиотика кино: Энциклопедический словарь Кино / М.Ямпольский. − М. : Сов. Энциклопедия, 1987. – С. 384−385.
5. Адорно Т. Избранное: Социология музыки / Теодор В. Адорно. – М. - СПб.: Университетская книга, 1999. – 445 с.
6. Адорно Т. Диалектика просвещения. Философские фрагменты. / Макс Хоркхаймер, Теодор Адорно [пер. с нем. М. Кузнецова]. − М.- Спб. : Медиум, Ювента, 1997. − С. 149−209.
7. Беньямин В. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости / Беньямин В. // Избранные эссе / Под ред. Ю.А.Здорового. – М. : Медиум, 1996. − C. 66−91.
8. Schiller H. The Ideology of International Communication / Herbert I. Schiller. – New York : Seven Stories Press, 1992. − 342 p.
9. Теплиц Е. История киноискусства: в 4 т. / Ежи Теплиц (пер. с польского). – М.: Прогресс, 1971.

Т. 4: История киноискусства 1928−1933. – 1971. – 277 с.

1. Зоркая Н. На рубеже столетий. У истоков массового искусства в России 1900-1910 / Н. М. Зоркая. – М. : Наука, 1976. – 101 с.
2. Демин В. Кино в системе искусств / Вайсфельд И. В., Демин В. П., Соболев Р.П. // Встречи с X музой. Беседы о киноискусстве: Для учащихся старших классов. **−** Кн. 1. − М.: Просвещение, 1981. − С.108-166.
3. Семашко О. Соціологія мистецтва : Навч. посібник / О. М. Семашко. – Львів : Магнолія, 2005. – 244 с.
4. Шульга Р. Соціокультурний вимір художнього життя в Україні / Шульга Р. // Культура-суспільство-особистість: навч. посібник / За ред.. Л. Скокової. – К.: Інститут соціології НАН України, 2006. – С. 339−362
5. Шульга Р. Сучасний простір відносин мистецтва та споживача / Раїса Шульга. // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. − 2005. − №4. − С. 73−91.
6. Костенко Н. Ценности и символы массовой коммуникации / Костенко Н.В. − К.: Наук.думка, 1993. − 329 с.
7. Лычковская О. Коммуникативные практики массовой аудитории в эпоху информационного неравенства / Лычковская О. // Соціологічні дослідження №1(4). – Луганськ: Східноукраїнський національний університет ім. В. Даля, 2004. – С. 33−45.
8. Опенков М. Сетевые структуры и множественная субъективность [Электронный ресурс] / Михаил Опенков. Режим дост. к ст..: http://www.ifap. ru/library/book087.doc
9. Жабский М. И. Кино в современном обществе: функции-воздействие- востребованность / М. Жабский, К. Тарасов, Ю. Фохт-Бабушкин. – М. : Hayчно-исследовательский институт киноискусства, 2000. − 376 c.
10. Кино: Реалии и вызовы глобализации / [М. Жабский, Ю. Фохт-Бабушкин и др.] ; под. общ. ред. М. И. Жабского. – М.: Министерство культуры Российской Федерации, НИИ киноискусства, 2002. – 309 с.
11. Феномен массовости кино / [М. Жабский, Ю. Фохт-Бабушкин и др.] ; под. общ. ред. М. И. Жабского. – М.: НИИ киноискусства, Министерство культуры Российской Федерации, 2004. – 367 с.
12. Кракауэр З. «От Калигари до Гитлера. Психологическая история немецкого кино » / Зигфрид Кракауэр. - М. : Искусство, 1977. – 352 с.
13. Кракауэр З. Природа фильма. Реабилитация физической реальности / Зигфрид Кракауэр. – М. : Искусство, 1974. – 423 с.
14. Базен А. Эволюция киноязыка / Андре Базен // Что такое кино: сб. статей. – М. : Искусство, 1972. – 384 с.
15. Morin E. Le cinema ou J'homme imaginaire. / Morin, Edgar// Essais d'antropologie sociologique. − Paris: Les Editions de minuit, 1956. − pp. 97 −132.
16. Барт Р. Третий смысл. Исследовательские заметки о некоторых фотограммах С. М. Эйзенштейна / Ролан Барт. Строение фильма : (Некоторые проблемы анализа произведений экрана). – М.: Радуга, 1984. – С. 176 – 187 : ил.
17. Лотман Ю. Семиотика кино и проблемы киноэстетики [электронный ресурс] / Юрий Лотман. – Таллин : Ээсти Раамат, 1973. − Режим доступа к кн. : <http://biblioteka.teatr-obraz.ru/node/4480>
18. Сорока Ю. **Возвращение героя в постсоветском кинематографе как факт восприятия социальной реальности /** Юлия Сорока // Социология: теория, методы, маркетинг. – 2003. - №3. – С. 175−182.
19. Сорока Ю. Кинодискурс повседневности постмодерна // Постмодерн: новая магическая эпоха: Сб. статей [под ред. Л. Г. Ионина]. – Харьков, 2002. – С. 47−51. – 247 с.
20. Сорока Ю. Киноповествование в контексте концепции социального восприятия. / Сорока Ю. Г. // Тезисы докладов I Всероссийской научной конференции «Сорокинские чтения–2004: Российское общество и вызовы глобализации». – М. : Альфа-М, 2005. – Т. 5. – 512 с. – С.157−160
21. Тарасов К. Эффект воздействия насилия в художественных фильмах на подрастающее поколение : автореф. дис. на соиск. канд. степ : спец. 22.00.06 – «социология духовной жизни» / К. А. Тарасов. − М., 2000. − 21  с.
22. Акиндинова Т. Современное искусство на стыке эпох: размышляя о фильмах А. Сокурова. / Т. А. Акиндинова // Методология гуманитарного знания в перспективе XXI века. К 80-летию профессора Моисея Самойловича Кагана. Материалы международной научной конференции. 18 мая 2001 г. Санкт-Петербург. Серия «Symposium». – Вып. №12. − СПб.: [Санкт-Петербургское философское общество](http://anthropology.ru/ru/partners/psociety/index.html), 2001. − C. 275–278.
23. Смирнов А. Кинематографическая интерпретация проблемы знака и смысла (на примере творчества П. Гринуэя) / А.В. Смирнов // Studia cultura. – [Вып. 2](http://anthropology.ru/ru/texts/gathered/studia/02/index.html). − Альманах кафедры философии культуры и культурологии и Центра изучения культуры философского факультета Санкт-Петербургского государственного университета. − СПб.: [Санкт-Петербургское философское общество](http://anthropology.ru/ru/partners/psociety/index.html), 2002. − С.81−90.
24. Шульга Р. Искусство в практиках культуры. Социокультурологический очерк. / Р. П. Шульга. – К. : Институт социологии НАНУ; Институт философии НАНУ, 2008. – 240 с.
25. Делез Ж. Кино: в 2 т. / Жиль Делез (пер. с фр.). – М. : Ад Маргинем, 2004. – 622 с.
26. Монтегю А. Мир фильма / Айвор Монтегю. - Л. : Искусство, 1969. – 279 с.
27. Хренов Н. А. Кино: реабилитация архетипической реальности / Николай Хренов. – М.: Аграф, 2006. – 704 с. : ил. − (Серия «Кабинет визуальной антропологии»)
28. Ямпольский М. Кино как социальный фактор и явление культуры / М. Ямпольский [предисловие] // Из истории французской киномысли: Немое кино, 1911-1933. − М., 1988. − С. 3−10.
29. Ямпольский М. О близком (Очерки немиметического зрения) / Ямпольский М. – М.: Новое литературное обозрение, 2001. – 240 с.
30. Худякова Л. Кинематограф и эволюция его интерпретаций / Л.А. Худякова // Эстетика сегодня: состояние, перспективы. Материалы научной конференции. 20-21 октября 1999 г. Тезисы докладов и выступлений. СПб.: [Санкт-Петербургское философское общество](http://anthropology.ru/ru/partners/psociety/index.html), 1999. − С.89−91.
31. Бобринская Е. Русский авангард: границы искусства / Екатерина Бобринская. – М. : Новое литературное обозрение, 2006. − 304 с. : ил. 2.
32. Бергер П. Понимание современности / П. Бергер. // Социологические исследования. – 1990. − №7.– С. 127−133.
33. Ионин Л. Подступы к новой магической эпохе (вместо введения) / Ионин Л. // Постмодерн: новая магическая эпоха: Сб. статей [под ред. Л. Г. Ионина]. – Харьков, 2002. – С. 9−23.
34. Павлов Ю. Социальное пространство мира на рубеже третьего тысячелетия / Павлов Ю. М., Смирнов А. И. // Вестник Российского университета дружбы народов. – Cерия: Политология. – 1999. – № 1. – С. 82–93.
35. Докторович А. Социальный потенциал: системное исследование и анализ развития. / Докторович А. Б. // Вестник Московского унивеситета. Cерия 18: Социология и Политология. – 2007. – № 3. – С. 105–119.
36. Бурдье П. Социальное пространство: поля и практики / Бурдье П. ; [пер. Н. Шматко]. – СПб.: Алетейя, 2007. – 576 с.
37. Дубин Б. Интеллектуальные группы и символические формы: очерки социологии современной культуры / Дубин Б. В. – М.: Новое издательство, 2004. – 352 с. – (Новая история).
38. Костенко Н. Легітимація культурних ідентичностей / Наталія Костенко // Соціокультурні ідентичності та практики [під ред. А. Ручки]. – Київ: Інститут соціології НАН України, 2002. – С. 98−124. – 315 с.
39. Ручка А. Орієнтири концептуалізації ідентичності / А. Ручка // Соціокультурні ідентичності та практики [під ред. А. Ручки]. – К. : Інститут соціології НАН України. − 315 с.
40. Ручка А. Дім як приватний соціокультурний простір / Ручка А. О., Скокова Л. Г. // Вісник Львівського університету. − Сер.: cоціол. 2008. − Вип. 2. − С. 162–181.
41. Скокова Л. Культурно-дозвіллєві практики населення: поселенський контраст [Електронний ресурс] / Скокова Л. Г. − Режим доступу к ст.: <http://www.knukim.edu.ua/conferences_2004_proceedings_skokova.htm>
42. Скокова Л. Культурно-дозвіллєві практики як предметна царина сучасної соціології / Людмила Скокова. // Культура–суспільство−особистість : Навчальний посібник [за ред. Л. Скокової]. – К. : Інститут соціології НАН України, 2006. – 396 с.
43. Скокова Л. Актуальні культурні практики населення України / Людмила Скокова // Соціокультурні ідентичності і практики [під ред. А. Ручки]. – К. : Інститут соціології НАН України, 2002. – 315 с.
44. Бевзенко Л. Социальная роль и идентичность, связь с социосамоорганизационными процессами / Бевзенко Л. Д. // Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики. Міжвузівський зб. наук. праць. – Вип.19. – Одеса, 2002. – С. 8–10.
45. Кісь Р. Що таке соціокультурний простір? (від комунікативно-дискурсивних вимірів до сенсології культури) / Кісь Р. // Глобальне-національне-локальне (соціальна антропологія культурного простору). – Львів: Літопис, 2005. − 216 с.
46. Черниш Н. Варіації на тему ідентичності для соціокультурного оркестру / Н. Черниш, О. Ровенчак // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2007. − №1. – С. 33 − 49.
47. Чепурова К. И. Музыка в структуре социального пространства (Социологический анализ) : дис. …канд. социол. наук : спец. 22.00.06 / Чепурова Ксения Иосифовна. − Саратов, 2005. − 199 с.
48. Блумер Г. Коллективное поведение / Герберт Блумер // Американская социологическая мысль: тексты [под ред. В. И. Добренькова] ; [cост. Е. И. Кравченко]. − М.: Изд-во Моск. ун-та, 1994. – С. 167− 215.
49. Lazarsfeld P.Mass communication, popular taste and organized social action/ Lazarsfeld P., Merton R. − N.Y.: Harper and Brothers,1948. − 337 р.
50. Newcomb T. Personality and Social Change / Newcomb T. − N.Y. : Dryden Press, 1943. − 225 р.
51. Hyman H. The Psychology of Status / Hyman H. H. [Monograph]. − N.Y. : Archives of Psychology, 1942. − 269 р.
52. Мак-Куэйл Д. Теория массовой коммуникации / Д. Мак-Куэйл // Контексты современности–II. – Казань: Издательство Казанского университета, 2001. – 184 [1] c.
53. Грушин Б. Массовое сознание: Опыт определения и проблемы исследования. / Грушин Б. А. − М. : Политиздат, 1987. – 367 [1] c.
54. Коробейников В. Редакция и аудитория: Социологический анализ / Валерий Коробейников. – М. : Мысль, 1983. – 255 с.
55. Вахеметса А. Плотников С. Человек и искусство: (Проблемы конкретно-социологических исследований искусства) / Вахеметса А. Л. – Ф. Плотников С. Н. – М. : Мысль, 1968. – 195 с.
56. Левшина И. Как воспринимается произведение искусства: (Из опыта социологических исследований) / И. С. Левшина. – М.: Знание, 1983. – 96 с.
57. Лебедев Н. Кино и кинозритель (Заметки киноведа) / Н. А. Лебедев. − М.: Бюро пропаганды сов. искусства, 1969. – 55 с.
58. Лукшин И. Социальный портрет сельского зрителя / Лукшин И. П. // Сельская аудитория кинематографа. – М. : Институт теории и истории кино, 1979. – 197 с.
59. Киноаудитория на этапе перехода к рынку [под ред. М. Жабского]. – М.: ГЛАБАРТ, 1994. − 345 с.
60. Полуэхтова И. Американские фильмы на российском киноэкране / Полуэхтова И. А. // Социологические исследования. − 1994. − № 10. − С. 113−119.
61. Полуэхтова И. Кино в оценках и представлениях постсоветского зрителя / Полуэхтова И. А. // Социологические исследования. − 1996. − № 2. − С. 41− 44.
62. Васильев С. С. Отечественный кинематограф на рубеже эпох: история кризиса. 1986-1996 гг.: На примере Краснодарского края : автореф. дис. канд. ист. наук : спец. 07.00.02 / Васильев Сергей Сергеевич. − Краснодар, 2003
63. Головаха Е. Прошлое, настоящее и будущее украинского кинематографа в зеркале общественного мнения / Евгений Головаха // Зеркало недели. - №32 (457). – 23.08-29.08.2003. − С. 18.
64. Костенко Н. Медіа-класи або коди нерівності / Наталія Костенко // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2003. − №. 2.– С. 16 − 32.
65. Лычковская О. Визуальные коммуникативные масс-медийные практики современной молодежной аудитории / О. Р. Лычковская // Вестник Одесского национального университета им. И. И. Мечникова. − №10 (11) . – 2005. – С. 63 − 73.
66. Лисcа З. Эстетика киномузыки / Зофья Лиса (пер. с нем.). – М. : Музыка, 1970. – 495 с.
67. Жанкола Ж.-П. Кино Франции : пятая республика (1958-1978) / Жан Пьер Жанкола (пер. с фр.). – М. : Радуга, 1984. – 403 с.
68. Тынянов Ю. Об основах кино. Поэтика. История литературы. Кино / Ю. Н. Тынянов. - М. : Наука, 1977. – 574 с.
69. Малви Л. Визуальное удовольствие и нарративный кинематограф / Лаура Малви // Антология гендерной теории. [сост. Е.Гапова, А.Усманова ]. Минск: Пропилеи, 2000. – C. 280−296.
70. Собчак В. Девственность астронавтов: секс и фантастическое кино / Вивиан Собчак // Фантастическое кино. Эпизод первый : Сб. статей [сост. и научн. ред. Н. Самутина ]. – М. : НЛО, 2006. - С. 167-183.
71. Крид Б. Ужас и монструозно-феминное. Воображаемое отторжение (абъекция) / Барбара Крид // Фантастическое кино. Эпизод первый : Сб. статей [сост. и научн. ред. Н. Самутина ]. – М. : НЛО, 2006. – С. 183-213.
72. Горностаева М. Искусство как социологическое явление (некоторые современные аспекты в западной социологии искусства) / М. В. Горностаева // Социологические исследования. – 2004. − №4. – С. 84-90.
73. Мэнвелл Р. Кино и зритель / Р. Мэнвелл [пер. с англ.] − М: Изд-во иностр. лит-ры, 1957. − 188 с.
74. Белый А. Синематограф. / А. Белый // Критика. Эстетика. Теория символизма: в 2-х т. – М. : Искусство, 1994. – Т. 2.
75. Радинский А. Колодцы для жаждущих киевский киноклубы на пороге возрождения / А. Радинский // Зеркало недели. – 2003. − № 39 (464). – 11−17 октября. − С. 8.
76. Рязанова Л. Масова культура і мистецтво в сучасному суспільстві Людмила Рязанова // Культура – суспільство – особистість : Навч. посіб. [за ред. Л. Скокової]. – К. : Інститут соціології НАН України, 2006. – С. 314−338.
77. Костенко Н. Ценности профессиональной деятельности (опыт социологического исследования кино) / Н. В. Костенко, В. Л.  Оссовский. – К.: Наукова думка, 1986. – с. 149 [2].
78. Гнатюк О. Из истории американской коммуникологии и коммуникативистики: Гарольд Лассуэлл (1902−1978) / Гнатюк О. Л. // Сборник научных трудов «Актуальные проблемы теории коммуникации». − СПб. : Изд-во СПбГПУ, 2004. − C. 11− 20.
79. Конецкая В. Массовая коммуникация (теоретический аспект) / Конецкая В. П. Социология коммуникации [учебник]. – М. : Международный университет бизнеса и управления, 1997. – С. 304.
80. Сороченко B. Кино как средство информационно-психологической войны [Электронный ресурс] / Виктор Сороченко // Энциклопедия методов пропаганды. − Режим доступа к ст. : <http://psyfactor.org/kinoprop/kino.htm>
81. Фор Э. О кинопластике. / Эли Фор // Из истории французской киномысли. Немое кино 1911-1933 [фрагменты] ; [cост.: М. Ямпольский]. − М.: Искусство, 1989. – 230 с.
82. Фриче В. Социология искусства / В. М. Фриче − [4 изд. стереотип]. – М. : Едитор. УРСС, 2003. – 208 с.
83. Смирнов Ю. Социология искусства [Электронный ресурс] / Ю. Б. Смирнов, А. П. Огурцов. // Большая советская энциклопедия. – М., 1978. Режим доступа к ст. : <http://bse.sci-lib.com/article104956.html>
84. Мерло-Понти М. Феноменология восприятия / Морис Мерло-Понти (пер. с фр.). − [под ред. И. С. Вдовиной, С. Л. Фокиной]. – СПб. : Ювента : Наука, 1999. – 605 с.
85. Кузнецов Б. Эволюция картины мира / Б. Г. Кузнецов. – М.: Изд-во Академии наук СССР, 1961. – 351 с.
86. Эйхенбаум Б. Литература и литературный быт / Б. М. Эйхенбаум // Хрестоматии по теоретическому литературоведению. – Тарту : Изд-во Тартуского государственного университета, 1976. – Часть 1. – 183 с.
87. Гумбрехт Х. У. Производство присутствия. Чего не может передать значение / Ханс Ульрих Гумбрехт (пер. с англ.). – М. : НЛО, 2000. – 184 с.
88. Мартынов В. Зона opus posth. и новое сакральное пространство / Владимир Мартынов // Новое сакральное пространство. Духовные традиции и современный культурный контекст: материалы научной конференции. – 2004. − №47. – С. 123−143.
89. Сосна Н. Техногенное изображение против текста [Электронный ресурс] / Нина Сосна [Отдел рецензий] //Синий диван. – 2004. − Вып. №4. − Режим доступа к рец. : http://sinijdivan.narod.ru/sd3rez2.htm
90. Муратов С. Пристрастная камера / С. А. Муратов. − [2 изд.]. – М. : Аспект Пресс, 2004. – 187 с.
91. Заяц Е. Увидеть невидимое: визуальная культура и визуальная антропология / Заяц Е., Ли Д. // Новое литературное обозрение. − 2004. − №66. –– С. 417−420.
92. Желнина А. Визуализация городской культуры и любительская фотография / А. А. Желнина. // Визуальные аспекты культуры: Сб. науч. ст. [под ред. В. Л. Круткина, Т. А. Власовой]. – Ижевск: ГОУВПО, Удмуртский государственный университет, 2006. – С. 173 – 180.
93. Хилько Н. Роль аудиовизуальной культуры в творческом самоосуществлении личности: Монография / Н. Ф. Хилько. – Москва-Омск: СФ РИК, 2001. – 446 с.
94. Брюховецька О. Спроектований суб`єкт: досвід машини в контексті апаратної кіно теорії / Брюховецька О.В. // Національний Університет «Києво-Могилянська академія». Наукові записки. − Т. 24.: Теорія та історія культури. − К.: КМАкадемія, 2004. − С. 85 − 91.
95. Аронсон О. Язык времени. Кино и философия / Олег Аронсон // Делез Ж. Кино: в 2 т. (пер. с фр.). – М. : Ад Маргинем, 2004. – 622 с.
96. Зинченко В. Формирование зрительного образа (Исследование деятельности зрительных систем / В. Н. Зинченко, Н. Ю. Вергилес. – М. : Изд. МГУ, 1968. – 106 с.
97. Розин В. Визуальная культура и восприятие. Как человек видит и понимает мир / В. М. Розин. [3 изд. стереотип]. – М.: КомКнига, 2006. – 224 c.
98. Федоров А. Проблемы аудиовизуального восприятия / А. В. Федоров // Искусство и образование. – 2001. − №2.– С. 57−64.
99. Усов Ю. Медиаобразование. Программа для учащихся десятого-одиннадцатого класса общеобразовательной школы / Усов Ю.Н. // Основы экранной культуры. − М.: Изд-во Российской Академии образования, 1998. − С. 55−59.
100. Выготский Л. Психология искусства / Выготский Л. С. [1-е изд.]. – М. : Искусство, 1986. – 576 с.
101. Жабский М. Глобализм и функции кино в обществе / М. И. Жабский. // Вестник РФФИ. – 2005. − № 4 (42). – С. 43−50.
102. Дубин Б. Визуальное в современной культуре / Борис Дубин. // Интеллектуальные группы и символические формы: Очерки социологии современной культуры. – М. : Новое издательство, 2004. – С. 31−37. – 352 с. – (Новая история).
103. Парсонс Т. О структуре социального действия / Парсонс Т. [Изд. 2‑е] − М.: Академический проспект, 2002. – 880 с.
104. Абельс Х. Проблема социального порядка в социологии Т. Парсонса [Электронный ресурс] / Х. Абельс. − Режим доступа к ст.: http://www.soc.pu.ru:8101/publications/pts/abels.html
105. Латур Б. Где недостающая масса? Социология одной двери / Бруно Латур // Неприкосновенный запас. − 2004. − №2 (34). – С. 5 − 19.
106. Рябинская Н. Речь как социальное действие / Рябинская Н. С. // Социологический журнал. – 2002. − №4. – С. 78−115.
107. Матусевич В. Соціальний інститут: функція, генеза, структура / Володимир Матусевич // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2004. − №4. – С. 43 – 56.
108. Лычковская О. Концепт «практики» и «практик» в социальной теории П. Бурдье / О. Р. Личковская // Вестник Одесского национального университета им. И. И. Мечникова [Соціологія і політичні науки]. − 2007. − Т. 12. − Вип. 14.– С. 7− 12.
109. Бернштейн Б. Моисей, или искусство, названное мимоходом [Электронный ресурс] / Б. М. Бернштейн // В диапазоне гуманитарного знания : Сборник к 80-летию профессора М.С. Кагана. − СПб.: Санкт-Петербургское философское общество, 2001 (Серия «Мыслители» : вып. 4 ). − Режим доступа к сб. :

<http://anthropology.ru/ru/texts/bernstein/kagan_27.html>

1. Перов Ю. Художественная жизнь общества как объект социологии искусства / Ю. В. Перов. – Л.: Изд-во ЛГУ, 1980. – 188 с.
2. Давыдов Ю. Искусство как социологический феномен. К характеристике эстетико-политических взглядов Платона и Аристотеля / Ю. Н. Давыдов. – М. : Наука, 1968. – 285 с.
3. Плотников С. Методологические проблемы социологии художественной культуры : автореф. доктор. дис. / Плотников С. Н. – М., 1978. − 31 с.
4. Карягин А. Некоторые актуальные проблемы социологического изучения искусства / Карягин А. А. // Вопросы социологии искусства: Теоретические и методологические проблемы. – М. : Наука, 1979. − 85 с.
5. Гаузенштейн В. Опыт социологии изобразительного искусства [Текст] / В. Гаузенштейн [пер. с нем . Е. В. Александровой] – М. : Новая Москва, 1924. − 119 с.
6. Магидович М. Поле искусства как предмет исследования / Марина Магидович // Новое литературное обозрение. – 2003. − №60. – С. 54−70.
7. Арсланов В. История западного искусствознания ХХ века : Учебное пособие для вузов / В. Г. Арсланов. – М. : Академический Приект, 2003. – 768 с. – («Gaudeamus»).
8. Кривцун О. Социальные функции искусства. Современные социологические теории / О. Кривцун // Эстетика: учебник для вузов. – М. : Аспект Пресс, 2003. – 447 с.
9. Суровцев Ю. Культура contra «массовая культура» / Юрий Суровцев // Красная книга культуры [cост. В. Рабинович]. – М. : Искусство, 1989. – С. 423 [с ил.]
10. Лотман Ю. Семиосфера / Ю. М. Лотман. – СПб. : Искусство – СПБ, 2000. – 704 с.
11. Шульга Р. Художня культура в Україні: життя після смерті старого міфу / Раїса Шульга // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2000. − №1. − С. 86−112.
12. Зиммель Г. Понятие и трагедия / Георг Зиммель // Избранное: в 2-х т. – Т. 1. – М. : Юрист, 1996.– С. 445−477.
13. Бодрийяр Ж. Потребление / Ж. Бодрийяр // Система вещей. – М. : Рудомино, 1995. – С. 164−168.
14. Самохин В. Искусство и психология: (Критический анализ некоторых буржуазных концепций искусства) / В. Н. Самохин. – М. : Знание, 1977. – 63 с.
15. Глотов М. Менеджмент в художественной культуре / М. Глотов // Социологические исследования. − 2000. − № 9. − С. 64−73.
16. Конев В. Социальное бытие искусства / В. А. Конев. – Саратов : Изд-во Саратовского университета, 1975. – 88 с.: ил.
17. Семашко А. Социально-эстетические проблемы развития художественных потребностей / А. Н. Семашко. – Киев−Одесса : «Вища школа», 1985. – 170 с.
18. Филиппов А. Элементарная социология пространства / Филиппов А. Ф. // Социологический журнал. – 1995. − № 1. – С. 45−69.
19. Ярская-Смирнова Е. Социокультурный анализ нетипичности / Ярская-Смирнова Е. Р. – Саратов : Изд-во Саратовского гос. тех. унив‑та, 1997. – 272 с.
20. Сорокин П. Социальная и культурная мобильность / Сорокин П. // Человек. Цивилизация. Общество. − М.: Политиздат, 1992. − 423 (2) с.
21. Кастельс М. Информационная эпоха. Экономика, общество и культура / Кастельс М. [пер. с англ]; [Под ред. А. М. Темичева]. – Минск.: Изд. БНТУ, 2005. – 139 с.
22. Ильин В. Поведение потребителей / Ильин В.И. − СПб.: Питер, 1999. – 140 с.
23. Парсонс Т. Система координат действия и общая теория систем действия: Культура, личность и место социальных систем / Парсонс Т. // Американская социологическая мысль [Тексты] ; [Под ред. В.И.Добренькова]. − М.: Издание Международного университета Бизнеса и Управления, 1996. − С. 462−478.
24. Шульга Р. Соціокультурне середовище як простір ідентичностей та ідентифікацій / Раїса Шульга // Соціокультурні ідентичності та практики [під ред. А. Ручки]. – Київ: Інститут соціології НАН України, 2002. – С. 124 −142.
25. Тоффлер Э. Будущее труда / Э. Тоффлер. // Новая технократическая волна на Западе [cост. П. С. Гуревич] - М.: Прогресс, 1986. – С. 250−275.
26. Тоффлер Э. Третья волна / Э. Тоффлер // США – экономика, политика, идеология. – 1982. − №7 .– С. 99 − 110.
27. Этциони А. Масштабная повестка дня. Перестраивая Америку до ХХI века / Этциони А. // Новая технократическая волна на Западе [cост. П. С. Гуревич]. − М.: Прогресс, 1986. – С. 293−315.
28. Мартинюк І. Символічна соціальна реальність: методологічні підходи та практичний досвід вивчення / І. Мартинюк, Н. Соболєва // Соціологія : теорія, методи, маркетинг. – 2003. − №3. − С. 126− 146.
29. Бурдье П. Поле литературы /Пьер Бурдье // Социальное пространство: поля и практики (пер. Н. Шматко) – СПб.: Алетейя, 2007. – С. 365−473.
30. Гофман А. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения / А. Б. Гофман. − [3 изд.]. – СПб. : Питер, 2004. – 208 с.: ил.
31. Формирование эстетического сознания в контексте современной массовой культуры (Некоторые западные теории последних лет // Современные концепции эстетического воспитания (теория и практика) [отв.ред. д.ф.н. Киященко Н. И.] – М. : Российская Академия Наук, Институт философии, 1998. – С. 313.
32. Рокотов В. Голливуд. От «Унесенных ветром» до «Титаника» / В. Рокотов. - М.: ЭКСМО- пресс, 2001. – 415 с. : с ил.
33. Эскарпи Р. Революция в мире книг / Робер Эскарпи [сокр. пер. с фр.]. – М.: Книга, 1979. – 127 с.
34. Европин Д. Публичная приватность или приватная публичность? [Электронный ресурс] / Дмитрий Европин. - Режим доступа к ст. : <http://www.hse.ru/org/hse/science/news/307400.html?__prv=1>
35. Шульга Р. Художня культура в Україні: життя після смерті старого міфу / Р. Шульга // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2001. − №1. – С. 99−112.
36. Феллини Ф. Делать фильм / Феллини Федерико. − М.: Искусство, 1984. − 287 с.: с ил.
37. Копылова Р. Открытый экран: Телевизионное зрелище как диалог : Монография / Р. Д. Копылова. – СПб. : РИИИ, 1992. – 181 [2] с.
38. Эпштейн М. Игра в жизни и в искусстве / М. Эпштейн // Советская драматургия. – 1982. - №2. – С. 244−253.
39. Шульга Р. Пространство бытования украинской и русской культуры / Р. П. Шульга [Электронный ресурс] − Режим доступа к ст. : <http://www.niurr.gov.ua/ru/conference/kniga_conf/shulga_2.htm>
40. Барулин В. Социально-философская антропология : общие начала социально-философской антропологии [текст]. / В. С. Барулин. – М. : Онега, 1994. − 255 с.
41. Мид Дж. От жеста к символу. / Дж. Мид // Американская социологическая мысль: тексты [под ред. В. И. Добренькова]. − М.: Изд−во Междунар. ун-та бизнеса и управления, 1996.− С. 225−234.
42. Красильщиков В. Ориентиры грядущего: постиндустриальное общество и парадоксы истории / Красильщиков В. // Общественные науки и современность. – 1993. − №2.– С. 165−175.
43. Ушакин С. Количественный стиль: потребление в условиях символического дефицита / С. А. Ушакин // Социологический журнал. – 1999. − №3. – С. 187−214.
44. Ищенко В. Г. Феномен потребления: знаково-символические аспекты : автореф. дис. на соиск. уч. ст. канд. философ. наук : спец. 09.00.11 «Социальная философия» / В. Г. Ищенко. – Чита, 2006. – 23 с.
45. Митта А. Кино между адом и раем. Кино по Эйзенштейну, Чехову, Шекспиру, Куросаве, Феллини, Хичкоку, Тарковскому / Александр Митта. − М.: Подкова, 1999. − 480 с.
46. Деннет Д. Почему каждый из нас является новеллистом / Д. С. Деннет // Вопросы философии. − 2003. − № 6. − С. 121− 130.
47. Бевзенко Л. Стили жизни переходного общества / Любовь Бевзенко. − К.: Институт социологии НАН Украины, 2008. –144 с.
48. Носкова А. «Образ жизни» и «стили жизни» семьи: теоретико-методологический подход к исследованию / Носкова А. В. // Материалы III Всероссийского социологического конгресса. − М.: Институт социологии РАН, Российское общество социологов, 2008. − С. 45−50.
49. Осадчая Г. Стиль жизни молодых горожан: трансформация и региональная дифференциация / Г. И. Осадчая // Социологические исследования. – 2002. − № 10.– С. 88−94.
50. Иванова И. Стили потребления как процесс идентификации [Электронный ресурс] / И. Н. Иванова // Фонд научных исследований «Прагматика культуры». − Режим доступа к ст. : <http://artpragmatica.ru/hse/?uid=460>
51. Фрейлих С. Теория кино: от Эйзенштейна до Тарковского: [учебник для вузов] / С. И. Фрейлих. − [3 изд.]. − М.: Академический проект: Альма Матер, 2005. – 512 с. – («Gaudeamus»)
52. Бояджиева Л. Кино и зритель / Л. Г. Бояджиева // Человек в мире художественной культуры. Приобщение к искусству: процесс и управление [под ред. Ю. У. Фохт- Бабушкин]. – М.: Наука, 1982. – 335 с.
53. Шапинская Е. Пьер Бурдье: художественный вкус и культурный капитал / Шапинская Е. Н., Кагарлицкая С. Я. // Массовая культура и массовое искусство. «За» и «против». – М.: Изд-во «Гуманитарий», 2003. – С. 431− 453.
54. Ядов В. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности / В. Ядов. – М.: Добросвет, 1999. – 596 с.
55. Щепанський Я. Элементарные понятия социологии / Я.Щепанський (пер. с пол.). – Новосибирск: Наука, 1967. – 247 с. (Сибирское издание).
56. Коваленко А. Культура и массовая коммуникация / Коваленко А. Бореев В. – М. : Наука, 1986. – 301 с.
57. Богомолова Н. Социальная психология печати, радио и телевидения / Н. Богомолова. − М. : Изд-во МГУ, 1991. – 125 [2] с.
58. Энгельс Ф. Тезисы о Фейербахе / Энгельс Ф. Маркс К. – М. : Политиздат, 1989. – 125 с.
59. Жигульский К. Пути развития массовой культуры / К. Жигульский // Информационный бюллетень: Серия : переводы и рефераты. - № 24 (39). - М. : Советская социологическая ассоциация, 1969. – 151 [2] с.
60. Коган Л. Исследования культуры в парадигме культурной коммуникации / Л. Коган // Социология в России: учебное пособие [под ред. В. А. Ядова]. – 2-е изд. – М. : Изд-во Института социологии РАН, 1998. – С. 600−645.
61. Челышева И. Медиаобразование в России: от тоталитарной эпохи к «оттепели» (1935-1968) / И. В. Челышева // Медиаобразование. – 2005. − №2. – С. 2−21.
62. Федоров А. Краткая история медиаобразования в России / Александр Федоров [Электронный ресурс]. − Режим доступа к ст. : <http://www.mediaeducation.ru/publ/fedorov/istor_mo.htm>
63. Сохор А. Социологические проблемы музыкального восприятия / Сохор А. // Социология и музыкальная культура. – М. : Советский композитор, 1975. – 202 с.
64. Гудыма М. Кино для меня – смысл жизни [интервью] / Михаил Гудима// Вечерняя Одесса. – 23. 12. 1995. − С. 11.
65. Сергеев Р. Интервью / Руслан Сергеев // Работа и отдых. − 2000. − №31 (87) . − С. 6.
66. Шибутани Т. Социальная психология / Т. Шибутани (пер. с англ.). – Ростов-на-Дону: Феникс, 2002. – 544 с. − (Высшее образование).
67. Узнадзе Д. Психологические исследования / Узнадзе Д. – М. : Наука, 1966. – 451 с.
68. Обуховский К. Психология влечений человека / Обуховский Казимеж (пер. с пол.). – М. : Прогресс, 1972. – 247 с.
69. Рубинштейн С. Принципы и пути развития психологии / С. Л. Рубинштейн. – М. : Изд-во Академии наук СССР, 1959. – 354 с.
70. Грант Б. Совершенствование чувств: Разум и визуальное в фантастическом кино / Барри Кит Грант // Фантастическое кино. Эпизод первый : Сб. статей [сост. и научн. ред. Н. Самутина ]. – М. : НЛО, 2006. − С. 19- 31.
71. Хренов А. Все мы киборги: жанр фантастики сквозь призму киноавангарда США 60-х-80-х годов / Андрей Хренов // Фантастическое кино. Эпизод первый : Сб. статей [сост. и научн. ред. Н. Самутина ]. – М. : НЛО, 2006 . − С. 153 − 167.
72. Brake M. Comparative Youth Culture. / Brake M. // The Sociology of Youth Culture and Youth Subculture in America, Britain and Canada. − London: Routledge & Kegan Paul, − 1985. – 228 р.
73. Победа Н. А. Молодежная субкультура : эволюция содержательных смыслов / Н. А. Победа // Молодежная субкультура. – Одесса : Астропринт, 1999. – С. 8 – 59.

***Для заказа доставки данной работы воспользуйтесь поиском на сайте по ссылке:*** [***http://www.mydisser.com/search.html***](http://www.mydisser.com/search.html)