

Міністерство освіти і науки України  
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ В. Н. КАРАЗІНА

**КОНОВАЛОВ ОЛЕКСАНДР ЄВГЕНІЙОВИЧ**

УДК 316.7:791.43/.45

**АРТХАУСНИЙ КІНЕМАТОГРАФ  
ЯК СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ ФЕНОМЕН**

**22.00.01 – теорія та історія соціології**

Автореферат  
дисертації на здобуття наукового ступеня  
кандидата соціологічних наук

Харків – 2018

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана в Харківському національному університеті імені В. Н. Каразіна Міністерства освіти і науки України.

**Науковий керівник:** доктор філософських наук, професор  
**Стародубцева Лідія Володимирівна,**  
Харківський національний університет  
імені В. Н. Каразіна,  
завідувач кафедри медіакомунікацій

**Офіційні опоненти:** доктор філософських наук, професор  
**Ручка Анатолій Олександрович,**  
Інститут соціології НАН України (м. Київ),  
головний науковий співробітник відділу  
соціології культури і масової комунікації

кандидат соціологічних наук  
**Виставкіна Дар'я Олегівна,**  
Одеський національний університет  
імені І. І. Мечникова,  
доцент кафедри соціології  
Інституту соціальних наук

Захист відбудеться «17» квітня 2018 р. о 11 годині на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 64.051.15 у Харківському національному університеті імені В. Н. Каразіна за адресою: 61022, Харків, майдан Свободи, 4, ауд. 2-49.

З дисертацією можна ознайомитись у Центральній науковій бібліотеці Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна за адресою: 61022, Харків, майдан Свободи, 4.

Автореферат розісланий «16» березня 2018 р.

Вчений секретар  
спеціалізованої вченої ради

І. І. Шеремет

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

**Обґрунтування вибору теми дослідження.** Актуальність теми дослідження обумовлена тим, що кінематограф у цілому, функціонуючи в суспільстві в трьох основних проявах: як засіб масової комунікації, як вид мистецтва та як соціальний інститут, є одним із потужних засобів трансформації соціальної реальності. Така особливість кіно проявляється шляхом трансляції різноманітних норм і цінностей, закладених як у самому кінематографічному сюжеті окремо взятого фільму, так і в різних образах і поведінкових патернах екранізованих персонажів. У процесі споживання культурного продукту – фільму – індивіди в соціальній ролі глядачів сприймають закладені авторами кінокартини в екранні образи та сюжети ціннісно-нормативні установки, які переломлюються через індивідуальні соціальні та психоемоційні характеристики глядача. В результаті такого впливу кінематограф знаходить можливість розвивати та трансформувати естетичні, морально-етичні та соціально-економічні установки своєї аудиторії.

З огляду на природу кінематографу, спрямованого на цільову глядацьку аудиторію, кіно прийнято поділяти на два основні напрямки: мейнстрімівський, або масовий (орієнтований на широку глядацьку аудиторію) та артхаусний (орієнтований на вузьку глядацьку аудиторію). Зростаюча представленість в українському кінопрокаті саме артхаусного кіно та запит на нього з боку глядачів має привернути увагу соціологів. При цьому в соціологічному дослідженні артхаусного напрямку кінематографу може бути використано досвід його вивчення в інших науках: філософії, культурології, антропології та мистецтвознавстві.

Вплив артхаусного кіно на соціокультурну сферу важко переоцінити, оскільки артхаусний кінематограф – це особливий вид візуального мистецтва, завдяки якому на екрані змальовуються важливі соціальні проблеми, іншими словами, це образна саморефлексія суспільства. Особливої актуальності соціологічне дослідження артхаусного кінематографу набуває в сучасному українському суспільстві, однією з характеристик якого є економічна, політична та соціальна нестабільність, що інтенсифікує поширення проявів девіантної поведінки людини: злочинності, алкоголізму, наркоманії, суїциду, психологічних розладів тощо. Дослідження артхаусного кіно як соціокультурного феномену дає змогу дослідити його як багатовимірне явище в категоріях індивідуальної дії, соціальних структур та культурних значень, норм і цінностей.

Важливі теоретичні та практичні здобутки у сфері дослідження кінематографу в цілому та артхаусного напрямку зокрема належать дослідникам та вченим різних галузей науки. Традиція соціологічного дослідження кінематографу в зарубіжній науці представлена в роботах Е. Аугедаля, Ш. Бауманна, Е. Гарсія-Альвареса, П. ДіМаджіо, М. Жабського, Т. Катц-Герро, Х. Лопес-Синтаса, Б. Остіна, Дж. Рітцера та К. Тарасова, які зосередили фокус дослідницького інтересу на вивченні структури глядацької аудиторії, особливостей культурного споживання та кінематографу в цілому як дозвілєвої практики.

Інтерес становлять наукові праці істориків і теоретиків кінематографу А. Базена, М. Бетца, Д. Бордвелла, Б. Вілінськи, А. Ковача, Р. Склара, Ю.Фохт-

Бабушкіна. У цих роботах представлено історіографію різноманітних кінематографічних напрямків, а також концепції пояснення причин їхньої появи та розвитку.

Окремим факторам становлення артхаусного кінематографу (кінофестиваліам, науково-критичним виданням та ін.) присвячені роботи медіазнавців Р. Галт, Т. Ельзессера, Р. Келера, М. де Фальк та К. Шуновера.

Питання просування кінематографічного продукту на ринку та соціальної обумовленості кінематографічних смаків глядацької аудиторії розглядаються дослідниками у галузі медіамаркетингу Дж. Еліашбергом, Т. Хеннігом-Тюрау, М. Голбруком.

Можливості дослідження кінематографу не тільки як виду мистецтва, але й як індустрії та галузі виробництва представлені в роботах антропологів Л. Абу-Лугход та Х. Паудермейкер.

Заслужують на особливу увагу публікації культуролога Н. Самутіної, яка першою на пострадянському просторі зробила спробу адаптації іншомовної термінології поля дослідження артхаусного кінематографу до російськомовного наукового дискурсу.

У цих дослідженнях традиційно кіно сприймається як вид мистецтва, що в свою чергу обумовлює його пояснення здебільшого у мистецьких категоріях. Разом з тим вчені часто ігнорують той факт, що кінематограф можна відносити не тільки до художніх, але й до соціальних феноменів.

Незважаючи на численні міждисциплінарні звернення до тематики артхаусного кіно, сучасному науковому дискурсу притаманна термінологічна плутанина, яка суттєво ускладнює соціологічне дослідження зазначеного феномену. В експлікаціях цілої низки понять, які можна віднести до поля соціологічного дослідження артхаусного кінематографу, має місце концептуальна невизначеність. Все це, а також відсутність емпіричних досліджень на цю тематику, зумовлює необхідність проведення нового комплексного дослідження артхаусного кінематографу як соціокультурного феномену.

Отже, проблемна ситуація, що актуалізує необхідність проведення цього дослідження, полягає у наступному:

- по-перше, розумінні кіно виключно як мистецької категорії, що обумовлено кризою в сучасному соціогуманітарному дискурсі кінодосліджень, пов'язаною з нехтуванням можливістю аналізу артхаусного кіно як соціокультурного феномену;

- по-друге, відсутності досліджень артхаусного кіно одночасно як чинника формування та інструменту відображення ціннісно-нормативних установок сучасного українського суспільства, що знаходиться на етапі розвитку та трансформації;

- по-третє, недостатності емпіричних досліджень щодо виявлення ціннісно-нормативного змісту основного потоку артхаусних фільмів в українському кінопрокаті та характеристик глядацької аудиторії, яка є споживачем такого кінематографічного продукту.

Тож, незважаючи на велику кількість фрагментарних досліджень окремих аспектів артхаусного кіно як мистецького явища та соціального інституту, у

цілому артхаусний кінематограф як соціокультурний феномен залишається своєрідною лакуною, що потребує пошуків нових теоретичних ракурсів аналізу і проведення нових соціологічних досліджень.

**Мета і задачі дослідження.** *Метою* дослідження є концептуалізація артхаусного кінематографу як соціокультурного феномену.

Досягнення цієї мети передбачає необхідність вирішення таких *задач*:

- уточнити поняттєво-категоріальний апарат соціологічного дослідження артхаусного кінематографу;
- виявити основні детермінанти запиту на артхаусний кінематограф з боку глядацької аудиторії;
- дослідити соціокультурні передумови появи та розвитку артхаусного кінематографу;
- розкрити роль інституціональних факторів емергенції артхаусного напрямку кінематографу;
- проаналізувати основні етапи створення артхаусного фільму;
- визначити основну тематику артхаусних фільмів, які вийшли в український кінопрокат протягом останніх 5-ти років;
- порівняти соціальні портрети аудиторії масового та артхаусного кінематографів.

*Об'єкт дисертаційного дослідження* – артхаусний кінематограф як соціокультурний феномен.

*Предмет дослідження* – соціокультурні аспекти функціонування артхаусного кінематографу.

**Методи дослідження.** Досягнення мети та реалізацію задач дослідження забезпечено шляхом використання таких загальнонаукових методів як аналіз та синтез (для узагальнення теоретико-методологічних підходів до соціологічного вивчення особливостей процесу функціонування артхаусного кінематографу), термінологічний аналіз (для окреслення семантичних меж та зіставлення понять в рамках соціологічного дослідження артхаусного кіно), узагальнення та порівняння (для виявлення характерних концептуальних відмінностей між масовим та артхаусним кінематографом).

Спеціальними науковими методами дослідження обрано порівняльно-історичний метод (для виділення передумов емергенції та етапів розвитку артхаусного кінематографу) та вторинний аналіз даних (для виявлення особливостей динаміки основних показників кінопрокату в Україні). Основними методами отримання первинної соціологічної інформації обрано експертне опитування фахівців в області кінематографу та анкетне опитування відвідувачів кінотеатру. Для аналізу емпіричної інформації використовуються методи статистичного аналізу.

**Методологія дослідження.** Теоретико-методологічною базою дослідження є представлений в експлікаціях М. Вебера, П. Сорокіна, М. Лапіна, О. Ахієзера, Л. Сокурянської та Ю. Сороки соціокультурний підхід, використання якого дозволило проаналізувати соціокультурні передумови затребуваності артхаусного кінематографу серед глядацької аудиторії. Структура та функції інститутів

артхаусного та масового кінематографів розглядаються на основі структурно-функціонального підходу в інтерпретації Т. Парсонса, Р. Мертона, Я. Щепанського, М. Жабського, М. Глотова та С. Ніла. Дисертаційне дослідження також спирається на положення «дзеркальної теорії кіно» З. Кракауера та його послідовників – Р. Кеніга, М. Мая та Р. Вінтера; теорії масової культури Х. Ортеги-і-Гассета, К. Ясперса, П. Сорокіна, Т. Адорно та М. Горкгаймера; а також концепції габітуса та теорії соціального поля П. Бурдьє.

*Емпіричну базу* дисертаційного дослідження складають результати авторських досліджень «Особливості концептуалізації артхаусу та ціннісно-нормативний зміст артхаусних фільмів в українському кінопрокаті» (2016 р.), в рамках якого було проведено експертне опитування фахівців в області кінематографу, які зайняті у 4-х етапах кінематографічного процесу: виробництві, дистрибуції, експонуванні та створенні науково-критичного дискурсу ( $n = 20$ ); «Соціальний портрет глядацької аудиторії: мейнстрим vs. артхаус», проведеного методом анкетного опитування відвідувачів кінотеатру «8 ½» (березень-травень 2016 р., Харків,  $n = 424$ ).

У дисертаційному дослідженні також використовуються дані, отримані із документів, наданих компаніями «Артхаус Трафік» та «Media Resources Management» (Київ, Україна). З метою отримання статистичних даних щодо показників кінотеатрального ринку України проаналізовано щотижневі бокс-офіси компанії «Артхаус Трафік» ( $n = 260$ ) за період з 1 січня 2012 р. по 20 грудня 2016 р., а також квартальні, піврічні та річні звіти компанії «Media Resources Management» ( $n = 35$ ) за період з 1 січня 2012 р. по 31 грудня 2016 р.

**Наукова новизна одержаних результатів** дослідження полягає у вирішенні важливої задачі у галузі теоретичної соціології – розробці концептуальних засад вивчення артхаусного кінематографу як соціокультурного феномену, а саме:

*вперше:*

- виявлено основні детермінанти запиту на артхаусний кінематограф з боку глядацької аудиторії: індивідуальні (персональна мотивація), інституційні (формат виробництва, дистрибуції та експонування) та соціокультурні (середні показники рівня освіти, доходу на душу населення та частка кіноглядачів, зайнятих у сфері творчих професій) чинники. Зазначено наявності залежності між показниками наведених факторів та запитом на артхаусний чи мейнстрімівський напрямок кінематографу в окремі досліджувані спільноти;

- визначено основну тематику артхаусних фільмів, що вийшли в український кінопрокат протягом останніх 5-ти років. Виявлено, що переважна більшість проблем, які підіймаються артхаусними фільмами, пов'язана з явищами девіантної поведінки. Артикульовано, що екранізовані моделі поведінки та ціннісно-нормативні установки персонажів фільму є основним засобом репрезентації проблематики, закладеної в кінематографічному творі. Саме тому фільми, що висвітлюють питання душевно-психологічних розладів особистості, ЛГБТ-спільнот, проституції, наркоманії, алкоголізму, злочинності та суїциду, є екранним відображенням соціальної девіації;

- схарактеризовано соціальні портрети глядацької аудиторії масового та артхаусного кінематографів Харкова на основі результатів авторського

дослідження, проведеного методом анкетного опитування відвідувачів кінотеатру. В результаті аналізу даних опитування виявлено, що артхаусна глядацька аудиторія володіє більш значним обсягом культурного капіталу, ніж мейнстрімівська, про що свідчать такі показники як рівень освіти та сфера зайнятості глядачів; визначено відмінності у мотивації при перегляді фільмів артхаусною та мейнстрімівською аудиторіями; концептуалізовано кінотеатральний перегляд артхаусного фільму як вкрай індивідуалізованої дозвілєвої практики, на відміну від мейнстрімівського кіно, перегляд якого, за результатами опитування, можна розглядати як колективну дозвілєву практику;

*удосконалено:*

- поняттєво-категоріальний апарат соціологічного дослідження артхаусного кінематографу. Запропоновано авторський варіант інтерпретації співвідношення іноземної та вітчизняної термінології: поняттю «*art cinema*» у вітчизняному дискурсі відповідають поняття «авторський інтелектуальний європейський кінематограф», «авторський кінематограф», «артхаус», «арт-сінема», які вказують на визначення артхаусного напрямку в кінематографі не тільки як особливої оповідної моделі, але й як соціально інституціоналізованого явища; поняттю «*art house*» – «артхаусний кінотеатр» та «арт-хаус», які означають стратегію позиціонування кінотеатру, його власників, аудиторії та репертуару; поняттю «*independent cinema*» – «незалежний кінематограф», яке означає інституційну організацію кіновиробництва поза американськими студіями-мейджорами;

- характеристику структури кіновиробничого процесу, яку запропоновано розглядати у вигляді замкненого циклу з 5-ти етапів. До етапів створення, дистрибуції та експонування кінопродукту додано етапи створення науково-критичного кінодискурсу та кіноспоживання, що дає змогу повною мірою проаналізувати та порівняти інституціональні особливості функціонування масового та артхаусного кінематографів;

*дістало подальший розвиток:*

- визначення соціокультурних факторів емергенції артхаусного кінематографу: на основі інтегрального фактору – американізації культурного простору післявоєнної Європи – розглянуто розповсюдження ідеології масової культури, цензурованість змісту кінематографічних робіт виробництва США, «сексуальну революцію» як основні чинники виникнення артхаусного кінематографу як окремого напрямку кіно;

- інституціональна концепція появи артхаусного кінематографу, в якій головним детермінантом появи та розвитку арт-сінема є незалежність форми виробництва від великих кіновиробничих компаній. Державну протекціоністську політику підтримки національних кіновиробників, функціонування кінофестивалів та створення науково-критичного кінодискурсу артикульовано як додаткові передумови виникнення арт-сінема.

**Особистий внесок здобувача.** Дисертація є самостійно виконаною науковою працею та не містить плагіату. Наукові результати та висновки, що містяться в дисертації, отримані автором особисто.

**Апробація результатів дисертації.** Основні положення дисертації апробовано у формі доповідей на 8-ми конференціях: Міжнародна науково-

практична конференція «Пріоритетні напрямки розвитку суспільних наук у ХХІ столітті» (Херсон, 2015 р.), IV Міжнародна наукова конференція «Академічні та наукові виклики різноманітних галузей знань у 21-му столітті» (Харків, 2015 р.), Міжнародна науково-практична конференція «Роль суспільних наук у забезпеченні стабільності розвитку глобальних світових процесів у ХХІ ст.» (Київ, 2015 р.), Науково-практична конференція «Media Studies: Міждисциплінарні дебати» (Харків, 2015 р.), Міжнародна науково-практична конференція «Пріоритети розвитку суспільних наук у ХХІ столітті» (Одеса, 2016 р.), Міжнародна науково-практична конференція «Сучасні проблеми та перспективи розвитку» / «Współczesne problemy i perspektywy rozwoju» (Краків, Польща, 2016 р.), Науково-практична конференція «Media Studies: Міждисциплінарні дослідження медіа» (Харків, 2016 р.), Міжнародна науково-практична конференція «Наукові досягнення, напрацювання, пропозиції з приводу 200-ліття Університету Варшавського» / «Osiągnięcia naukowe, rozwój, propozycje z okazji 200-lecia Uniwersytetu Warszawskiego» (Варшава, Польща, 2016 р.). Дисертація обговорювалася на міждисциплінарних науково-практичних семінарах кафедри медіакомунікацій та науково-теоретичному семінарі соціологічного факультету Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна.

**Структура та обсяг дисертації.** Дисертаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, загальних висновків, списку використаних джерел та трьох додатків. Обсяг загального тексту дисертації складає 207 сторінок (9,49 д. а.), з них основного тексту – 185 сторінок (8,62 д. а.). Робота ілюстрована 6 таблицями та 14 рисунками. Список використаних джерел містить 213 найменувань.

**Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами, грантами.** Тема дисертації пов'язана з базовим напрямом досліджень, що здійснювалися за участю автора кафедрою медіакомунікацій та Центром медіакомунікацій та візуальних досліджень Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна «Нові медіа та концептуальні стратегії інформаційного суспільства».

**Практичне значення отриманих результатів** полягає у розробці концептуальних засад соціологічного аналізу артхаусного кінематографу, що може бути використано для подальших наукових досліджень феноменів культури, кіновиробництва і кіноспоживання, аудіовізуального дискурсу масової комунікації тощо. Напрацювання та висновки дисертаційного дослідження розширюють наукові уявлення про функціонування артхаусного кінематографу та взаємну обумовленість його змістового наповнення з ціннісно-нормативними установками глядацької аудиторії. Результати емпіричного дослідження можуть бути використані в роботі компаній у сфері кінодистрибуції, прокату, телевізійного продакшну, маркетингу, реклами, а також мережами кінотеатрів для планування своєї подальшої діяльності. Результати дисертаційного дослідження можуть бути впроваджені у курсах «Соціологія», «Соціологія культури» та «Вступ до соціокультурної антропології» для студентів соціологічних спеціальностей. Одержані автором результати сприяли вдосконаленню навчальних курсів «Кінодослідження», «Медіарт», «Методи дослідження медіа», які викладаються

на I курсі магістратури за спеціальністю «Журналістика», освітньо-професійною програмою «Медіакомунікації» на соціологічному факультеті Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна.

## ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У **вступі** обґрунтовано вибір теми дослідження, розкрито стан її вивченості, визначено об'єкт та предмет, сформульовано мету та задачі дослідження, охарактеризовано методологічні та теоретичні засади, висвітлено наукову новизну, теоретичне та практичне значення роботи, розкрито форми й характер її апробації.

У першому розділі **«Теоретико-методологічні підходи до соціологічного дослідження артхаусного кінематографу»** здійснено аналіз теоретико-методологічних підходів до вивчення артхаусного кінематографу, розкрито значення поняттєво-категоріального апарату.

У підрозділі 1.1 *«Поняттєво-категоріальне поле дослідження»* проведено аналіз наукових робіт дослідників артхаусного кінематографу у галузі соціогуманітарних наук. Результати пошукового дослідження засвідчили відсутність у вітчизняному науковому дискурсі систематизованого поняттєвого апарату, який би міг виступати інструментарієм теоретичних досліджень безпосередньо артхаусного кінематографу як соціокультурного феномену та соціального інституту. Зазначено, що в європейському та американському наукових дискурсах на сьогоднішній день вже існує усталене структуроване поняттєве поле, яке сприяє теоретичним та емпіричним дослідженням артхаусного кінематографу з різних дослідницьких позицій.

У результаті пошукового дослідження та термінологічного аналізу закордонної (переважно, англomовної) наукової соціогуманітарної літератури, присвяченої вивченню феномену артхаусу, запропоновано авторський варіант інтерпретації співвідношення іноземної та вітчизняної термінології та окреслено семантичні межі таких понять як «артхаусний кінематограф», «мейнстрімівський кінематограф», «авторська теорія кіно», «незалежний кінематограф», «арт-хаус», «арт-сінема» та ін. з урахуванням їхньої експлікації в контексті соціологічного інтересу.

Запропонований варіант розмежування таких понять як «авторський інтелектуальний європейський кінематограф», «арт-хаус» та «незалежний кінематограф» відображає дві концепції термінологічної детермінації: наративну та інституціональну. Існує поняття «арт-сінема» та тотожне йому поняття «авторський інтелектуальний європейський кінематограф», що є більш прийнятними для вживання у науковому дискурсі, ніж поняття артхаусного кінематографу, оскільки вбирають у себе більшу частину наративних та інституціональних характеристик і висловлюють ідею розуміння кіно як мистецтва, соціокультурної, дозвіллевої практики та авторського, стилістично унікального висловлювання, що зародилося у соціокультурних умовах повоєнної Європи.

Поняття «арт-сінема» та «авторський інтелектуальний європейський кінематограф» вказують на визначення артхаусного напрямку в кінематографі не тільки як особливої оповідної моделі, але й як соціально інституціоналізованого явища. Якщо поняття «арт-сінема», яке зачіпає текстуальні характеристики фільму та інституційний контекст його створення, найчастіше вживається у науковій літературі, то «арт-хаус» первовічно був терміном кінопрокатників і дітищем кіноіндустрії. Будинки кіно, або *arthouse theatres*, – це кінотеатри, що з'явилися у США після Другої світової війни та були створені для демонстрації інтелектуальних фільмів переважно європейського виробництва. Іншими словами, арт-хаус – це специфічна модель не виробництва фільму, а кінопрокату – стратегія позиціонування кінотеатру, його власників, аудиторії та репертуару. Поняття «незалежний кінематограф» означає інституційну організацію кіновиробництва поза американськими студіями-мейджорами. Така модель кіновиробництва, в свою чергу, зумовила зародження нових соціальних відносин у комерційному та виробничому середовищі.

Таке термінологічне розмежування ґрунтується як на інституційному, так і на наративному аналізі поняття артхаусного кінематографу. Констатовано, що батьківщиною цього напрямку є Європа, а сама його поява зобов'язана протиставленню мейнстримівському кінематографу. Однак говорити про те, що феномен «арт-сінема» є виключно європейським, – очевидна помилка. Адже аналогом «європейського інтелектуального кінематографу» стало «незалежне американське кіно», а сама ідея «арт-сінема» в контексті свого сучасного розвитку втратила європейську ексклюзивність.

У підрозділі 1.2 «Методологічні засади дослідження артхаусного кінематографу» розглянуто низку підходів до соціологічного дослідження артхаусного кінематографу.

Теоретико-методологічною основою дослідження обрано соціокультурний підхід. Це обумовлено тим, що саме соціокультурна методологічна стратегія дослідження дозволяє повною мірою дослідити артхаусний кінематограф, прийнявши за основу ідею його структурування у вигляді «соціокультурної тріади», експлікованої П. Сорокіним. Зазначено, що соціокультурний підхід знайшов розвиток в експлікаціях вітчизняного соціолога Ю. Сороки. В основі цього підходу лежить ідея єдності культури та соціальності, а також розуміння суспільства та культури як двох боків однієї реальності, що знаходять своє втілення в людській поведінці. Артикульовано актуальність використання в контексті дослідження артхаусного кінематографу моделі інтерпретації соціокультурного феномену в категоріях індивідуальної дії, соціальних структур та культурних значень/норм/цінностей.

Комплементарним підходом до дослідження артхаусного кінематографу було обрано структурно-функціональний. Це обумовлено необхідністю дослідити якомога ширший спектр функцій, виконуваних артхаусом як по відношенню до культурної системи, в межах якої він розглядається як один із напрямів кінематографу як виду мистецтва, так і до суспільства в цілому. Акцентовано увагу на тому, що ця задача може бути виконана шляхом аналізу артхаусного кінематографу як соціального інституту.

Методологічною основою аналізу структури та функцій артхаусного кінематографу обрано запропоновану М. Готовим модель аналізу соціального інституту. В основі цієї моделі лежить розуміння структури соціального інституту як системи, складовими якої є персонал, соціальні функції та соціальне оснащення. Зазначено, що використання в ролі комплементарного саме структурно-функціонального підходу дозволяє дослідити окрім явних також і латентні функції соціального інституту артхаусного кінематографу.

«Дзеркальна теорія кіно» в експлікаціях З. Кракауера та його послідовників (Р. Кеніга, М. Мая та Р. Вінтера) розширила можливості дослідження кінематографу як відображення соціальної дійсності. Зміст цієї теорії полягає в тому, що кіно у специфічній манері відображає «тканину повсякденного життя», що робить з нього впливову силу історичного процесу. Використання дзеркальної теорії кіно дозволило розглянути сюжетні лінії, соціальний статус персонажів, стереотипи поведінки, міміку та ін., що є характерними для кіноробіт певного історичного періоду як «зовнішні прояви внутрішніх спонукань сучасників», які є творцями та споживачами кінематографічної продукції.

При дослідженні артхаусного кінематографу було взято за основу модель типологізації кінематографічних напрямків, засновану на дихотомічному принципі протиставлення масового та інтелектуального кінематографів (мейнстріму та артхаусу). Така дослідницька позиція пояснена існуючою теорією масової культури в інтерпретації Х. Ортеги-і-Гассета, К. Ясперса, П. Сорокіна, М. Горкгаймера та Т. Адорно. Поєднання дослідницьких висновків цих учених обумовлено їхнім критичним ставленням до комерціалізації культури в цілому. Незважаючи на те, що наукові принципи цих учених часом носять полярний характер, їхнє розуміння суті розмежування сучасного мистецтва на два протилежні табори відповідає запропонованій у дисертаційному дослідженні моделі типологізації кінематографічних напрямків.

Теоретико-методологічним підґрунтям дослідження соціального портрету глядацької аудиторії артхаусного кінематографу та взаємозв'язку її соціальних характеристик із культурним споживанням були обрані концепція габітусу та теорія соціального поля П. Бурдьє. Поняття габітусу є вкрай актуальним у цьому дисертаційному дослідженні, оскільки його соціологічний вимір надає можливість простежити, пояснити та теоретично обґрунтувати зв'язок між соціальними характеристиками глядацької аудиторії та споживаним нею культурним продуктом. У контексті дослідження такого взаємозв'язку використання тлумачення поняття габітусу як системи схильностей індивіда (у концепції П. Бурдьє – агента), які формуються під впливом одночасно індивідуальних і колективних факторів, дозволяє ототожнювати габітус з механізмом, який керує поведінкою людини. При дослідженні та порівнянні соціальних портретів глядацької аудиторії артхаусу та мейнстріму доречним є використання понять культурного та економічного капіталів для подальшого пояснення вподобань глядачів їхніми соціальними характеристиками.

У другому розділі **«Артхаусний кінематограф: інституціональний та соціокультурний контексти»** проаналізовано артхаусний кінематограф у категоріях соціокультурного та структурно-функціонального підходів.

У підрозділі 2.1 *«Інституціональні особливості функціонування артхаусного кіно»* кінематограф досліджено в перспективі структурно-функціонального підходу. Використання цього підходу дозволило розглянути кіно як поле взаємодії двох сфер: кіновиробничої та кіноспоживацької, що визначило необхідність уточнення структури кіновиробничого процесу. Кінематографічний процес запропоновано досліджувати у вигляді циклу, що складається з 5-ти етапів: 1) створення кінопродукту, що об'єднує такі процеси як пре-продакшн, продакшн і пост-продакшн; 2) кінодистрибуція; 3) кіноекспонування; 4) створення науково-критичного кінодискурсу; 5) кіноспоживання.

Визначення структури кінематографічного процесу дозволило проаналізувати перший зі структурних елементів соціального інституту кінематографу – персонал, виявивши відмінності між персоналом артхаусу та мейнстріму:

- в ієрархії соціальних ролей персоналу етапу створення кінопродукту;
- у дистриб'юторських моделях;
- у наборі просторово-матеріальних атрибутів кіноекспонентних мереж;
- у використанні можливостей науково-критичного кінодискурсу.

Дослідження внутрішніх та зовнішніх функцій артхаусу та мейнстріму наочно продемонстрували корінні відмінності між двома досліджуваними напрямками. Таким чином, внутрішньою соціальною функцією масового кінематографу названо розважальну, зовнішньою – комерційну, тоді як внутрішньою соціальною функцією артхаусу запропоновано вважати пізнавально-евристичну, а зовнішньою – художньо-естетичну. Крім того, визначено латентні функції досліджуваних кінематографічних напрямків.

У результаті аналізу соціального оснащення інституту кінематографу були виявлені відмінності в структурі артхаусних та мейнстрімівських виробничих потужностей, які визначають характер соціальної взаємодії персоналу виробничого етапу кінематографічного процесу.

У підрозділі 2.2 *«Соціокультурні аспекти функціонування артхаусного кінематографу»* артхаус розглянуто в категоріях індивідуальної дії, соціальних структур/інститутів та культурних значень, норм і цінностей. Використання концепції теоретичної детермінації артхаусного кіно як окремого напрямку кінематографу дозволило розглянути артхаус як практику дозвілля та споживання культурного продукту, як соціальний інститут та як носій певного нормативно-ціннісного змісту. Таке розуміння артхаусного кінематографу надало змогу проаналізувати соціокультурні передумови його затребуваності в суспільстві.

Аналіз значного доробку іноземних учених різних галузей науки (соціології, антропології, економіки, маркетингу та ін.) дозволив зробити висновок про те, що в сучасному науковому дискурсі присутня велика кількість підходів до вивчення, розуміння та аналізу факторів, які обумовлюють затребуваність кінематографічних напрямків. Зазначено, що більшість сучасних досліджень спрямовано на вивчення попиту на різні типи кінематографу з метою отримання інформації щодо можливого рівня затребуваності окремого фільму в конкретних умовах. Це означає, що в даний час не існує універсальної моделі, яка б могла бути використана для з'ясування запиту на той чи інший напрям кінематографу

у різних суспільствах. Тим не менш, запропонована концептуалізація основних напрямків кінематографу базується на твердженні щодо поділу міжнародного кінематографічного ринку на два кластери відповідно до їхнього художнього змісту: перший, який пропонує масовий продукт (мейнстрим) та другий, що має більш значущу художню цінність (артхаус).

Саме на прикладі цих двох кінематографів здійснено спробу верифікації різноманітних факторів, дослідження яких може допомогти пояснити залежності між різними характеристиками суспільства та рівнем затребуваності в ньому арthouseного чи мейнстримівського кіно. Запропоновано трьохфакторну схему пояснення затребуваності різних видів кінематографу. Основними чинниками запиту на кінематограф визначено індивідуальні (моделі споживання / персональна мотивація), інституціональні (виробництво, дистрибуція, експонування) та соціокультурні фактори (рівень освіти, рівень доходу на душу населення та частка зайнятих у сфері творчих професій).

Запропонована теоретична схема може бути використана в майбутніх як теоретичних, так і емпіричних соціологічних дослідженнях кінематографу. Теоретичні пошуки можуть спиратися на універсальність використання цієї схеми для дослідження різних типів кіно у різних соціальних умовах. Проте, емпіричне використання цієї схеми передбачає додаткове дослідження основних факторів з метою їхнього співставлення з соціальними та іншими показниками задля формулювання математичної моделі, використання якої дозволить повною мірою працювати з абсолютними величинами.

У третьому розділі **«Арthouseне кіно: емпіричний вимір соціологічного дослідження»** представлено результати авторських емпіричних соціологічних досліджень щодо складання та порівняння соціальних портретів глядацької аудиторії арthouseу та мейнстриму, а також виявлення основної тематики арthouseних фільмів, що вийшли в український кінопрокат протягом останніх 5-ти років.

У підрозділі 3.1 *«Особливості концептуалізації арthouseу та ціннісно-нормативний зміст арthouseних фільмів в українському кінопрокаті 2012–2016 років: експертне опитування»* відображені результати експертного опитування фахівців, які зайняті у 4-х етапах кінематографічного процесу: виробництві, дистрибуції, експонуванні та створенні науково-критичного дискурсу ( $n = 20$ ), що дозволило розширити розуміння арthouseного кінематографу з позиції його соціологічного осмислення.

Результатом аналізу відповідей експертів стала концептуалізація арthouseного кіно у двох площинах: як кінопрокатної ніші та як об'єкта мистецтва. Перше безпосередньо пов'язано з характеристиками арthouseної глядацької аудиторії, яка відрізняється від інших аудиторій за багатьма показниками, тим самим створюючи певну цільову аудиторію (кінопрокатну нішу), а друге корелює з художніми ознаками окремих кінематографічних робіт.

Отримало підтвердження припущення щодо ієрархії соціальних ролей агентів поля кіновиробництва: в арthouseному кінематографічному процесі основною фігурою виступає режисер, а в мейнстримівському – продюсер.

Зазначено, що така ієрархія є наслідком обумовленості соціальних відносин у межах поля кожного з досліджуваних кінематографічних процесів – економічної чи культурної (мейнстрим та артхаус).

Акцентовано увагу на важливості визначення основних проблем, які підіймалися артхаусними фільмами в українському прокаті останніх 5-ти років. Моделі поведінки та ціннісно-нормативні установки персонажів розглянуто як основні засоби репрезентації тематики фільму. Проблеми душевно-психологічних розладів особистості, ЛГБТ-спільнот, проституції, наркоманії, алкоголізму, злочинності та суїциду названо такими, що найчастіше підіймалися артхаусними фільмами українського кінопрокату. Артхаусні фільми концептуалізовано як художній продукт, що є відображенням соціальної девіації.

Відзначено особливий психоемоційний рівень впливу кіно як одного з видів мистецтв, здатних впливати на людину через використання аудіовізуальних каналів. Визначено можливі соціальні прояви кінематографічного впливу: конструювання кінематографом соціальної реальності, соціальне наслідування екранним персонажам, вплив кінематографу на процес соціалізації індивіда шляхом засвоєння трансльованих ціннісно-нормативних установок. Були доповнені уявлення щодо можливостей кінематографу впливати на глядацьку аудиторію. Запропоновано розглядати можливості впливу кінематографу на власну аудиторію в контексті трьох основних концепцій: психоемоційного впливу, соціального та економічного ефектів.

У підрозділі 3.2 *«Мейнстрим та артхаус в українському кінопрокаті: соціальний портрет глядацької аудиторії»* представлено результати дослідження динаміки присутності артхаусних фільмів в українському кінопрокаті 2012–2016 рр. та виявлено основні тенденції українського кіноринку. У дослідженні використано дані, що були отримані внаслідок вторинного аналізу документів, наданих компаніями «Артхаус Трафік» та «Media Resources Management» (Київ, Україна). Зазначено, що частка глядачів, які відвідали покази артхаусних фільмів, та показники обсягу зборів як у вітчизняній, так і в іноземній валюті мали тенденцію до зростання протягом останніх 5-ти років. Акцентовано увагу на значному зростанні кількості та частки артхаусних фільмів в українському кінопрокаті. Якщо в 2012 р. в прокат вийшло лише 25 артхаусних фільмів, то в 2016 р. цей показник зріс до 42. Більше того, в 2012 р. частка артхаусних фільмів становила лише 7,8 %, тоді як у 2016 р. цей показник зріс до 12,9 %. Зростання відвідуваності та представленості артхаусних фільмів у кіноекспонентних мережах України визначено як основну тенденцію українського ринку кіно останніх 5-ти років.

У результаті авторського дослідження *«Соціальний портрет глядацької аудиторії: мейнстрим vs. артхаус»* (березень–травень 2016 р., Харків), проведеного методом анкетного опитування відвідувачів кінотеатру «8½», були отримані дані, які дозволили скласти та порівняти соціальні портрети глядачів артхаусу та мейнстріму. Виявлено основні відмінності між соціальними портретами досліджуваних категорій глядачів, які відобразили як соціально-демографічні характеристики, так і особливості культурного споживання. Отримало підтвердження припущення, що глядачі артхаусного кіно володіють більш

значним обсягом культурного капіталу, аніж глядачі популярного кіно. Це відображено низкою показників, серед яких рівень освіти (82,1 % артхаусної аудиторії має вищу освіту, тоді як цей показник серед глядачів мейнстріму становить лише 43,8 %); сфера зайнятості (майже третина артхаусної аудиторії зайнята у творчій сфері – 29,6 %, тоді як найбільші групи мейнстрімівської аудиторії становлять учні/студенти та респонденти, зайняті в сфері економіки/менеджменту/права – 33,2 % та 27,3 %, відповідно); значущість видів мистецтв (понад 95 % артхаусної аудиторії надає перевагу таким видам мистецтва як література, театр та живопис, тоді як цей показник серед мейнстрімівської аудиторії становить менше половини – 44,9 %).

Підтвердилось припущення щодо відмінностей між мотиваціями при перегляді фільмів досліджуваних груп глядачів: 32,7 % мейнстрімівської аудиторії дивляться кіно заради розваги та 26,5 % – з метою проведення вільного часу. Основною мотивацією артхаусної аудиторії є отримання духовного задоволення (36,6 %) та емоційного заряду (16,9 %).

Результати опитування щодо того, з ким респонденти вважають за краще дивитися фільми (45,1 % артхаусної аудиторії надає перевагу усамітненому перегляду фільму, тоді як цей показник серед мейнстрімівської аудиторії склав лише 6 %), дозволили схарактеризувати перегляд артхаусного та мейнстрімівського фільмів як індивідуалізовану та колективну дозвілєву практики, відповідно.

Зазначено, що відмінності між досліджуваними глядацькими аудиторіями виявилися майже в усіх показниках, починаючи від середнього віку (артхаусна аудиторія – 34 роки, мейнстрімівська – 26 років), рівня матеріального становища (артхаусна аудиторія є матеріально забезпеченішою за мейнстрімівську), закінчуючи показниками культурного споживання, наприклад, ресурсами для перегляду фільмів (64,8 % артхаусної аудиторії надає перевагу платним ресурсам, а 62,9 % мейнстрімівської – безкоштовним).

Таким чином, відмінності між соціальними портретами артхаусної та мейнстрімівської аудиторій простежуються майже за всіма показниками, починаючи від середнього віку та рівня матеріального становища, закінчуючи такими показниками культурного споживання як ресурси для перегляду фільмів та частота відвідування кінотеатрів.

## ВИСНОВКИ

Проведене дослідження продемонструвало можливість розуміння артхаусного кіно як соціокультурного феномену, дозволило інтерпретувати артхаусний кінематограф у категоріях індивідуальної дії, соціальних інститутів, культурних значень, норм і цінностей. У контексті соціокультурного підходу артхаусне кіно розглянуто як соціальний інститут, практика дозвілля та споживання культурного продукту, а артхаусний фільм – як засіб існування та трансляції ціннісно-нормативного змісту.

На основі узагальнення теоретичних підходів до розуміння артхаусного кінематографу як соціокультурного феномену та аналізу результатів емпіричних досліджень зроблено наступні висновки.

Уточнено поняттєво-категоріальний апарат соціологічного дослідження артхаусного кінематографу. Встановлено відсутність в українському науковому дискурсі систематизованого поняттєвого поля, яке могло би бути використано як інструмент теоретичного дослідження артхаусного кіно в перспективі соціологічного інтересу та обґрунтовано необхідність проведення термінологічного аналізу наукової літератури закордонних авторів з метою співставлення української та закордонної термінології та подальшого її уточнення.

Окреслено дві основні концепції, які визначають теоретичні межі понять соціологічного дослідження кінематографу: наративну та інституціональну, що передбачають аналіз, відповідно, художніх і структурно-функціональних особливостей досліджуваних кінематографічних напрямків. Виокремлення цих концепцій дозволило запропонувати авторський варіант інтерпретації співвідношення іноземної та вітчизняної термінології та окреслити семантичні межі таких понять як «авторський інтелектуальний європейський кінематограф», «арт-сінема», «арт-хаус», «незалежний кінематограф» та ін.

Визначено теоретико-методологічні засади соціологічного дослідження артхаусного кінематографу. Соціокультурний підхід обрано як методологічний базис дослідження. За основу взята ідея структурування артхаусу у вигляді «соціокультурної тріади» (П. Сорокін), що обумовило вибір методологічного підходу, який передбачає інтерпретацію соціокультурного феномену в категоріях індивідуальної дії, соціальних структур та інститутів, культурних значень, норм і цінностей (Ю. Сорока). Необхідністю визначення якомога ширшого спектру функцій, що виконує артхаусний кінематограф по відношенню до культурної системи та до суспільства в цілому, обумовлено вибір у цьому дослідженні структурно-функціонального підходу в ролі комплементарного по відношенню до соціокультурного. За основу обрано модель аналізу структури соціального інституту, що представлена у вигляді системи, складовими якої є персонал, соціальні функції та соціальне оснащення (М. Глотов). Таке трактування структури соціального інституту не протирічить розумінню «соціального» в межах соціокультурної стратегії дослідження артхаусного кінематографу, а навпаки – дозволяє розглянути соціальний інститут артхаусного кіно як поле соціальних інтеракцій, в якому знаходяться діючі індивіди.

Розкрито та порівняно структурно-функціональні особливості інституту артхаусного та мейнстрімівського кінематографів. Кінематограф розглянуто як поле взаємодії двох сфер: кіновиробничої та кіноспоживацької, що дозволило запропонувати уточнену структуру кінематографічного процесу, який складається з 5-ти етапів: 1) створення кінопродукту, 2) дистрибуція, 3) експонування, 4) створення науково-критичного кінодискурсу та 5) споживання кінопродукту. Виявлено відмінності між структурними елементами інституту артхаусного та мейнстрімівського кінематографів. Відмінності між персоналом артхаусу та мейнстріму проявилися в ієрархії соціальних ролей персоналу, в дистриб'юторських моделях, наборі матеріальних атрибутів експонентних мереж та у використанні можливостей науково-критичного кінодискурсу. Визначено внутрішні (пізнавально-евристична та розважальна) та зовнішні

(художньо-естетична та комерційна) соціальні функції артхаусного та мейнстрімівського кінематографів, відповідно. Висунуто твердження щодо того, які саме латентні функції виконують досліджувані напрямки кінематографу по відношенню до власної аудиторії. Латентною названо функцію омасовлення, яку виконує мейнстрім, у той час як прихованою функцією артхаусу названо статусотворчу. Виявлено відмінності в структурі артхаусних та мейнстрімівських виробничих потужностей, які обумовлюють характер соціальної взаємодії персоналу виробничого етапу кінематографічного процесу. Визначено відмінності між артхаусом та мейнстрімом у результатах їхньої діяльності, якими є створення та накопичення художніх цінностей та створення комерційного продукту, відповідно.

Проаналізовано артхаусний кінематограф у категоріях соціокультурного підходу. Результатом проведення соціокультурного аналізу артхаусу стало виявлення основних факторів, які впливають на вибір індивідом певного типу кіно. Виявлення та аналіз цих факторів на прикладі артхаусу та мейнстріму, а також дослідження низки міждисциплінарних підходів до вивчення кінематографічних уподобань глядацької аудиторії дозволили запропонувати власну схему пояснення затребуваності різних кінематографічних напрямків. Така схема містить індивідуальні, інституціональні та соціокультурні фактори, визначення яких дозволяє виявити тенденції у кінематографічних уподобаннях досліджуваної спільноти і, навпаки, інформація про кінематографічні смаки досліджуваної групи дозволяє зробити припущення щодо таких її показників як рівень освіти, доходу тощо.

Досліджено динаміку представленості артхаусних фільмів в українському кінопрокаті за період 2012–2016 рр. та виявлено основні тенденції українського кіноринку: зростання представленості (частка артхаусних фільмів на українському кіноринку зросла з 7,8 % у 2012 р. до 12,9 % у 2016 р.) та відвідуваності артхаусних фільмів в кіноекспонентних мережах України (зростання на 12,33 %).

Проаналізовано результати авторського дослідження «Особливості концептуалізації артхаусу та ціннісно-нормативний зміст артхаусних фільмів в українському кінопрокаті» (2016 р.). Запропоновано розглядати можливості впливу кінематографу на власну аудиторію в контексті трьох основних концепцій: психоемоційного впливу, соціального та економічного ефектів. Поглиблено розуміння природи ієрархії соціальних ролей агентів поля кінематографічного процесу та розширено концепції детермінації артхаусного та мейнстрімівського напрямків кінематографу. Важливим результатом стало визначення основної проблематики артхаусних фільмів, що вийшли на екрани українських кінотеатрів за останні 5 років, а саме: проблем душевно-психологічних розладів особистості, ЛГБТ-спільнот, проституції, наркоманії, алкоголізму, злочинності та суїциду. Це дозволило концептуалізувати артхаусні фільми як художній продукт, що є екранним відображенням соціальної девіації.

У результаті проведення авторського дослідження «Соціальний портрет глядацької аудиторії: мейнстрім vs. артхаус» (березень-травень 2016 р., Харків) виявлено основні відмінності між соціальними портретами досліджуваних

категорій глядачів, які простежуються як на прикладі соціально-демографічних характеристик (артхаусна аудиторія є старшою, освіченішою та матеріально забезпеченішою за мейнстримівську), так і показників, що фіксують особливості культурного споживання (артхаусна аудиторія віддає перевагу платним ресурсам та усамітненому перегляду фільмів, тоді як мейнстримівська, навпаки, – безкоштовним ресурсам та колективному кіноперегляду).

Кінематограф у цілому та арthouseний напрямок, зокрема, є складними соціокультурними феноменами, дослідження яких має носити перманентний та динамічний характер. У майбутніх дослідженнях не тільки залишаться актуальними ті проблемні питання, яким була приділена дослідницька увага в межах цієї дисертаційної роботи, але, безперечно, з'являться й нові, пов'язані як із вивченням структури глядацької аудиторії, так і соціальної обумовленості її художніх смаків. У цьому контексті результати, представлені в цій дисертаційній роботі, можуть слугувати теоретичним базисом у подальших дослідженнях арthouseу та кінематографу в цілому не тільки в галузі соціального знання, але й в міждисциплінарних дослідженнях.

## **СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ**

**Наукові праці, в яких опубліковані основні наукові результати дисертації:**

### ***Публікації у фахових виданнях України:***

1. Коновалов А. Е. Институциональный подход в детерминации арthouseного кинематографа // Нова парадигма. 2014, вип. 122. С. 215–225.
2. Коновалов А. Е. Кинофестиваль как фактор социальной институционализации арthouseного кинематографа // Грані. 2014, № 7. С. 83–88.
3. Коновалов А. Е. Арthouseный кинематограф как социокультурный феномен : демаркация основных понятий // Вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». Політологія. Соціологія. Право. 2014, вип. 2. С. 74–79.
4. Коновалов А. Е. Киноведение и научно-популярные издания как факторы социальной институционализации арthouseного кинематографа // Соціологічні студії. 2015, № 2. С. 33–38.
5. Коновалов О. Є. Перспективи соціологічних досліджень арthouseного кінематографу // Вісник Львівського університету. Серія соціологічна. 2015, вип. 9. С. 254–260.

**Наукові праці, в яких опубліковані основні наукові результати дисертації у зарубіжних спеціалізованих виданнях:**

### ***Публікації основних результатів дисертації у зарубіжних спеціалізованих виданнях:***

6. Коновалов А. Е. Структурно-функциональные особенности института кинематографа : арthouse vs. мейнстрим // East European Scientific Journal. 2017, № 1. Р. 30–34.

**Наукові праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації:  
Публікації апробаційного характеру (матеріали конференцій):**

7. Konovalov O. Ye. Institutional Approach in Research of Arthouse Cinema // Пріоритетні напрямки розвитку суспільних наук у XXI столітті : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (Херсон, 27–28 лютого 2015 року). Херсон, 2015. С. 119–121.

8. Konovalov O. Ye. Institutional approach in determination of arthouse cinema // Академічні та наукові виклики різноманітних галузей знань у 21-му столітті : матеріали IV Міжнародної наукової конференції (Харків, 20 березня 2015 року). Харків, 2015. С. 52–55.

9. Коновалов А. Е. Понятийно-категориальное поле феномена артхаусного кинематографа // Роль суспільних наук у забезпеченні стабільності розвитку глобальних світових процесів у XXI ст. : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (Київ, 3–4 квітня 2015 року). Київ, 2015. С. 76–79.

10. Коновалов А. Е. Социокультурная обусловленность популярности кинематографа // Пріоритети розвитку суспільних наук у XXI столітті : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (Одеса, 8–9 квітня 2016 року). Одеса, 2016. С. 81–85.

11. Коновалов А. Е. Социально-структурная обусловленность кинематографических предпочтений // Współczesne problemy i perspektywy rozwoju : zbiór artykułów naukowych konferencji międzynarodowej naukowo-praktycznej (Краків, Польща, 29–30 квітня 2016 року). Краків, 2016. S. 67–69.

12. Коновалов А. Е. Теоретические детерминанты популярности кинематографа : мейнстрим vs. артхаус // Media Studies : междисциплинарные исследования медиа : материалы научно-практической конференции (Харків, 16 травня 2016 року). Харків, 2016. С. 33–38.

13. Коновалов А. Е. Методологические особенности исследования артхаусного кинематографа как социального института // Osiągnięcia naukowe, rozwój, propozycje «Z okazji 200-lecia Uniwersytetu Warszawskiego» : zbiór artykułów naukowych konferencji międzynarodowej naukowo-praktycznej (Варшава, Польща, 29–30 вересня 2016 року). Варшава, 2016. S. 50–51.

## **АНОТАЦІЯ**

**Коновалов О. Є. Артхаусний кінематограф як соціокультурний феномен. – На правах рукопису.**

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата соціологічних наук за спеціальністю 22.00.01 – теорія та історія соціології. – Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна МОН України, Харків, 2018.

У дисертації представлено результати соціологічного дослідження артхаусного кінематографу в контексті соціокультурного підходу. Окреслено дві концепції, які визначають теоретичні межі понять соціологічного дослідження кінематографу: наративну та інституціональну, на підставі чого запропоновано

авторський варіант інтерпретації співвідношення іноземної та вітчизняної термінології.

Розкрито та порівняно структурно-функціональні особливості інституту артхаусного та мейнстримівського кінематографів. Визначено відмінності між артхаусом та мейнстримом в ієрархії соціальних ролей персоналу, в дистриб'юторських моделях, наборі матеріальних атрибутів експонентних мереж та у використанні можливостей науково-критичного кінодискурсу. Висунуто твердження щодо латентних функцій артхаусу та мейнстриму: латентною названо функцію омасовлення, яку виконує мейнстрим, у той час як прихованою функцією артхаусу названо статусотворчу.

Проаналізовано артхаусний кінематограф у категоріях соціокультурного підходу. Арт-сінема розглянуто як практику дозвілля та споживання культурного продукту, а артхаусний фільм – як засіб існування та трансляції нормативно-ціннісного змісту. Запропоновано авторську схему пояснення затребуваності різних кінематографічних напрямків. Ця схема охоплює індивідуальні, інституціональні та соціокультурні фактори.

Виявлено основну тематику артхаусних фільмів, що вийшли на екрани українських кінотеатрів за останні 5 років. Артхаусні фільми концептуалізовано як художній продукт, який є екранним відображенням соціальної девіації.

Складено та порівняно соціальні портрети глядацької аудиторії артхаусу та мейнстриму. Виявлено основні відмінності між соціальними портретами досліджуваних категорій глядачів, які простежуються як на прикладі соціально-демографічних характеристик, так і показників, що фіксують особливості культурного споживання.

**Ключові слова:** кінематограф, артхаусний кінематограф, соціологія кінематографу, соціокультурний підхід, структурно-функціональний підхід, соціальний інститут, соціальний портрет, глядацька аудиторія.

## АННОТАЦИЯ

**Коновалов А. Е. Артхаусный кинематограф как социокультурный феномен. – На правах рукописи.**

Диссертация на соискание ученой степени кандидата социологических наук по специальности 22.00.01 – теория и история социологии. – Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина, МОН Украины, Харьков, 2018.

В диссертационной работе представлены результаты социологического исследования артхаусного кинематографа в контексте социокультурного подхода.

В работе уточнен понятийно-категориальный аппарат социологического исследования артхаусного кинематографа. Выявлены две основные концепции, определяющие теоретические границы понятий социологического исследования кинематографа: нарративная и институциональная, предусматривающие анализ, соответственно, художественных и структурно-функциональных особенностей

исследуемых кинематографических направлений, что позволило предложить авторский вариант интерпретации соотношения иностранной и отечественной терминологии и определить семантические границы таких понятий как «авторский интеллектуальный европейский кинематограф», «арт-синема», «арт-хаус», «независимый кинематограф» и др.

В качестве методологического базиса диссертационного исследования выбран социокультурный подход. За основу взята идея структурирования артхауса в виде «социокультурной триады» (П. Сорокин), что определило выбор методологического подхода, предполагающего интерпретацию социокультурного феномена в категориях индивидуального действия, социальных структур и институтов, культурных значений, норм и ценностей (Ю. Сорока).

Выявлены структурно-функциональные особенности институтов артхаусного и мейнстримовского кинематографов. Определены различия между артхаусом и мейнстримом в иерархии социальных ролей персонала, в дистрибьюторских моделях, в наборе материальных атрибутов экспоненциальных сетей и в использовании возможностей научно-критического кинодискурса.

Артхаусный кинематограф проанализирован в категориях социокультурного подхода. Арт-синема рассмотрено в качестве досуговой, культурно-потребительской и институционализированной социальной практики, а основной продукт артхаусной киноиндустрии – фильм – в качестве средства существования и трансляции нормативно-ценностного содержания. Выявлены основные детерминанты востребованности артхаусного кинематографа среди зрительской аудитории, а именно: индивидуальные, институциональные и социокультурные факторы.

Исследована динамика представленности артхаусных фильмов в украинском кинопрокате за период 2012–2016 гг. и выявлены основные тенденции украинского кинорынка: рост представленности и посещаемости артхаусных фильмов в кинотеатральных сетях Украины.

Определена основная тематика артхаусных фильмов, вышедших на экраны украинских кинотеатров за последние 5 лет, а именно: проблемы душевно-психологических расстройств личности, ЛГБТ-сообществ, проституции, наркомании, алкоголизма, преступности и суицида. Это позволило концептуализировать артхаусные фильмы в качестве художественного продукта, который является экранным отражением социальной девиации.

На основании анализа результатов опроса посетителей кинотеатра выявлены основные различия между социальными портретами артхаусной и мейнстримовской зрительских аудиторий. Указано, что данные различия проявляются как в социально-демографических характеристиках (артхаусная аудитория старше, образованнее и материально обеспеченнее, чем мейнстримовская), так и в показателях, фиксирующих особенности культурного потребления (артхаусная аудитория отдает предпочтение платным ресурсам и уединенному просмотру фильмов, тогда как мейнстримовская, наоборот – бесплатным ресурсам и коллективному кинопросмотру).

**Ключевые слова:** кинематограф, артхаусный кинематограф, социология кинематографа, социокультурный подход, структурно-функциональный подход, социальный институт, социальный портрет, зрительская аудитория.

## SUMMARY

**Konovalov O. Ye. Art cinema as a sociocultural phenomenon. – On the rights of manuscript.**

The thesis for obtaining the academic degree of Candidate of Sociological Sciences in the specialty 22.00.01 – Theory and History of Sociology. – V. N. Karazin Kharkiv National University of Ministry of Education and Science of Ukraine, Kharkiv, 2018.

Thesis presents the results of sociological research on art cinema. Two concepts, which define the theoretical scopes of the sociological research of the cinema, have been outlined: narrative and institutional, on which grounds author's interpretation of correlation between foreign and native terminology is proposed.

Structural-functional features of art and mainstream cinemas have been defined and compared. Distinctions between art and mainstream cinemas have been determined in the social hierarchy of staff, distributors' models, material attributes of exponent networks and in the opportunities of critical discourse. Latent functions of art and mainstream cinemas have been argued: mainstreaming function, the one performed by the mainstream, has been called latent, while the hidden function of art cinema has been called the one of establishing status.

Art cinema has been analysed in the categories of sociocultural approach. Art cinema has been considered as a leisure, culture consuming and institutionalized practice, the major product of which – a film – has been regarded as a way of existence and broadcasting of normative value-based meaning. Author's scheme for explaining the demand for different cinematic movements has been introduced. The given scheme includes individual, institutional and sociocultural factors.

The main theme of the art cinema films, which have been released in Ukraine for the last five years, has been identified. Art films have been conceptualized as an art product, which is a social deviation screen reflection.

Social profiles of art and mainstream cinema audiences have been composed and compared. The major differences between social profiles of the study audience, that are identifiable in both: the example of socio-demographic features, as well as the indicators that register peculiarities of cultural consumption, have been determined.

**Key words:** cinema, art cinema, sociology of cinema, socio-cultural approach, structural-functional approach, social institution, social profile, audience.

Відповідальний за випуск  
доктор філософських наук, професор  
***Стародубцева Лідія Володимирівна***

---

Підписано до друку 19.09.2017 р. Формат 60 × 84 1/16. Папір офсетний.

Гарнітура Times. Віддруковано на ризографі

Ум.друк. арк. 0,9.

Замовлення № 19/09/17. Тираж 100 прим. Ціна договірна

---

Віддруковано ФОП Гончаренко В.Ю.

Свідоцтво В02 №984968 видане виконавчим комітетом

Харківської міської ради 18.11.2008 р.