

Розділ 3

СОЦІАЛЬНІ РЕАЛЬНОСТІ В ЕМПІРИЧНИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ

УДК 316. 752-057.87:791.2

Сальнікова, С., Климюк, А. (2018). Масове кіно як чинник ціннісних орієнтацій студентів (за результатами соціологічного дослідження). *Соціологічні студії*, 2(13), 45–53.
DOI: <https://doi.org/10.29038/2306-3971-2018-01-45-52>

Масове кіно як чинник ціннісних орієнтацій студентів (за результатами соціологічного дослідження)

Світлана Сальнікова –
кандидат соціологічних наук, доцент
кафедри загальної і соціальної
психології та соціології,
Східноєвропейський національний
університет імені Лесі Українки,
Луцьк, Україна
E-mail: sv.salnikova@gmail.com

Svitlana Salnikova –
PhD in Sociology, Associate Professor,
Department of General and Social
Psychology, and Sociology
Lesya Ukrainka Eastern European
National University, Lutsk, Ukraine
E-mail: sv.salnikova@gmail.com
Salnikova.Svitlana@eenu.edu.ua
Researcher ID: S-5114-2017
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6368-9480>

Артур Климюк –
магістр соціології, кафедра загальної
і соціальної психології та соціології,
Східноєвропейський національний
університет імені Лесі Українки,
Луцьк, Україна
E-mail: arturklymiuk95@gmail.com

Artur Klymiuk –
Master in Sociology, Department of
General and Social Psychology, and
Sociology
Lesya Ukrainka Eastern European
National University, Lutsk, Ukraine
E-mail: arturklymiuk95@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.29038/2306-3971-2018-01-45-52>

Received: September, 2018
1st Revision: October, 2018
Asseped: November, 2018

Дослідження полягає у виявленні особливостей впливу сучасного масового кіно на формування ціннісних орієнтацій студентської молоді в рамках кількісної стратегії. Емпірична база статті – результати пілотного дослідження, проведеного лабораторією соціологічних досліджень Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки серед студентів 2–4-го курсів у період із 26.09.2018 до 05.10.2018 (обсяг вибірки становить 210 осіб).

Виявлено, що рівень поширеності масового кіно серед студентів є високим (85,6 %) і характер його впливу визначається як позитивний (50,8 %) чи нейтральний (35,8 %). Негативний вплив (3,3 %) проявляється в наявності сцен насильства, пропагуванні алкоголю й наркотиків, утечі від реальності тощо. Позитивний вплив кіно полягає в психологічному розвантаженні (55,8 %), сприянні інтелектуальному розвитку (43,3 %) та формуванню життєвих стратегій (35,0 %). Масове кіно формує образ авторитетного або життєлюбного лідера, патріотичність не є його обов'язковою рисою.

«Подивитися фільм» для студента означає розважитися (58,3 %), та провести вільний час (55,0 %), першочергово звертаючи увагу на сюжет фільму (68,3 %), акторську гру (58,3 %), оригінальність картини (35,0 %), сценарій (30,8 %) тощо. Та й призначення кіно, на думку студентської молоді, полягає в тому, аби бути засобом відпочинку й розваги (55,0 %), пропагувати позитивні моральні цінності (45,8 %), бути джерелом нових знань про світ і людей (45,0 %). На користь розважальної місії фільму свідчить розподіл жанрових уподобань волинських студентів, а це – кінокомедії (60,8 %), пригодницькі фільми (43,3 %), детективи (35,8 %), ліричні фільми про любов і сім'ю (35,0 %) тощо. Інтернет є основним ресурсом для перегляду кіно (79,2 %), незначна частка студентів відвідує кінотеатри (15,0 %). Вибір контенту залежить від ціннісно-нормативної бази кожного.

Ключові слова: характер впливу кіно, рівень поширеності кіно, одновимірний розподіл, ціннісно-нормативна система.

Salnikova Svitlana, Klymiuk Artur. The Mass Movie as a Factor of Value Orientation of Students (According to the Results of Sociological Research). The aim of the research is to identify the peculiarities of the influence of the modern mass movie on the formation of value orientations of students within the framework of quantitative strategy. The empirical base is the results of a pilot study conducted by the Laboratory of Sociological Researches of the Lesya Ukrainka Eastern European National University (the sample size is 210 bachelors; period from 09/26/2018 to 10/5/2018).

The conducted research gives an opportunity to make a number of conclusions. In general, students are active film enthusiasts (81,7 %; the monthly rate is 85,6 %), and they consider the impact of movie is more likely to be positive (50,8 %) or neutral (35,8 %). Negative influence is insignificant (3,3 %) and it's manifested in the presence of violence, propaganda of alcohol and drugs, escape from reality, etc. Students feel positive influence of movie on their ability to provide psychological relaxation (55,8 %), to promote intellectual development of a person (43,3 %) and construction of life strategies (35,0 %). The movie forms the image of the leader – either authoritative or cheerful person; both patriotism and moral responsibility are not its key features.

In general, «watching a movie» means having fun (58,3 %) and spending free time (55,0 %), so first of all students pay attention to the film's plot (68,3 %), an actor game (58,3 %), the originality of the picture (35,0 %), the script (30,8 %), the director's work (28,3 %), informativeness and cheerfulness of the film (26,7 %), etc. According to the students' opinion, the purpose of the cinema is to be a means of rest and entertainment (55,0 %), to promote positive moral values (45,8 %), to be the source of new knowledge about the world and people (45,0 %). In favor of the entertainment mission of the film, the distribution of genre preferences of the Volyn students is shown in the following: it is movie comedy (60,8 %), adventure films (43,3 %), detectives (35,8 %), lyrical films about love and family (35,0 %). Students watch these films in the Internet (79,2 %), TV (5,8 %), and a small proportion of students attends cinema (15,0 %). So, the students decide themselves «what» and «where» to watch, the quality of the selected content depends on the value-normative basis of each.

Key words: character of movie influence, level of movie prevalence, one-dimensional distribution, value-normative system.

Сальнікова Светлана, Климюк Артур. Массовое кино как фактор ценностных ориентаций студентов (по результатам социологического исследования). Исследование особенностей влияния массового кино на формирование ценностных ориентаций студенческой молодежи проводили среди студентов 2–4-го курсов Восточноевропейского национального университета имени Леси Украинки (26.09.2018–05.10.2018; 210 чел.).

Уровень распространённости массового кино среди студентов составляет 85,6 %, основным ресурсом для его просмотра является Интернет (79,2 %), незначительная часть студентов посещает кинотеатры (15,0 %). Основная цель кино, по мнению студентов, – быть средством отдыха и развлечения (55,0 %), пропагандировать положительные нравственные ценности (45,8 %), быть источником новых знаний о мире и людях (45,0 %). Доминирующим является позитивное влияние кино (50,8 %), содействующее психологической разгрузке (55,8 %), интеллектуальному развитию (43,3 %) и формированию жизненных стратегий (35,0 %); о негативном говорят только 3,3 % опрошенных.

Ключевые слова: характер воздействия кино, уровень распространённости кино, одномерное распределение, ценностно-нормативная система.

Постановка наукової проблеми та її значення. Останнім часом ми спостерігаємо, як в Україні відбувається відродження кіномистецтва та, відповідно, інтересу до нього з боку громадян. Про це свідчить тенденція зростання відвідуваності кинотеатрів і збільшення обсягів виробництва українських фільмів. Усе це дає підстави припускати, що кіно, будучи засобом масової комунікації, сприяє поширенню в суспільстві ідей масової культури, які йдуть урозріз зі спадщиною традиційної національної культури. Массове кіно є ефективним інститутом соціалізації студентської молоді й чинником, який впливає на формування ціннісних орієнтацій.

У процесі соціалізації ціннісні орієнтації молоді зазнають змін і під впливом культурного середовища, у тому числі кіно. Кінопродукція заснована на цінностях та потребах членів суспільства, але вона не лише відображає традиційно сформовані цінності, але й бере участь у формуванні нових ціннісних орієнтацій.

У цілому актуальність дослідження визначається необхідністю виявлення й аналізу стану та тенденцій масового кіно як чинника, який впливає на формування ціннісних орієнтацій студентської молоді. Отже, наше дослідження зумовлене, з одного боку, впливом масового кіно як одного з чинників, які формують ціннісні орієнтації студентської молоді, а з іншого – дефіцитом соціологічної інформації щодо особливостей впливу масового кіно на ціннісні орієнтації студентської молоді та причини їх виникнення.

Емпірична база статті – результати пілотного дослідження, проведеного лабораторією соціологічних досліджень Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. Збір даних тривав

із 26.09.2018 до 05.10.2018; опитування проводили серед студентів 2–4-го курсів цього закладу вищої освіти (ЗВО); обсяг вибірки – 210 осіб.

Мета статті – виявлення особливостей впливу сучасного масового кіно на формування ціннісних орієнтацій студентської молоді. Для цього нам потрібно виконати низку дослідницьких завдань, пов'язаних із виявленням характеру впливу, рівня поширеності, жанрової пріоритетності та цільового призначення масового кіно в оцінках студентської молоді СНУ ім. Лесі Українки; додатково розглянемо ціннісні орієнтації студентської молоді.

Під «масовим кіно» розумітимемо популярний у широких верствах сучасного суспільства загальнодоступний вид кіномистецтва. Ця культура включає масові форми культурного споживання, художня її частина поширюється засобами масової комунікації й спрямована на масовий смак споживача (Глотов, Головін, 2016).

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Сучасне кіно сприяє розвитку ціннісних орієнтацій дітей і молоді – так вважає О. С. Мірошкіна та зазначає, що такий вплив відбувається приховано, на рівні емоцій (Мірошкіна, 2012). До висновку про те, що маніпулятивні технології кіно впливають на формування ціннісних орієнтацій молодих людей, дійшов і М. В. Скрипкар (2009).

Відповідаючи на питання «Чи має вплив кіно на сучасну молодь?», студенти Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки (далі – СНУ) здебільшого погодилися («так, має» – 70,0 %), проте для 20,8 % це питання виявилось з-поміж тих, на яке «важко відповісти»; відсутність впливу відзначило 8,3 % студентів. При цьому, на їхню думку, кіно загалом має «позитивний» вплив (50,8 %) або ж «нейтральний» (35,8 %); «негативний» вплив проявляється вкрай рідко (3,3 %), частіше його важко визначити (10,0 %).

Домінуючим позитивним впливом є психологічне розвантаження, тобто мета перегляду фільмів – це зняття напруги, яка виникає внаслідок різних (побутових, робочих, сімейних) обставин; таким можна вважати й наступний чинник – сприяння за допомогою кіно інтелектуальному розвитку людини; масове кіно допомагає також формуванню ціннісно-нормативної системи та життєвих перспектив (див. табл. 1). А ось духовний і фізичний розвиток людини не передбачає відмови від надмірного споживання – стилю життя, яким характеризується сучасне суспільство, – суспільство надмірного споживання товарів і послуг.

Таблиця 1

Який позитивний вплив переважає у фільмах? (до 3-х варіантів)

Позитивний вплив	%
Психологічне розвантаження	55,8
Сприяють інтелектуальному розвитку людини	43,3
Зміна ціннісних орієнтирів у позитивну сторону	35,8
Схильність до планування свого життя, створення сім'ї	35,0
Духовний розвиток	29,2
Пропагують здоровий спосіб життя	28,3
Альтруїзм	15,0
Інше	8,3

Відповідаючи на питання про те, яким є негативний вплив у фільмах, більшість респондентів обрала схильність до насильства та втечу від реальності (по 46,7 % студентів в обох випадках). Досить часто у фільмах показують відверте насильство, проте стверджувати щорічне зростання останнього¹ не можна ані серед населення в цілому, ані серед когорти наймолодших. Скоріш за все,

¹ Див.: http://www.lutsk.ukrstat.gov.ua/23_1.htm

студенти констатують наявність насильства в кіно, котре, будучи негативною цінністю, автоматично зазначається як негативний чинник. Можна припустити, що фільми з відповідними сценами є також своєрідними засобами розвантаження, тобто людина, яка переглядає фільм зі сценою насильства, намагається компенсувати нестачу адреналіну в реальності, тим самим зберігаючи психологічний баланс.

Схильність до алкоголю й наркотиків як результат негативного впливу фільмів обрало 38,3 %; приблизно стільки ж студентів указують на деградацію підростаючих поколінь (37,5 %).

Таблиця 2

Який негативний вплив переважає у фільмах? (до 3-х варіантів)

Негативний вплив	%
Схильність до насильства	46,7
Утеча від реальності	46,7
Схильність до алкоголю, наркотиків	38,3
Деградація підростаючих поколінь	37,5
Схильність лише до розваг, пропалювання життя	29,2
Зміна ціннісних орієнтирів у негативну сторону	27,5
Деморалізація	19,2
Інше	8,3

На думку Ю. А. Шерковіна, двоїтий характер системи цінностей зумовлений одночасно індивідуальним і соціальним досвідом, тим самим визначаючи її подвійне функціональне значення. По-перше, цінності є основою формування й збереження у свідомості людей настанов, які дають змогу індивіду зайняти певну позицію, висловити свою думку, дати оцінку. Отже, вони стають частиною свідомості. По-друге, цінності виступають у перетвореному вигляді мотивів діяльності та поведінки, оскільки орієнтація людини у світі й прагнення до досягнення певних цілей неминуче співвідносяться з цінностями, що увійшли до його особистісної структури (Шерковін, 1982).

Під час перегляду фільму кожен глядач хоче щось отримати від нього, тобто він переслідує якусь мету, що означає «подивитися фільм» для волинського студента? Так, першочергово – це розвага (58,3 %) та проведення вільного часу (55,0 %).

Таблиця 3

Яку мету Ви переслідуєте під час перегляду фільму? (до 3-х варіантів)

Мета	%
Розвага	58,3
Проведення вільного часу	55,0
Отримання емоцій, відсутніх у житті	34,2
Одержання нової для себе інформації	31,7
Естетичне задоволення	31,7
Підвищення інтелектуального рівня	30,8
Духовне задоволення	27,5
Отримання життєвого досвіду	11,7

Отже, можна говорити про те, що негативний вплив, який проаналізовано вище, не має чіткої спрямованості (не так сильно відображається на їхніх діях, вчинках) і є все-таки для студентської молоді засобом компенсації негативних емоцій, яких не вистачає в реальному житті, або на отримання яких вони нездатні, – принаймні для 34,2 %. Третина студентів очікують від перегляду фільму естетичного задоволення (31,7 %) та додатково поінформованості (31,7 %), сприяння інтелектуальному розвитку (30,8 %).

На користь розважальної місії фільму свідчить розподіл жанрових уподобань студентів. У топі – кінокомедії (60,8 %), пригодницькі фільми (43,3 %), детективи (35,8 %), ліричні фільми про любов і сім'ю (35,0 %).

Таблиця 4

Які жанри фільмів Вам подобаються найбільше? (до 5-ти варіантів)

Жанр	%
Кінокомедії	60,8
Пригодницькі фільми	43,3
Детективи	35,8
Ліричні фільми про любов і сім'ю	35,0
Фільми жахів	30,0
Фільми про історичне минуле нашого народу	26,7
Бойовики	24,2
Містичні трилери	24,2
Сучасна соціально-проблемна драма	19,2
Наукова фантастика	19,2
Еротичне кіно	14,2
Філософське авторське кіно	13,3
Музичні фільми	12,5
Політичне кіно	8,3
Фольклорно-етнографічні фільми	8,3
Релігійне кіно	7,5
Соціальна сатира	5,8

Попри жанр, студентів у фільмі приваблює легкий/нехитрий сюжет (68,3 %), що в принципі відповідає улюбленим жанрам; акторська гра (58,3 %); оригінальність картини (35,0 %); сценарій (30,8 %); робота режисера (28,3 %); інформативність та повчальність фільму (26,7 %). Не надто звертають увагу студенти на візуальні ефекти (23,3 %), костюми, грим (19,2 %), роботу оператора (14,2 %), жорстокість, сцени насильства (6,7 %) тощо. Студенти вважають ідеальним образ героя, який є або авторитетним лідером, спроможним знаходити вихід зі скрутного становища (24,2 %), або людиною легкого характеру, котра вміє насолоджуватися життям (22,5 %); запити на образ захисника справедливості або свідомого патріота не є домінуючими (12,5 % та 9,2 % відповідно).

Студенти загалом відзначають ключову розважальну роль кіно в нашому суспільстві (55,0 %), проте близько половини молоді вказала на те, що кіно має пропагувати позитивні моральні цінності.

З урахуванням невизначеної ціннісно-нормативної системи (коли «чорне» сприймається як «біле» й навпаки (Мурадян и др., 2014, с. 147–173)), з одного боку, і пріоритетності кінокомедій – з іншого, не можна не зауважити значущий вплив останніх на формування ціннісної системи суспільства загалом, молоді зокрема. Тим паче, що розважальні шоу, які заповнили ефіри телеканалів, можуть цілком компенсувати потребу в перегляді кіно комедійного жанру для невибагливого (у плані естетичних смаків та економічних можливостей) глядача.

Таблиця 5

Яку роль, передусім, на Вашу думку, має відігравати кіно в нашому суспільстві? (до 3-х варіантів)

Роль	%
Бути засобом відпочинку й розваги	55,0
Пропагувати позитивні моральні цінності	45,8
Бути джерелом нових знань про світ і людей	45,0
Давати особливу естетичну насолоду	37,5
Бути засобом спілкування людей	26,7
Художніми засобами розв'язувати актуальні проблеми життя	25,0
Виховувати наших громадян у національно-патріотичному дусі	20,0
Бути прибутковим видом шоу-бізнесу	6,7
Підтримувати політичну стабільність у державі	3,3
Важко відповісти	4,2

Одним із найважливіших та найефективніших засобів трансляції ідеологічного контенту в масову свідомість, на думку Ю. Бондаренко, є ігрові кінофільми й телевізійні серіали. Ця ситуація зумовлена тим, що перегляд кінофільмів і серіалів займає важливе місце в структурі дозвілля сучасної людини. Унаслідок цього символи, які транслюються за їх допомогою, відіграють важливу роль у процесі соціалізації. Крім того, кінопродукція не є «ціннісно-нейтральним» продуктом (Бондаренко, 2014, с. 47).

Попри те, що студенти люблять кіно (81,7 %) та досить часто його переглядають (37,5 % – кілька разів на місяць, 31,7 % – кілька разів на тиждень, 16,7 % – щодня, 14,2 % – щомісяця або ще рідше), вони надають перевагу інтернет-перегляду (79,2 %). А це означає свідомий вибір кінопродукції. Стандартному перегляду кіно по телевізору віддає перевагу лише 5,8 %. На жаль, до кінотеатру ходить лише 15,0 % студентської молоді, при цьому 41,7 % відвідують заклад кілька разів на рік, 37,5 % – кілька разів на місяць, 4,2 % – кілька разів на тиждень, 14,2 % – принаймні раз у рік, решта 2,5 % – не ходить до кінотеатру. Серед основних причин невідвідуваності кінотеатрів – відсутність вільного часу (60,8 %), пріоритетність інтернет-перегляду (13,3 %) та фінансова неспроможність (12,5 %).

Отже, на думку студентів, кіно повинно бути засобом відпочинку й розваги (55,0 %), пропагувати позитивні моральні цінності (45,8 %); бути джерелом нових знань про світ і людей (45,0 %), давати особливу естетичну насолоду (37,5 %) тощо.

За словами Ф. С. Василюка, «цінність внутрішньо висвітлює все життя людини, наповнюючи її простотою і справжньою свободою» (Василюк, 1984, с. 125). Ціннісні вподобання студентської молоді більшою мірою спрямовані на саморозвиток (творчий, професійний, фізичний), на особистий комфорт (економічний, комунікаційний, побутовий тощо), меншою мірою – на важливість і якість відносин із навколишнім світом без урахування залученості до мистецтва (див. табл. 6). Власне вибіркою також можна пояснити значимість топових цінностей, адже студентська молодь перебуває

на життєвому етапі, який вимагає від неї активності та бажання змінити себе й світ на краще; розвивати в собі критичне мислення, піддавати сумніву знання та не боятись отримати негативне схвалення з боку оточуючих.

Харківські соціологи стверджують «продовження тренду до постмодернізації ціннісної свідомості вихованців вітчизняної вищої школи», попри те, що у 2017 р. вони вперше зафіксували «матеріалізацію ціннісних орієнтацій студентської молоді» (Свід, Сокурянська, 2017, с. 135, 137).

Таблиця 6

Наскільки цінним особисто для Вас є...?, %

Варіант	Цінно	Нейтрально	Не цінно
Можливість розвитку, реалізації своїх здібностей, талантів	96,7	2,5	0,8
Цікава, творча робота	94,2	5,8	0,0
Здоров'я	94,1	4,2	1,7
Особиста свобода, незалежність у судженнях і діях	92,5	5,8	0,8
Сімейне благополуччя	89,2	8,3	1,7
Економічна незалежність	87,5	9,2	2,5
Порозуміння з батьками, старшим поколінням	86,7	9,2	4,2
Побутовий комфорт	86,6	10,0	3,4
Повноцінний відпочинок, цікаві розваги	85,0	12,5	0,8
Особистий спокій, відсутність неприємностей	84,1	14,2	1,7
Освіченість, знання	82,5	11,7	5,0
Матеріальний добробут	79,1	15,8	3,4
Гарні стосунки з людьми	79,0	13,3	6,7
Високе службове та суспільне становище	65,8	30,0	4,2
Можливість приносити користь людям	64,1	17,5	15,0
Екологічна безпека	55,0	25,8	16,7
Участь у громадському житті та розв'язанні суспільних проблем	54,2	20,8	25,0
Залучення до літератури та мистецтва	49,1	22,5	28,3

Отож, формуючи ціннісні орієнтації особистості, кіно підтримує саморозвиток, незалежність тощо волинських студентів, але недостатньо акцентує увагу на їхніх екологічних і громадських сприйняттях (Мурадян та ін., 2018).

Висновки та перспективи подальших досліджень. Проведене дослідження дає підставу зробити низку висновків. Зокрема, студенти є активними любителями кіно (81,7 %; рівень щомісячного перегляду – 85,6 %) і визначають його вплив радше як позитивний (50,8 %) чи нейтральний (35,8 %). Негативний вплив незначний (3,3 %) і проявляється в наявності сцен насильства, пропагуванні алкоголю та наркотиків, утечі від реальності тощо.

Позитивний вплив кіно студенти вбачають у його здатності забезпечувати психологічне розвантаження (55,8 %), сприяти інтелектуальному розвитку людини (43,3 %) та формуванню життєвих стратегій (35,0 %). Кіно формує образ лідера – або авторитетного, або життєлюбного; патріотичність чи моральна відповідальність не є його ключовими рисами.

Загалом «подивитися фільм» для студента означає розважитися (58,3 %) та провести вільний час (55,0 %), тому він (студент) першочергово звертає увагу на сюжет фільму (68,3 %), акторську гру (58,3 %), оригінальність картини (35,0 %), сценарій (30,8 %), додатково – на роботу режисера (28,3 %), інформативність і повчальність фільму (26,7 %) тощо. Та й призначення кіно, на думку студентської

молоді, полягає в тому, аби бути засобом відпочинку й розваги (55,0 %), пропагувати позитивні моральні цінності (45,8 %), бути джерелом нових знань про світ і людей (45,0 %).

На користь розважальної місії фільму свідчить розподіл жанрових уподобань волинських студентів, а це – кінокомедії (60,8 %), пригодницькі фільми (43,3 %), детективи (35,8 %), ліричні фільми про любов і сім'ю (35,0 %). Їх (фільми) студенти дивляться, послуговуючись Інтернетом (79,2 %), телебачення серед студентів не є в пріоритеті (5,8 %); незначна частка студентів СНУ відвідує кінотеатри (15,0 %). Отож, «що» й «де» дивитися студенти вирішують самостійно, якість обраного контенту залежить від ціннісно-нормативної бази кожного.

Найбільш цінними для сучасної студентської молоді є можливість розвитку та реалізації власних здібностей, талантив (96,7 %), цікава й творча робота (94,2 %), здоров'я (94,1 %), особиста свобода, незалежність у судженнях і діях (92,5 %). Усе це свідчить про те, що молодь прагне бути здоровою як фізично, так і морально, прагне до самостійності як у житті, так і в судженнях, професійній діяльності. До цінностей, які менш значущі для студентів СНУ ім. Лесі Українки, належать екологічна безпека (55,0 %), участь у громадському житті та розв'язанні суспільних проблем (54,2 %), залучення до літератури й мистецтва (49,1 %).

Вивчення впливу масового кіно на ціннісні орієнтації молоді потребує подальших розвідок із застосуванням не лише кількісної стратегії дослідження.

Джерела та література

1. Бондаренко, Ю. (2014). Ігрове кіно як інструмент поширення ідеології. *Соціологічні студії*, 2(5), С. 46–51.
2. Василюк, Ф. Е. (1984). *Психология переживания: Анализ преодоления критических ситуаций*. Москва: Изд-во МГУ, 240 с.
3. Глотов, М. Б., Головин, Н. А. (2016). Современные социологические теории: учеб. и практикум для бакалавриата и магистратуры. *Социологический журнал*, Т. 22, № 4, С. 159–165.
4. Мирошкина, О. С. (2012). Современный кинематограф как фактор развития ценностных ориентаций воспитанников детского дома. *Гуманитарные научные исследования*, № 10, <http://human.snauka.ru/2012/10/1831>.
5. Мурадян, О. С., Сальнікова, С. А., Сидоров, М. В.-С., Серета, О. С. (2018). Ціннісні орієнтації студентів-першокурсників (за результатами між університетського дослідження). *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи*, Вип. 40, С. 125–132.
6. Мурадян, Е. С., Сальнікова, С. А., Титаренко, Л. Г., Широканова, А. А. (2014). *Динамика ценностно-нормативной системы и жизненные шансы: опыт постсоветской трансформации в Пограничье*: кол. моногр. Вильнюс: ЕГУ, 366 с.
7. Свід, О., Сокурянська, Л. (2017). Динаміка цінностей українського студентства часів незалежності: назад до «матеріалізму»? *Український соціологічний журнал*, Вип. 17–18, № 1–2, С. 135–139.
8. Скрипкар, М. В. (2009). *Воздействие манипулятивных технологий кинематографа на процесс социализации и формирование ценностных ориентаций молодежи*: автореф. дис. ... канд. социол. наук. Чита, 24 с.
9. Шерковин, Ю. А. (1982). Проблема ценностных ориентации и массовые информационные процессы. *Психологический журнал*, Т. 3, № 5, С. 235–745.

References

1. Bondarenko, Yu. (2014). Fiction Movie as a Tool to Spread the Ideology. *Sociological studios*, 2(5), P. 46–51
2. Vasilyuk, F. E. (1984). *Psychology of experience (analysis of overcoming critical situations)*. Moscow : Publishing house of Moscow State University, 240 p.
3. Glotov, M. B., Golovin, N. A. (2016). Modern sociological theories: A textbook and a workshop for undergraduate and postgraduate studies. *Sociological Journal*, Vol. 22, No 4, P. 159–165.
4. Myroshkina, O. S. (2012). Modern cinema as a factor in the development of value orientations for children in orphanages. *Humanitarian research*, No 10, Retrieved August 11, 2018 from URL: <http://human.snauka.ru/2012/10/1831>.
5. Muradyan, O., Salnikova, S., Sydorov, M., Sereta, O. (2018). Value Orientations of the First Year Students (According to the Results of the Interuniversity Survey). *Visnyk of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: Sociological studies of contemporary society: methodology, theory, methods*, Issue 40, P. 125–132.

6. Muradyan, Ye. S., Salnikova, S. A., Titarenko, L. G., Shirokanova, A. O. (2014). *The dynamics of value and norm system and life chances: the experience of post-Soviet transformation in the Borderlands*. Vilnius: YeGU, 366 p.
7. Svid, O., Sokuryanska, L. (2017). Dynamics of value orientations of Ukrainian students at the time of independence: return to «materialism»? *Ukrainian Sociological Journal*, Issue 17–18, No 1–2, P. 135–139.
8. Skrypkar, M. V. (2009). *Impact of manipulative technologies of cinema on the process of socialization and formation of value orientations of youth: author's abstract*. diss. cand. sociological sciences. Chita, 24 p.
9. Sherkovin, Yu. A. (1982). The problem of value orientation and mass information processes. *Psychological Journal*, Vol. 3, No 5, P. 235–745.