

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

**Основная образовательная программа бакалавриата по направлению подготовки 040100 «Социология»**

**Профиль «социальная антропология»**

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

**Паттерны интерпретации кинотекстов блогерами YouTube**

Выполнила:
студентка 4 курса, группы 17.Б03-с
направления «Социальная антропология»,
Зайцева Екатерина Андреевна

Научный руководитель:
ассистент кафедры культурной
антропологии и этнической социологии,
кандидат социологических наук,
Гвоздиков Денис Сергеевич

Санкт-Петербург

2021

**Оглавление**

[**Введение** 3](#_Toc72790824)

[**Глава 1. Изучение восприятия кинотекста как раздел социологии кино** 8](#_Toc72790825)

[1.1. Кино. Его функции и значение 8](#_Toc72790826)

[1.2. Восприятие кинематографа как предмет социологии 11](#_Toc72790827)

[**Глава 2. Социокультурные аспекты нарративных практик** 16](#_Toc72790828)

[2.1. Интерпретация нарратива как универсальная культурная практика 16](#_Toc72790829)

[**Глава 3. Стратегии трактования кинематографа, репрезентируемые видеоблогерами** 18](#_Toc72790830)

[3.1. Анализ видеообзоров на российском YouTube 18](#_Toc72790831)

[3.2. Результаты 31](#_Toc72790832)

[**Заключение** 34](#_Toc72790833)

[**Литература и источники** 37](#_Toc72790834)

# **Введение**

**Актуальность** выбора данной темы выпускной квалификационной работы обусловлена активизацией социокультурных процессов, связанных с цифровизацией общества и с появлением и стремительным вхождением в повседневную жизнь современных людей такого нового социокультурного феномена, как видеоблогинг, который, в контексте этой исследовательской работы, являет собой обзоры кинематографа в формате видео, в большинстве своём (в частности, именно те, о которых будет идти здесь речь) представленные на платформе YouTube. Этот вид рекреационного времяпрепровождения достиг массовой популярности в течение последних лет. Люди интересуются чужими мнениями о кинофильмах, которые им нравятся, или если они слабо поняли их смысл при просмотре, или же стремятся ознакомиться с альтернативными своей точке зрения мнениями на один и тот же предмет киноискусства. Феномен формата видеоблогинга в области обсуждений кинематографа имеет своей сутью разбор фильма как творческого произведения, разделение его на части, поиск скрытых смыслов в сюжете (содержательно), в изображении (визуально), а также в звуковом сопровождении, которое является дополняющей смысловую нагрузку фильма частью.

Также, актуальность работы обуславливается тем, что зрительская аудитория кинофильмов, кинообсуждений и различного рода высказываний мнения на предмет кинематографа перетекает в наши дни в Интернет-пространство. Кроме того, наблюдается смещение границ досугового времяпрепровождения, связанного с кино, то есть, в то время как раньше возможность просмотра киноленты была ограничена темпоральными и территориальными рамками (по временным срокам; по городам/странам, в которых присутствовал тот или иной кинопрокат; то есть, количество просмотров человеком одного кинофильма имело место быть, в основном, в однократном или двукратном размере; можно сказать, что в связи с этим, возникали определённые трудности), сейчас Всемирная Сеть дала возможность и открыла новый канал досуга и коммуникации, что, следовательно, послужило смещению киносеансов в сторону перманентного пересмотра фильмов и появления постоянно обновляющихся способов и методов толкования и прочтения кинотекстов зрительской аудиторией.

В плане отношений, выстраивающихся между кинотекстом и кинозрителем, актуально возникновение новой зрительской практики, заключающейся в занимании зрителем «активной» позиции, поскольку теперь, предлагая и разделяя свои и чужие прочтения фильма, зрители становятся «со-творцами»[[1]](#footnote-1) самого произведения искусства, то есть между кинематографом и человеком происходит не одностороннее, но взаимное действие.

Думаю, что, безусловно, возникновение этого нового дискурса можно считать признаком формирования претерпевающей масштабные изменения в эпоху современности культуры. Вышеупомянутый новый дискурс заключается в трактовках кинотекста, которые несут в себе продукты деятельности видеоблогеров, чьё выражаемое публично мнение является демонстрацией субъективного видения смыслового наполнения кинофильма.

Блогинг, посвящённый тематике интерпретации кинематографа – это социальное явление, а эта самая «ткань» интерпретации – явление культурное. Возникновение и формирование этой новой культуры происходит в процессе рождения самих интерпретаций. В данном исследовании интерес направляется не в сторону фигур блогеров, но в сторону стратегий их интерпретации кинотекстов. Таким образом, исследователем в этой работе будут прослежены основные пути трактования текста, транслируемого через киноленту, найдены ключевые интерпретационные особенности среди выделенных блогеров и выявлены паттерны интерпретации кинотекстов внутри российской видеоблогосферы.

На примере мыслей, которые были изложены Теодором Адорно, в ключе социальных функций искусства и его социального воздействия, был сформирован вывод о том, что современные условия «виртуализации общества» подразумевают изменения в процессах коммуникации и социализации[[2]](#footnote-2). В частности, это изменения количественные, поскольку формат, например, видеоблогинга даёт возможность приумножать и скреплять огромную аудиторию зрителей, которые могут коммуницировать как между собой, так и с объединяющим этих людей блогером (автором видеоблога) (в рамках обратной связи в форме обмена комментариями к видеоролику). Можно утверждать, что в сегодняшних реалиях видеоблогинг на YouTube стал высоко актуальным и востребованным среди пользователей Интернета ресурсом по сравнению с бумажными СМИ, радио и телевидением.

В контексте вышеописанных актуальных процессов, в социально-гуманитарном знании появляется новая **научная проблема**, заключающаяся в том, что способы формирования паттернов на основе прочтения смыслов, разбитые на критерии по их характеру, далеко не изучены и требуют большего внимания к себе как к исследовательскому полю. Паттерны прочтения кинотекстов входят в паттерны культуры и являются не чем иным, как паттернами символизации и трактования символического материала. В рамках социологического интереса, культурологического и антропологического изучения, эти вопросы были исследованы недостаточно, что и является проблемой. Проблемное поле строится вокруг понятия о дифференциации общества (конкретно здесь, аудитории) на основе критерия формирования культурных сообществ.

**Цель выпускной квалификационной работы** заключается в том, чтобы выявить паттерны интерпретации кинотекстов, прослеживающиеся среди российских видеоблогеров-кинообозревателей на платформе YouTube.

Будет необходимо найти ответ на следующий **исследовательский вопрос**: каковы стратегии интерпретации кинотекста, использующиеся российскими видеоблогерами?

Итак, **исследовательское поле** представляет собой площадку из нескольких российских видеоблогов на платформе YouTube, посвящённых кинообзорам, дифференцирующихся на основе критерия характера содержания, а также различными методами или способами трактовки текста кинофильма. Необходимо уточнить, что выборочная совокупность в этом исследовании состоит из тех каналов, на которых блогеры пытаются выяснить скрытые смыслы, спрятанные в тексте фильма. Это особый тип каналов, посвященных обзорам кино, и они отличаются от простых каналов глубиной анализа фильмов и настойчивостью в поиске каких-то новых секретных символов и значений, содержащихся в канве кинематографической ленты.

Эмпирическая часть исследовательской работы состоит из типовых обзоров, и в материалах находятся все обзоры.

Для достижения поставленных целей были сформированы следующие **задачи**:

1. Рассмотреть теоретические положения специфики и методов социологического исследования рецепции кинофильмов (описать и выявить специфику научно-исследовательского поля, в котором проводились исследования, направленные на изучение рецепции кинематографа);
2. Рассмотреть существующие на данный момент стратегии интерпретации кинотекстов;
3. Проанализировать эмпирический материал, представленный в рамках очерченного исследовательского поля;
4. Проследить за стратегиями интерпретации кинотекстов российскими блогерами YouTube;

**Объект выпускной квалификационной работы**: видеообзоры кинематографа и текстов кинофильмов в рамках российской блогосферы YouTube.

**Предмет выпускной квалификационной работы**: специфика проявления истолкования кинотекстов в среде российского видеоблогинга и стратегии их трактовки.

**Методы исследования**:

1. Качественный контент-анализ видеообзоров кинофильмов на российском пространстве YouTube.
2. Сравнительный анализ (сравнение видеороликов-кинообзоров, а именно, заложенных в них подходов к поиску смыслового наполнения кинотекста, с целью выявления признаков их похожести и различности).

В комментарии к методам исследования, хотелось бы сказать и о качественном сравнительном анализе (понятие, взятое из области сравнительной социологии). Он заключается в сочетании методологий количественного и качественного анализа. В случае данного исследования качественный сравнительный анализ стремится учесть каждый конкретный случай среди всех видео в сравниваемых категориях. Применение этого метода даёт возможность исследователю анализировать эмпирические объекты и распознавать в них отличительные сочетания, взаимосвязи и параллели между событиями, причинами и следствиями, которые были описаны в видеообзорах. Использование этой концепции в течение исследовательской работы поспособствует достижению видения более объективной и подробной картины той области, которой предстоит быть тщательно изученной.

Методологические подходы:

1. Герменевтические подходы

**Структура** выпускной квалификационной работы включает в себя введение, две главы с двумя параграфами в каждой из них, заключение и список источников.

# **Глава 1. Изучение восприятия кинотекста как раздел социологии кино**

* 1. Кино. Его функции и значение

Хотелось бы начать рассуждение с рассмотрения «теории отражения». Эта теория является одной из наиболее распространённых в социологическом анализе кинематографа, основана на центральном предположении, что ключевые темы фильмов каждого периода отражают окружающие социальные обстоятельства, и, по сути, проистекает из позиции, например, марксистской, относительно осознания человеческого социального существования. По мнению теоретиков рефлексии, для проникновения во внутренние слои общества ничто не может быть ценным и полезным, кроме как анализировать фильмы, которые создаются и демонстрируются в сообществе[[3]](#footnote-3). По сути, предположение о взаимодействии искусства и общества и их влиянии друг на друга является старым и глубоко укоренившимся суждением. Художник, даже если вдали от суеты повседневной жизни и в обществе, знает, что подвергается остракизму, в его искусстве все же можно найти невидимые следы элементов социальной среды. Фактически, через общество искусство обусловлено и детерминировано[[4]](#footnote-4).

Теоретики и критики рассматривают повседневную жизнь как главную область производства смысла[[5]](#footnote-5), а искусство – как наиболее важную позицию для представления и выражения социальных и психологических сложностей и противоречий (в контексте повседневной жизни)[[6]](#footnote-6), тем ценен кинематограф и отражение социальных условий в нём, в частности. Фактически, социальные слои и классы в некотором роде сохраняют и увековечивают тенденции и противоречия и их отношение через художественные произведения (видеографические). Но у этого подхода есть две основные проблемы: во-первых, он занимает широкий пласт значений, потому не может определить, какие аспекты общества отражены в искусстве, а какие нет. По этой причине всегда ведутся споры о том, что и кто именно отражён в той или иной кинематографической продукции. Между тем, всегда остается вопрос: что и как отражается, сколько, какие аспекты и какими методами[[7]](#footnote-7). Таким образом, за определенный период времени может быть проведён анализ социально-политической обстановки по фильмам, в которых снимались в это время, рефлексия подход не кажется всеобъемлющим, гарантированным и применимым, который требует объединения других элементов общества и точного согласования этих элементов; во-вторых, в этом подходе отношения между фильмом и обществом больше похожи на поездку в один конец, просто с учетом влияния общества, игнорируя взаимодействие фильмов на сообществе, порождающее их образовательную функцию.

Далее, следует рассмотреть теорию функционализма. В данном контексте она рассматривается как обратная сторона теории отражения. Фактически, функционализм означает, что в фильме соблюдены или учтены некоторые функции применительно к тому конкретному периоду, в котором изучается общество. Это, помимо теории отражения и не только, не является теорией репрезентации. Гарт Джоуэтт в своей книге «Кино как массовая коммуникация»[[8]](#footnote-8) признаёт шесть функций кинематографа (и, в более общем понимании, видео). Эти функции включают в себя следующие:

А) *Бегство от действительности*. История кино и театра показывает, что в периоды экономического спада и войны люди сталкиваются с многочисленными экономическими и социальными проблемами, и тогда они обращаются к кинематографу, чтобы убежать от проблемы, потому что это снимает беспокойство, по причине отвлечения от реальной жизни, а также истрачивания эмоционального ресурса при просмотре.

Б) *Создание нового отношения зрителя к какому-либо явлению/событию/феномену/и т.д*. Эта функция действует во многом как убеждение и пропаганда и относится к специальным функциям кино, таким как способность оказывать глубокое влияние на аудиторию. Например, кино – это фактор активирующего действия для создания и укрепления стереотипов и, в то же время, для их исчезновения или ослабления. Кино может нарушать границы и доступные шаблоны, до тех пор, пока не продвинется вперёд человеческого восприятия, и, зачастую, в кинематографе иллюстрируется новый мир.

В) *Убеждение и пропаганда*. Эта роль параллельна знакомой функции кино в политической жизни. Реклама играет ключевую роль в формировании культуры и формирует культуру и образ жизни. Другими словами, доминирующая идеология общества усиливается через идеологию, предлагаемую в фильмах. Таким образом, фильм может быть средством убедить людей подчиняться интересам правящего класса и продвигать свои требуемые убеждения.

Г) *Социализация*. Кино, как и другие средства массовой информации, может превосходить традиционные институты социализации, такие, как семья, школа и церковь, и взаимодействует с людьми напрямую.

E) *Отображение реальности*. Ещё одна функция кино – в частности, иллюстрировать трудности и проблемы общества и тяжёлое положение в области психологической, социальной и экономической сторон жизни людей, показывает реальность напрямую, чтобы показать жизнь такой, какая она есть. В таких фильмах наиболее часто встречается и является эффективным печальный финал, герои часто не достигают своих целей и мечтаний.

F) *Идентификация*. Данная функция присутствует почти во всех фильмах.

Фактически, обзор фильмов, с точки зрения такого функционального их рассмотрения, знакомит нас с аспектом познавания реальности через просмотр кино и его интерпретацию. Посредством языка искусства, фильмы установили глубокую связь со своей аудиторией за пределами географических и идеологических границ. Таким образом, кинематограф может обладать глубоким влиянием на зрительскую аудиторию в различных областях повседневности – в том числе, в формировании мировоззрения и идентичности, построения образа жизни, моделирования потребностей, системы ценностей, норм и даже паттернов поведения индивидов, а также групповой принадлежности, их удовлетворенности условиями жизни и достижения жизненных целей, реализации надежд и мечтаний. Изучение истории кинокультуры предлагает нам множество примеров такого воздействия. Многие варианты поведения, оценок, суждений и апелляций и даже устойчивые выражения в языке нацелены на достижение членов сообщества потребителей больших экранов и экранов телевизоров, что свидетельствует о взаимном влиянии кинематографа и его зрительской аудитории друг на друга.

Ричард Д. Дженкинс (американский театральный и киноактёр, художественный руководитель театра) и Жан Дювиньо (французский социолог и антрополог, драматург, журналист; его работы посвящены социологии воображения, социологии искусства, месту игры, сцены, спектакля, а также роли актёра в обществах новейшего времени; в 1985 году вместе с Эдгаром Мореном и Роланом Бартом основал философско-социологический и политологический журнал «Аргументы»)[[9]](#footnote-9) высказывают мнение, что фильм следует рассматривать как социальное явление, в котором, с одной стороны, прослеживаются следы того воздействия на общество, которое реализуется внутри него, а с другой стороны, в фильме как социальном явлении находят выражение убеждения и идеи режиссера, которые он обнаруживает в контексте условий киносъёмки и внутри контекста самого фильма. Так, посредством действий художника в сотворении киноленты, дух социальной общности пронизывает полотно созданного автором произведения искусства.

Сознание автора становится посредником между художественным творчеством как таковым и социальными условиями творчества[[10]](#footnote-10). При создании художественного произведения художник обладает всеми своими знаниями и спецификациями, а также имеет в сознании индивидуальное видение социальных проблемам, и в произведении искусства проблемы и социальные изменения отражаются, пройдя через фильтр ума и личности художника.

* 1. Восприятие кинематографа как предмет социологии

Одной из отраслей социологии является социология кино. Эта научная дисциплина направлена на изучение кинематографа с точки зрения рассмотрения его как социального института, в том числе таких процессов, с ним связанных, как его создание, распространение, восприятие, потребность общества в нём и влияние на зрительскую аудиторию. Кроме того, социология кино исследует такие показатели, как социально-демографические характеристики аудитории, а также жанровые и тематические предпочтения её представителей в этой области культуры.

Необходимо рассмотреть историю, методы и практики изучения восприятия киноискусства в рамках социогуманитарных дисциплин. Хотелось бы начать с описания основополагающих понятий, на которые опирается данное исследование, предлагая возможные варианты их определения.

Итак, одно из главных понятий, на которых базируется эта работа, это герменевтика. Герменевтика (от греч. «разъясняющий», «истолковывающий») изначально, в период формирования (в Древней Греции) являлась способом истолкования ораторских речей, а также всевозможных иносказаний и многозначных символов. Далее, в Средневековье, с помощью герменевтики истолковывали, в основном, Библейские тексты, протестантские теологи считали использование герменевтики способом найти истинный смысл сложных богословских вещей. Ф. Шлейермахер, немецкий теолог и философ, в новое время внес значительный вклад в развитие герменевтики. Согласно его мнению, герменевтика – это универсальный методологический инструмент анализа в процессе познания культурно-исторических текстов. В XX веке проблемы герменевтики философски разрабатываются в русле экзистенциализма. Хайдеггер усматривает герменевтический характер человеческого бытия в его «языковости», герменевтика для него есть толкование самого бытия[[11]](#footnote-11).

Выделяются несколько основных герменевтических операций, помогающих в интерпретации текста[[12]](#footnote-12):

1. Постижение критиком текста через сопоставление с культурной традицией, с действительностью;
2. «Вживание» – сопереживающее проникновение в художественную логику текста;
3. Постижение текста через сопоставление художественных образов со своей личностью и своим эстетическим опытом;
4. Расширение духовного горизонта, контекста (действительность, культура, личный опыт), в котором воспринимается художественное произведение.

Следующее ключевое понятие – интерпретация. С латинского языка показательно переводится как толкование, разъяснение. Интерпретация является частью, этапом процесса художественного творчества и восприятия произведений искусства. Искусство подразумевает наличие в себе художественного отражения действительности, а оно, в свою очередь, неотъемлемо включает элемент ее истолкования. В процесс восприятия искусства аудиторией интерпретация входит как важнейшая его составная часть и означает способ понимания его [искусства] субъектом восприятия в зависимости от его индивидуальных, личностных особенностей, социальной принадлежности, уровня развития, воспитания и так далее. Интерпретация является одной из задач художественной критики.

Итак, как предмет социологии, восприятие киноискусства лежит в основе исследований рецепции зрительской аудитории кинофильмов. Один из самых первых научных тезисов, написанных о кинематографе, принадлежит Эмили Альтенло («Zur Soziologie des Kino: Die Kino-Unternehmung und die Sozialen Schichten Ihrer Besucher» (1914)). Изучение Альтенло привычек зрителей кино в Мангейме, Германия, за последние годы значительно выросло в репутации, отчасти потому, что её интерес к социальным факторам, лежащим в основе популярности кино, предвосхищает современные интересы и проблемы, а также отчасти из-за роста исследований кино как социального пространства в целом.

Маршалл Маклюэн (канадский культуролог, философ, филолог, литературный критик, теоретик медиа и коммуникации) одним из первых указал на тесную взаимосвязь кино и зрителя, обозначил силу воздействия кино на человека и тем самым явился одним из основоположников социологического анализа кино. («Понимание Медиа: внешние расширения человека» ([англ.](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%BD%D0%B3%D0%BB%D0%B8%D0%B9%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9_%D1%8F%D0%B7%D1%8B%D0%BA) Understanding Media: The Extensions of Man, 1964)[[13]](#footnote-13).

Дискурс восприятия кинематографа как предмета социологии нераздельно связан с изучением рецепции и аудитории. Гордон Грей (американский антрополог, специалист по истории и теории медиа) в книге «Кино: визуальная антропология»[[14]](#footnote-14) (где автор поднимает в том числе такие темы, как восприятие и интерпретация кинематографа) ссылается на исследование, проведённое Луизой Спенс[[15]](#footnote-15), который являет собой один из первых опытов изучения аудитории (а именно, телеаудитории) с помощью качественного метода. Роль первых исследований зрительского восприятия заключается в том, что в них аудитория нашла способ концептуализироваться и стать полноценным предметом социологического, культурологического и антропологического изучения. Из исследованиия Спенс, посвящённого представительницам женской аудитории мыльных опер, Грей извлекает вывод: «мы хотим иметь возможность идентифицировать себя с персонажами и ситуациями и сопереживать им»[[16]](#footnote-16). Это немаловажное заключение в контексте восприятия продукта визуальной культуры. Спенс также касается и обратного влияния, оказываемого аудиторией сериала на его создателей. Кроме того, в своей работе, на основании анализа собранных глубинных интервью с информантами, она приходит к утверждению, что неправдоподобные и невероятные сюжетные ходы в телесериалах способствуют укреплению системы ценностей их аудитории, поскольку через такие сюжетные повороты находят подтверждение правильность и закономерность развития событий нашей реальной жизни.

Данные о взаимосвязи между исследованиями культуры и исследованиями рецепции представлены в сборнике Мачора и Голдстейна «Reception Study: From Literary Theory to Cultural Studies»[[17]](#footnote-17). Эта работа базируется на идее о том, что изучение восприятия – необходимый инструмент исследования того, как читатели взаимодействуют с текстом и усваивают изложенную в нём информацию. В сборнике демонстрируется широкое и перекрёстное использование исследования рецепции в областях культурологии, антропологии и литературоведении.

# **Глава 2. Социокультурные аспекты нарративных практик**

* 1. Интерпретация нарратива как универсальная культурная практика

Нарратив – понятие, фиксирующее способ бытия повествовательного текста, в котором сознание и язык, бытие и время, человек и время оказываются тесно взаимосвязаны.[[18]](#footnote-18) С латинского языка narrare – языковой акт, то есть вербальное изложение, в отличие от представления. Нарратив является повествованием рассказыванием истории, а также пересказом и толкованием. Нарратив включает в себя повествовательные и событийные тексты, которые могут быть как словесными, так и визуальными (живопись, кино и так далее). Томас Манн определяет нарратора как «невесомый, бесплотный и вездесущий дух повествования». Он обезличен, в отличие от рассказчика, который персонифицирован.

Человек сталкивается с нарративами каждый день, и это явление можно обозначить как актуальную практику, обладающую некоторыми социокультурными аспектами. В обществе существует универсальный культурный паттерн – рассказ. Он представляет собой презентацию повествователем некой истории (мифа, легенды, сказки), реализуемую в группе (то есть, при наличии аудитории). Истории постоянно пересказываются, обсуждаются, дополняются, находят новые толкования. Людей увлекают описанные в этих историях выдуманные миры, им интересно знакомиться снова и снова с одним и тем же сюжетом, смысл которого постоянно пересказывается из раза в раз.

Практики разговоров у костра племени бушменов, перестроившись под новые условия, проявились внутри новой технологии Интернет (на медийном пространстве YouTube) в новом формате – здесь рассказчик имеет свою аудиторию (аналогично с группой людей, собравшихся вокруг костра) и пересказывает просмотренный им фильм, наделяя свой рассказ найденными в киноленте скрытыми смыслами, интерпретируя и истолковывая кинотекст. Следовательно, в культурной практике человечества реализуется подобное поведение, вне зависимости от времени, территории, этноса. По всему лицу земли сохраняется и проявляется этот паттерн поведения, эта закономерность, обусловленная социально. Разные эпохи и разные страны связываются и объединяются через наличие данной культурной практики.

Таким образом, любое художественное произведение приобретает новые звучания, претерпев последовательно один за другим пересказ и получив новые способы трактовки себя. Нарративы стали репрезентироваться в сети Интернет, что открыло возможности, например, людям, которым не с кем обсудить просмотренные ими фильмы, участвовать в дискуссии в комментариях к видеообзору киноленты, дать оценку блогерской интерпретации, сравнить со своим видением, открыть для себя новые трактовки и смыслы.

В рамках взаимодействия зрительской аудитории и кинематографа можно выделить два уровня: первый уровень – это само кино, на втором располагается то, как кино интерпретируется зрителем.

Вообще, подход к медиа как к текстам был разработан впервые в Центре современных исследований культуры[[19]](#footnote-19) под руководством Стюарта Холла (британского социолога культуры и массовых коммуникаций). Текст в том понимании принимал форму и кино. Текст является промежуточным элементом цепочки производства и восприятия культурного продукта между его производителем и его потребителем. Текст читается, и это чтение является активной формой взаимодействия аудитории с «написанным», «сказанным». Читатель толкует смысл текста и решает, принимать или же отвергать прочитанное, «донесённое до него» информационное сообщение. На это решение влияют ряд факторов, например, культурный и социальный опыт прошлого в жизни реципиента, социальный и культурный контекст тех условий, в которых фильм был просмотрен, информационная осведомлённость о предмете текста и так далее.

# **Глава 3. Стратегии трактования кинематографа, репрезентируемые видеоблогерами**

## 3.1. Анализ видеообзоров на российском YouTube

Критерии распределения блогеров на группы выделяются на основе первичного анализа основных стратегий интерпретации ими кинофильмов. Критерии таковы:

1. Ориентированность в анализе кинотекста на внешнюю составляющую фильма: детали костюмов, интерьеров, освещения, операторской съёмки и т.д. (поиск скрытых смыслов, зашифрованных в таких, выраженных внешне, символах);
2. Ориентированность при анализе на интерпретацию сюжетной ткани кинофильма, на работу сценаристов и режиссёрское построение сцен и фильма в целом;
3. Обоснование выводов с опорой на психологическую составляющую кинофильма (психоанализ пути героя, анализ каждой сцены с точки зрения применения законов психологии);
4. Выделение основной морали, поиск главного смысла в фильме, который может стать применимым на практике в условиях повседневной жизни (например, мотивационные/вдохновляющие идеи, увиденные и сформулированные видеоблогером как вытекающие из кинопроизведения);
5. Поиск принципиально нового видения картины, открытие глубинной подоплеки тех или иных, казалось бы, незначительных нюансов и/или событий в фильме, сцен, диалогов, отношений, глубинных причинно-следственных связей между элементами произведения. Позиционируется это видеоблогером как смыслы, затаённые в произведении, заложенные автором в качестве главного значения фильма, но являющиеся непонятными и невидимыми для большинства зрителей. Такие найденные блогером скрытые смыслы зачастую носят характер сенсационности, нового открытия и т.п.;
6. Обращение к историко-культурному наследию человечества (например, сравнение событий и явлений, присутствующих в фильме, с контекстом, имевшим место быть в прошлом);
7. Опора на протяжении всего обзора на поиск ответа на какой-либо ключевой вопрос, возникший у видеоблогера во время просмотра кинофильма. На этот и смежные с ним, более узкие, вопросы он ищет варианты ответов, периодически, в течение обзора, предлагая гипотезы и рассуждая над ними. В конце, скорее всего, он наконец приходит к ответу;
8. Поиск сокрытого глубокого смысла в названии, в различных переводах, в именах героев и тому подобных лингвистических деталях фильма;
9. Интерпретация через сравнение вымышленного, представленного в фильме мира с реальностью наших дней; обращение к социальным проблемам современного общества.

Зачастую видеоблогеры совмещают в анализе кинофильма несколько из этих референтов.

Необходимо выбрать несколько роликов и сделать анализ. Паттерны интерпретации кинотекста, исходя из найденных референтов. Тогда паттерн будет складываться из типического набора референтов или ходов в интерпретации.

В анализе каждого обзора присутствуют: сам ролик, общая характеристика, тайм-код – референт; на каждый тайм-код небольшое описание того, что происходит.

АНАЛИЗ ВИДЕОБЗОРОВ

1. **Канал/блог: ЧБУ**

**Название видеообзора: Секрет финальной шутки**

**Фильм: «Джокер» (2019 г.)**

<https://www.youtube.com/watch?v=QAf1IEzM-DU>

ЧБУ начинает анализ киноленты с акцента на одной из заключительных сцен фильма (в которой Джокер уже находится в психиатрической больнице и выдает самую непонятную за весь фильм шутку) (*тайм-код: 0:05*). В ходе дальнейшего разбора он соблюдает линию к объяснению её смысла, посредством чего разбирается и весь фильм в целом. Блогер собирает общую картину смысла по крупицам из всех ключевых, по его мнению, сцен и объясняет каждый сюжетный поворот.

ЧБУ в своей речи часто пользуется приемом риторического вопрошения, обращаясь к зрителям и как бы давая понять, о чем будет его дальнейшее рассуждение, на какие вопросы он будет искать ответы в фильме (*тайм-код: 0:20)*.

Далее, он постепенно отвечает на более узкие вопросы (например, «Что Джокер считает смешным?» (*тайм-код: 0:27*)), для того чтобы из их понимания сложился ответ и на основной вопрос, поставленный в кинообзоре («Так почему же нам эту [финальную] шутку [Джокера] не понять?»). ЧБУ рассматривает эпизод в стендап-клубе (*тайм-код: 0:33*), из которого он делает вывод, что главного героя не смешат обычные шутки, и смеётся он лишь из-за подражания массе людей (**референт №3**, психологизм), он наблюдает за тем, что людей смешит, для того чтобы самому подстроиться под это и быть успешным (смешным) комиком, а также выписывает в свой дневник несколько отмеченных им в ходе наблюдения за аудиторией пунктов (*тайм-код: 0:52-1:05*). «И это неудивительно, что Артур понятия не имеет, что смешит обычных людей, ведь его смешат совсем другие вещи» (*тайм-код: 1:07-1:13*).

Далее видеоблогер углубляется в историю детства Джокера (*тайм-код: 1:15-1:42*), которое оказывается весьма тяжелым, из чего ЧБУ делает вывод, что «В раннем детстве психика Артура ломается, он начинает смеяться в ответ на жестокость, насилие, боль и несправедливость. Это его защитная реакция» (*тайм-код: 1:33-1:41*). Далее блогер доказывает свою сформулированную выше гипотезу, обращая внимание зрителей на то, что спонтанный смех Джокера в фильме, действительно, звучит только в критических, страшных ситуациях и как бы отвечает на боль и социальную несправедливость; ЧБУ приводит конкретные примеры проявления неконтролируемого хаотичного смеха (*тайм-код: 1:42-2:38*). Этот ход интерпретации можно отнести к **референту №5** (открытие новых тайных смыслов).

Как следствие из сделанного смыслового открытия, ЧБУ проводит параллель между фактами того, что Артур всегда мечтал стать комиком и смешить людей, и того, что с детства его смешило насилие, соответственно, сам того не осознавая, главный герой на протяжении всей жизни шёл к тому, чтобы нести в мир жестокость и хаос, которые, в своё время, нанесли ему самому глубочайшую психологическую травму (*тайм-код: 2:52-3:07*) (опять же, **референт №3**).

Блогер акцентирует наше внимание также на еще одной немаловажной детали: у Джокера один и тот же блокнот выполняет одновременно две функции – дневник для психотерапевта, наполненный лишь негативными мыслями и всем, что относится к смерти, и сборник придуманных им шуток (*тайм-код: 3:08-3:32*).

Далее ЧБУ ведет линию интерпретации кинофильма, показывая отдельные детали сюжета (*тайм-коды: 3:33-4:44; 7:07-8:07*), свидетельствующие о том, что главный герой на протяжении всего повествования сильно меняется и перевоплощается из обычного человека (Артура) в Джокера. Для данного блогера этот аспект является ключевой зацепкой в ходе поиска смысла картины.

Также, ЧБУ останавливается на объяснении феномена танца, вплетенного в полотно сюжета «Джокера» (*тайм-код: 4:43-5:19*), и здесь он снова приходит к выводу, что герой постепенно, в течение фильма, становится опытным «шоуменом», кем он и мечтал быть.

Ещё один ход интерпретации, который использован блогером в кинообзоре, заключается в обращении к прошлому (**референт №6**), в котором он находит сходство с процессами, происходящими в фильме. ЧБУ проводит такую аналогию: жизнь Джокера являет собой тесное переплетение трагедии и комедии, что символически показано в самом начале фильма, когда Артур в гримерке примеряет на своем лице две классические античные маски – трагедии и комедии (*тайм-код: 5:41-7:07*), и блогер сравнивает эти сюжетные и визуальные отсылки с античным театром, в котором маски использовались для обозначения перед зрителями с целью показать, нужно ли им смеяться сейчас или плакать. Однако в сознании героя эти эмоции и эти маски меняются местами, и для него они означают противоположное.

Причину вызывающего, опасного и жестокого поведения Джокера (в том числе его убийств) ЧБУ находит в поиске внимания, поскольку герой считает себя лучшим (гениальным) комиком, но этого никто не замечает (*тайм-код: 9:10-9:35*).

В заключении обзора видеоблогер приводит несколько выводов, к которым он пришел в ходе анализа и интерпретации кинотекста (*тайм-код: 10:11-10:35*): 1. Юмор субъективен; 2. Главный герой – псих, которого смешит насилие; 3. Фильм «Джокер» размывает грань между комедией и трагедией; 4. Мир до смешного уродлив; 5. Люди слепы к проблемам друг друга, никто не готов поставить себя на место другого человека. Тут сам порой не знаешь, плакать или смеяться.

ЧБУ не даёт ответы на все вопросы. Так, к концу видеообзора (*тайм-код: 9:20-9:30*), остается открытым такой важный смысловой вопрос для этого фильма, как: совершает насильственные действия и убийства Артур из-за обостренного чувства несправедливости, или же действительно, как он сам говорит, по причине того, что те или иные люди слишком фальшиво поют или плохо танцуют (по сравнению с ним)? Однако, несмотря на неоднозначность вывода по этому вопросу, ЧБУ предлагает два варианта его трактовки и не уверен в том, какой именно является ответом, или, может быть, их квинтэссенция. Таким образом, попытка трактовать события, сцены, сюжет, поведение героев уже есть интерпретация кинофильма.

Ключевой отличительной особенностью кинообзоров видеоблогера ЧБУ является приведение анализа к последнему его пункту – выявлению некой морали, одной мысли или нескольким, заставляющим зрителей задуматься над своей жизнью и над тем, чтобы применить слова кинообозревателя (чужого для них человека, чья цель – лишь осветить фильм, пересказать сюжет или найти в нем глубинные смыслы) на собственном практическом опыте. Таким образом, видеоблогер имеет возможность оказывать влияние на формирование нравственной составляющей личности зрителя. Кроме того, часто в своих кинообзорах ЧБУ, используя психологическую аналитику поведения персонажей, находит и акцентирует внимание на тех характерных чертах в портретах героев, которые могут откликнуться в большинстве его зрителей и показаться похожими на них самих, что также способствует возникновению эффекта «близости» и чувства «жизненности».

1. **Канал/блог: ЧБУ**

**Название видеообзора: Везения не существует**

**Фильм: «Форрест Гамп» (1994 г.)**

<https://www.youtube.com/watch?v=fIu2dQPBcBc>

Блогер начинает видеообзор фильма «Форрест Гамп» с формулирования главного вопроса (данная стратегия соответствует **референту №7**), не дававшего ему покоя с каждым просмотром этой киноленты: «Неужели человеку может так везти в жизни?» (*тайм-код: 0:00-0:07*). Далее ЧБУ вводит зрителя в курс дела, пересказывая основную сюжетную линию фильма, что и навлекло его на вышеуказанное вопрошение. «Будучи немного обделённым умственными способностями, герой фильма становится успешен и известен в любой сфере, к которой прикоснётся, при этом сам он даже не способен оценить своего везения. Он не замечает ни славы, ни богатств, которые к нему приходят. За что бы Форрест ни взялся, у него всё получается с огромным размахом.» (*тайм-код: 0:08-0:23*).

После этого ЧБУ рассуждает о так называемом «везении» в жизни Форреста Гампа: «Может показаться, что судьба ему благоволит, однако всё обстоит иначе» (*тайм-код: 0:24-0:27*) и формулирует уже фактически ответ на свой первый вопрос, который в дальнейшем он будет подробно раскрывать: «Просто у Форреста нет педали тормоза, и в этом кроется та идея, которую нам пытается донести фильм» (*тайм-код: 0:28-0:33*) (**референт №5** – поиск основной идеи фильма).

Далее ЧБУ высказывает замеченную им закономерность, объединяющую все включённые в фильм микро-линии сюжета: «Большинство историй объединяет общее негласное правило: главному герою должны выпадать испытания, которые он должен с трудом преодолевать» (*тайм-код: 0:35-0:42*). После этого блогер даёт своеобразное объяснение этому: «Без таких испытаний фильм будет скучен» (*тайм-код: 0:42-0:44*) (**референт №2**). «Это хорошее правило, и оно работает. Конфликт двигает историю, заставляет нас сопереживать герою.» (*тайм-код: 0:51-0:57*).

Теперь ЧБУ раскладывает фильм, чтобы получить ответ на главный волнующий его вопрос. Он формулирует громкий и неожиданный (как может показаться со стороны) вывод из представленных в фильме различных историй в жизни Форреста Гампа, увенчавшихся успехом: «Форресту будто совсем не нужны усилия для достижения результата». (*тайм-код: 0:59-1:02*). Далее блогер перечисляет и показывает некоторые из победоносных для главного героя случаев из фильма (*тайм-код: 1:02-1:12*). «Это, пожалуй, единственный фильм, в котором у героя нет какой-то конкретной цели, и он время от времени занимается то одним, то другим. Он как пёрышко, следующее за ветром. Он не принимает решения по поводу своей судьбы. Каждый раз решение принимают за него.» (*тайм-код: 1:13-1:25*) (**референт №2**).

Один из вариантов, можно сказать, ответа на первый вопрос заложен в этой фразе: «Человек, рождённый с лёгкой умственной отсталостью делает то, что у обычного человека потребует огромных усилий» (тайм-код: 1:52-1:57).

В соответствии с **референтом №4** (выделение «вдохновляющей» морали) ЧБУ высказывает следующую мысль: «Фильм говорит нам, что мы, как и Форрест, можем добиться таких же результатов в любой сфере, если отдадимся этому целиком» (*тайм-код: 1:59-2:05*).

Далее, кинообозреватель раскладывает перед зрителем видеоролика перечень причин, которые, по мнению блогера, легли в основу успеха Форреста Гампа (*тайм-код: 2:05-2:47*): 1) сосредоточенность на процессе и способность удерживать фокус продолжительное время («…сосредоточенность на процессе, не на конечном результате. Ведь мечтая о славе и богатстве, трудно уделять достаточно внимания повседневной действительности») («это то качество, которое необходимо иметь, если хочешь добиться успеха и мастерства в любой деятельности» – **референт №4**). Затем, в рамках этого же пункта, он рассуждает на языке, напоминающем смесь философии научно-популярной психологии, о том, что такое успех: «Успех – это не что-то единое и абстрактное, это совокупность однообразных, рутинных и скучных действий»; 2) низкий интеллект («который не позволяет ему соскучиться и начать задавать вопросы о смысле выполнения действий. Он просто получает удовольствие, выполняя их, а это ведёт к мастерству» – **референт №4**).

Далее блогер рассказывает о существующей теории (*тайм-код: 2:47-3:25*), согласно которой успех не наступает мгновенно, а приходит только после определённого количества часов тренировок и практики. «Успех может прийти гораздо быстрее, если наслаждаться процессом». Вслед за этим ЧБУ делает громкое заявление, суть которого даже отображена в названии видео: «Таких понятий как удача или везение не существует», и доказывает это пример жизни Форреста: «Он стал хорош в том, чем занимался каждый день».

Ещё одна шокирующая, наверное, и противоречащая обыденному мнению, мораль, выведенная ЧБУ из этого фильма, такова: «Форрест Гамп показывает, что человек может достичь чего угодно вне зависимости от того, к чему он предрасположен. Даже если ты не выделяешься на фоне остальных людей, ты можешь быть лучшим в том деле, которое выберешь. <…> Нет никчёмных людей. Есть только лень и отсутствие веры в себя» (*тайм-код: 3:30-3:48*) (и снова появляется явственно выраженный **референт №4**).

Вслед за этим, блогер выводит ещё один жизненный совет из фильма: «Форрест Гамп говорит нам о бесполезности чувства стыда и неуверенности (*тайм-код: 4:31-4:34*); «Боязнь критики – абсолютно бесполезное явление. Успеха невозможно добиться, не избавившись от этого чувства» (*тайм-код: 4:49-4:54*); «Чтобы начать делать то, что нравится, много не нужно – достаточно желания и эффективного управления временем» (*тайм-код: 5:05-5:10*).

Следующее ответвление интерпретационного пути анализа кинофильма соответствует референту №6: «Эпоха взрослой жизни Форреста выпала на 60-е и 70-е. тогда телевизоры не пользовались такой популярностью, не помещались на ладони, а интернет был ещё только в форме локальных сетей у самых крупных компаний. Поэтому у него было очень много свободного времени, и он тратил его исключительно на то, чем хотел заниматься.» (*тайм-код: 5:10-5:27*).

Опора на сюжетную линию, на работу сценариста и режиссёра (**референт №2**) проявляется в следующем ходе интерпретации: «В этом фильме отчётливо прослеживается линия судьбы. Она воплощена в маме Форреста, в лейтенанте Денни, в Дженни, в Баббе (*тайм-код: 6:29-6:36*). Также, здесь можно заметить и использование **референта №3** в стратегии интерпретации (психологический анализ): «Но Форрест не тратит время на пустые разговоры о том, как всё должно быть. Он из тех простых и открытых людей, которые постоянно ощущают, как чудо затрагивает нашу жизнь. <…> Он способен разглядеть возможности в самых неожиданных, но в то же время очевидных местах.» (*тайм-код: 7:10-7:30*).

Далее мы слышим такую глубокую аналитическую мысль, в которой можно проследить несколько **референтов: №2, №3, №4 и №5** (*тайм-код: 7:58-8:08*): «Здесь мы видим столкновение двух философий, двух взглядов на жизнь: первый – что нам всем уготована судьба, и мы не в силах изменить её в значительной мере; второй – что мы сами творим свою судьбу.» Потом ЧБУ обращает внимание на небольшой и не очень заметный элемент режиссёрско-сценического оформления кадра (**референт №1**): «Это воплощено в центральном символе истории – пёрышке, которое открывает и закрывает фильм. Это первое и последнее, что мы видим в кадре» (*тайм-код: 8:33-8:40*).

Для того, чтобы связать эту деталь (пёрышко) со смыслом фильма, видеоблогер обращается к словам Тома Хэнкса (актёр, сыгравший главную роль в фильме «Форрест Гамп») в интервью: «Наша судьба определяется только тем, как мы распоряжаемся элементами случайностей в наших жизнях» (*тайм-код: 8:41-8:48*). Из этого ЧБУ делает такой вывод: «Перо отражает именно эту мысль. Ведь оно может приземлиться где угодно, но приземляется у ног Форреста. И Форрест поднимает это перо, словно хватаясь за шансы и возможности, которые жизнь предоставляет ему.» (*тайм-код: 8:48-8:59*).

Заключающая анализ мораль, выведенная из этого фильма (**референт №4**), заключается в следующем: «Форрест Гамп показывает нам, насколько важно эффективно использовать то, что нам предоставляется» (*тайм-код: 9:14-9:19*). Киноблогер связывает здесь две сцены с матерью (в начале фильма, где она говорит маленькому Форресту «Покажи свой максимум, Форрест» и в конце, со словами, обращёнными ко взрослому сыну: «Ты должен выжать максимум из того, что дал тебе Бог» («Do your best»)) (*тайм-код: 9:19-9:30*).

Апогея выражение **референта №4** в данном интерпретационном анализе достигает в самом конце кинообзора: «Фильм «Форрест Гамп» рассказывает нам историю человека, который добился всего, но при этом не испортился как личность. Он рассказывает о том, что в мире нет невозможного, если есть желание и воля изменить свою жизнь. В каждом из нас кроется человек, способный на всё. Нужно лишь выпустить его наружу.» (*тайм-код: 9:30-9:51*).

Итак, этот обзор представляет собой глубокий и насыщенный анализ, в котором прослеживаются практически все из выделенных референтов. Основная нить интерпретации фильма «Форрест Гамп» базируется на выделении морали, применимой к повседневной жизни зрителей, этому референту ЧБУ уделяет большинство времени.

1. **Канал/блог: ЧБУ**

**Название видеообзора: Искупление Шоушенка**

**Фильм: «Побег из Шоушенка» (1994 г.)**

https://youtu.be/zfiySL\_MCho

ЧБУ начинает обзор с пересказывания основной сюжетной линии кинофильма (*тайм-код: 0:00-0:18*). Далее он оценивающе анализирует его с точки зрения жанра: «Фильм очень хорошо справился с реалистичностью. Реализм Мейнсфилдской тюрьмы в штате Огайо, социальные группы преступников и обыкновенных людей, которым ни до чего нет дела. Это та жизнь, которая течёт за холодными стенами, и эта та жизнь, к которой Энди Дюфрейну пришлось привыкнуть быстро, чего он не заслужил.» (*тайм-код: 0:18-0:35*)

Затем блогер описывает первое впечатление зрителя о смысле этого кино: «На первый взгляд, кажется, что этот фильм о мести и справедливости, потрясающая история возмездия» (*тайм-код: 0:36-0:41*). ЧБУ перечисляет некоторые сцены, свидетельствующие о торжестве справедливости в фильме. Он называет это «отличной визуализацией возмездия и чистой справедливости для хорошего человека» (*тайм-код: 0:59-1:07*).

В этом обзоре ЧБУ собирается сломать все стереотипы по поводу этого фильма, главный из которых касается напрямую самого главного – его смысла (**референт №5**). Начинает блогер с того, что переводит английское название («Shawshank Redemption»), и дословно оно звучит как «Искупление Шоушенка», или «Очищение Шоушенка» (*тайм-код: 1:09-1:15*) (**референт №8**). Он акцентирует внимание на том, что именно название фильма позволяет задать правильный вопрос (**референт №7**), прежде чем фильм на него ответит: «К кому, или к чему относится это искупление?» (*тайм-код: 1:16-1:24*).

Далее ЧБУ предполагает, что это название отсылает к главному герою, но с этим вариантом у него что-то не сходится (*тайм-код: 1:25-1:42*). Затем, он высказывает предположение, что речь здесь идёт о самой тюрьме и её искуплении и очищении (*тайм-код: 1:44-1:53*), так как она в ходе действия фильма превратилась из места пыток, насилия и безысходности в по-настоящему исправительное, воспитательное учреждение.

Следующий вариант – это искупление Рэда (*тайм-код: 1:54-2:11*), поскольку к концу фильма он пришёл к признанию своей вины и продолжил жить полной жизнью. Ещё одна наводка к тому, что речь именно о нём в названии фильма, кроется в его имени (Red – сокращение от Redding – начало слова Redemption (искупление)) (**референт №8**), и снова ЧБУ в трактовке смыслов обращается к лингвистическому объяснению.

В итоге, он приходит к тому, что название «Искупление Шоушенка» воплощает обе эти идеи: «Речь идёт о привнесении света в место, полное тьмы, и свержении зла добром, а также, о искуплении Элиса Бойда Реддинга» (*тайм-код: 2:12-2:22*).

После этого звучит мораль, которая прослеживается в образе жизни тюремных заключённых в Шоушенке: «Время ничего не значит, если ничего не было достигнуто» (*тайм-код: 3:08-3:12*) (**референт №4**).

Блогер рассказывает, как появление Энди Дюфрейна в тюрьме преобразило её в место самосовершенствования, он «делает столько хорошего, сколько может» (*тайм-код: 5:12-5:15*). Далее выводится важная и, опять-таки, «мотивирующая», вдохновляющая мысль (**референт №4**): «Всё это уходит корнями в самую суть фильма. Независимо от того, насколько плоха ваша жизнь, вне зависимости от того, в какой ловушке вы оказались, и как плохо вы себя чувствуете, есть выход. Через тяжёлую работу каждый может сделать свою жизнь лучше. Всё, что нужно, – это делать что-то позитивное.» (*тайм-код: 5:15-5:28; 5:36-5:39*).

В конце, ЧБУ открывает нам, что фильм, оказывается, не про Энди (кого зрители считают главным героем, и вокруг которого происходит всё остальное), но показывает нам жизнь Рэда. (**референт №5**).

Данный обзор построен, в основном, на поиске главного смысла фильма, противоположного общепринятому, а также выделению из него вдохновляющих жить и действовать моралей.

1. **Канал/блог: Скрытый смысл**

**Название видеообзора: Джокер (2019). Разбор фильма. Скрытый смысл Обзор фильма: «Джокер» (2019 г.)**

<https://www.youtube.com/watch?v=Ui0SLrEhxOo>

Начинает блогер анализ фильма с констатации популярности фильма и сразу же объясняет причину этого (*тайм-код: 0:00-0:44*). «Создатели фильма попали в самое сердце зрительских ожиданий, показали людям именно то, что те хотят видеть – самих себя. Жизнь Артура Флека – это то, как люди хотят видеть свою жизнь. Образ Артура – это образ среднестатистического обывателя, а Джокер – это тот, кем он хотел бы стать.» Он даже называет Джокера «героем нашего времени, отражением современного маленького человека» (прослеживаются явные отсылки к Лермонтову и Гоголю – возможно, это стоит отнести к **референту №6** (обращение к культурному наследию прошлого)).

Далее соединяются **референт №2** (акцент на сюжетных элементах) и **референт №9** (сопоставление происходящего в фильме с реальностью): «А каждая деталь фильма является символическим изображением наших современных реалий. Давайте проведём параллели между образами фильма и фактами нашей действительности.» (*тайм-код: 0:44-0:53*).

Сначала «Скрытый смысл» рассказывает о реальной мусорной забастовке, имевшей место быть в городе, где происходят события фильма, и здесь историческая реальность совпадает с фильмовой (**референт №6** – обращение при анализе к событиям из прошлого).

Далее, он указывает на город как «символическое изображение нашего общества. Внешние процессы, которые происходят в городе, отражают внутреннее состояние его жителей.» (*тайм-код: 1:07-1:16*) «Если город завален мусором, это значит, что в умах людей такой же бардак.» (*тайм-код: 1:16-1:20*) (**референт №2, №3**). Затем блогер поднимает социально проблематическую тему (проводя параллель между обществом, представленном в фильме, и обществом современности), рассуждая о том, что в обществе люди заботятся лишь о себе, требуя от других его членов исполнения обязанностей, но не выполняя свои; не могут объединиться, чтобы убрать мусор, так как их не волнует общее. «В итоге, никто ничего не делает, и общество погружается в аморфное состояние и хаос» (*тайм-код: 1:47-1:52*).

Следующую связку между фильмом и реальностью «Скрытый смысл» находит в образе клоуна, кем является главный герой (*тайм-код: 1:53-2:20*): «Образ клоуна имеет непосредственное отношение к образу и самоощущению современного человека. Сейчас всё цивилизованное общество стало обществом клоунов. Клоуны сейчас везде. Каждый человек, чтобы добиться успеха, то есть получить своё аудиторию, должен уметь развлекать. Если ты не клоун, если ты слишком серьёзен, то ты скучен и неинтересен, а значит, не добьёшься успеха.» (**референт №2**). «С другой стороны, каждый обыватель сегодня считает себя королём. Ему все обязаны, и его должны развлекать. Поэтому, на работе ты клоун, на отдыхе – король. На работе ты развлекаешь, чтобы продать себя или свой продукт, на досуге развлекают тебя, выманивая твои деньги, лайки или твой голос на выборах.» (*тайм-код: 2:20-2:39*) (**референт №9**).

Далее, блогер обращается к плакату «EVERYTHING MUST GO» (*тайм-код: 2:39-4:07*), с которым Артур танцует у музыкального магазина, и расшифровывает смысл этой детали с двух сторон (**референт №1**): с одной точки зрения, это означает распродажу, с другой – послание, адресованное жителям города и зрителям фильма о предстоящих событиях, в которых Джокер примет непосредственное участие (второй смысл как раз скрытый, тайный, который блогер нашёл в этой внешней детали данной сцены (**референт №5**)). «Оно [это послание] показывает то направление, в котором движется общество эпохи постмодерна» (**референт №9**). Затем он даже заявляет, что герой предстаёт в этом эпизоде в образе пророка (**референт №5**), сравнивая Джокера со средневековыми шутами и жрецами (**референт №6**), а после отсылает нас (зрителей обзора) к имеющимся на просторах Интернет пророческим выступлениям Райкина и Жириновского (**референт № 9**).

Далее, используя психологический анализ, блогер приходит к выводу о том, что именно навязчивая мысль о самоубийстве привела героя на шоу Мюррея Франклина, поскольку у него наблюдается патологический нарциссизм – постоянное желание привлечь к себе внимание, поиск признания; такие личности склонны к самоубийствам, и при этом они хотят, чтобы их смерть что-то значила (*тайм-код: 4:53-5:07*) (**референт №3**). Также, обозреватель обращается здесь (в очередной раз) к показанным в фильме записям в личном дневнике Артура (**референт №1**). Продолжая использование психологического подхода, блогер показывает, что причина этого поиска признания кроется в недостатке родительской любви в детстве, которую, в последствии, человек пытается восполнить вниманием со стороны окружающих (*тайм-код: 5:22-5:31*) (**референт №2 и №3**). Другая причина состоит в «эмоциональном застревании» в детском возрасте, когда ребёнок чувствует себя зависимым от других, то есть, внимание – это своеобразный суррогат любви (*тайм-код: 5:31-5:41*).

После этого в обзоре появляется сопоставление того, что герой не знает или не помнит причины попадания в психиатрическую больницу, с тем, что современный человек не знает или не помнит своего прошлого (*тайм-код: 5:57-6:13*) (**референт №2, №9**).

Данный обзор изобилует разоблачениями простых, на первый взгляд, деталей фильма, усмотрением блогером в них большого количества символов, образов, скрытых смыслов. Анализ очень насыщен и глубок, от трактовки внешних элементов до философского, психологического и социального объяснения многих вопросов и непониманий, возникающих у зрителя в ходе просмотра.

* 1. Результаты

**Основные выводы исследования:**

 Блогеры всегда придерживаются в трактовках кинотекстов нескольких способов объяснения тех или иных важных, по их мнению, деталей сюжета/изображения/смысла. Их обзоры включают в себя использование комплекса стратегий объяснения, которые в исследовании были выделены и обобщены в группы и названы референтами. В ходе проведённого анализа выбранных видеороликов, в них были выявлены в разных количестве и частоте встречающиеся референты. Паттерн интерпретации кинотекста, таким образом, складывается из совокупности типического набора референтов, используемых видеоблогером в процессе интерпретирования фильма.

Исходя из анализа нескольких видеообзоров кинематографа, представленных на YouTube, была замечена интерпретационная цепочка, которая прослеживается во всех подвергшихся анализу кинообзорах. Она выглядит следующим образом:

Пути решения (образ, модель, паттерн)

Путь героя

Сложности человека в обществе (социальный слой)

Ассоциация с личностью персонажа зрителем

Эмоциональные связки

Выбранные обзоры объединены таким методом анализа кинофильма, который основывается на трактовке жизненного пути героя, его жизненных трудностей и достигнутых побед, всегда сравнивается начало пути с ситуацией в конце фильма. Вероятно, эта закономерность связана с неотъемлемой частью во взаимоотношениях зрителя и кинофильма, которая заключается в зрительской идентификации с героем, и поэтому такой ход интерпретации находит отклик среди группы подписчиков канала того или иного видеоблогера. То есть, предлагается интерпретация персонажа (на основе анализа его жизненного пути) через ассоциирование зрителя с героем.

Были выделены несколько паттернов интерпретации кинотекста, встречающиеся среди кинообозревателей-видеоблогеров на YouTube:

1. Красной нитью в обзорах первого типа пролегает поиск ответа на ключевой вопрос. Все усилия и всё внимание интерпретатора направлены на выявление тех деталей, которые могут дать объяснение по основной проблеме. В таком обзоре используются и большинство других референтов (например, анализ работы режиссёров и сценаристов, предложение гипотез предположительного ответа на вопрос и рассуждение над ними, однако все они нацелены на решение главного вопроса. Эту стратегию интерпретации кинотекста можно обозначить как «*паттерн вопрошения»*.
2. Следующий паттерн отличается моралистическим подходом к анализу кинофильмов. С целью выявить некоторое нравственное заключение, используются такие референты, как психологический анализ личности и жизни героя (или героев), открытие новых смыслов, которые были спрятаны в ткани кинотекста (эти смыслы здесь имеют вид мотивирующих и вдохновляющих заключений, которые, предположительно, должны оказывать именно такое действие по отношению к зрительской аудитории зрителей). В основном, такие выводы и идеи оказываются оптимистическими. Эта стратегия интерпретации кинотекстов видеоблогерами является «*паттерном назидания»*.
3. Третий паттерн построен на видении кинофильма блогером как набора мини-линий сюжетного повествования, деталей, составляющих контекст изображения, деталей, касающихся событий (реальных или выглядящих как реальные). Поиск скрытого смысла фильма через такой интерпретационный путь основан на использовании таких референтов, как: сравнение кинематографической реальности с настоящей современной действительностью, выявление социальных проблем, репрезентируемых в фильме, отсылки к истории, в культурном наследии которой находятся объяснения многих символов, которые интерпретатор замечает в фильме. В совокупности раскрытия этих референтов с целью увидеть скрытый подтекст киноленты и кроется «*паттерн социально-исторического объяснения* кинематографа».

# **Заключение**

 Киноискусство многозначно, оно обладает возможностью быть трактованным во множестве вариаций. В связи с этим, наблюдается формирование сообществ, объединяющихся в виртуальности вокруг тех видеоблогеров, чьи ходы интерпретации кинотекста их аудитории импонируют.

Проблемное поле исследования было построено вокруг понятия о дифференциации общества (а именно, зрительской аудитории) на основе критерия формирования культурных сообществ. В блогосфере отражаются характер культурной динамики общества и механизмы действия культуры. Можно редуцировать культуру, представив её в форме таких процессов, как формирование паттерна интерпретации продукта кинокультуры, его передача, то есть закрепление, и его изменение. Соответственно, дифференцируются прочтения той символики, которая заложена внутри кинотекста и раскрыта реципиентом (блогером, и, затем, передана аудитории).

Формирование вкуса у членов современного общества подвержено влиянию «авторитетов», тогда как они [носители авторитетных мнений], в свою очередь, стараются подстраиваться под массовый интерес, предлагая зрителю максимально широко популярный контент, и такого рода их взаимозависимость друг от друга становится замкнутым кругом, что напоминает отношения в рамках рынка, в мире которого действуют законы «спрос рождает предложение» и «предложение влияет на спрос». Из этого следует, что феномен видеоблогинга является одним из элементов, формирующих систему факторов, влияющих на становление вкуса как индивида, так и общественных масс. Таким образом, происходит формирование вкусов внутри различных каналов предоставления досугового контента и в условиях реализации людьми рекреационной деятельности.

Люди объединяются вокруг тех видеоблогеров, которые импонируют им эстетически (по контенту, являющемуся для них приятным в чувственном плане) и содержательно (идейно-стратегические критерии, рациональные причины). Каналы на YouTube, посвящённые обзорам кинематографа, дифференцируются в зависимости от специфики предлагаемого контента, а также от способа его подачи, и вместе с каналами разделяются их аудитории, которые, в то же время, могут частично быть переплетены между собой.

Соответственно, формирование сообществ происходит через дифференциацию по критерию восприятия кинофильма, взгляда на него, прочтения его смыслов. То есть, сообщества формируются уже отдельно от самого продукта кинокультуры, а на основе возникших позднее трактовок интерпретаций. Существуют общие социальные механизмы динамики культуры, что и формирует интерпретативные сообщества. Следовательно, происходит кластеризация культурных сообществ посредством работы культурных механизмов, генерирующих специфику эмпирического поля. Паттерн интерпретации является формой, которую принимает культура, а значение этой формы заключено в интерпретации текста кинофильма.

Видеоблогинг – это интерпретативно-нарративная практика, внутри которой находят выражение нарративные интерпретации. Блогинг, как современный феномен, в рамках которого производятся обзоры кинематографа, есть социальное явление, а интерпретация фильма, представляемая видеоблогером своей аудитории к ознакомлению – культурное явление.

Изложенные в параграфе о результатах эмпирического исследования паттерны блогерских интерпретаций кинотекстов, которые были выделены на основе анализа выбранных видеороликов, являются типовыми, они встречаются в поле интерпретативно-нарративного визуального контента, однако существуют и другие паттерны, которые будут выявлены при дальнейшем исследовании этого эмпирического поля. Данное исследование ограничено отсутствием генеральной выборочной совокупности, по причине невозможности в текущих условиях и при использовании глубинного качественного метода анализа охватить полностью платформу YouTube.

В социологии герменевтика нашла выражение в исследованиях процессов понимания и трактовки текстов. Интерпретация нарративов как социокультурный феномен интересна в качестве предмета изучения также и антропологии, поскольку в теоретической части данной работы был сформирован вывод о том, что видеоблогинг, по сути, повторяет культурную нарративную практику постоянного пересказа смысла историй, сказок, мифов и легенд, которая имеет место быть в разных странах и в разные временные эпохи.

# **Литература и источники**

1. Абдуллаева З., «Постдок: неигровое/игровое/неигровое/игровое/ неигровое» (серия «Кинотексты» издательства НЛО (Новое Литературное Обозрение)) М., 2011;
2. Антонова Л., «Философская антропология вкуса // Человек: соотношение национального и общечеловеческого» (2004 г.);
3. Аронсон Олег, «Возвращение философии. Логика кино по Жилю Делёзу», «Киноведческие записки» №46, 2000;
4. Балаш Б., «Кино: становление и сущность нового искусства» М., 1968;
5. Барт Р., «Смерть автора» // Барт Р. Избранные работы: Семиотика: Поэтика: Пер. с фра. / Сост., общ. ред. и вступ. ст. Г.К. Косикова. М.: Прогресс, 1989;
6. Бергсон, «Материя и память» (1 глава);
7. Бурдье П., «Рынок символической продукции»;
8. Ванеян С.С., «Пустующий трон. Критическое искусствознание Ханса Зедльмайра» М., 2004;
9. Витгенштейн Л. Лекции и беседы об эстетике, психологии и религии / Пер. с англ. В. П. Руднева. — М.: Дом интеллектуальной книги, 1999;
10. [Глотов М.Б.](http://anthropology.ru/ru/person/glotov-mb) [Эстетическое и художественное](http://anthropology.ru/ru/text/glotov-mb/esteticheskoe-i-hudozhestvennoe) // [Серия “Symposium”](http://anthropology.ru/ru/periodical/seriya-symposium), [Эстетика сегодня: состояние, перспективы.](http://anthropology.ru/ru/edition/estetika-segodnya-sostoyanie-perspektivy) , Выпуск 1 / Материалы научной конференции. 20-21 октября 1999 г. Тезисы докладов и выступлений [Санкт-Петербург](http://anthropology.ru/ru/city/saint-petersburg) : [Санкт-Петербургское философское общество](http://anthropology.ru/ru/publishing/sankt-peterburgskoe-filosofskoe-obshchestvo), 1999. C.27-29;
11. Гордон Грей «Кино: визуальная антропология» // серия «Кинотексты» – М.: Новое Литературное Обозрение, 2014;
12. Делёз Жиль, «Кино»;
13. Иосифян С.А., Гращенкова Е.Н. «Кино и зритель» М., 1974;
14. [Квиткин С.Б.](http://anthropology.ru/ru/person/kvitkin-sb) [Интерпретативный аспект семиотической концепции У.Эко](http://anthropology.ru/ru/text/kvitkin-sb/interpretativnyy-aspekt-semioticheskoy-koncepcii-ueko) // [Серия “Symposium”](http://anthropology.ru/ru/periodical/seriya-symposium), [Современная философия как феномен культуры: исследовательские традиции и новации.](http://anthropology.ru/ru/edition/sovremennaya-filosofiya-kak-fenomen-kultury-issledovatelskie-tradicii-i-novacii) , Выпуск 7 / Материалы научной конференции [Санкт-Петербург](http://anthropology.ru/ru/city/saint-petersburg) : [Санкт-Петербургское философское общество](http://anthropology.ru/ru/publishing/sankt-peterburgskoe-filosofskoe-obshchestvo), 2001;
15. Лотман Ю.М., «Семиотика кино и проблемы киноэстетики» Таллин, 1973;
16. Лотман Ю.М., «Статьи по семиотике культуры и искусства» СПб., 2002;
17. Метц Кристиан, «Воображаемое означающее. Психоанализ и кино», СПб, 2010;
18. Моль А.А., «Циклы распространения культуры» (из книги «Социодинамика культуры» М., 1973);
19. [Нарратив - Энциклопедия эпистемологии и философии науки - Словари и Энциклопедии (endic.ru)](http://endic.ru/enc_epist/Narrativ-384.html);
20. [Прозерский В.В.](http://anthropology.ru/ru/person/prozerskiy-vv) [О границах культурологии и эстетики](http://anthropology.ru/ru/text/prozerskiy-vv/o-granicah-kulturologii-i-estetiki) // [Серия “Symposium”](http://anthropology.ru/ru/periodical/seriya-symposium), [Формирование дисциплинарного пространства культурологии.](http://anthropology.ru/ru/edition/formirovanie-disciplinarnogo-prostranstva-kulturologii) Выпуск 11 / Материалы научно-методической конференции. 16 января 2001 г. Санкт-Петербург [Санкт-Петербург](http://anthropology.ru/ru/city/saint-petersburg) : [Санкт-Петербургское философское общество](http://anthropology.ru/ru/publishing/sankt-peterburgskoe-filosofskoe-obshchestvo), 2001. C.119-121;
21. Сеанс (специализированный журнал), выпуск «Бергман» СПб, 2018;
22. Секацкий Александр, «Любить кино и говорить о кино. – Социальное измерение» (соображения о книге К. Метца «Воображаемое означающее. Психоанализ и кино»), СПб, 2010;
23. Михаил Соколов, «Представление себя «культурным»: Дисплей культурного капитала в повседневных взаимодействиях», Социологический журнал, №1, 2005;
24. Михаил Соколов, «Социология литературных вкусов» (видеозапись лекции, прочитанной в центре современной культуры «Смена», на сайте [www.theoryandpractice.ru](http://www.theoryandpractice.ru));
25. Мохамади Фатеме, «Социологическое исследование роли фильмов в образе жизни» // Международный журнал гуманитарных и социальных исследований, версия 3 I3 Март 2016 г. 46;
26. Станиславский К.С., «Об эстетическом воспитании народных масс» (из книги «Об искусстве театра: Избранное» М., 1982);
27. Успенский Б.А., «Семиотика искусства»;
28. Дэвид Б. Франк, «Переводим ли мы смысл, который вложил в текст его автор?»;
29. Фриче В.М., «Социология искусства» М., 2011;
30. [Чертов Л.Ф.](http://anthropology.ru/ru/person/chertov-lf) [Как возможна семиотика искусства? (о перспективах союза эстетики и семиотики)](http://anthropology.ru/ru/text/chertov-lf/kak-vozmozhna-semiotika-iskusstva-o-perspektivah-soyuza-estetiki-i-semiotiki) // [Серия “Symposium”](http://anthropology.ru/ru/periodical/seriya-symposium), [Эстетика сегодня: состояние, перспективы.](http://anthropology.ru/ru/edition/estetika-segodnya-sostoyanie-perspektivy) Выпуск 1 / Материалы научной конференции. 20-21 октября 1999 г. Тезисы докладов и выступлений [Санкт-Петербург](http://anthropology.ru/ru/city/saint-petersburg) : [Санкт-Петербургское философское общество](http://anthropology.ru/ru/publishing/sankt-peterburgskoe-filosofskoe-obshchestvo), 1999. C.91-95;
31. Эко Умберто, «Роль читателя. Исследования по семиотике текста», М, РГГУ, 2005;
32. Эстетика: Словарь/ Под общ. ред. А.А. Беляева, Л.И. Новиковой, В.И. Толстых – М.: Политиздат, 1989;
33. Эфроимсон В.П., «Эволюционная генетика восприимчивости к прекрасному» (из книги «Генетика этики и эстетики» СПб., 1995);
34. Ярская-Смирнова Е.Р., Романов П.В., Круткин В.Л. (под общ. ред.), «Визуальная антропология: новые взгляды на социальную реальность» Саратов: Научная книга, 2007;
35. Alexander, Victoria D, «Sociology of the art». Blackwell publishing, 2003;
36. Azadarmaki, Taqi & Armin, Amir (2010): To investigate cinema's functions in Iranian: Cinema's assessment in 1995 to 2006 based on the functional distribution Videos, first year, The second volume, pp. 34-51;
37. Banks and Morphy, «Rethinking Visual Anthropology» L., 1997;
38. Barker C. Cultural Studies: Theory and Practice. L.; Thousand Oaks: Sage Publication, 2000;
39. Eco Umberto, «Semiologie des messages visuelles», «Communications» №15, 1970;
40. F. Jameson. «Ideology, Narrative Analysis, and Popular Culture.» *Theory and Society* :4 (1977): 543-559;
41. Gell Alfred, «Art and Agency An Anthropological Theory» O., 1998;
42. Hauser, Arnold, «The Sociology of Art». London: Routledge & Kegal Paul, 1982;
43. Irenäus Eibl-Eibesfeldt, and Hans Hass, «Film Studies in Human Ethology» (Current Anthropology 8, no. 5, Part 1 (Dec., 1967): p. 477-479);
44. Jarvie I.C. «Towards Sociology of the Cinema». London: Routledge, 1999;
45. Jay Ruby, «The Teaching of Visual Anthropology» Firenze, 1989;
46. Jay Ruby, «Visual Anthropology» N.Y. 1996;
47. Jowett Garth S., Linton James M. Movies as Mass Communication, SAGE Publications. 1980;
48. Lajevardi, Hale (2010): Daily Life in Modern Iran; With Thought for Iran's Cinema, Tehran, Sales press;
49. Reception Study: From Literary Theory to Cultural Studies / Ed. by J. Machor and P. Goldstein. N.Y.: Routledge, 2000;
50. Metz Christian, «Essais sur la signification au cinema»;
51. Newman K., «Exploitation and the Mainstream // The Oxford History of World Cinema: The Definitive History of Cinema Worldwide» N.Y., 1996;
52. Ravadrad, Azam & Homayun pour, Kiarash (2005): Community of artist and artist of community: a sociological analysis ofthe works of Bahram Beyzaee, Honrhaye Ziba Magazine, No 19, pp. 53-71;
53. Spence L. «They killed Marlena, but she’s on another show now»: Fantasy, reality and pleasure, in watching daytime soap operas // To Be Continued…: Soap Opera around the World / Ed. By R.D. Allen. L.; N.Y.: Routledge, 1995. P. 182–198;
54. Thomas, Sari (2005): Film/Culture; Explorations of Cinema in its Social, Translated by Majid Akhgar, Tehran, Samt press.
1. Gell Alfred, «Art and Agency An Anthropological Theory» O., 1998 [↑](#footnote-ref-1)
2. Адорно Т. Социология музыки / Социология искусства. Хрестоматия, М.: «Прогресс-Традиция». 2010, с. 268 [↑](#footnote-ref-2)
3. Thomas, Sari (2005): Film/Culture; Explorations of Cinema in its Social, Translated by Majid Akhgar, Tehran, Samt press. P. 61. [↑](#footnote-ref-3)
4. Там же. P. 61. [↑](#footnote-ref-4)
5. Lajevardi, Hale (2010): Daily Life in Modern Iran; With Thought for Iran's Cinema, Tehran, Sales press. P. 23. [↑](#footnote-ref-5)
6. Там же. P. 44. [↑](#footnote-ref-6)
7. Azadarmaki, Taqi & Armin, Amir (2010): To investigate cinema's functions in Iranian: Cinema's assessment in 1995 to 2006 based on the functional distribution Videos, first year, The second volume, P. 39. [↑](#footnote-ref-7)
8. Jowett Garth S., Linton James M. Movies as Mass Communication, SAGE Publications. 1980. [↑](#footnote-ref-8)
9. Ravadrad, Azam & Homayun pour, Kiarash (2005): Community of artist and artist of community: a sociological analysis ofthe works of Bahram Beyzaee, Honrhaye Ziba Magazine, No 19, P. 54 [↑](#footnote-ref-9)
10. Mohamadi Fateme “Making a Sociological Inquiry about the Role of Films in Lifestyle” // International Journal of Research in Humanities and Social Studies №I3, March 2016 [↑](#footnote-ref-10)
11. Шлейермахер Ф. Герменевтика, СПб.: «Европейский дом», 2004 [↑](#footnote-ref-11)
12. Эстетика: Словарь/ Под общ. ред. А.А. Беляева, Л.И. Новиковой, В.И. Толстых – М.: Политиздат, 1989 [↑](#footnote-ref-12)
13. Маклюэн М. Понимание Медиа: внешние расширения человека / [Кучково поле](https://www.ozon.ru/publisher/kuchkovo-pole-857022/), [Гиперборея](https://www.ozon.ru/publisher/giperboreya-858807/), 2007 [↑](#footnote-ref-13)
14. Гордон Грей «Кино: визуальная антропология» // серия «Кинотексты» – М.: Новое Литературное Обозрение, 2014 [↑](#footnote-ref-14)
15. Spence L. «They killed Marlena, but she’s on another show now»: Fantasy, reality and pleasure, in watching daytime soap operas // To Be Continued…: Soap Opera around the World / Ed. By R.D. Allen. L.; N.Y.: Routledge, 1995. P. 182–198 [↑](#footnote-ref-15)
16. Гордон Грей «Кино: визуальная антропология» // серия «Кинотексты», Новое Литературное Обозрение, М., 2014. С. 155 [↑](#footnote-ref-16)
17. Reception Study: From Literary Theory to Cultural Studies / Ed. by J. Machor and P. Goldstein. N.Y.: Routledge, 2000. [↑](#footnote-ref-17)
18. [Нарратив - Энциклопедия эпистемологии и философии науки - Словари и Энциклопедии (endic.ru)](http://endic.ru/enc_epist/Narrativ-384.html) [↑](#footnote-ref-18)
19. Barker C. Cultural Studies: Theory and Practice. L.; Thousand Oaks: Sage Publication, 2000 [↑](#footnote-ref-19)