

УДК 316.734

DOI <https://doi.org/10.32782/facs-2024-4-26>**Тетяна ШАГАН**

здобувач, Київський національний університет культури і мистецтв, вул. Є. Коновальця, 36, м. Київ, Україна, 01601

ORCID: 0009-0003-8201-6777

Бібліографічний опис статті: Шаган, Т. (2024). «Ефект спойлера» в контексті специфіки розвитку сучасної екранної культури. *Fine Art and Culture Studies*, 4, 187–192, doi: <https://doi.org/10.32782/facs-2024-4-26>

«ЕФЕКТ СПОЙЛЕРА» В КОНТЕКСТІ СПЕЦИФІКИ РОЗВИТКУ СУЧАСНОЇ ЕКРАННОЇ КУЛЬТУРИ

Мета статті – виявити особливості «ефекту спойлера» в контексті специфіки розвитку екранної культури перших десятиліть XXI ст. **Методологія.** Застосовано аналітичний метод, метод термінологічного аналізу, що посприяв уточненню поняття «спойлер»; системний та типологічний метод, завдяки яким розглянуто спойлер як явище сучасної екранної культури з властивою йому своєрідністю; метод компаративного аналізу, метод узагальнення та ін. **Наукова новизна.** Досліджено спойлер як явище сучасної екранної культури; концептуалізовано вплив спойлера на потенційного споживача великої екранної форми (кінофільму, телефільму, телесеріалу) крізь призму проблематики зниження/посилення інтересу до висвітленого наративу (так званого «ефекту спойлера»); розглянуто різноманітні формати спойлерів, представлені в екранній культурі перших десятиліть XXI ст., зокрема спойлер як малу екранну форму; введено до наукового обігу маловідомі матеріали, пов'язані з розвитком сучасної екранної культури. **Висновки.** Дослідження виявило, що «ефект спойлера» є характерним явищем для сучасного цифрового суспільства, що зумовлено властивим йому ставленням до інформації та її сприйняття. Власне, сама поява спойлера є свідченням апробації інноваційних форм взаємодії з глядачем, що сформувалася в сучасній масовій екранній культурі. Спираючись на попередні дослідження ключовими особливостями спойлеру в екранній культурі можна визначити: появу до офіційного оприлюднення екранного твору; наявність кількох форматів спойлерів (спойлери у назві кіно- чи телетвору; спойлери в текстовому спілкуванні між користувачами соціальних мереж; спойлери як мала екранна форма); неоднозначність визначення того, яка інформація про екранний твір є спойлером (залежить від глядацького сприйняття); неоднозначність сприйняття потенційним реципієнтом (можуть викликати низку позитивних і негативних реакцій глядача). Вплив спойлера як малої екранної форми та потенційного реципієнта залежить від його типу, відповідного жанру, характеру і розміщення спойлера, а також індивідуальних рис особистості реципієнтів (включно з потребою в пізнанні та ін.).

Ключові слова: спойлер, «ефект спойлера», екранна культура, мала екранна форма, наратив, інтернет-простір, реципієнт.

Tatyana SHAGAN

recipient, Kyiv National University of Culture and Arts, 36, E. Konovaltsia St, Kyiv, Ukraine, 01601

ORCID: 0009-0003-8201-6777

To cite this article: Shagan, T. (2024). "Efekt spoilera" v konteksti spetsyfyky rozvytku suchasnoi ekrannoi kultury ["Spoiler effect" in the context of the specifics of the development of modern screen culture]. *Fine Art and Culture Studies*, 4, 187–192, doi: <https://doi.org/10.32782/facs-2024-4-26>

“SPOILER EFFECT” IN THE CONTEXT OF THE SPECIFICITY OF THE DEVELOPMENT OF MODERN SCREEN CULTURE

The purpose of the article is to reveal the peculiarities of the "spoiler effect" in the context of the specifics of the development of screen culture in the first decades of the 21st century. **Methodology.** An analytical method, a method of terminological analysis, was applied, which contributed to clarifying the concept of "spoiler"; a systematic and typological method, thanks to which the spoiler is considered as a phenomenon of modern screen culture with its inherent originality; the method of comparative analysis, the method of generalization, etc. **Scientific novelty.** The spoiler as a phenomenon of modern screen culture is studied; the effect of a spoiler on a potential consumer of a large-screen format (movie, TV movie, TV series) is conceptualized through the prism of the issue of decreasing/increasing interest in the highlighted narrative (the so-called "spoiler effect"); various formats of spoilers presented in the screen culture of the first decades

of the 21st century are considered, in particular, the spoiler as a small screen form; little-known materials related to the development of modern screen culture were introduced into scientific circulation. **Conclusions.** The study revealed that the "spoiler effect" is a characteristic phenomenon for the modern digital society, which is due to its inherent attitude to information and its perception. Actually, the very appearance of the spoiler is evidence of the approbation of innovative forms of interaction with the viewer, which was formed in modern mass screen culture. Based on previous studies, the key features of spoilers in screen culture can be determined: appearance before the official release of the screen work; the presence of several formats of spoilers (spoilers in the title of a film or television work; spoilers in text communication between users of social networks; spoilers as a small screen form); the ambiguity of determining which information about the screen work is a spoiler (depends on the audience's perception); ambiguity of perception by the potential recipient (may cause a number of positive and negative reactions of the viewer). The influence of the spoiler as a small screen form and potential recipient depends on its type, the corresponding genre, the nature and placement of the spoiler, as well as the individual personality traits of the recipients (including the need for knowledge, etc.).

Key words: spoiler, "spoiler effect", screen culture, small screen form, narrative, internet space, recipient.

Актуальність проблеми. Специфіка і тенденції розвитку сучасної екранної культури, зумовлені масштабній цифровізації та динаміці поширення інноваційних інформаційно-комунікаційних технологій здійснили кардинальний вплив на оцінювання сучасних екранних форм. У просторі соціальних медіа потенційні реципієнти отримують можливість оцінити продукти сучасного кіновиробництва як до офіційної прем'єри, завдяки таким малим екранним формам як трейлери і спойлери, так і невдовзі після неї завдяки величезній кількості різноманітних оглядів, діяльності блогерів, форумам та постам у соціальних мережах, в яких кожен користувач намагається висловити свою власну унікальну точку зору. Такі умови створюють так званий «ефект спойлера», що має специфічний вплив на подальше сприйняття кіно- чи телетвору. У цьому контексті актуалізується необхідність дослідити спойлер як порівняно нове явище екранної культури та концептуалізувати його вплив на потенційного споживача великої екранної форми (кінофільму, телефільму, телесеріалу) крізь призму інтересу до висвітленого нарративу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Науковий інтерес до різноманітних аспектів екранної культури перших десятиліть ХХІ ст., зумовлений її активним розвитком, появою нових тенденцій та трансформаційними процесами. Серед інших дослідженню екранної культури присвячено наукові праці Є. Ворожейкіна (2018), С. Железняк (2021), А. Колодко (2016), О. Найдьонова (2019), К. Станіславської (2016), Д. Сучкова (2024), Г. Чміль (2005) та ін., в яких розкрито особливості екранної культури мережевого суспільства, розглянуло різноманітні мистецько-видовищні форми, окреслено трансформаційні тенденції на сучасному етапі розвитку суспільства та в контексті соціаль-

них медіа та ін. Проте, незважаючи на те, що поняття «спойлер» протягом останніх десятиліть стало загальноживаним, осмислення його проблематики з позицій гуманітарного знання, а також теоретизація спойлера як малої екранної форми у вітчизняному науковому вимірі лишається на початковому етапі. Огляд останніх досліджень та публікацій, проблематика яких корелює з предметною сферою дослідження, дає підстави констатувати відсутність окремих наукових праць, присвячених спойлеру та його впливу на споживання продукту сучасної екранної культури.

Мета дослідження: виявити особливості «ефекту спойлера» в контексті специфіки розвитку екранної культури перших десятиліть ХХІ ст.

Виклад основного матеріалу дослідження. Поширеним явищем сучасної екранної культури є спойлер – провокативна комунікативна практика, пов'язана з інтересом потенційного реципієнта, що реалізує нові форми взаємодії між продуктом екранної культури та його споживачем. Термін «спойлер» (від англ. spoil – «заважати», «псувати») у трактуванні інформації про важливу деталь сюжету або несподівану кінцівку твору, яку розкрили глядачу передчасно, що руйнує інтригу і не дає пережити її самотійно, поширився у загальному вжитку напочатку 70-х рр. ХХ ст. завдяки однойменній публікації Д. Кенні, в якій автор розкриває всі сюжетні повороти багатьох популярних літературних та кінотворів, зокрема А. Крісті, А. Хічкок, О. Уеллса та ін., аби допомогти реципієнтам зберегти час і гроші, які б вони витратили на ознайомлення з повноцінним твором. У сучасному дискурсі екранної культури спойлер позиціюється як «передчасна та небажана інформація про те, як завершиться сюжетна лінія» (Johnson, Rosenbaum, 2015, с. 1069),

«широке резюме сюжетної лінії» (Eliashberg, Hui, Zhang, 2007, с. 888), що розкриває будь-які елементи сюжету, які, в свою чергу, загрожують розкрити важливі деталі, що стосуються повороту подій драматичного епізоду, має складний зв'язок із настроєм і насолодою від нарративу. В цілому спойлер – це інформація, що розкриває ключовий сюжет екранного твору до того, як він буде випущений для публіки (Jeon, Kim, Yu, 2016, с. 223). В сучасному медіапросторі спойлери представлені приблизно в 31% всіх оглядів фільмів і телесеріалів, що передбачає їх широке поширення та вільний доступ користувачів. Деякі платформи оглядів фільмів, наприклад, IMDb та Douban, містять попередження про спойлери, що можуть розкривати деталі нарративу після заголовків оглядів. Такий дизайн дозволяє споживачам екранного продукту обирати, чи переглядати ці спойлери.

Великі форми екранної культури (кінофільми, телевізійні фільми, телесеріали) залежать від нарративу історії. Наратив – це концепція, подібна до історії, що визначається як «репрезентація пов'язаних подій і персонажів, яка має ідентифіковану структуру» і «містить неявні або явні повідомлення про тему, що розглядається» (Brechtman, Purvis, 2015, с. 367). Для фільмів різних жанрів розповідь може відрізнятися. Наприклад, фільми про напругу часто відносять до категорії сюжетних фільмів, оскільки вони більше покладаються на розвиток сюжету та повороти. Бойовики в основному зосереджені на візуальних і звукових факторах, тому їх часто вважають фільмами без сюжету. Враховуючи те, що спойлери є певною мірою розкриттям нарративу фільму, залежність фільму від оповідання може допомогти пом'якшити ефект спойлера.

Концепція спойлера остаточно сформувалася в перші десятиліття XXI ст. завдяки опануванню широкого комунікативного простору наданого можливостями інтернет-мережі, набувши негативної конотації, що активно підтримується противниками спойлерів. Стійке негативне ставлення до передчасного розкриття будь-якого сюжетного елементу певним суб'єктом порушує оригінальну логіку нарративу і призводить до псування вражень, що потенційний реципієнт може отримати від екранного твору пояснюється в першу чергу порушенням саспенсу як потреби пережити

тривожне очкування та напругу, що заздалегідь передбачається реципієнтом і представляє для нього емоційну цінність. Таким чином, спойлер є одним із способів впливу автора на актуальний стан і сприйняття реципієнта, що посилює комунікативну складову цього явища.

«Ефект спойлера» було сформульовано А. Цангом та Д. Янь (2009), які резюмують, що «ефект спойлера» означає явище, при якому інтерес споживача до споживання певного нарративу знижується після впливу спойлера» (2009, с. 709). На їхню думку, вплив спойлера створює ефект перенасиченості та ефект пояснення, які є перешкодою сприятливого афективного прогнозування. Тобто, коли великий сюжетний поворот розкривається поза контекстом, це призводить до того, що людина втрачає інтерес до перегляду певного твору екранної культури в цілому.

Варто зазначити, що спойлер викликає бурхливі дискусії серед академічної спільноти щодо впливу на потенційного реципієнта. Зокрема, існує думка, що спойлери негативно пов'язані з касовими зборами фільмів і здійснюють сильніший негативний вплив на сюжетні фільми, ніж на фільми без сюжету (Li, Luo, Li, Xu, 2022). На думку деяких дослідників, популярність спойлеру, незважаючи на наявність теорії, що передчасне оприлюднення важливої інформації руйнує задоволення глядачів (Hassoun, 2013, с. 347), оскільки саме невизначеність є ключем до насолоди від нарративу, полягає в потребі афекту та потребі в пізнанні (Johnson, Rosenbaum, 2015, с. 1069).

Деякі дослідники підтвердили теорію передачі збудження (невизначеність оповіді створює збудження, що призводить до насолоди розповіддю, коли цю невизначеність остаточно вирішено, виявивши, що спойлери руйнують насолоду. Як свідчать Б. Джонсон та Я. Розенбаум (2015), вплив спойлерів насправді може лише посилювати задоволення реципієнта від перегляду кіно- чи телетвору. Дослідники акцентують увагу на тому, що теорії розуміння передбачають, що спойлери повинні покращувати сприйняття медіа, тоді як теорія передачі збудження передбачає зворотний ефект.

Натомість Дж. Левітт та Н. Крістенфельд (Leavitt, Christenfeld, 2013) стверджують, що спойлери збільшують задоволення, а М. Елізор та С. Брукс (Ellithorpe, Brookes, 2018) наго-

лошують на тому, що кілька факторів, таких як особливі риси особистості та швидкість обробки, впливають на зв'язок між спойлерами та задоволенням. На думку науковців, незважаючи на те, що спойлери стигматизуються як потенційна руйнація досвіду розповіді, і багато людей уникають їх, побоюючись, що викриття зіпсує нарратив, насправді спойлери дійсно можуть збільшити задоволення. Аналізуючи резонанс ментальної моделі як механізм того, як спойлери впливають на задоволення від медіаконтенту в контексті реального світу, використовуючи опитування з двох частин, проведене до і після фіналу тривалого теле-серіалу, вчені роблять висновок, що спойлери та віра в теорії фанатів збільшують насолоду та зменшують парасоціальний дистрес після фіналу серіалу, і це опосередковується резонансом ментальної моделі (Ellithorpe, Brookes, 2018, с. 250). Таким чином, за певних обставин (наприклад, серед шанувальників жахів із великою потребою в афекті) певні види спойлерів можуть збільшити насолоду (Johnson, Udvardi, Eden, Rosenbaum, 2020, с. 5). На думку М. Хіллс (2012) та Л. Перкс і Н. МакЕлрат-Харт (2018) люди шукають спойлери, щоб уникнути негативних емоцій, пов'язаних із небажаним результатом розповіді.

Як мала екранна форма, що має власні жанрово-стилістичні особливості та своєрідність окремого феномену сучасної екранної культури, спойлер вирізняється характерними рисами:

- розповідає та пояснює, що буде відбуватися;
- відеоряд побудовано з;
- побудований за певною структурою (назва фільму, режисер, рік виходу; експозиція – нарізка розрізнених кадрів з фільму з демонстрацією акторського складу, що дозволяє визначити жанрову приналежність та загальну сутність екранної дії; використання найбільш знакових моментів, що розкривають сюжет);
- акцент на сюжетну складову, демонстрація сцен, пов'язаних між собою хронологічно, включно із фінальним актом (таким чином відбувається демонстрація всієї сюжетної лінії і глядач отримує конспективну інформацію про екранний твір);
- закадровий текст, в якому коротко розповідається про всі основні сюжетні повороти та акцентується на перевагах чи недоліках екранного твору; як варіант – доповнення закадрового тексту завдяки звукового монтажу фраз і реплік, що вимовляються персонажами.

Узагальнюючи, спойлер виконує додаткову функцію – утримання від перегляду екранного твору потенційного глядача, на якого він не розрахований, тобто спойлер потенційно відсторонює ту частину глядачів, яким конкретний фільм чи серіал може не сподобатися. Повне розкриття сюжету допомагає глядачу визначитися – хоче він дивитися цей фільм чи ні.

Відповідно до специфіки телебачення, поява спойлера великою мірою позбавила потенційного глядача можливості бути залученим у телевізійний контент так, як глядач, який дивиться перший ефір. На думку М. Карлсон, розвиток і широке поширення «мережових цифрових технологій» наприкінці ХХ ст. призвели до посилення «персоналізації та взаємозв'язку – здатності користувачів медіа контролювати і ділитися своїм медіадосвідом» (2006, с. 97–98). Проте у випадку спойлера персоналізація і взаємозв'язок можуть суперечити один одному. Так, наприклад, Дж. Грей (2010), встановлює зв'язок між персоналізованими графіками перегляду та напруженням спойлерів, наголошуючи, що «враховуючи нерівномірні темпи просування різноманітних аудиторій через багато динамічних нарративів, спойлери стали все більш делікатною темою в сучасному медіасередовищі» (2010, с. 146). Дослідження онлайн-комунікації фанатів засвідчують, що опосередковане інтернет-мережею спілкування про телевізійні тексти посилює задоволення від їх перегляду, оскільки пропонує різноманітні текстові інтерпретації та поглиблює емоційне залучення глядача в історію. Натомість у випадку спойлерів, спілкування між реципієнтами про враження від перегляду можуть спричинити негативні наслідки на потенційного реципієнта.

Когнітивний дисонанс щодо найбільших сучасних досягнень цифрового покоління у кіновиробництві, який охопив ландшафт соціальних мереж, наразі надзвичайно поширений. Фільми і телесеріали – художні вираження, що покликані переносити глядача в світ, в якому речі, що виходять за межі можливого, відбуваються у нього на очах – лише в цьому світі ці неправдоподібні речі мають ідеальний сенс. Руйнування такого потенційно могутнього досвіду безумовно є негативним аспектом, якому сприяє природа соціальних медіа, проте, на нашу думку, «ефект спойлеру» діє лише у випадку, коли екранний твір є неактуальним для перегляду конкретним реципієнтом або основною причиною перегляду є складний, звивистий сюжет. Натомість розкриття рішення

певного сюжетного моменту екранного твору до перегляду не позбавляє реципієнта можливості насолодитися майстерною режисурою, неперевершеною акторською грою або високохудожнім відеорядом.

Негативні конотації спойлера приховують потенційне задоволення, що міститься в нарративній інформації. Тобто, замість того, щоб розглядати спойлер як явище, що заважає та перешкоджає отримати повноцінний новий досвід від перегляду екранного твору, доцільніше позиціювати його як можливість для процесу ферментації, що змінює відчуття досвіду, але не зменшує його дивовижність (у даному випадку ферментація розуміється як засіб отримання задоволення в оригінальному, свіжому екранному продукті, ставлення до якого було змінено різноманітними форматами спойлерів). Окрім того, глядач може бути більш мотивований шукати спойлери через побоювання взаємодії з контентом, який вони не хочуть бачити. це бажання захистити себе від негативного досвіду передбачає важливість уникнення емоційного стресу при виборі спойлерів, і воно є як потенційно мотивуючим механізмом для вибору спойлерів, так і поясненням індивідуальних відмінностей глядачів.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Дослідження виявило, що «ефект спойлера» є характерним явищем для сучасного цифрового суспільства, що зумовлено властивим йому ставленням до інформації та її сприйняття. Власне, сама поява спойлера є свідченням апробації інноваційних форм взаємодії з глядачем, що сформувалася в сучасній масовій екранній культурі. Спираючись на попередні дослідження ключовими особливостями спойлеру в екранній культурі можна визначити: появу до офіційного оприлюднення екранного твору; наявність кількох форматів спойлерів (сполери у назві кіно- чи телетвору; сполери в текстовому спілкуванні між користувачами соціальних мереж; сполери як мала екранна форма); неоднозначність визначення того, яка інформація про екранний твір є спойлером (залежить від глядацького сприйняття); неоднозначність сприйняття потенційним реципієнтом (можуть викликати низку позитивних і негативних реакцій глядача). Вплив спойлера як малої екранної форми та потенційного реципієнта залежить від його типу, відповідного жанру, характеру і розміщення спойлера, а також індивідуальних рис особистості реципієнтів (включно з потребою в пізнанні та ін.).

ЛІТЕРАТУРА:

1. Ворожейкін Є. П. Візуальні стратегії сучасної екранної культури : філософсько-антропологічний аспект : автореф. дис. ... канд. філос. наук : 09.00.04. Нац. пед. ун-т ім. М. П. Драгоманова. Київ, 2018. 19 с.
2. Железняк С. В. Трансформації сучасної аудіовізуальної культури в контексті наукових гуманітарних концепцій. *Питання культурології*. 2021. Вип. 38. С. 76–84.
3. Колодко А. Функції екранної культури та вплив на суспільну свідомість інформаційної продукції на українському телебаченні в період незалежності. *Народознавчі зошити*. 2016. № 2 (128). С. 466–472.
4. Найдюнов О. Екранна культура мережевого суспільства: виникнення, зміст, цінності, смисли. *Вісник Львівського університету. Серія філософсько-політологічні студії*. 2019. Вип. 23. С. 66–73.
5. Станіславська К. І. Мистецько-видовищні форми сучасної культури / вид. друге, перероб. і доп. Київ : Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв, 2016. 352 с.
6. Сучков Д. Г. Трансформація аудіовізуальної культури в епоху соціальних медіа : дис. доктора філософії за спеціальністю 034 Культурологія / Київський національний університет культури і мистецтв. Київ, 2014. 200 с.
7. Чміль Г. П. Антропологічні засади екранної культури : дис... д-ра філос. наук: 09.00.04. Харківський національний педагогічний ун-т ім. Г.С.Сковороди. Київ, 2005. 422 с.
8. Brechman J. M., Purvis S.C. Narrative, transportation and advertising. *International Journal of Advertising*. 2015. Vol. 34, No. 2. pp. 366–382.
9. Carlson M. Tapping into TiVo: Digital video recorders and the transition from schedules to surveillance in television. *New Media and Society*. 2006. Issue 8(1). pp. 97–115.
10. Eliashberg J., Hui S. K., Zhang Z. J. From story line to box office: A new approach for green-lighting movie scripts. *Management Science*. 2007. Vol. 53(6). pp. 881–893.
11. Ellithorpe M. E., Brookes S. E. I didn't see that coming: Spoilers, fan theories, and their influence on enjoyment and parasocial breakup distress during a series finale. *Psychology of Popular Media Culture*. 2018. Vol. 7(3). pp. 250–263.
12. Hassoun D. Sequential outliers: The role of spoilers in comic book reading. *Journal of Graphic Novels & Comics*. 2013. No. 4. pp. 346–358.
13. Hills M. Psychoanalysis and digital fandom: Theorizing spoilers and fans' self-narratives. In R. A. Lind (Ed.), *Producing theory in a digital world: The intersection of audiences and production in contemporary theory* (pp. 105–122). New York, NY: Peter Lang, 2012.

14. Gray J. *Show Sold Separately: Promos, Spoilers, and Other Media Paratexts*. New York: New York University Press, 2010. 264 p.
15. Jeon S., Kim S., Yu H. Spoiler detection in TV program tweets. *Information Sciences*. 2016. Vol. 329. pp. 220–235.
16. Johnson B. K., Rosenbaum J. E. Spoiler alert: Consequences of narrative spoilers for dimensions of enjoyment, appreciation, and transportation. *Communication Research*. 2015. Vol. 42(8). pp. 1068–1088.
17. Johnson B. K., Udvard E., Eden A., Rosenbaum J. E. Spoilers go bump in the night: Impacts of minor and major reveals on horror film enjoyment. *Journal of Media Psychology*. 2020 Vol. 32(1). pp. 1–12.
18. Leavitt, J. D., & Christenfeld, N. J. S. (2013). The fluency of spoilers: Why giving away endings improves stories. *Scientific Study of Literature*, 3(1), 93–104.
19. Li Y., Luo X., Li K., Xu X. Exploring the spoiler effect in the digital age: Evidence from the movie industry. *Decision Support Systems*. 2022. Vol. 157. URL : <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0167923622000264> (дата звернення : 17.08.2024).
20. Perks L., McElrath-Hart N. Spoiler definitions and behaviors in the post-network era. *Convergence*. 2018. Vol. 24(2). pp. 137–151.
21. Tsang A. S. L., Yan D. Reducing the Spoiler Effect in Experiential Consumption. In A. L. McGill, & S. Shavitt (Eds.). *Association for Consumer Research North American Conference Proceedings*. 2009. Vol. 36. pp. 708–709.

REFERENCES:

1. Vorozheikin, Ye. P. (2018). Vizualni strategii suchasnoi ekrannoi kultury : filosofsko-antropologichnyi aspekt [Visual strategies of modern screen culture: philosophical and anthropological aspect]. avtoref. dys. ... kand. filos. nauk : 09.00.04. Nats. ped. un-t im. M. P. Drahomanova. Kyiv [in Ukraine].
2. Zheliezniak, S. V. (2021). Transformatsii suchasnoi audiovizualnoi kultury v konteksti naukovykh humanitarnykh kontseptsii [Transformations of modern audiovisual culture in the context of scientific humanitarian concepts]. *Pytannia kulturolohii*. Vyp. 38. pp. 76–84 [in Ukraine].
3. Kolodko, A. (2016). Funktsii ekrannoi kultury ta vplyv na suspilnu svidomist informatsiinoi produktsii na ukrainskomu telebachenni v period nezalezhnosti [Functions of screen culture and the impact on public consciousness of information production on Ukrainian television in the period of independence]. *Narodoznavchi zoshyty*. № 2 (128). pp. 466–472 [in Ukraine].
4. Naidonov, O. (2019). Ekranna kultura merezhevoho suspilstva: vynyknennia, zmist, tsinnosti, smysly [Screen culture of network society: emergence, content, values, meanings]. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Serii filosofskopolitologichni studii*. Vyp. 23. pp. 66–73 [in Ukraine].
5. Stanislavska, K. I. (2016). Mystetsko-vydovyshchni formy suchasnoi kultury [Artistic and performing forms of modern culture]. Kyiv : Natsionalna akademiia kerivnykh kadriiv kultury i mystetstv [in Ukraine].
6. Suchkov, D. H. (2014). Transformatsiia audiovizualnoi kultury v epokhu sotsialnykh media [Transformation of audiovisual culture in the era of social media]. dys. doktora filosofii za spetsialnistiu 034 Kulturolohiia / Kyivskiy natsionalnyi universytet kultury i mystetstv. Kyiv [in Ukraine].
7. Chmil, H. P. (2005). Antropologichni zasady ekrannoi kultury [Anthropological foundations of screen culture]. dys... d-ra filos. nauk: 09.00.04. Kharkivskiy natsionalnyi pedahogichnyi un-t im. H.S.Skovorody. Kyiv [in Ukraine].
8. Brechman, J. M., Purvis, S.C. (2015). Narrative, transportation and advertising. *International Journal of Advertising*. Vol. 34. No. 2. pp. 366–382 [in English].
9. Carlson, M. (2006). Tapping into TiVo: Digital video recorders and the transition from schedules to surveillance in television. *New Media and Society*. Issue 8(1). pp. 97–115 [in English].
10. Eliashberg, J., Hui, S. K., Zhang, Z. J. (2007). From story line to box office: A new approach for green-lighting movie scripts. *Management Science*. Vol. 53(6). pp. 881–893 [in English].
11. Ellithorpe, M. E., Brookes, S. E. (2018). I didn't see that coming: Spoilers, fan theories, and their influence on enjoyment and parasocial breakup distress during a series finale. *Psychology of Popular Media Culture*. Vol. 7(3). pp. 250–263 [in English].
12. Hassoun, D. (2013). Sequential outliers: The role of spoilers in comic book reading. *Journal of Graphic Novels & Comics*. No. 4. pp. 346–358 [in English].
13. Hills, M. (2012). Psychoanalysis and digital fandom: Theorizing spoilers and fans' self-narratives. In R. A. Lind (Ed.), *Producing theory in a digital world: The intersection of audiences and production in contemporary theory* (pp. 105–122). New York, NY: Peter Lang [in English].
14. Gray, J. (2010). *Show Sold Separately: Promos, Spoilers, and Other Media Paratexts*. New York: New York University Press [in English].
15. Jeon, S., Kim, S., Yu, H. (2016). Spoiler detection in TV program tweets. *Information Sciences*. Vol. 329. pp. 220–235 [in English].
16. Johnson, B. K., Rosenbaum, J. E. (2015). Spoiler alert: Consequences of narrative spoilers for dimensions of enjoyment, appreciation, and transportation. *Communication Research*. Vol. 42(8). pp. 1068–1088 [in English].
17. Johnson, B. K., Udvard, E., Eden, A., Rosenbaum, J. E. (). Spoilers go bump in the night: Impacts of minor and major reveals on horror film enjoyment. *Journal of Media Psychology*. 2020 Vol. 32(1). pp. 1–12.
18. Leavitt, J. D., & Christenfeld, N. J. S. (2013). The fluency of spoilers: Why giving away endings improves stories. *Scientific Study of Literature*, 3(1), 93–104.
19. Li Y., Luo X., Li K., Xu X. Exploring the spoiler effect in the digital age: Evidence from the movie industry. *Decision Support Systems*. 2022. Vol. 157. URL : <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0167923622000264> (дата звернення : 17.08.2024).
20. Perks L., McElrath-Hart N. Spoiler definitions and behaviors in the post-network era. *Convergence*. 2018. Vol. 24(2). pp. 137–151.
21. Tsang A. S. L., Yan D. Reducing the Spoiler Effect in Experiential Consumption. In A. L. McGill, & S. Shavitt (Eds.). *Association for Consumer Research North American Conference Proceedings*. 2009. Vol. 36. pp. 708–709.