

На правах рукописи

Ковалева Лариса Сергеевна

**ЧЕЛОВЕК МАССЫ В ПРОСТРАНСТВЕ СОВРЕМЕННОЙ
КУЛЬТУРИНДУСТРИИ (НА ПРИМЕРЕ ПРОИЗВЕДЕНИЙ
АМЕРИКАНСКОГО КИНЕМАТОГРАФА)**

Специальность 24.00.01 – Теория и история культуры (культурология)

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание учёной степени
кандидата культурологии

Хабаровск – 2020

Работа выполнена в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Хабаровский государственный институт культуры»

Научный руководитель: Савелова Евгения Валерьевна, доктор философских наук, кандидат культурологии, доцент, профессор кафедры культурологии и музеологии федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Хабаровский государственный институт культуры», г. Хабаровск

Официальные оппоненты: Ерохина Татьяна Иосифовна, доктор культурологии, профессор, профессор кафедры общих гуманитарных наук и театроведения, проректор по учебной работе федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Ярославский государственный театральный институт», г. Ярославль

Цыцарев Андрей Александрович, кандидат философских наук, доцент, доцент кафедры истории, архивоведения и правовых учений федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Приамурский государственный университет имени Шолом-Алейхема», г. Биробиджан

Ведущая организация: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Волгоградский государственный социально-педагогический университет», г. Волгоград

Защита состоится «26» февраля 2021 г. в 00.00 ч. на заседании диссертационного совета Д 999.158.03 в ФГБОУ ВО «Комсомольский-на-Амуре государственный университет» (ФГБОУ ВО «КнАГУ») по адресу: 681013, г. Комсомольск-на-Амуре, просп. Ленина, д. 27.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке и на сайте ФГБОУ ВО «Комсомольский-на-Амуре государственный университет» www.knastu.ru

Автореферат разослан «___» _____ 2021 г.

Ученый секретарь диссертационного совета,
кандидат филологических наук, доцент

Г.А. Шушарина

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Стремительное развитие науки и техники и сопутствующее данному процессу изменение общества непосредственным образом повлияли на массовую культуру. Смена парадигмальных установок в социально-философском и культурологическом познании приводит к тому, что под вопросом оказывается трактовка массовой культуры, которая сложилась в рамках доминирования естественнонаучной формы рационализма.

Массовая культура в самых различных её аспектах привлекает пристальное внимание исследователей из разных областей знания, поскольку в условиях постиндустриального и информационного общества массовая культура выступает в качестве основной формы существования современной культуры. В гуманитарном знании существует традиция критического и преимущественно негативного отношения к массовой культуре из-за её примитивно-поверхностного характера, стремления нивелировать любое произведение искусства и положительного отношения к практикам потребления. При этом становится очевидным, что современный человек существует в условиях массовой цивилизации и, таким образом, процессы уравнивания массовой культуры происходят на уровне повседневного независимо от духовной позиции или социальной принадлежности индивида. В результате каждый индивид, включённый в современную культуру, является представителем массовой культуры и, следовательно, человеком массы.

Изучение массовой культуры и человека массы невозможно без анализа культуриндустрий. Именно культуриндустрии управляют современной культурой, создают и тиражируют её тексты, создают и воспитывают своего потребителя. Для большинства стран мира на современном этапе развития ведущей и наиболее влиятельной является модель американской культуриндустрии. Её продукты создаются в большом количестве, подходят под вкусы большинства, соответствуют актуальным культурным изменениям и одновременно отображают традиционные ценности. Особенно ярко это выражено в модели современной американской киноиндустрии, создавшей свою визуальную зрелищную культуру. Голливудская киноиндустрия успешно разработала и систематизировала экономические, организационные методы и идейные цели конвейерного способа производства кинокартин, выводя на первый план коммерческую конкуренцию. Фильмы, созданные на её студиях, смотрит большинство зрителей по всему миру, в итоге потребляя не только кинематографический текст, но и перенимая стереотипы массовой американской культуры.

Кинематограф, берущий своё начало на рубеже XIX – XX вв., часто обращался к образу человека массы. На протяжении длительного времени отображение представителя масс прошло свою эволюцию. Обращение к исследованию человека массы в кинематографе связано с необходимостью выявления специфики и особенностей его функционирования в современной культуре. В условиях доминаты визуальной культуры в современном

популярном кинематографе через яркий художественный образ транслируются основные характеристики человека массы не только настоящего времени, но и возможного ближайшего будущего.

Целесообразность изучения человека массы через художественные кинематографические образы также определяется тем, что современный популярный кинематограф транслирует сюжеты и образы, интересные и понятные большинству зрителей. Кинематограф с начала своего существования в основном воспринимался как искусство, ориентированное на массового зрителя. Для таких кинофильмов было характерно эксплуатировать идеи и образы, созданные в среде авторского элитарного кинематографа. В условиях постиндустриального общества граница между популярным массовым кинематографом и авторским стирается. Сегодня зачастую элитарное авторское кино вдохновляется образами коммерческого массового кинематографа. Коммерческий массовый кинематограф выступает своеобразным индикатором духовных, социальных стремлений человека массы, его восприятия окружающей социокультурной действительности и взаимодействия с существующими современными культуриндустриями. Становится очевидным, что человек массы, представленный в кинематографе XX века, теряет свою актуальность и нуждается в переосмыслении как начало качественно нового этапа социокультурного существования человека.

Степень научной разработанности темы исследования. Темы, связанные с «массой», впервые появились в работах античных философов Геродота, Платона, Фукидида, Цицерона. Вплоть до середины XIX века большинство работ, обращающихся к теме масс, носили оценочно-описательный, неаналитический и поверхностный характер (Б. Бауэр, Г. Гегель, П. де Мирандола, Б. Паскаль, А. де Токвиль и др.).

Изменения, происходящие в современной культуре, ее анализ и кризисное состояние отмечали Н.А. Бердяев, Р. Гвардини, Э. Дюркгейм, А.В. Костина, С. Московичи, К. Маркс, В.П. Руднев, П.А. Сорокин, М. Хайдеггер, А.Я. Флиер, М. Шеллер, А. Шопенгауэр, К. Ясперс и др.

Первые попытки целенаправленного теоретического осмысления феномена массовой культуры произошли на рубеже XIX-XX вв. Г. Лебон, Н.К. Михайловский, Ф. Ницше, С. Сигеле, Г. Тард, З. Фрейд, О. Шпенглер, К. Юнг и др. рассматривали проблему массовой культуры через призму трансформации гражданского общества в массовое.

В середине 30-х годов XX века массовую культуру подробно изучил Х. Ортега-и-Гассет, который в своих трудах изложил собственное видение данного феномена, а также выявил связь между массовой культурой и культурой массового человека. Идеи, высказанные испанским философом, заложили на долгое время традицию критического отношения к данному феномену других философов и исследователей культуры.

Теоретическое обоснование культуриндустрии как части массовой культуры провели представители Франкфуртской школы – Т. Адорно, Х. Арендт, В. Беньямин, Г. Маркузе, М. Хоркхаймер, Э. Фромм и др. Их работы характеризуются критическим отношением к проявлениям массовой культуры

и к человеку массы, в частности. Также представители Франкфуртской школы отмечали возрастающее отчуждение индивида от своего труда, общества и самого себя. З. Кракауэр одним из первых провёл исследование массовой культуры через художественные образы, представленные в продуктах кинематографа. Он отмечал власть толп на экране, уничтожение индивида и его желание подчиняться некой авторитарной дегуманизированной фигуре.

Целый ряд авторов плодотворно продолжает традицию изучения культуриндустрии (Д. Белл, Э. Блох, К. Маннгейм, Э. Тоффлер, А. Турен, Ф. Фукуяма, Д. Хезмондалш и др.). В своих работах они рассматривают эволюцию развития культуриндустрий, их взаимодействие с потребителем, а также изменение массовой культуры в условиях постиндустриального общества.

Позитивное влияние массовой культуры на процесс развития личности и становление демократических институтов рассматривались в работах М.М. Бахтина, Э. Канетти, Д. Макдональда, М. Маклюэна, М.И. Найдорфа, Д. Рашкоффа, Дж. Рицера, М. де Флера и др. Данные авторы разработали и развили идеи о механизмах, предпосылках возникновения массовой культуры, провели дифференциацию видов и жанров массового искусства и определили связь массовой культуры с массовыми коммуникациями.

В конце 80-х – начале 90-х годов XX века проблемы массовой культуры привлекли внимание постмодернистов и постструктуралистов – Р. Барта, Ж. Бодрийяра, С. Жижека, Ю. Кристевой и др. Они впервые обратили внимание на то, что массовая культура помещает индивида в особые типы реальности, к которым неприменимы классические схемы анализа. Ж. Бодрийяр отмечал бесполезность попыток анализа массового общества, которое характеризовалось как постоянно изменчивое, создающее бесконечное количество смыслов, за которыми ничего нет.

В отечественной культурологической науке феномен массовой культуры стал рассматриваться примерно в 60-х годах XX века. В основном, это были исследования, где доминировали критические отрицательные оценки как самого феномена, так и взглядов западных ученых на эту проблему (Г.К. Ашин, А.В. Кукаркин, В.П. Шестаков и др.).

В настоящее время в отечественной науке проблемами массовой культуры занимаются К.З. Акопян, В.А. Буряновская, А.С. Вартанова, В.Е. Васильев, Л.А. Воробец, М.С. Галина, А. Гекиц, И.В. Головачева, А.Б. Гофман, Б.Е. Гройс, Л.Д. Гудков, Л.Н. Дергунов, Б.В. Дубки, Е.В. Дуков, А.Н. Захаров, Н.М. Зоркая, Р.Н. Иванова, Я.Б. Иоскевич, Е.В. Карамзина, М.В. Колесник, А.В. Костина, Д.В. Крюков, М.М. Кузнецов, Н.Б. Маньковская, Н.Г. Мельников, Л.Ю. Одинокова, Э.А. Орлова, Т.О. Семенова, Д.В. Смолкина, Е.Г. Соколов, Т.М. Стадлер, И.Н. Тартаковская, С.С. Таюшев, К.Т. Теплиц, Е.И. Тишкина, А.Я. Флиер, Т.В. Чередниченко, Е.Н. Шапинская, А.В. Шейко, А.М. Яковлева и др. В работах данных учёных массовая культура характеризуется мировоззренческим и методологическим плюрализмом. В центре внимания в основном локальные проявления массовой культуры.

Изучением американского коммерческого кинематографа занимаются Т. Балио, Д. Бордвелл, Л. Вильямс, Ф.Ю. Виталь, Д. Драгуноу, В.А. Карабанова, Г.

Кинг, С. Неале, К.Н. Рычков, В. Собчак, Ч. Томсен, С.Н. Щеголихина, Т. Элсаэсер и др.

Однако, несмотря на многообразие работ, касающихся такого феномена как массовая культура и человек массы, до сих пор некоторые проблемы остаются не разработаны. Одна из существенных проблем – отсутствие четкого определения понятия «массовая культура» и, следовательно, «человека массы». Также не проясненным остаётся вопрос относительно сходства и различий массовой культуры, представленной в трёх видах обществ – индустриального, постиндустриального и информационного.

Объектом исследования является современная массовая культура и формируемая ею культуриндустрия.

Предмет исследования – репрезентация человека массы в пространстве современной культуриндустрии в американском коммерческом кинематографе.

Цель исследования – выявление специфики человека массы и его взаимодействия с разными типами культуриндустрий через анализ визуальных образов, представленных в современном американском коммерческом кинематографе.

В соответствии с объектом, предметом и целью исследования обозначены следующие задачи:

- 1) раскрыть специфику понимания массы, массовой культуры и массового человека, сформированную в научной литературе;
- 2) выявить ключевые социокультурные и философские проблемы становления и развития теоретических моделей массового человека;
- 3) определить особенности кинематографической репрезентации образа человека массы и проследить особенности взаимодействия с пространством культуриндустрии конца XX века;
- 4) проанализировать характерные особенности изображения в современном американском коммерческом кинематографе человека массы в пространстве культуриндустрии XXI века;
- 5) раскрыть специфику изображения в коммерческом американском кинематографе человека массы в пространстве виртуальной культуриндустрии.

Соответствие паспорту специальности 24.00.01 – Теория и история культуры: культурология: 1.4. – История культурологических воззрений и понятий, представлений о сущности культуры; 1.14. – Возникновение и развитие современных феноменов культуры; 1.21. – Традиционная, массовая и элитарная культура; 1.23. – Личность и культура.

Источниковая база исследования. Для реализации целей и задач был отобран кинематографический материал, который был просмотрен большим количеством зрителей, имеет высокие оценки, как зрителей, так и профессионалов. Для отбора фильмов были использованы списки фильмов, составленные профессиональными кинокритиками и киноведами, рекомендации журналов «Искусство кино», «Сеанс», «Киноведческие записки», «The Hollywood Reporter», «The Guardian», «Emperor» а также высоко оцененные такими пользовательскими ресурсами, как Rotten Tomatoes, IMDb, Кинопоиск, Метакритик. Используемые списки фильмов представлены в

приложении Б.

Для исследования приоритетными стали кинофильмы коммерческого американского кинематографа. Американские коммерческие фильмы являются лидерами мирового проката (данные о кассовых сборах представлены в приложении А), на основе самых успешных создается большое количество разноплановых, активно тиражируемых кинопродуктов. Голливудская киноиндустрия всегда была ориентирована на массового потребителя не только в рамках одной страны, но и на потребителей из разных стран и культур. Именно в кинематографе США образ массового человека представлен наиболее полно, он имеет свою историю, свой особый путь развития. Выбранные кинокартины отражают изменения, происходящие в современной массовой культуре, сосредотачивают своё внимание на изображении современного человека массы и социокультурного пространства вокруг него и относятся к разным жанрам, в том числе фантастики.

Методологическая основа диссертационного исследования.

Теоретико-методологической основой исследования являются идеи философов, социологов, психологов, культурологов, разрабатывающих проблему массовой культуры и человека массы, таких, как Т. Адорно, Х. Арентс, М.М. Бахтин, Ж. Бодрийяр, М.И. Найдорф и др.

При раскрытии специфики различных форм массовой культуры автор использует приемы историко-генетического и компаративистского подхода. Для достижения цели диссертационного исследования использовались методы:

- 1) культурно–исторический метод, позволивший рассмотреть социокультурный контекст появления и развития феномена масс;
- 2) метод компаративного анализа, применение которого дало возможность сравнить и сопоставить идеи авторов, принадлежащих различным историческим эпохам;
- 3) метод системного анализа, на основе которого массовая культура была рассмотрена как сложная система, состоящая из многих подсистем и элементов.

Наряду с этими методами, подход к изучению объекта диссертационного исследования определяли методы наблюдения, моделирования, аналогии, абстрагирования, индукции и дедукции, позволившие выявить и проследить взаимоотношения человека с окружающим его пространством, представленным в выбранных кинематографических образцах.

Научная новизна исследования:

- 1) предложены уточненные определения понятий «масса» и «массовая культура», которые соответствуют современной социокультурной ситуации;
- 2) на основе систематизации и обобщения данных определены специфические признаки современного массового человека;
- 3) впервые проведен комплексный анализ массового человека как основной формы существования человека в пространстве массовой цивилизации, результаты которого демонстрируют сложность структуры человека массы в постоянно трансформирующейся массовой культуре и существенную связь индивида с культуриндустриями;

4) впервые представлен анализ художественного изображения человека массы на киноэкране через его взаимодействие с окружающим социокультурным пространством, позволивший раскрыть специфику миропонимания человека массы и проследить эволюцию его развития в зависимости от исторического времени;

5) впервые обозначены основные формы и особенности репрезентации человека массы как представителя разных культуриндустрий в американском коммерческом кинематографе.

Основные положения, выносимые на защиту.

1. Современная массовая культура базируется на идеях, предложенных Х. Ортега-и-Гассетом и теоретиками Франкфуртской школы. Традиционная трактовка массовой культуры и «масс» не соответствует современным образцам массовой культуры, однако в исследованиях отечественных и зарубежных авторов отсутствует определение для актуального состояния «массы» и, соответственно, массовой культуры. Мы определяем «массы» как общность людей – представителей массовой цивилизации – с неопределенными количественными и качественными характеристиками, объединенную множеством идей, чувств, настроений, суждений и иллюзий, способную к постоянным неожиданным изменениям. Современная массовая культура определяется как культура массовой цивилизации, которая характеризуется особой технологией культурного производства, воспроизводства и потребления, соответствующей духовным и материальным требованиям большинства населения.

2. В современных исследованиях, посвященных человеку массы, используется традиционный взгляд, введенный в научный обиход Х. Ортега-и-Гассетом, однако данное определение не отражает изменений, произошедших с представителем масс. Человек массы определяется как индивид, представитель массовой цивилизации, избегающий долговременных социальных связей, предпринимающий попытки уйти в особое виртуальное пространство и взаимодействующий с окружающим его социокультурным пространством посредством развитых технологических средств.

3. Современная массовая культура невозможна без существования культуриндустрий. Именно культурные индустрии являются сложной системой социокультурных форм, которые трансформируют массовую культуру и человека массы. На данном этапе развития массовой культуры определяются три вида культуриндустрий, которые взаимодействуют с тремя разными типами человека массы. Человек массы в пространстве культуриндустрии конца XX века – индивид, наиболее близкий к классической характеристике массового человека, но обладающий стремлением к индивидуализации и к свободе. Данный тип взаимодействует с культуриндустрией, которая характеризуется как авторитарная система.

4. Человек массы в пространстве культуриндустрии XXI века – индивид с выраженными индивидуальными качествами, стремящийся к разрушению и перестройке под свои нужды окружающего его социокультурного пространства. Такой человек массы взаимодействует с

культуриндустрией, которая способна подстраиваться под его индивидуальные требования и предлагает ему «свободу».

5. Человек массы в пространстве виртуальной культуриндустрии характеризуется тем, что это индивид, который является частью современной массовой культуры, но существующий за её пределами. Он сам создаёт вокруг себя настраиваемую социокультурную среду и полностью погружен в виртуальное пространство.

Теоретическая значимость исследования. Теоретическую ценность представляют анализ и выводы, связанные с исследованием массовой культуры. Данная работа расширяет представления о человеке массы XX-XXI века, способствуя более глубокому пониманию процессов, происходящих в современном массовом кинематографе, предлагает методы и критерии анализа человека массы в произведениях киноискусства.

Практическая значимость результатов исследования. Данная работа может быть использована при изучении комплекса базовых теоретических и прикладных культурологических дисциплин по теории и истории современной культуры и искусства, а также в ходе изучения курсов по выбору и на факультативных занятиях по актуальным проблемам современной культуры.

Достоверность результатов исследования и обоснованность научных положений определяется логикой его построения, широтой источников и эмпирической базы, применением комплекса методов, адекватных предмету диссертации, успешной апробацией основных результатов исследования в научных публикациях и в выступлениях на научно-практических конференциях различного уровня.

Апробация результатов исследования осуществлена посредством изложения основных положений в 12 публикациях общим объёмом 4,15 п. л., из них 3 публикации в изданиях, рекомендованных ВАК Минобрнауки Российской Федерации, 1 публикация – в журнале, входящем в международную базу данных Scopus, общий объём публикаций – 2,3 п. л.

Материалы исследования были представлены и обсуждены на XVIII Краевом конкурсе молодых учёных и аспирантов (г. Хабаровск, 2017)); на заочной Всероссийской научно-практической конференции «Личность, творчество, образование в социокультурном пространстве Дальнего Востока» (г. Хабаровск, 2016); на III Всероссийской научно-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов, молодых ученых «Гуманитарные и общественные науки: проблемы реализации творческого потенциала молодежи» (г. Хабаровск, 2016); на Всероссийской научно-практической конференции «Наука. Культура. Искусство: актуальные проблемы теории и практики» (г. Белгород, 2016); на заочном Всероссийском культурологическом форуме «Никоновские чтения» (г. Чебоксары, 2016); на заочной Всероссийской научно-практической конференции «Личность, творчество, образование в социокультурном пространстве Дальнего Востока России» (г. Хабаровск, 2015 г.); на Международной научной конференции «Философия телесности» (г. Хабаровск, 2014); на заочной II Международной научно-практической конференции «Современные гуманитарные и социально-экономические

исследования» (г. Пермь, 2013).

Отдельные аспекты разрабатываемой темы рассматривались на научно-методологических семинарах для аспирантов и молодых ученых Хабаровского государственного института культуры (2011-2020 гг.), а также в цикле лекций, прочитанных в центре современного искусства Artservatory и цикле бесед о современном кино в кинотеатре «Совкино» (г. Хабаровск).

Объём диссертации и её структура определяются спецификой темы исследования и логикой изложения. Диссертационное исследование состоит из Введения, двух глав, каждая из которых разделена на параграфы (8 параграфов), Заключения, списка литературы и источников на русском и иностранных языках и Приложений. Общий объем диссертационного исследования – 169 стр. печатного текста.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **Введении** обосновывается актуальность темы, определяются цель и задачи, формулируются объект и предмет исследования, освещается степень разработанности проблемы, даётся характеристика теоретико-методологической основы исследования, формулируются положения, выносимые на защиту, определяется научная новизна и значимость исследования, формулируется практическая значимость полученных результатов.

В первой главе **«Массовая культура и человек массы в социогуманитарных исследованиях»** раскрываются теоретические основания проблемы исследования, рассматриваются подходы к определению массовой культуры и человека массы, проводится обзор истории изучения человека массы за рубежом, в отечественной традиции, анализируются существующие подходы изучения масс.

В первом параграфе **«Народ, толпа, масса в исследовательской традиции»** рассматриваются существующие значения понятий «народ», «толпа» и «масса», определяются главные различия между понятиями.

«Народ» определяется как некая общность людей, единовременно проживающая на определенной территории, в основе существования которой лежит историческая общность людей. Под понятием «толпа» понимается большая группа людей, лишенная осознаваемой организационной структуры, имеющая общие цели и связанная сходным эмоциональным состоянием всех участников или личной харизмой лидера.

М.И. Найдорф, А.В. Костина и другие пишут, что современная цивилизация основана на массах, и она же их порождает. Современный человек всегда находится в массе. Он может выбирать, к какой массе себя отнести – выбор политической партии, выбор спортивной команды или вида спорта, выбор курорта и т.д. Все, с чем человек сегодня взаимодействует, создано для массового пользования.

На сегодняшний момент в научно-исследовательской традиции существует несколько разных интерпретаций «масс» – «масса»

индустриального общества, «масса» постиндустриального и «масса» информационного общества. «Масса» индустриального общества близка к трактовке «толпы». Она более стихийна, более кратковременна и она не характеризуется изменением сознания. «Масса» индустриального общества остро реагировала на изменившиеся условия жизни в обществе и роли человека.

«Масса» постиндустриального общества, характеризуется одиночеством, «выброшенностью», ненужностью индивида. Массы данного периода характеризуются более агрессивными эмоциями, они стремятся уничтожить мир, в котором не чувствуют себя комфортно.

«Массы» информационного общества – новое явление. Во-первых, информационное общество возникло сравнительно недавно, во-вторых, такие «массы» еще не имеют четкой структуры и малочисленны по сравнению с существующим вторым типом. Это уже другая «масса», которая достаточно уверенно завоевывает свое пространство, она больше отвечает требованиям современного общества и более жизнеспособна, благодаря своей возможности к неожиданным и быстрым изменениям.

«Масса» – общность людей с неопределенным количественным и качественным характером, объединенная множеством идей, чувств, настроений, суждений и иллюзий, способная к постоянным неожиданным изменениям и существованию в пространстве свободы. Масса определяет особое состояние современной цивилизации, которое характеризуется однотипностью и стандартизацией форм и явлений. Масса формирует новую культуру, которую принято называть массовой. Современная массовая культура – культура массовой цивилизации, которая характеризуется особой технологией культурного производства, воспроизводства и потребления, соответствующей духовным и материальным требованиям большинства населения.

Во втором параграфе **«Массовый человек в индустриальном, постиндустриальном и информационном обществе»** раскрывается специфика традиции изучения массового человека, определяются особенности ранних и современных исследований, даётся обзор и критический анализ основных подходов изучения объекта исследования, сложившихся в исследовательской практике.

О массовом человеке до XIX века говорили, как о составляющей части социальных изменений. Это были представители необразованных слоев населения, достаточно многочисленные и потенциально опасные для правящей элиты. Такие массы необходимо просвещать и окультуривать.

Для интеллектуальной среды последней трети XIX века характерен интерес к исследованию поведения масс как «психологии толпы» (Г. Лебон, З. Фрейд, Г. Тард, Н. Бердяев, А. Тойнби, К. Юнг и др.).

В 30-х годах XX века массовая культура становится предметом философского исследования в трудах испанского мыслителя Х. Ортега-и-Гассета. В своих работах «Дегуманизация искусства» и «Восстание масс» он изложил теоретическое видение феномена массовой культуры как культуры массового человека. Всё, что ранее было описано как массовый человек, Х. Ортега-и-Гассет подвергает критике. То был человек толпы, и воспринимался

он как понятие количественное и визуальное. Его «человек-масса» – социально-исторический феномен, который возник в конце XIX – начале XX вв. Это особый социокультурный тип, появившийся вследствие становления индустриального общества, урбанизации, демократизации. Массовый «средний» человек – тот, кто привык плыть по течению, для которого важно ничем не выделяться, быть как все. Это неотъемлемая часть массового общества.

Философы Франкфуртской школы большое внимание уделили в своих работах культуре массового человека. Основные положения школы базировались на критике идей Просвещения, на вере в человеческий разум и технический прогресс.

В конце 50-х годов XX века Д. Белл, Э. Тоффлер, А. Турен и др. рассматривали массовую культуру как одну из важнейших составляющих постиндустриального общества. По их мнению, массовая культура выполняет двойственную функцию. С одной стороны, она адаптирует индивида к динамично изменчивому обществу. С другой стороны, усреднённость продуктов массовой культуры приводит к кризису формирования личности и её дальнейшему отчуждению от жизни в социуме.

Сегодня человек массы определяет специфический способ освоения действительности и адаптации к ней. В диссертационном исследовании были выделены три вариации данного феномена, каждая отражает ход исторического и культурного развития человека массы.

В классическом варианте индустриального общества человек массы характеризуется как «средний человек», лишенный индивидуальности, характеризующийся как конформист.

Человек массы в условиях постиндустриального общества характеризуется как «потерянный», «ненужный» человек, который испытывает чувства озлобленности и ненависти к любой культуре, ко всему, что отлично от него. При этом такой человек помещен в иллюзорную реальность, где нивелируются различия между индивидами и происходит унификация всех окружающих проблем. Такой человек не способен познать возрастающую специализацию знания и усложнения знаковых кодов из областей высокой, элитарной культуры. Но он обладает особой системой средств смысловой адаптации. Именно массовая культура установила устойчивую связь между человеком массы и специализированным знанием.

Человек массы в условиях информационного общества характеризуется как индивид, который обладает существенным уровнем развития и динамического изменения. Он более направлен на работу с виртуальным пространством, который сам активно создает и изменяет, но такой мир имеет эстетическую и смысловую вторичность. Вся информация, находящаяся в нем, подстраивается под определенного индивида и структурируется, исходя из его предпочтений.

В третьем параграфе *«Культуриндустрия и массовая культура: общее и особенное»* рассматривается становление и историческое развитие

культуриндустрий, их влияние на массовую культуру. Особое внимание было уделено анализу отношений культуриндустрий и человека массы.

Понятие «культуриндустрия» впервые было использовано в работе Т. Адорно и М. Хоркхаймера «Диалектика Просвещения».

Культуриндустрия – инструмент отчуждения индивида и подавление его индивидуальной свободы. С одной стороны, культуриндустрия предлагает, в определенной степени, свободу. С другой стороны, она лишает индивида свободы выбора и формирует комфортность. Культурные продукты создаются по шаблонным схемам, воссоздают бесконечное количество раз произведения «высокой» культуры.

Целенаправленное изучение культуриндустрий началось с 80-х годов XX века. Как отмечает Д. Хезмондалаш, современные культурные индустрии обращают своё внимание не на большие массы аудитории, как ранее, а отдают предпочтение созданию нишевых культурных продуктов для ограниченного числа пользователей. Такое стало возможно по мере усложнения массовой культуры, главенствующей в обществе. Культурные вкусы и привычки аудитории стали сложнее, а производство и потребление культурных текстов ускорились.

Культурные индустрии связаны с развитием массовой культуры, для каждого исторического этапа характерны свои культуриндустрии. Для настоящего этапа развития массовой культуры можно говорить о трех видах культуриндустрий, которые взаимодействуют с тремя разными типами человека массы.

Классический тип культуриндустрий продолжает свое существование в настоящем и характерен для массового человека XX века.

Для человека массы в пространстве культуры XXI века характерна культуриндустрия, ассоциирующаяся с глобализацией и интернационализацией. Для неё характерна интернационализация культурных текстов. Благодаря современным средствам массовой коммуникации, возрос поток культурных текстов, возникших в одной стране и перенесённых в культурное пространство других. В результате тексты адаптируются, совершенствуются аудиторией и перестают маркироваться как нечто чужое. Такие культурные тексты перестают ориентироваться на потребности локальной культуры.

Особенность виртуальной культуриндустрии в том, что для её существования необходимы элементы, участвующие в обеспечении использования и применения Интернета. Привязка к виртуальному пространству делает продукты данной культуриндустрии менее доступной, но при этом они являются более индивидуальными. Индивид сам выбирает из множества текстов виртуальной культуриндустрии те, что необходимы ему.

Во второй главе **«Образы человека массы в современном американском кинематографе»** рассматриваются механизмы формирования и визуального отображения человека массы посредством кинематографа, анализируется взаимодействие представителя масс с окружающей его культуриндустрией.

В первом параграфе «*Типы массового человека в мировом кинематографе XX века*» рассматривается историческое развитие образа человека массы в кинематографе и анализируются принципы взаимодействия индивида с окружающей его социальной действительностью.

Образ человека массы и общества в кинематографе менялся в зависимости от времени существования. За XX век сформировалось 3 вида человека массы.

Первый тип отражал индивида и изменения в обществе, произошедшие с середины XIX века до Второй мировой войны. Это человек массы в его классическом определении. Его художественное отображение в кинематографе можно классифицировать на фильмы, где фигурирует толпа, и фильмы, где главный герой, воплощающий в себе черты индивида прошлого исторического опыта, противостоит различным художественным воплощениям техники.

Второй тип был осмыслен и воплощен на киноэкраны наиболее ярко в традиции итальянского неореализма и французской новой волны. Это потерянный человек, разрываемый душевными травмами и совершенно не приспособленный к жизни. Его тревожит постоянная тоска о некоем прекрасном прошлом, которое напоминает потерянный рай. Он мало интересуется настоящим, а будущее в его сознании невозможно. Такой индивид живёт здесь и сейчас, а также интерпретирует окружающую его действительность при помощи образов популярной массовой культуры.

Третий тип отражает общество в 70-е – 90-е гг. XX века. Человечество стоит на пороге новых глобальных изменений. Человек массы ещё больше чувствует свою бесполезность, ненужность, «выброшенность», но при этом он обладает ярко выраженными агрессивными чертами. Один человек способен уничтожить всё, подобно толпе начала XX века. Но, опираясь на кинематографические образцы, можно наблюдать, что индивид в основном остается пассивным. В результате начинает изменяться его тело под воздействием аутоагрессии, несогласия с окружающим миром и чувства осознания телесной бесполезности. Тело человека мутирует и стремится либо в естественный животный мир, либо в искусственный машинный мир.

Обособленно существует фильмы, направленные на рассмотрение и критику общества потребления. В основном, они являются зримым отображением идей теоретиков Франкфуртской школы. Человека массы характеризует конформизм, ведомость, «желание быть как все».

Новый тип человека массы в настоящее время продолжает оформляться. Он уже имеет определенные типические черты и свою кинематографическую историю. Это позволило выделить новые типы человека массы уже XXI века. Это представитель совершенно иной массы, которая значительно отличается от классического понимания масс. Но он продолжает традицию предыдущей: усилилось одиночество индивида, тяготение к отказу от физической реальности.

Человека массы в современном кинематографе можно условно разделить на следующие типы:

1) человек массы в пространстве культуриндустрии конца XX века («Быть Джоном Малковичем», «Обливион», «Плезантвилль», «Шоу Трумана» и др.);

2) человек массы в пространстве культуриндустрии XXI века (серия «Люди-Икс», серия «Мстители», трилогия «Темный рыцарь», трилогия «Человек-паук» и др.);

3) человек массы в пространстве цифровой культуриндустрии («Ванильное небо», «Матрица», «Тринадцатый этаж» и др.).

Во втором параграфе **«Человек массы в пространстве культуриндустрии конца XX века»** анализируются отношения человека массы данного типа с окружающей социальной действительностью которых характеризуются как подавляющие, приспособливающие индивида. Пространство в рассмотренных кинофильмах характеризуется как тоталитарное. Для такого пространства характерна работа с одним индивидом или небольшой группой. Так художественно воплощается условная фигура вождя толпы, некой сильной личности. Тоталитарная среда агрессивна именно к этому символическому воплощению, контролируя его, уничтожая его, само существование среды находится в безопасности.

Одна из основных характеристик такого пространства – создание культурных текстов, фальсифицирующих истину. Важно не просто стремление ко лжи, а к варианту, где она воспринимается как правда, как серьёзная непоколебимая истина. Для этого внутри социальной действительности, создаётся особое смысловое ядро, подтверждающее её истинность. Это может быть обособленная группа людей («Семейка Джонсов»), съёмочный павильон («Шоу Трумана»), изолированный остров («Остров проклятых»), пространство комнаты («Гуд бай, Ленин!») или города («Степфордские жёны»), а также тело некого индивида («Быть Джоном Малковичем»).

Для управления участниками социальной действительностью создаётся особая иерархия отношения ко времени. Благодаря характеристике прошлого как ужасного, у индивида сдерживаются познавательные качества. Страх перед прошлым всячески подчёркивается в условиях ограниченного пространства. Это может быть психологическая травма из детства или болезнь («Шоу Трумана»), потеря семьи или работы («Реквием по мечте», «Степфордские жёны») и другое. Будущее – всегда образец системной фантазии. Достижение такого будущего – надежда для индивида избавиться от ужаса прошлого. Именно угроза лишиться прекрасного будущего заставляет героев остановить свою борьбу с пространством.

Данный тип человека, представленный в рассмотренных фильмах, наиболее близок к классическому пониманию человека массы. Это человек, лишенный индивидуальности, самостоятельности, конформный. Индивид погружён в культуриндустрию, живет её образами и желаниями. Однако он лишен способности превратиться в разрушительную толпу. Таких, как он, в условиях культуриндустрии большое количество, но вне её они аморфны и недействительны. Они не могут объединиться с другими похожими индивидами, так как это противоречит современному пространству культуриндустрии.

Для такого человека массы характерна своя особая культуриндустрия. Она ещё имеет черты классической культуриндустрии, описанной Т. Адорно и М. Хоркхаймером. Главное отличие культуриндустрии конца XX века от классической в том, что она признаёт желание потребителя, готова с ним взаимодействовать на определенных условиях и готова к изменениям, однако в целом её отношения с потребителем имеют преимущественно авторитарный характер.

В третьем параграфе *«Человек массы в пространстве культуриндустрии XXI века»* рассматриваются кинофильмы, относящихся к категории супергеройского кинокомикса.

Супергерои на современном экране действуют посредством команды. Команда может быть как ярко выражена (Мстители, Лига Справедливости, Люди Икс и т.д.), так и менее выражена (Бэтмен, Человек-паук, Дэдпул и т.д.).

В супергеройских кинофильмах ярко определено противопоставление супергероя и окружающей социальной действительности. При этом окружающая действительность представлена в персонифицированном образе суперзлодея, с которым герой не может справиться, из-за чего он вынужден обращаться к команде. Команда супергероев – это всегда нечто, не однородное по составу. В одной команде могут быть люди, мутанты, инопланетяне, полубоги, боги, киборги, высокоразвитый искусственный интеллект, персонифицированные образы природных и космических сил.

Культуриндустрия XXI века ориентирована на взаимодействие с индивидуальными потребителями и с малыми группами, которые предыдущими культуриндустриями не рассматривались серьезно и воспринимались аутсайдерами (различные варианты гик и нерд-культур и др.). Каждый продукт такой культуриндустрии уникален, он подстраивается под любого потребителя, благодаря чувствительным настройкам. Такой продукт более дорогой, более требователен и более желанен.

Такая культуриндустрия ещё имеет черты классических культуриндустрий, однако она демократична по отношению к своему потребителю, так как он воспринимается не только как источник заработка, но и как неотъемлемая часть индустрии. В рассмотренных кинофильмах это представлено в образах превращения оппозиционного героя в культурного героя, фактически, в амбассадора культуриндустрии.

В четвертом параграфе *«Человек массы в пространстве цифровой культуриндустрии»* дается оценка человеку массы третьего типа, который существует вне физического реального мира. Данный тип делится на две подгруппы. Первую подгруппу представляют индивиды, для которых характерны серьезные проблемы телесного и психического плана, также они лишены покровительства адаптивной функции массовой культуры. Это пространство, где культуриндустрия не оказывает воздействия на индивида, так как он владеет истинным знанием о функционировании всех ее механизмов.

Для героя второй подгруппы характерно пребывание в особом виртуальном пространстве. Такой индивид сам проектирует окружающее его социальное пространство. Его свобода ограничена только ресурсами

виртуального мира и другими ограничениями, данными авторами виртуального пространства. Герои, представленные в таком виртуальном пространстве, обладают безграничными возможностями. Возрастают их интеллектуальные, физические, психоэмоциональные качества.

Культуриндустрия, с которой взаимодействует такой человек массы, предлагает особые условия сотрудничества. Она не похожа на традиционные культурные индустрии, для неё нет потребителя, только пользователь, почти равный с ней правами и обязанностями. Такая культуриндустрия даёт индивиду только необходимый набор ресурсов, а далее каждый человек сам создаёт нужный для себя продукт. Это своеобразное пространство свободы и творчества, которое имеет свои ограничения, однако они почти не заметны индивиду.

В пятом параграфе **«Сравнительная характеристика тенденций развития человека массы в кинематографе»** рассматриваются критерии оценки взаимодействия человека массы с культуриндустриями в рассмотренных фильмах.

Влияние среды: в данном пункте рассматривались взаимоотношения героев, представленных в художественных фильмах, и окружающей их социально-культурной действительности. Социокультурная действительность представлена в виде развитой современной культуриндустрии. Именно она конструирует для индивида особое социокультурное пространство.

Освоение пространства и успех: было рассмотрено, как происходит противостояние индивида с пространством культуриндустрии.

Культурные герои: в данном пункте были рассмотрены герои, характерные для культуриндустрий на разных этапах исторического развития.

В пункте **«Иерархия отношения ко времени»** было рассмотрено и проанализировано, как разные типы массового человека воспринимают прошлое-настоящее-будущее и как культуриндустрия формирует у них нужное отношение ко времени.

В пункте **«Характеристика культурных текстов»** были выделены особенности производства текста культуриндустрий в разные этапы исторического существования.

Человек массы первого типа существует в культуриндустрии, которая напоминает традиционную, действует по похожим механизмам, но она более пластична, более заинтересована в удовлетворении индивидуальных потребностей индивида. Благодаря этому, у человека массы первого типа наблюдается повышение индивидуально личностных качеств, определенная уверенность в себе, он отрицает возможность создания толпы, не способен длительно взаимодействовать с другими индивидами.

Человек массы второго и третьего типа похожи друг на друга и предлагают совершенно новое прочтение человека массы. Такой человек массы является полноценным представителем современной массовой цивилизации, он привык взаимодействовать с культуриндустрией, удовлетворяющей его потребности. Он не зависит от массовой культуры как традиционный массовый

человек или человек массы первого типа. Он сам способен создать свой вариант массовой культуры и оказать значительное воздействие на уже существующую.

Человек массы третьего типа большую часть времени находится в виртуальной реальности, он малочисленный в данный момент времени, так как не каждый индивид имеет сейчас возможность постоянно находиться в Сети из-за особенностей производства и других общественных и культурных факторов. Человек массы третьего типа – возможный вариант развития человека массы будущего. Культуриндустрия предлагает такому индивиду особый вариант взаимодействия. Она не создаёт для него культурные тексты, а только обеспечивает его «материалом» для создания своих.

Общим для трех выведенных типов массового человека является ярко выраженное чувство одиночества, утрата возможности выстраивать положительные социальные отношения, высокая потребность находиться в виртуальном пространстве.

В заключении подводятся итоги исследования, определяются перспективные направления его дальнейшего развития.

В настоящее время массовая культура продолжает своё развитие и является неотъемлемой частью массовой цивилизации.

Человек массы – специфический способ освоения действительности и адаптации к ней, наиболее ярко проявляющийся в условиях кинематографического текста. Художественное изображение массового человека на киноэкране началось с начала XX века. В зависимости от времени и стилей киноискусства менялись способы изображения данных индивидов.

В ходе исследования были проанализированы связи между массовой культурой и культуриндустриями через кинематографические образы современного коммерческого американского кинематографа. Были выявлены три вида культуриндустрий, которые взаимодействуют с тремя разными типами человека массы.

Человек массы в пространстве культуриндустрии конца XX века – индивид, погруженный в пространство культуриндустрии, которая соответствует традиционным представлениям Т. Адорно и М. Хоркхаймера. Её продукты опираются на общепринятые ценностные ориентиры индивидов и преследуют исключительно экономическую и политическую выгоду, а не духовное развитие индивида. Все тексты, созданные в пространстве культуриндустрии, ориентированы на быстрое потребление, на желания рынка и большинства потребителей. В кинофильмах, в основном, представлен как сюжет противостояния героя и окружающей его социальной действительности.

Человек массы в пространстве культуриндустрии XXI века – индивид с выраженными индивидуальными качествами, стремящийся к разрушению и перестройке мира, как к единственному способу обрести свободу. Такого человека массы окружает более пластичная культуриндустрия, которая может подстраиваться под желания любого индивида. В кинофильмах она представлена в супергеройском кинокомиксе.

Человек массы в пространстве виртуальной культуриндустрии существует вне физического реального мира и большую часть времени

взаимодействует с различными техническими устройствами. Такой индивид при помощи средств культуриндустрии сам может создать мир вокруг себя или изменить уже существующий в виртуальном пространстве. Виртуальное пространство, являющееся неотъемлемой частью современной техногенной цивилизации, движимо культуриндустрией и, соответственно, массовой культурой.

Анализ трансформации человека массы показал, что на сегодняшний момент человек массы находится в постоянном движении и изменении. Каждая историческая эпоха предлагает свой вариант. Также из-за разницы развития обществ и культур в мире на сегодняшний момент одновременно существует несколько вариантов человека массы со своими особенностями и характеристиками. Соответственно, с каждым из них взаимодействуют и разные виды культуриндустрий. Всё это позволяет сделать вывод о том, что тема массового человека не исчерпывается в настоящем исследовании, а является весьма перспективной для дальнейшей разработки.

Перечень основных работ, опубликованных по теме диссертации

Статьи в научных журналах, индексирующихся в международной системе цитирования Scopus

1. Kovaleva, L. S. The Problem of the Body and Corporality of the Modern Man in Cinematography / Л.С. Ковалева // Журнал СФУ. Гуманитарные науки. Journal of Siberian Federal University. Humanities & Social Sciences. – 2016. – № 9 (6). – URL: http://elib.sfu-kras.ru/bitstream/handle/2311/20350/23_Kovaleva.pdf?sequence=1

Статьи, опубликованные в ведущих рецензируемых научных изданиях (в соответствии с перечнем ВАК)

2. Ковалева, Л.С. Развитие образа человека массы в кинематографе / Л.С. Ковалева // Общество: история, философия и культура. – 2018 – №9 (53). – С. 84-88 (0,4 п.л.)
3. Ковалева, Л.С. Образ супергероя в современном американском кинокомиксе / Л.С. Ковалева // Артикульт: сетевой электронный научный журнал. – 2018 – №1. – С. 104-108 (0,4 п.л.)
4. Ковалева, Л.С. Проблема человека массы в произведениях современного кинематографа / Л.С. Ковалева // Этносоциум и межнациональная культура. – 2013 – №7. С. 36-41 (0,6 п.л.)

Статьи в других научных изданиях

5. Ковалева, Л.С. Гендерная идентичность и социокультурная адаптация молодёжи на примере современных супергеройских фильмов / Л.С. Ковалева // Научно-практическая реализация творческого потенциала молодёжи: материалы V Всероссийской научно-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов и молодых ученых (28 апреля 2020 г., г. Хабаровск) / науч. ред. Е.В. Савелова, сост. Е.Н. Лунегова. – Хабаровск: ХГИК, 2020. – С. 222-226 (0,4 п.л.)
6. Ковалева, Л.С. Дигитальные спецэффекты и их влияние на определение современности в кинематографе / Л.С. Ковалева // Личность, творчество, образование в социокультурном пространстве Дальнего Востока России: м-лы заочной Всеросс. науч.-практ. конф. (15 декабря 2016 г., г. Хабаровск) / науч. ред. Е.В. Савелова, сост. Е.Н. Лунегова. – Хабаровск: ХГИК, 2016. – С. 290-294 (0,4 п.л.)
7. Ковалева, Л.С. Образ героя в современных произведениях массовой культуры (на примере кинематографа) / Л.С. Ковалева // Гуманитарные и общественные науки: проблемы реализации творческого потенциала молодёжи: III Всеросс. науч.-практ. конф. студентов, магистрантов, аспирантов и молодых учёных (26-27 мая 2016 г., г. Хабаровск) / науч. ред. Е.В. Савелова, сост. Е.Н. Лунегова. – Хабаровск: ФГБОУ ВО «ХГИК», 2016. – С. 122-125 (0,3 п.л.)
8. Ковалева, Л.С. Изменение интерпретации понятия «массовый человек» в исследованиях ученых / Л.С. Ковалева // Наука. Культура. Искусство: актуальные проблемы теории и практики: сб. докл. Всеросс. Науч.-

практ. конф. (Белгород, 25-26 февраля 2016 г.): в 4 т. / Отв. ред. С.Н. Борисов. – Белгород: ИПК БГИИК, 2016 – Т.1. – С. 80-85 (0,5 п.л.)

9. Ковалева, Л.С. «Звезда» как один из типов массового человека в современном кинематографе / Л.С. Ковалева // Всероссийский культурологический форум «Никоновские чтения» (в память о Заслуженном работнике образования ЧР Г. Л. Никоновой): в 2-х тт. Т. 1 Актуальные вопросы культурологии и искусствоведения / под ред. М.С. Уколовой, А.В. Никитиной, А.Ю. Николаевой. – Чебоксары: Чуваш. гос. пед- ун-т, 2016. – С. 128-131 (0,3 п.л.)

10. Ковалева, Л.С. Типы массового человека в кинематографе / Л.С. Ковалева // Личность, творчество, образование в социокультурном пространстве Дальнего Востока России: м-лы заочной Всеросс. науч.-практ. конф. (10 декабря 2015 г., г. Хабаровск) / науч. ред. Е.В. Савелова, сост. Е.Н. Лунегова. – Хабаровск: ФГБОУ ВПО «ХГИИК», 2015. – С. 41-49 (0,75 п.л.)

11. Ковалева, Л.С. Проблема телесности современного человека в фильме Д. Финчера «Бойцовский клуб» / Л.С. Ковалева // Философия телесности: м-лы междунар. науч. конф. (Хабаровск, Уссурийск, 15-18 мая 2014 г.) / под ред. М.П. Арутюнян, О.А. Рудецкого. – Хабаровск: Изд-во ДВГУПС, 2014. – С. 132-137 (0,5 п.л.)

12. Ковалева, Л.С. Проблема человека в современном кинематографе / Л.С. Ковалева // Современные гуманитарные и социально- экономические исследования: м-лы Второй междунар. науч.-практ. конф. (26 сентября 2013 г.): в 3 т. Т.2: Дизайн; история и музейное дело; психология; филология, лингвистика, современные иностранные языки; философия, культурология, искусствоведение / науч. ред. К.В. Патырбаева, А.В. Попов, Е.Ю. Мазур; Перм. гос. нац. исслед- ун-т. – Пермь, 2013. – С. 217-223 (0,6 п.л.)