

На правах рукописи

ГОЖАНСКАЯ Ирина Владимировна

**КИНО КАК ОБЪЕКТ
КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ**

Специальность: 24.00.01 – Теория и история культуры

Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
кандидата культурологии



Саратов 2006

16641 - 131-1412

Диссертация выполнена в ГОУ ВПО
«Саратовский государственный технический университет»

Научный руководитель –	доктор философских наук, профессор Волошинов Александр Викторович
Официальные оппоненты:	доктор философских наук, профессор Позднева Светлана Павловна
	доктор философских наук, профессор Костина Ольга Викторовна
Ведущая организация –	Тольяттинский государственный университет

Защита состоится "30" июня 2006 года в 14 часов на заседании диссертационного совета К212.242.02 при Саратовском государственном техническом университете по адресу: 410054, г. Саратов, ул. Политехническая, 77, Саратовский государственный технический университет, корп. 1, ауд. 319.

С диссертацией можно ознакомиться в научно-технической библиотеке Саратовского государственного технического университета.

Автореферат разослан «19» мая 2006 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета



Н.М. Ососкова

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность проблемы. В современном мире глобальных информационных процессов, называемом *техногенной* цивилизацией, особенно актуальным для культуры является существование медиапространства. В начале XXI в. медиа становятся всемирным ресурсом социума. Мир медиа в высшей степени многообразен, он образует медиакультурное поле сложной структуры, вне которого современного человека трудно себе представить.

Особое место в медиапространстве занимает кинематограф как системный, парадоксальный по своей сущности и социокультурным последствиям феномен. Этот факт осознают и культурологи, и специалисты других дисциплин, и обычные люди. Кинофильмы приобрели в общественной жизни статус, аналогичный другим средствам массовой коммуникации и даже превосходящий их.

Новые медиа существенно расширили глобальные, планетарно-масштабные и космические возможности коммуникации. Достигнута некая граница, на которой уже ничто и никто не может уклониться от коммуникации. Между любыми, самыми изолированными друг от друга культурами существует некое информационное взаимодействие, никогда не сводящееся к нулю. Результатом такой коммуникации становится структурная открытость собственной культуры к разнообразным инокультурным влияниям и нормативам.

Кино как явление массовой культуры представляется одной из наиболее важных, новых ее форм с точки зрения выражения видимого, воображаемого, виртуального. Массовая культура, вопреки распространенному представлению о ней как результате стандартизированного производства, являет собой не только противоположность культуре саморазвития, но и ее неожиданное выражение и следствие. В ней идет интенсивный поиск культурных форм, способствующих формированию универсального языка коммуникации. Кинематограф, телевидение и популярная музыка выступили заметной движущей силой демократизации и деиерархизации современной культуры.

Рождение современной культуры развлечений многие считают водоразделом в истории, так как оно знаменует переход от культуры печатного слова к культуре массового зрелища, возникновение которой провоцировалось и сопровождалось новыми открытиями и разработками в области кинопроизводства. Технологические открытия способствовали установлению новых норм культурной грамотности на основе визуальных, зрелищных элементов. Расширив возможности социального доступа, новая культура перформанса привела к изменению социального состава аудитории, уменьшила социальное неравенство.

Успех массовой культуры в целом и кинематографа в частности, определяется и природой их внутренних свойств, и состязанием культурных традиций. Можно говорить о четырех факторах, явившихся основными моментами формирования массовой культуры: воздействие технологических

новшеств на культурное развитие; изменение условий социального доступа, уровня культурной компетентности (грамотности), необходимого для понимания того или иного текста или культурного явления; экспрессивный потенциал, пригодность той или иной культурной формы для целей индивидуального самовыражения и воплощения; возможность репрезентации и выражения воображаемого и виртуального, предоставляемая конкретными культурными средствами и формами.

История кино, становление специфического киноязыка может рассматриваться как последовательное наращивание его способности будить живое переживание. Уже немое кино имеет в этом преимущества, сила воздействия образа здесь наращивается за счёт крупного плана и монтажа. С появлением звука и дальнейшей профессионализацией искусства кино возможности создания полноценной киноиллюзии увеличиваются: кино не дистанцирует воображаемое, но мощно вбирает его в себя и придает ему фокус.

Путь, пройденный кинематографом с тех далеких лет, огромен. Как самое массовое из искусств, он становится элементом нового пространства – пространства масс-медиа. Можно сказать, что современное общество становится *медиагенным*. Важную роль в этом играет, несомненно, кино, которое является целостной системой, обладающей собственным языком. Овладение им приводит к расширению пространства культуры, а вместе с этим и расширению возможностей человека. Кинематограф представляет собой своеобразную самореферентную структуру, содержащую огромный, пока мало исследованный и освоенный аудиовизуальный аппарат, позволяющий объединять разделенную пространственными, культурными, этническими, социальными, возрастными, гендерными границами массовую аудиторию.

В этом кроется одна из главных причин такого сильного воздействия кинематографа на зрителя и такого пристального интереса к кинематографу как к объекту междисциплинарных исследований. Ведь возникновение новой, *кинематографической формы коммуникации* позволяет открывать новый тип мышления и новые возможности восприятия.

Вместе с тем не до конца понятны социокультурные следствия этого расширения и новой конфигурации медиапространства. Знаменитая фраза М.Маклюэна «Medium is message» тревожит нас как грозное заклинание. Но в то же время невозможно не учитывать элемент творчества и сотворчества, без чего немислим облик современной культуры. Эволюция кинематографа предстает как сложно детерминированный процесс, предполагающий корреляцию объективных, историко-культурных и собственно художественных факторов, пересечением которых становится личность. В связи с этим важно осуществить междисциплинарное исследование, объединяющее культурологические, психологические, социологические, когнитивные, и коммуникативные подходы к пониманию ментального конструирования новой реальности, создаваемой кино на протяжении своего векового существования.

Цель диссертационной работы – системный культурологический анализ места кино в современной медиакультуре, детерминированного спецификой и коммуникационными возможностями киноязыка и кинотекста. Достижение данной цели предполагает решение следующих задач:

- проанализировать место медиакультуры в культурном поле на основе использования принципа инвариантности функционирования полей, независимо от их специфической природы;
- охарактеризовать основные направления и школы, а также полученные ими результаты исследования сущности и структуры масс-медиа;
- рассмотреть коммуникационный потенциал кино как элемента масс-медиа, способствующего расширению и реконфигурации медиакультурного пространства;
- выявить неоднозначное воздействие на личность аудиовизуальной информации, содержащей представление о воображаемом и виртуальном, как открытым процессом, предполагающим со-творческую активность аудитории;
- выявить особенности киноязыка и возможности фильмологии в его исследовании;
- представить основания авторского конструирования и применения количественных методов исследования кино для изучения особенностей разных его жанров;
- найти количественные показатели для дифференциации эффектов воздействия киноязыка на эмоциональное состояние человека, рассмотреть возможность визуализации аффективных состояний.

Направление исследований определяется степенью разработанности проблемы и его *центральной гипотезой*, предположением о том, что кино радикально реконфигурирует пространство и время культурного поля, порождает новый язык и текст, которые могут быть исследованы как качественными, так и количественными методами. Кино, как часть медиакультурного пространства и культуры в целом, исследовано достаточно основательно с различных сторон. Степень разработанности проблемы значительна. Его специфику и место в медиакультуре рассматривали Р. Арнхейм, А.Базен, Р. Барт, Ж. Бодрийяр, Г. Дебор, Ж.Делёз, С. Жижек, Ю.М. Лотман, Н. Луман, М. Маклюэн, М. Мерло-Понти, Ч. Пирс, Т. де Шарден, М. Фуко, Д. Чалмерс, М. Ямпольский и многие другие.

Огромный вклад в этот процесс внесли творцы самого кино – великие режиссеры, склонные к анализу и рефлексии различных сторон кинопроцесса: М. Антониони, А. Брессон, Д. Вертов, П. Гринуэй, Э. Гриффит, Л. Годар, Р. Канудо, Л. Кулешов, Г. Мюстенберг, П. Пазолини, Э. Портер, Н. Пудовкин, М. Ромм, О. Уоллес, Э. Уорхолл, С. Хепуод, С. Эйзенштейн. К ним примыкают специалисты в новой области знания – фильмологии, где кино исследуется как особая артформа и особый язык: А.Базен, Д.Бордвелл, Г. Вёльфли, Ж.Делёз, С. Жижек, З. Кракауэр, С. Кэвел, Г. Кюр, М. Миннегетти, Ж.Митри, Э. Морен, М.К. Рыклин, Э.Сорье, К. Уолтон.

Исследования культурного пространства, помогающие понять место кино и его специфику, осуществляли А.Я. Гуревич, Л.Г. Ионин, М.С.Каган, А.С. Кармин, Ю.М. Лотман, В.Б. Устьянцев, В.Н. Ярская и др. Проблема поля культуры, его реконфигурации были в центре внимания П. Бурдьё, М. Вебера, Д. фон Гильдебранда, Г. Инниса, К. Левина, Н. Лосского, М. Маклюэна, Э. Нозль- Нойман, П. Сорокина, П. Штомпки, Н. Элиаса.

Основные направления культурологических исследований масс-медия связаны с такими именами как Т. Адорно, Д. Белл, Д. Гербнер, Г.Иннис, Н.Б. Кириллова, П. Лазарсфельд, Г.Лассуел, Ю. Лотман, М.Маклюэн, Д. Маквэйл, Г.Маркузе, О. Тоффлер, У. Эко, Р. Якобсон. В России исследование кино получило отражение в трудах следующих ученых, занимающихся проблемами логики культуры, семиотики: В. Библер, М. Каган, Ю.Лотман, Г. Почепцов, К. Разлогов, Ю. Тынянов, А.Федоров, С. Фрейлих, М. Ямпольский.

Особенно важным для нас явилась разработка информационного подхода к кино, поскольку мы уверены, что кино как сложная система, как органический культурный и масс-медийный феномен может и должно исследоваться с междисциплинарных позиций. Огромный вклад в развитие таких исследований внесли Д. Берлайн, А.В. Волошинов, Г.А. Голицын, Л.Я. Дорфман, К. Мартиндейл, В.М. Петров, которых по праву можно назвать создателями эмпирической эстетики. Ими впервые были применены разработанные на основе информационной теории методы количественных исследований и эмпирического анализа разнообразных артформ. Некоторые из положений этих исследователей, как, например, принцип максимума информации, понятие потенциала возбуждения, использованы автором при разработке и проведении экспериментов по количественной оценке некоторых особенностей кинотекстов.

Большой вклад в развитие информационного подхода к исследованию культуры внесли работы Д. Берлина, Н. Винера, Ж. Лакана, К. Леви-Стросса, Д.А. Леонтьева, Ю.М. Лотмана, Ж. Пиаже, Р. Харриса, У. Эко, К.Юнга.

Методологические ориентиры для квантитативного исследования кинотекстов разработаны в рамках семантического анализа, заложенного Ч. Осгудом и его последователями, в том числе Д. Хайзе. Отметим, наконец, основательные разработки в области СД-технологий, принадлежащие таким исследователям как Л.Я. Дорфман, А.А. Леонтьев, Д.А. Леонтьев, В.М.Петров, П. Таненбаум, Д. Суси, А.М. Эткинд.

Однако, несмотря на разнообразие аспектов анализа места кино в системе масс-медиа, исследования особенностей кинематографа с позиций разных областей знания, в которых давалась бы системная культурологическая характеристика кино как важнейшего компонента и актора медиакультурного поля, до настоящего времени нет. Данная работа заполняет эту ис-

следовательскую нишу и показывает возможности междисциплинарного подхода к исследованию кино в формате культурологической парадигмы.

Объектом исследования является кино как элемент медиакультурного пространства. *Предметом исследования* – место кино в медиакультурном поле, определяемое особенностями киноязыка и кинотекста как системных феноменов, создающих новое коммуникативное пространство культуры.

Методы исследования. Теоретико-методологическую основу диссертационного исследования составляют философско-методологические принципы исследования культурного пространства, концепция культурного поля П. Бурдьё, идея исторического процесса расширения культуры М. Маклюэна, системный подход к культурным феноменам Н. Лумана, теория фигураций Н. Элиаса и Г. Минцберга, принцип конструирования социальной реальности П. Бергера и Т. Лукмана, теоретико-информационный подход к культурным феноменам Г.А. Голицына, А.В. Волошинова и К. Мартиндейла.

Методологические ориентиры и теоретические приоритеты диссертации определены в терминах складывающейся в настоящее время парадигмы единой системы естественно-научного и гуманитарного знания, находящей своё выражение в эмпирической эстетике, теории информации, теории коммуникации и др. Автор опирался на фундаментальные положения культурологии, эстетики, семиотики, философии и социологии масс-медиа, а также психологической антропологии, теории информации и новой дисциплины – фильмологии. В качестве рабочего инструмента использовались принципы диахронического и синхронического анализа.

Для разработки авторского инструментария количественного исследования кинотекстов и проведения экспериментального исследования мы опирались на методики изучения информационно-аффективной насыщенности сообщения и технологию семантического дифференциала.

Эмпирической базой исследования явились также работы великих режиссёров, творцов нового языка и видения реальности. Особое значение имели фильмы, принадлежащие к так называемому голливудскому кино, которые и были изучены в экспериментальной части исследования. Выбор этого эмпирического базиса связан не с культурными предпочтениями, а с тем обстоятельством, что в фильмах «голливудской формулы» более ясно, в том числе с формальной стороны, выражены те культурные коды и технологические приёмы, характеризующие язык кино. В этом смысле Голливуд оценивается как своеобразная экспериментальная площадка, хорошо описанная и изученная, что делает ее доступной для культурологического анализа.

Достоверность и обоснованность работы определяются логически непротиворечивыми теоретическими положениями, комплексным использованием теоретических и эмпирических (качественных и количественных)

методов, корректным применением известных достижений философских, культурологических, социологических и фильмологических исследований феномена кино. Результаты и интерпретации проведенного эмпирического исследования соотносятся с известными экспериментальными данными, полученными в ходе других исследований. Основные выводы исследования лежат в русле положений культурологии и методологии междисциплинарных исследований.

На защиту выносятся следующие основные положения:

1. Кино – это открытая и самореферентная коммуникативная система, уникальный актор медиакультурного поля, способный объединять массовую аудиторию на основе новых культурных кодов. Оно реконфигурирует культурное пространство, расширяя его границы, создавая новые мифы и стереотипы, воздействуя на зрителей посредством аудиовизуальных, перформансных, кинестетических каналов и симбиотических символов.

2. Кино создает особый виртуальный мир: это образотворческая абстракция реальности, непосредственный контакт со сферой знакового и символического, кинематический комплекс человеческого бессознательного, демонстрация союза духа и тела, жесткий реализм и одновременно романтизм нового взгляда на реальность сквозь видимость.

3. В ходе эволюции киноязык и его теория (фильмология) обогащаются и должны анализироваться в исторической парадигме. Становление специфического языка кинематографа находится в начальной стадии. Синтетическая природа киноязыка позволяет ему развиваться как на собственной основе, так и за счет возможностей других искусств. Присущее киноязыку как открытой системе стремление к созданию нового целого позволяет надеяться, что эти возможности будут расширяться.

4. На основе использования теории информации возможно применение количественных методов к изучению кинематографической формы коммуникации и кинотекста с использованием особого категориального аппарата (аффективно-информационная насыщенность, концепция потенциала возбуждения, принцип максимума информации). Это позволяет конструктивно осмыслить и использовать процессы расширения и реконфигурации массмедийного пространства.

5. Экспериментальные исследования показали, что исходная информативность и привлекательность названий фильмов влияет на коммуникативно-познавательное поведение реципиентов, формирование перцептивной готовности и модификацию личного тезауруса. Решение о выборе фильмов для просмотра связано как с личным выбором (вкусом), так и с особенностями гендерных и возрастных характеристик реципиентов.

6. Проведенная апробация разработанного нами экспериментального комплекса по исследованию принципа «максимума информации» выявила специфическую структуру кинообщения, в которой существуют бифуркационные единицы, единицы стагнационного типа, вербально-визуальные

и невербально-визуальные единицы, находящиеся на различных уровнях. Это позволяет проникнуть в механизмы действия кинотекста и способствует адекватному анализу любого кинопроизведения, создает возможность предвидения его успеха.

7. Экспериментальное исследование на основе СД-технологии показало, что глубинной основой когнитивных схем являются бинарные оппозиции. Составленные нами концепты-стимулы и семантические профили для анализа фильмов голливудского формата и их экспериментальное использование показало, что СД-технология позволяет построить визуальную картину аффективных реакций и выяснить, какие культурные коды и схемы активнее работают в процессе кинокоммуникации.

Научная новизна диссертационной работы заключается в следующем:

- впервые предпринято системное исследование структуры масс-медиа и места кино в медиакультурном пространстве;
- сформулирована новая гипотеза о реконфигурации кинематографом культурного пространства;
- всесторонне проанализированы парадоксы кино как творца новой, воображаемой и виртуальной, реальности и новых культурных кодов;
- раскрыты возможности информационного подхода к изучению киноязыка как открытой системы;
- впервые на основе современных методов междисциплинарных исследований разработана авторская методика комплексного эмпирического анализа фильмов как специфических кинотекстов;
- получены и введены в научный оборот результаты собственных количественных исследований кинотекстов различных жанров и показаны возможности их использования для интерпретации межкультурной коммуникации.

Практическая полезность диссертационного исследования определяется тем, что проведенный культурологический анализ на основе междисциплинарного подхода позволяет понять процессы расширения и реконфигурации культурного поля за счет появления нового актора, нового элемента масс-медиа – кино. Положения диссертации могут быть полезны при осмыслении свойств иноязыка как средства массовой коммуникации, как предмета фильмологии и философии кино. Разработанные автором методики количественного анализа кинотекстов и полученные на этой основе экспериментальные данные являются убедительным аргументом в пользу возможности применения к изучению кинокоммуникации количественных методов.

Теоретическое содержание работы и экспериментальные результаты могут быть использованы в общих и специальных курсах по культурологии, медиакультуре и массовой культуре, фильмологии, истории кино, кинокоммуникации. Методология эмпирических исследований может стать ба-

зой для проведения исследований массового, документального, авторского кинематографа, а также телевизионных программ и фильмов. Предложенные нами методики количественного анализа кинотекстов различной природы позволят при анкетировании ограниченного числа реципиентов определить с достаточно высокой степенью вероятности успешность того или иного фильма и устойчивость процессов кинокоммуникации.

Реализация результатов. Полученные результаты используются в преподавании курса «Английский язык для специальных целей» на физическом факультете и факультете нанотехнологий с активным использованием художественных фильмов как аутентичных средств коммуникации в Саратовском государственном университете им. Н.Г. Чернышевского; создано учебно-методическое пособие для студентов неязыковых вузов «Videoclub», разработан и реализован проект «Исследование визуальных аспектов семиотики кино как средства межкультурной коммуникации» на базе кафедры английского языка и межкультурной коммуникации СГУ им. Н.Г. Чернышевского, что позволило существенно увеличить компетенции студентов в области киноязыка и социальных эпифеноменов масс-медиа.

Апробация работы. Основные положения диссертации излагались автором на Международной конференции «Language and Communication» (Саратов, апрель 2003г.), Межрегиональной конференции «Современные коммуникативные практики» (Саратов, март 2004г.), Межрегиональной научной конференции «Комплексный анализ современных проблем общества и науки» (Саратов, май 2004г.), Региональной научной конференции «Актуальные проблемы социального и производственного менеджмента» (Саратов, март 2005г.), Международном конгрессе по креативности и психологии искусства (Пермь, июль 2005г.). Принят доклад на XIX Международный конгресс ассоциации эмпирической эстетики (Авиньон, август-сентябрь, 2006г.).

Публикации. Основное содержание диссертации отражено в шести публикациях автора объемом 2, 1 п.л.

Структура и объем диссертации обусловлены целью и задачами исследования. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения и приложений. Список использованной литературы представлен 166 работами отечественных и 37 зарубежных авторов.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении обосновывается актуальность темы исследования, представлена степень научной разработанности проблемы, сформулирована цель и определены задачи, объект, предмет, направление, методологическая основа исследования и эмпирическая база, раскрываются научная новизна и практическая полезность диссертации, охарактеризованы реализации результатов и апробация, формулируются положения, выносимые на защиту.

Первая глава «Кино в медиакультурном пространстве» содержит

культурологический анализ коммуникативных характеристик кино с позиции его функционирования в системе медиакультурного поля. Рассмотрен феномен кинематографической коммуникации в контексте изучения медиакультуры. Выявлено влияние кинематографа на реконфигурацию культурного поля, а также причины этого, кроющиеся в особенностях отношения кино к реальности, специфике продуцируемых культурных кодов.

В первом параграфе «**Место медиакультуры в культурном поле**» показано, что культура может быть определена как свод правил коллективного существования, мир символических обозначений явлений и понятий, сконструированных для фиксации и трансляции социально значимой информации, знаний, представлений, опыта и идей. Исторический подход дает основание утверждать, что каждая эпоха порождает лидирующие формы культуры, удовлетворяющие потребности личности и общества.

Одним из способов изучения возникающего при этом многообразия является концепт культурного поля. Опираясь на работы П. Бурдьё, П. Сорокина, П. Штомпки, в диссертации показано, что поле культуры состоит из многих культурных полей, к разряду которых можно отнести поле аудиовизуальной или медиакоммуникации. На основе этого может быть выстроен *фрactal*: культурное поле, медиакультурное поле, поле кино.

Опираясь на представления об общих свойствах полей, автор констатировал, что культурное поле по отношению к «попавшим» в него акторам имеет силовой характер. Поле культуры представляет собой сферу воспроизводства особых, *символических* благ. Через механизмы социализации оно пропагандирует свои ценности, нормы и язык, которые способствуют формированию его границ.

Это в полной мере относится и к таким составляющим культурного поля как медиакультура и кино. Новое видение, даваемое масс-медиа и кино, меняет «местоположение» индивидуума в рамках культурного поля. Масс-медиа, как один из основополагающих факторов, влияющих в настоящее время на производство культурных продуктов и возможности их унифицированной «обработки» в глобальном масштабе, расширяют и обогащают общекультурное поле.

Во втором параграфе «**Основные направления культурологического исследования масс-медиа**» выделены и проанализированы подходы к их исследованию: *медиадетерминизм; бихейвиористский подход; семиотические концепции масс-медиа; постмодернизм в понимании масс-медиа; символический интеракционизм; критическая традиция*. Отмечено, что проблема воздействия масс-медиа на социальную реальность нашла свое отражение в работах как западно-европейских и американских, так и российских исследователей, занимающихся проблемами психологии, семиотики, языкознания. Немало исследований посвящено проблеме глобализации, виртуализации и технологизации культуры и конструирования идентичности в современном мире.

В работе показано, что для понимания общих аспектов развития средств массовой информации делаются попытки создать некую универсальную типологию моделей (теорий) общественного статуса средств массовой информации, основой которых является изучение структурно-функциональных взаимосвязей масс-медиа с другими элементами общественных систем, способствующих достижению и сохранению социального согласия. Автор делает вывод, что многообразие подходов к исследованию медиакультуры говорит не только о сложности и динамизме этого феномена, но его «сверхсовременности», о том, что новые феномены культуры как бы «сразу» рождаются как сложные системы.

В третьем параграфе «Структура медиакультуры» показано, что последняя интерпретируется как органическая система взаимосвязанных компонентов: культурное пространство, текст, сознание, восприятие, коммуникация и ее каналы, инновации, технологии, образование, события, институты, сообщества. Эти компоненты последовательно рассмотрены с целью оценить, насколько *органична* к настоящему моменту эта система.

Особенно обстоятельно проанализированы медиатекст, медиавосприятие и медиакommunikация. Медиатекст понимается как элемент медиакультуры, созданный искусственным путем в процессе моделирования с помощью средств массовой коммуникации. *Структура медиатекста* представляет собой систему связей и отношений, организующих элементы в составе целого. Возможно изучение медиатекста с семиотических позиций как системы знаков, которые, в свою очередь, рассматриваются в трех ипостасях: в их отношении с отправителем и реципиентом; в отношении кодов, обладающих генерализующими характеристиками для отправителя и для получателя, а также в связи с контекстом, в котором происходит коммуникация. Показано, что в понимании процессов восприятия медиатекстов реципиентами важна система уровней их оценки.

Медиавосприятие рассмотрено как восприятие чувств и мыслей авторов медиатекстов, выраженных в аудиовизуальном, пространственно-временном образе. Многие исследователи (Ю.М.Лотман, Д.Н.Узнадзе, В.А.Ядов и др.) обращали внимание на связь между установками на восприятие и процессом восприятия. В работе выделены уровни развития медиавосприятия: *первичной идентификации* (низкий, фабульный, элементарный, наивно-реалистический, примитивный, фрагментарный); *вторичной идентификации* (средний, «сюжетно-синтаксический», отождествления с героем медиатекста) и *комплексной идентификации* (высокий, авторско-концептуальный, системный, адекватный, отождествление с автором медиатекста).

При анализе медиакommunikации автор уделил особое внимание теории генерализованных медиакommunikаций, разработанной Н. Луманом. Под таковыми подразумеваются те функциональные области, внутри которых как проблема, так и желаемый результат, успех зависят лишь от самой

коммуникации, что позволяет анализировать медиаструктуры с теоретических позиций системно-ориентированного подхода. Рассмотрение структуры медиакультуры привело к выводу, что на осмыслена лишь в формате анализа и рядоположенного перечисления важнейших компонентов. Это необходимый этап изучения медиакультуры, однако он должен быть дополнен динамическим и синтетическим подходом.

Четвертый параграф «**Кино как расширение и реконфигурация медиакультурного пространства**» содержит итоги аналитической работы и помогает понять, *какие изменения* вносит кино в медиакультурное поле и в культурное пространство в целом. На основе идей Н. Элиаса, Г. Минцберга, П. Бурдье показано, что кино как один из элементов культурного поля, обладает конфигурацией как особой группировкой своих внутренних параметров (внутренней формой) и ситуационных факторов (внешней формой), в балансируванности которых ведущая роль принадлежит коммуникации. Поэтому высказана гипотеза о том, что кино как активная сила культурного поля, обладающая собственным языком и институциональной формой, способствует реконфигурации (реформированию) медиакультурного коммуникативного пространства.

Кино расширяет границы культурного поля, воздействуя на массовую зрительскую аудиторию посредством коммуникативных (аудиовизуальных, перформансных, кинестетических) каналов и симбиотических символов. *Кинематографическая* форма коммуникации открывает новый тип мышления и возможности восприятия, без которых немислим облик современной культуры.

В качестве важного подтверждения гипотезы о реконфигурации культурного пространства рассмотрено появление фильмологии, где кино как элемент медиакультурного поля обретает и соответствующий габитус (особые свойства), и особый статус. В этой связи рассмотрены основные этапы становления и функционирования теории кино: *классический, современный и ультрасовременный*. В основу этих этапов положено изменение парадигм и методологических принципов анализа кино. Показано, что ультрасовременная кинотеория (с 1968 г. по настоящее время) сосредоточена на проблемах идеологии кино с позиции: а) политического *модернизма*; б) *постмодернизма* и *культурологии*. Рассмотрены разработанные к настоящему времени постулаты фильмологии, в том числе обращение к проблеме связи кинематографа с реальностью, где кино понимается как специфический способ открытия реальности «обманчивых видимостей».

В пятом параграфе «**Кино как виртуальная реальность**» рассматриваются те «расширения» человека, которые возникают в эпоху медиа через обращение к ряду исследователей феномена кино. Обсуждаются идеи А. Минегетти, М. Ямпольского, М. Мерло-Понти, Ж. Бодрийера и Ж. Делеза как *экспертов* по данной проблеме.

А. Минегетти, основатель синематологии, утверждает, что распро-

страненность и могущество кино как средства коммуникации связано с тем, что каждый фильм в соответствии с феноменологией наших систем коммуникации отображает *кинематический* комплекс индивидуального бессознательного. М. Ямпольский отмечает: как только объект подменяется репрезентацией, мы вступаем в область иллюзий. Кино – классическое искусство оптической иллюзии, оно в полной мере вписывается в серию дублирующих зрение оптических приборов, прежде всего микроскопа и телескопа. Именно благодаря кинематографу мы можем разобраться в «слепом пятне» между «непосредственным» и «удаленным». Феноменологическая психология М. Мерло-Понти и современные философы сходятся в том, что, в отличие от классических средств, кино представляет нам не разум и мир, собственное и чужое сознание, но сознание, *брошенное* в мир, подставленное взгляду других и узнающее у них, чем оно само является. Кино приспособлено к выявлению союза духа и тела, духа и мира и выражения одного в другом. Кино – это жестокий реализм и предоставление возможности очищения от обыденности, что констатировали, в частности М. Волошин и В. Хлебников, прогнозируя *громогласную, всеохватную силу* будущих массовых коммуникаций.

Сила воздействия кино на массовое сознание осмысливается С. Жижекком как всеобъемлющая виртуальная реальность, которая «обеспечивает» существованием подлинную Реальность, лишенную своей субстанции. Кино – это *взаимпроникновение* реальности и виртуальной реальности, проникновение в Реальную Вещь сквозь паутину видимости. Виртуальная кинематографическая реальность, трансформирующаяся в истинную реальность, несет в себе угрозу для человека, ибо он начинает подозревать, что мир, в котором он живет, является спектаклем, разыгрываемым перед ним с тем, чтобы убедить его в реальности этого мира.

Кино, по мнению Ж. Делеза, представляет собой своеобразный материальный эквивалент, где на поверхность выходят образы, захватывающие, очаровывающие зрителя и возвращающие ему «реальность желаний», которые вступают в отношения друг с другом, и, в конечном счете, формируют самого субъекта по определенным, кинематографическим, правилам. Кино открывает особый тип образов: образы-движения и образы-время. Ж. Бодрийяр утверждает, что сегодня мы воспринимаем реальность не по правилам нашего знания, а сформированным кинематографом, по законам кадрирования, панорамирования, монтажа, оклика, опроса, требования.

М. Маклюэн называет кинематограф «миром, намотанным на катушку», где механическое предстает как органическое. Достижение кинематографа заключается не только в реконфигурации зрительского сознания и его ориентации на иллюзорную реальность, но и в том, что фильм – не единичное, а коллективное средство коммуникации. М. Маклюэн оценивает кино как агрессивную и имперскую культурную форму, которая, тем не менее, способствует обогащению человеческого опыта.

Сила и власть кино, особое место, занимаемое им в культурном поле, проявляется благодаря набору новых технологий, институтов, габитусов. Это потребовало рассмотрения специфики кино как особой артформы и ее философского анализа. В этой связи в диссертации рассмотрены работы Р. Арнхейма, А. Базена, Э. Морена, Г. Мюнстенберга. Последнему как исследователю больших систем уделено особое внимание, в особенности его идее о том, что кино – это симбиоз: система, стремящаяся интегрировать зрителя в поток фильма и наоборот – система, стремящаяся интегрировать фильм в поток зрительской психики. В конце параграфа сделан вывод, что вторжение кинематографа в мир воображаемого и виртуального является событием философской значимости. Своим появлением кино реконфигурирует не только медиаполе, образ пространства и времени, но также и сам *«образ»*. Это свидетельствует о появлении новой артформы и требует специального исследования особенностей киноязыка и кинотекста.

В главе второй **«Киноязык и использование количественных методов для его анализа»** показано, что кино как техническое изобретение открыло возможности осуществления многих неожиданных проектов, оно поддерживает дух экспериментаторства, дает жизнь многим стилям и направлениям. Все это стало возможно благодаря новому языку – языку кино.

В первом параграфе **«Киноязык как открытая система»** на основе обширного материала из истории американского, западно-европейского и отечественного кинематографа в диссертации выделены основные вехи развития киноязыка, начиная от трюковых приемов и монтажа до постмодернизма с его идеей фрагментированности мира и превосходства текста над реальностью, «цитатностью», деконструкцией нарратива.

Эволюция выразительных средств киноязыка автором связывается с тем, что он представляет собой *открытую коммуникативную систему*. Под языком кино понимается система выразительных средств фильма, его образительных и структурных элементов, которые выполняют функцию смыслового выражения образа как *генерализующей* категории. В диссертации рассмотрены основные подходы к интерпретации понятия «киноязык»: системно-структурный; аналогический, исследования цвета в киноязыке монтажа и глубины кадра и другие.

В результате анализа сделан вывод о том, что развитие киноязыка – это исторический процесс, связанный с синкретической и одновременно синтетической природой кино. В ходе эволюции кино и его теории тот или иной выразительный элемент выступает как доминирующий специфический признак, по которому судят о закономерностях развития киноязыка на данном этапе. Синтетическая природа киноязыка позволяет ему развиваться за счет освоения возможностей других искусств и наук и поставить вопрос о возможности применения к его изучению методов экспериментальной эстетики, в том числе количественных. Одна из целей такого анализа – понять и лучше использовать магические возможности кино.

Во втором параграфе «**Основания и возможности квантитативных методов киноанализа**» показана значимость их для разработки эмпирических моделей изучения кино как специфической артформы. Развитие этого подхода напрямую связано с пониманием природы коммуникационных процессов, ведь действительная ценность информации проявляется в процессе ее истолкования, в результате передачи сообщения получателю. Показано, что в основу эмпирического исследования по применению количественных методов к анализу кинопроизведений, результаты которого представлены в третьей главе, положены, прежде всего, труды А.В. Волошинова, Д.А. Леонтьева, К. Мартиндейла, В.М. Петрова, в которых утверждается, что необходимо понимать механизмы взаимодействия человека с искусством, уметь количественно оценивать параметры этого взаимодействия.

Для краткого обозначения исследований, в основе которых лежит теоретико-информационный подход, существует специальный термин «искусствометрия», который вошел в научный обиход с 1970 г. и активно используется в современной научной практике. В диссертации рассмотрены и опасения, которые связаны с применением количественных методов, и аргументы в пользу этого междисциплинарного синтеза.

Особо анализируется идея связи понятия информации с неупорядоченностью, с непредсказуемостью сообщений. Энтропия, как мера неупорядоченности, оценивается как одно из ключевых понятий для изучения киносообщений и их взаимосвязи с их получателем. В диссертации подробно рассмотрена концепция «потенциала возбуждения», характеризующая произведение искусства (либо его фрагменты) по эмоциональному воздействию на зрителя. Исследуется интерактивный характер восприятия, при котором многократное воздействие аудиовизуальной информации способствует изменению наших представлений о мире и социальной реальности. Кино заметно усиливает влияние информационных процессов на *ментальное конструирование* реальности и модификацию жизненного опыта.

Понимание гипотезы о потенциале возбуждения связано с принципом *максимума информации*, сформулированным Г. Голицыным. Проблемы восприятия информационных стимулов, их определенности, сложности, новизны, определяющих потенциал возбуждения, широко обсуждаются в новой экспериментальной эстетике. В работе рассмотрены две модели обработки информации и появления эмоциональных реакций на кинопроизведение: *рефлексивная* и *реактивная*.

Резюмируя содержание параграфа, автор делает вывод о том, что на основе информационной теории возможно применение квантитативных методов в изучении и исследовании кинематографической формы коммуникации с использованием особого категориального аппарата (аффективно-информационная насыщенность, концепция потенциала возбуждения, принцип максимума информации).

В третьей главе **«Результаты количественного изучения кино-текстов»** анализируются технологии и результаты комплексного культурологического исследования различных жанров кино **«Экспериментальные технологии изучения аффективно-информационной насыщенности художественных фильмов»**. Комплекс содержит три серии экспериментов: 1. Сравнительный анализ информативных характеристик фильмов с точки зрения гендерных особенностей их восприятия в целевой группе (студенческой субкультуре). 2. Разработка и применение авторской технологии изучения информационной насыщенности фильмов. 3. Применение технологии семантического дифференциала (далее: СД- технологии) для изучения аффективной картины восприятия художественных фильмов разных жанров. Каждому из элементов серии соответствуют специальные параграфы.

В первом параграфе **«Гендерные особенности восприятия информативных характеристик фильмов»** отмечено, что взаимосвязь информативности названия фильма и его содержания – весьма существенные факторы, в особенности, когда речь идёт о информировании аудитории как партнера по коммуникации. Выделены три базисных типа переработки информации: *когнитивные схемы, соавторство и тезаурус*, а также проанализированы варианты взаимосвязи между реакциями реципиентов на ту или иную информацию и модификациями, происходящими с их тезаурусом.

Целями эксперимента по анализу информационных характеристик фильмов с точки зрения гендерных особенностей восприятия, явились: 1) выявление соотношения зрительских предпочтений на основании предоставленной в анкетах первоначальной информации (название фильма, жанр и имена актеров, сыгравших главные роли); 2) определение информационной насыщенности названий фильмов; 3) выявление специфики зрительских предпочтений с учетом гендерных характеристик. В работе определены задачи эксперимента и охарактеризована выборка реципиентов, представлена анкета, обработка которой позволила построить графики *положительных и отрицательных экстремумов* зрительских предпочтений на основе первичной информации о фильме и его названии, дать интерпретацию полученных результатов.

Во втором параграфе **«Исследование информационной насыщенности фильмов различных жанров»** анализируются результаты эмпирического исследования с целью изучения возможности анализа степени информационной насыщенности (значимости/незначимости) различных жанров кино голливудского формата. Его задачами явились: 1) создание авторской технологии изучения информационного контекста киносообщений с учетом темпорального деления фильмов на значимые эпизоды и изучение динамических процессов, происходящих «внутри» фильма; 2) выявление и анализ бифуркационных моментов фильма, изучение кинокоммуникации «изнутри», а также процессов, происходящих вследствие «информацион-

ного взрыва»; 3) исследование влияния изменения динамического состояния киносообщения на зрителя.

В работе рассмотрены и обоснованы предположения, что смена предсказуемых и непредсказуемых эпизодов характеризует динамику киносюжета и фильма в целом как единого организма, обеспечивающего формирование его внутренней структуры как взаимодействия прошлого, настоящего и будущего. Это способствует вовлечению зрителя в процесс кинокоммуникации, формированию общего смыслового пространства.

Проанализирована неоднозначность отношений настоящего и будущего как бифуркационных моментов кинопроизведения. Это – моменты «взрыва», которым присуща высокая степень информативности, именно в них коммуникация между зрителем и экраном достигает максимальных пределов. Отсутствие моментов непредсказуемости приводит к тому, что информационная насыщенность киносообщения становится избыточной.

В работе произведены исследование, интерпретация и оценка информационной насыщенности фильмов различных жанров, результаты которых представлены в соответствующих диаграммах, рисунках, таблицах и графиках в Приложении 1.

В третьем параграфе «Исследование аффективных характеристик фильмов на основе технологии семантического дифференциала» дано обоснование эффективности применения этой технологии к исследованию фильма как сложной информационной и знаково-символической системы. Показано, что СД-технология позволяет выявить некоторые адекватные реакции, эмоциональный настрой зрителей-реципиентов на концепты-стимулы, предложенные в процессе экспериментального просмотра кинофильма, а затем провести сравнительный анализ всех концептов, сформулированных для проведения данного эксперимента.

Для эффективного использования СД-технологии автором разработана система концептов-стимулов, характеризующих любой фильм и соответствующие этим концептам шкалы, а также необходимый инструментарий для реализации данной технологии во всей ее полноте. Полученные результаты тщательно прокомментированы и представлены в соответствующих графиках, таблицах и диаграммах, помещенных в Приложении 2.

Экспериментальное использование СД-технологий для изучения кинокоммуникации подтвердило, что составленные концепты-стимулы и семантические профили для фильмов голливудского формата позволяют «проникнуть» в картину аффективных реакций и выяснить, какие культурные коды и схемы активнее «работают» в процессе кинокоммуникации.

Заключение содержит итог проведенного исследования, состоящий в том, что *выполнено междисциплинарное исследование места кино в современном медиакультурном пространстве, особенностей и возможностей его языка как средства кинематографической коммуникации и реконфигурации поля культуры. Предложена процедурная модель, позволяющая рассмот-*

реть кино как открытую самореферентную коммуникативную систему, которая не только воздействует на социум, предлагая и навязывая позицию зрителя, но и создает виртуальную кинематографическую вселенную. *Выявлены и конструктивно проработаны* способы системного анализа структуры медиакультуры, экспертной оценки парадоксов кино как творца новой реальности. Это позволило принять участие в подготовке и реализации проекта «Исследование визуальных аспектов семиотики кино как средства межкультурной коммуникации», направленного на поиск методов повышения эффективности изучения иностранных языков. *Впервые поставлены и решены задачи* оценки коммуникационного потенциала кино как элемента масс-медиа, играющего решающую роль в расширении и реконфигурации медиакультурного пространства, а также обоснования возможности конструирования и применения квантитативных методов изучения кинотекстов и кинокоммуникации. *Усовершенствована методика* применения специального исследовательского инструментария для изучения эффектов воздействия киноязыка на эмоциональное состояние зрителей, модификацию личного тезауруса и налаживание межкультурной коммуникации. Создан авторский экспериментальный комплекс «Экспериментальные технологии изучения аффективно-информационной насыщенности художественных фильмов». *Решение этих задач стало возможным* благодаря использованию достижений в области фильмологии и философии кино, исследований социальных полей и практик, медиакультурного пространства, информационного и семантического подхода к изучению феноменов культуры.

Полученные результаты позволяют осмыслить свойства киноязыка как средства массовой коммуникации, более эффективно применять для его анализа квантитативные методы при исследовании массового, документального, авторского кино, для целей развития кинематографа и налаживания устойчивой межкультурной коммуникации через использование новых культурных кодов. Полученные результаты используются в преподавании курса «Английский язык для специальных целей» на физическом факультете и факультете нанотехнологий с активным использованием художественных фильмов как аутентичных средств коммуникации в Саратовском государственном университете им. Н.Г. Чернышевского; создано учебно-методическое пособие для студентов неязыковых вузов «Videoclub», разработан и успешно реализован проект «Исследование визуальных аспектов семиотики кино как средства межкультурной коммуникации» на базе кафедры английского языка и межкультурной коммуникации СГУ им. Н.Г. Чернышевского, что позволило существенно увеличить компетенции студентов в области киноязыка и социальных эпифеноменов масс-медиа.

Основные результаты диссертации представлены в публикациях автора:

1. Гожанская И.В. Коммуникации и фигурации в исследовании сложных систем/И.В.Гожанская, Т.П. Фокина // Вопросы социальной психологии: межвуз. сб. науч. труд. Вып.2(7). Саратов: Изд-во Саратов. пед. ин-та СГУ, 2006. С. 85-93 (0, 5 п. л./0,25 п.л.).

2. Гожанская И.В. Экспериментальные технологии по исследованию информационной насыщенности в кино/А.В.Волошинов, И.В.Гожанская // Материалы Международного конгресса по креативности и психологии искусства/под ред. К.Мартиндейла, Л.Дорфмана, Д.Леонтьева, В.Петрова. Пермь: Администрация Пермской области, Пермский государственный институт искусства и культуры. М.:Смысл, 2005. С. 290-292 (0,2 п.л./01 п. л.).

3. Гожанская И.В. Визуальные материалы как объект комплексного культурологического исследования /И.В.Гожанская // Современная парадигма социально-гуманитарного знания: межвуз. сб. науч. труд. Саратов: СГТУ, 2004. С.133-137 (0,3 п.л./0,15 п.л.).

4. Гожанская И.В. Киноязык как открытая коммуникативная система /И.В.Гожанская // Социальные и духовные основания общественного развития: межвуз. сб. науч. труд. Саратов: СГТУ, 2004. С.158-164 (0,5 п.л.).

5. Гожанская И.В. Специфика обучения английскому языку с использованием видеоматериалов / И.В. Гожанская, О.С. Тарханова // Методологические и лингвистические аспекты перевода: межвуз. сб. науч. труд. Саратов: СГСЭУ, 2003. С.18-21 (0,2 п.л./0,1 п.л.).

6. Гожанская И.В. Using Video Technology To Activate Language Learning// И.В.Гожанская, А.О. Леонова // Language and communication: научн.-метод. журнал. Вып.3. Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2003. С.61-66 (0, 4 п.л./0,2 п.л.).

ГОЖАНСКАЯ Ирина Владимировна

**КИНО КАК ОБЪЕКТ
КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ**

Автореферат

Корректор О.А. Павина

Лицензия ИД № 06268 от 14.11.01

Подписано в печать 18.05.06 Формат 60х84 1/16
Бум. тип. Усл.-печ. л. 1,0 Уч.-изд. л. 1,0
Тираж 100 экз. Заказ 224 Бесплатно
Саратовский государственный технический университет

410054, г. Саратов, ул. Политехническая, 77

Отпечатано в РИЦ СГТУ. 410054, г.Саратов, ул. Политехническая, 77