



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра русского языка и литературы

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

На тему «Психология толпы в литературе (роман С. Минаева «Media Sapiens.  
Повесть о третьем сроке»)»

Исполнитель Подколзина Анастасия Дмитриевна  
(фамилия, имя, отчество)

Руководитель доктор педагогических наук, доцент  
(ученая степень, ученое звание)

Целикова Елена Ивановна  
(фамилия, имя, отчество)

«К защите допускаю»  
Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_  
(подпись)

кандидат педагогических наук, доцент  
(ученая степень, ученое звание)

Кипнес Людмила Владимировна  
(фамилия, имя, отчество)

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2017 г.

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

2017

## Содержание.

Введение.....	3
Глава 1. Творчество С.Минаева в контексте современного литературного процесса.....	8
1.1. Современный литературный процесс: смешение "верха" и "низа", элитарного и массового.....	9
1.2. "Социологический роман" С.Минаева. ....	25
Выводы.....	29
Глава II. Модель современного общества в романе Сергея Минаева «MediaSapiens»: "толпа" и "элита".....	31
2.1. Актуализация "феномена толпы" в работах З. Фрейда, К.Г.Юнга, Г. Лебона, Отреги- и- Гассета и отечественных исследователей (Д.В.Ольшанский). ....	31
2.2. Психология Media Sapiens как новой генерации толпы в романе С.Минаева. ....	40
2.3. Приемы передачи психологии Media Sapiens в романе. ....	50
Выводы .....	55
Заключение.....	57
Список литературы.....	61

## **Введение.**

**Актуальность** темы дипломной работы "Психология толпы в романе С.Минаева «Media Sapiens. Повесть о третьем сроке»" обусловлена интересом к феномену массы (толпы), ставшей центральной в социокультурном пространстве XX - XXI.

Феномен массы- один из тех феноменов, которые исследуются с позиций разных наук: психологии, ярким представителем работ посвященных анализу «масс» стал Карл Густав Юнг; с точки зрения социологии отличились работы Г.Лебона, Д.Ольшанского; философии: избранные работыХ. Ортега-и-Гассет; в педагогике были исполосованы труды С.Сигеле и Г.Тарда. С точки зрения социологии и психологии, масса рассматривается и как толпа, которая живет слухами, обладает неким "коллективным бессознательным", способностью к психологическому "заражению". Тонкая грань между массой и толпой определяется тем, что под толпой, чаще всего, понимается скопление народа, масса людей, между которыми существует физический контакт. Но можно рассматривать эти слова и как синонимы, поскольку прямой, непосредственный физический контакт в условиях информационного общества, активно формирующегося медийного сознания не обязателен, и эта тонкая грань исчезает (например, эффект "заражения", может возникать и вне условий физического контактирования людских масс. См.: «Коллективное поведение: толпы и социальные движения». С. Милгрэм, Г.Тох). Русская литература давно обратилась к теме "толпы": А.С.Пушкин "Поэт и толпа", М.Ю.Лермонтов "Как часто пестрою толпою окружен..."... О толпе писал Н.В.Гоголь в "Мертвых душах". О массах и толпе рефлексировал М.Горький как в художественных произведениях, так и в публицистике. Толпе, массе противопоставлен герой В

Набокова Цинциннат ("Приглашение на казнь"). Толпа, масса - это особая категория, объединенная общими эмоциями, охваченная общими идеями, склонная к общим поступкам, часто стихийным.

Различное видение генерации людей оформилось в стойкие представления: Homo sapiens - человек разумный, sentiens populus - человек чувствующий Homo Ludens (Хёйзинга). По аналогии с этим создано и словосочетание, вошедшее в заглавие романа С.Минаева - Media Sapiens, определяющее его смысл. Возможно, это и есть новое обозначение толпы, где Sapiens - разумный - соседствует уже не с Homo - человек, а с Media - средства. Разумный - как то, что сотворено Media? Media становится тем, что управляет Homo sapiens? В любом случае, возникает ряд ассоциаций, позволяющих читателю сразу попасться "на крючок" интереса, поскольку сегодня каждый существует в пространстве Media и часто не мыслит жизни вне его. Да и "разум" многих часто определяется теми, кого сейчас принято называть "четвертой властью". Но не только ею. В романе Джеффри Дивера "Голубое нигде" (по аналогии с цветом, который излучает монитор компьютера) в авторском Глоссарии "демон" - это скрытая программа, которая включается автоматически, без каких-либо действий пользователя. Современные Media, кажется, обладают этой программой - "демоном", способным захватывать разум и чувства. - Не зря одна из глав романа называется "Волшебник".

О.Конт, родоначальник социологии, полагал, что идеи управляют миром. Г.Спенсер не упразднил тезис О.Конта, но добавил, что мир управляется чувствами, для которых идеи являются руководителями. А.Шопенгауэр, Ф.Ницше противопоставляли толпе агрессивную волю отдельной личности (Шопенгауэр), жизненную силу "сверхчеловека" (Ницше). И убедительность "идеи" - порождения разума, и заразительность "чувства" ("sentiens populus" - человек чувствующий), и направляющая сила "коллективного бессознательного", и агрессивная воля "навязывания" идей и чувств доступна современным Media. Media представляют и эталон "сверхчеловека" новой

формации, тиражированный в фильмах и книгах, востребованных "массой" (например, агент 007 - герой бондианы Я.Флеминга).

В 1898 г. К.Случевский написал стихотворение, в котором дал портрет зависимого от "чуждых мнений":

Да, трудно избежать для множества людей

Влиянья творчеством отмеченных идей,

Влиянья Рудиных, Раскольниковых, Чацких,

Обломовых! Гнетут!.. Не тот же ль гнет цепей,

Но только умственных, совсем не тяжких, братских...

Художник выкроил из жизни силуэт;

Он, собственно, ничто, его в природе нет!

Но слабый человек, без долгих размышлений,

Берет готовыми итоги чуждых мнений,

А мнениям своим нет места прорасти, -

Как паутиною все затканы пути

Простых, не ломаных, здоровых заключений,

И над умом его - что день, то гуще тьма

Созданий мощного, не своего ума...

Сегодня "чуждые мнения" распространяются со скоростью, которая и не снилась Случевскому. Без усилий "слабый человек, без долгих размышлений"

при помощи "средств" - картинки, "правдивого репортажа с места событий", рассказов "очевидцев" оказывается приобщенным к так называемой "правде". И вот он уже "Media Sapiens", он тот, кем управляют, кому внушают, кого "заражают". Ему трудно отделить где, правда, где искусно смоделированная "действительность", подделка, симулякр.

Отечественная литература, для которой всегда были важны общественно значимые проблемы, тоже со своих позиций и своими средствами исследует поведение, психологию толпы, способы управления ею, приемы влияния на массовое сознание и манипулирования им. Эти способы и приемы стали особенно изощренными в век Media. Именно Media успешно мистифицирует, манипулирует, "заражает" массовое сознание. Телевизор, Интернет, радио, социальные сети, мобильная связь - всё становится Media, объединяя людей в Media Sapiens. В эпоху тотального Media, "медиатизации" жизни человек уже не просто Homo sapiens, он становится "человеком Media". Media Sapiens - понятие "двустороннее»: это не только "человек Media", чье сознание определяется информационными технологиями, но и его Alter ego, его второе "я" - тот, кто запускает вирусы массового "заражения" идеями, чувствами, актуальными по каким-то причинам «здесь" и "сейчас". Важно также и то, что исследуемый в дипломной работе роман С.Минаева «Media Sapiens. Повесть о третьем сроке» - один из тех романов, которые определяют "лицо" современного литературного процесса с его смещением "верха" и "низа", элитарного и массового, изощренных лингвистических экспериментов и актуальной социальной проблематики. Сказанное объясняет закономерность нашего интереса к роману С.Минаева, посвященному Media Sapiens.

**Целью** дипломного исследования является выявление и анализ психологии толпы в романе Сергея Минаева «MediaSapiens. Повесть о третьем сроке» и способов её передачи.

Для достижения цели были поставлены следующие задачи:

- 1) рассмотреть феномен элитарной и массовой литературы;
- 2) изучить понятие "социологический роман";
- 3) выявить модель современного общества в романе С.Минаева «MediaSapiens. Повесть о третьем сроке».
- 4) рассмотреть понятие психологии толпы в работах социологов, философов;
- 5) исследовать психологию Media Sapiens как новой генерации толпы и приемы, передающие её особенности в романе С.Минаева;
- 6) установить связь между Media Sapiens как новой генерацией толпы и главным героем романа С.Минаева как её Alter ego.

**Объектом** является современный литературный процесс

**Предметом** - роман Сергея Минаева «MediaSapiens. Повесть о третьем сроке».

В написании данной выпускной работы были использованы следующие **методы** исследования: анализ литературы, аналогия, сравнение и классификация, дедукция, анализ механизмов речевого воздействия.

## Глава 1. Творчество С.Минаева в контексте современного литературного процесса

«Это люди, которые первыми осваивают какие-либо современные инновационные технологии. Инновационный передовой стиль жизни, будь то мобильный телефон, будь то Интернет, будь то кредитные пластиковые карточки. В то же время, люди-21 — это передовые потребители в смысле  
стиля жизни»

Дмитриева А. «Каков он – человек 21 века?»

Слова, ставшие эпиграфом к главе, характеризуют современного человека, чья жизнь зависит от новейших технологий - прежде всего в сфере общения. Его стиль жизни - стиль жизни потребителя, пусть и "передового". О таком "передовом потребителе" С. Минаев написал роман "Духless", ставший бестселлером и по которому был снят фильм. Это один из тех романов, в которых делается попытка дать образ современной жизни, современного героя, пусть этот герой и Духless - бездуховный. Проблема современного героя - одна из важнейших для отечественной литературы. Питерские милиционеры А.Кивинова, бесстрашно встающие на защиту порядка и закона, ("Улицы разбитых фонарей/Менты"), Данила Багров - любимый герой молодого поколения "нулевых"(фильм "Брат")? Либо героем является персонаж Б.Акунина Эраст Фандорин, из 19 в. шагнувший в век 20-й? Либо герой современности Татарский, рефлексирующий, подобно "русским мальчишкам" Достоевского (В.Пелевин."Generation „П“"). М.б., героини Л.Улицкой, пытающиеся сохранить островок единства - семьи в распадающемся мире? - Ответа нет. По всей вероятности, можно согласиться с итогом дискуссии «Герой современной прозы», состоявшейся

12 мая 2012 г. в РГГУ в рамках литературного проекта «Траектории чтения: контексты современной русской литературы», что образ современного героя формирует не столько литература, сколько медиа, киноиндустрия. Сценарием чаще всего становятся произведения массовой литературы. Именно "потoki" массовой и элитарной литературы становятся объектом внимания литературоведов, исследующих современный литературный процесс. Это важно и для данного дипломного исследования, поскольку роман С.Минаева Минаева «MediaSapiens. Повесть о третьем сроке», как представляется, - это массовая литература с её ставкой на коммерческий успех, на доходность "предприятия", эстетическую "вторичность", ориентацией на общедоступность и прозрачность проблематики, на "горизонт ожидания" читателя, стремящегося уйти от сложных проблем бытия к простым и ясным представлениям о жизни.

Проблема исследования взаимоотношения элитарной и массовой литературы на рубеже XX-XXI веков представляется комплексной совокупностью проблем. Одна из основных её составляющих - это проблема специфики социокультурного развития в контексте информационно-технологического взрыва и влияния новых способов функционирования информации на человека и литературу, на сферу искусства в целом. В частности, огромным полем исследовательского интереса является возможность её существования в новом информационном поле и в новых режимах презентации. Однако разрешение этого вопроса невозможно без определения основных понятий, отражающих те конкретные социокультурные явления, которые влияют на литературу и её функционирование. Среди этих явлений - массовое и элитарное, ""низ" и "верх" культуры в целом и искусства, в частности. В этом параграфе мы рассмотрим понятия «массового» и «элитарного», их "родовые" черты, как они представлены в современных исследованиях.

### **1.1. Современный литературный процесс: смешение "верха" и "низа", элитарного и массового.**

XX век - эпоха перемен. Изменения, происходящие во всех сферах человеческой жизни, затронули и литературу, в том числе. Это буквально раскололо и ее и дало начало двум литературным тенденциям – литература элитарная и литература массовая. При этом, нельзя не отметить, что они совсем не конкурируют, а скорее взаимодействуют друг с другом. А то что различает проблему этих направлений, уверенно можно назвать «темная ясность». Вот как определили это явление и Ж. Делез, Ф. Гваттари: «Различия, проявляющиеся в том, что казалось нам полным, дыры — в том, что казалось компактным; и, наоборот, там, где мы только что видели кромки хорошо вырезанных сегментов, появляется неопределенная бахрома, посягательства, совпадения, миграции, акты сегментации, не совпадающие более с жесткой сегментарностью. Все стало явно гибким, с пустотами в полноте, туманностями в формах, дрожью в чертах» [9].

В чем же сложность исследования этого явления, массовой и элитарной литературы? Возможно, это связано с трудностью понимания ("туманность в формах"! ) характера их взаимодействия, их некоей «двусмысленностью», балансированием на грани между пустотой и богатством смысла, серьезностью и затеянной писателем игрой. Здесь важно мнение эксперта - знатока. Иногда им "притворяется" автор, так, как, например, это сделал В.Пелевин в романе "Священная книга оборотня": "Настоящий текст, известный под названием А Хули", является неумелой литературной подделкой, изготовленной неизвестным автором в первой четверти XXI века" ("Комментарии эксперта"). Но чаще всего им должен стать читатель. Однако бесчисленные реминисценции, ссылки, вставки, аллюзии - все формы присутствия чужого текста в современных творениях ставят не только читателя, но и "эксперта" перед дилеммой: "подделка" либо "настоящее" это произведение? Можно ли считать автором того, чей текст сплошь пронизан чужим текстом?

Не менее сложна и любая попытка представить стройную картину современного литературного процесса, поскольку разбивается об обилие

представленных на книжном рынке имен и произведений, их жанровое и тематическое многообразие. Романы Л.Улицкой с их семейной проблематикой, удостоенные многочисленных премий романы В.Пелевина (некоторые стали почти хрестоматийными), философский и футурологический подтекст романов и повестей В.Маканина, "брутальная" проза З.Прилепина, В.Дегтева, насыщенные русской историей детективы Б.Акунина, лабиринты книжных сериалов Д.Донцовой... Лингвистический роман, филологический роман, любовный роман, социологический роман, женская проза... Литература элитарная, литература массовая... "Верх" и "низ", их пересечение, взаимопроникновение. Так, в романе В.Пелевина «Generation"П" тема толпы, поданная автором с изрядной долей презрения, важная:

— Вот, например, ты пишешь: «коллективное бессознательное». А ты знаешь, что это такое?

Татарский пошевелил в воздухе пальцами, подбирая слова.

— На уровне коллективного бессознательного, — ответил он.

— А ты не боишься, что найдется кто-то, кто знает отчетливо? Татарский шмыгнул носом.

— Господин Азадовский, — сказал он, — я этого не боюсь. Потому не боюсь, что все, кто отчетливо знает, что такое «коллективное бессознательное», давно торгуют сигаретами у метро.

Или:

Что такое вечность – это банька,

Вечность – это банька с пауками.

Если эту баньку позабудет Манька,

Что же будет с Родиной и с нами?

Не менее важна и для В.Пелевина тема сокрушительной власти медиа:

"подобно тому как телезритель, не желая смотреть рекламный блок, переключает телевизор, мгновенные и непредсказуемые техномодификации изображения переключают самого телезрителя. Переходя в состояние Homo Sapiens, он сам становится телепередачей, которой управляют дистанционно. И в этом состоянии он проводит значительную часть своей жизни".

Роман В.Пелевина написан раньше романа С.Минаева, но тематическая переключка очевидна. Роман Сергея Минаева «MediaSapiens. Повесть о третьем сроке» делает эту тему центральной. Но если романы В.Пелевина - это всё же "верх" литературы, то романы С.Минаева - явление массовой литературы. Поэтому логично обратиться к характеристике массовой и элитарной литературы.

Существует множество определений, как массовой, так и элитарной литературы. Они содержат в себе как объективную информацию, так и сугубо личное мнение. Оно может быть, как положительное, так и отрицательное. Касательно массовой литературы, то ее причисляли и к абсолютному злу, и к издержкам демократии, но также называли и качественно новым форматом литературы, который продлит ей жизнь.

Также необходимо заметить, что со временем менялось представление о массовой литературе, это было связано не только с собственным мнением автора, но и с развитием самого научного знания, в котором нашли свое отражение различные исследовательские традиции, обусловленные социокультурными факторами. Именно поэтому определения массовой литературы представляли собой смешение авторского видения и, в большей степени, тот идейный фон, в котором оно было сформировано.

Приход массовой литературы стал итогом множества социокультурных явлений. Рассуждая о кризисе современной европейской культуры, Хосе Ортега-и-Гассет называет его «восстание масс». Отмечая качественные изменения в обществе, Хосе Ортега-и-Гассет отвечает на вопрос, откуда

возникла эта толпа: «Это совместное качество, ничейное и отчуждаемое, это человек в той мере, в какой он не отличается от остальных и повторяет их общий тип» [28]. В этом контексте необходимо остановиться на понятии массы/толпы (более подробно об этом будет написано в параграфе 2.1).

В этой связи, некоторые исследователи считают, что толпу можно охарактеризовать и по одному индивиду, который считает себя «как все» - именно он и становится потребителем массовой литературы. Также, Хосе Ортега-и-Гассет делает вывод, что характер массы изменился. В обществе, где существуют обязанности и дела особого рода «она решила выйти на авансцену, занять места и получить удовольствия и блага, прежде адресованные немногим». Толпа решает взять на себя все функции меньшинства, проникая во все сферы жизни общества. Массовая литература максимально массово распространена, то есть, это литература, имеющая самое большое число носителей ее идей и ценностей. С момента появления массовой литературы неразрывно связывают со средствами массовой коммуникации, они формируют ее универсальную природу как сущностное и уникальное качество.

По К. Гринбергу, параллельно возникает такое явление как «КИТЧ» - низкопробная продукция, рассчитанная на толпу, «восставшую массу». Литературный китч – развлекательная форма, использующая привычные для высокого искусства образы и средства выражения, угнетающая их до примитивного сознания потребителя. Он появился в противовес элитарной литературе. Гринберг обосновывает причины появления этого явления в потребности крестьянства, перебравшегося из деревни в город, в новом виде досуга. «Для того чтобы удовлетворить спрос нового рынка, был изобретен новый товар – эрзац - культура, китч, предназначенный для тех, кто, оставаясь безразличным и бесчувственным к ценностям подлинной культуры, все же испытывал духовный голод, томился по тому отвлечению, какое могла дать только культура определенного рода...» [33]

Понимание массовой литературы, как продукта массовой коммуникации, возникает с организацией общества в так называемую «глобальную деревню» [17]. «Совокупность культурных ценностей, отданных в распоряжение публики благодаря средствам массовой коммуникации в рамках технической цивилизации», - так, французский философ Ж.Фридман определял в своем тезисе процесс выражения массовой литературы. [32]

Многие ученые прямо сравнивают массовую литературу и СМИ (средства массовой информации), считая ее их непосредственным порождением и утверждают, что средство само влияет на характер содержимого передаваемой информации. М.Маклюен высказал эту идею кратко: «средство есть само сообщение» [18], глубже развил тему в своей книге. Было предположено, что смена эпох в истории человечества зависит от смены средств коммуникации (язык, печать, TV, компьютер и т. п.), важно то, что если старые формы коммуникации «локализовали» пространство и время, усиливая отчуждение, ликвидируя сопричастность отдельных индивидов к делам общества, то современные электронные системы, поставляя информацию о среде «гармонизируют» человеческие отношения, а всю планету превращают в «глобальную деревню».

В этом контексте, средства массовой коммуникации определяются не только как средства передачи информации, но и помогают устанавливать контакт с внешним миром, делая значимым его присутствие в данной общности и предотвращая возникновение чувства одиночества. Кроме того, именно через массовую литературу, ее символы и знаки человеку дан шанс показать себя, оценить и идентифицировать. Но у этой реки, как говорят, два берега, вслед за ощущением реальности иногда приходит понимание полной утраты связи с ней, по законам зрелища начитает неосознанно приниматься действительность.

Пропасть между современными проблемами и уровнем мышления приводит к утрате «исторической культуры», что «обозначилось - пока еще скрыто и подпочвенно – отход назад, откат к варварству, другими словами, к

той скудной простоте, которая не знала прошлого и забыла его». [8] Пренебрежительный подход к жизни зарождает шутку. Массовый человек занимается шутковством, стремясь уклониться от своей неподдельной судьбы. «Шутковство неминуемо, если любой шаг необязателен и не вбирает в себя личность целиком и бесповоротно. Массовый человек боится встать на твердый, скальный грунт предназначения; куда свойственной ему прозябать, существовать нереально, повисая в воздухе» [25]

Заимствуя и копируя основные темы, приемы и традиции литературы, «китч» сохраняет лишь тонкую нить между собой и традиционным искусством, культурой и литературой. Поэтому его можно производить автоматически, поскольку он создает механизм промышленного самопроизводства. «сборище» суррогатов, клише и стереотипов – вот, как можно охарактеризовать это явление. Содержа в себе только заранее подготовленные ответы, он никогда не ставит вопрос, не вызывает духовных переживаний. Но К.Гринберг предполагает, что «самоочевидно, китч насквозь академичен; и, наоборот, все академичное является китчем». [7]

Нельзя не отметить и понятие симулякра, как искусственной, фальшивой, фиктивной реальности. Симулякры – это не приметы, это «репрезентанты фальшивой реальности». [3] в конце XX века, Ж. Бодрийяр выдвинул такое предположение, что ничего достоверного, истинного и настоящего не осталось – ни человеческие мысли, ни чувства свойственные людям, ни отношения, возникающие между ними, ни мнения, ни самого человека. Бесконечное повторение, воссоздание прочувствованного и проделанного – вот что окружает нас. В литературе – вечное цитирование из уже существующих текстов, воспроизведение и имитация идей авторов.

Массовая литература, как идеологическое государство в период массового индустриального общества, обладает возможностью формировать у людей желаемое, определённое отношение к себе и миру. В книге Г.Маркузе центральное место уделяется положению о «тотальной форме организованного

общества» над людьми, где доминирующим способом их подавления становится метод, воспринимаемый и как машинное устройство, и как техническое формирование управления – индивидуальный «тоталитарный универсум» [19]. Личное пространство индивида ограничивается и сводится на нет, и человеку у которого нет какой-либо альтернативы, приходится интегрироваться в существующую систему.

Т.Адорно и М. Хоркхаймер вводят термин «индустрия культуры» [1], который обозначает процесс появления нового способа производства культуры. Необходимо заметить, что авторы подчеркнули то, что аутентичный опыт, характерный для истинной культуры, в ее коммерческом варианте или в деградированном состоянии невозможен. Промышленный способ ее воспроизводства отнял у литературной продукции оригинальность, значимость, заменив ее дублированием, стандартизацией. «Весь мир становится пропущенным через фильтр культур индустрии» [1].

выдвинутое франкфуртскими философами понятие культуры, создает особый взгляд, под прессом которого в современной массовой литературе возникает форма, как и идеологического мышления, так и социально-психологического явления. Продукция массовой литературы, которая «употребляется» для получения морального и эмоционального удовольствия, показывает себя с точки зрения идеологического товара, цель которого сводится к формированию социальной общности. В этой связи, массовая литература воспринимается как инструмент, широко используемый для манипуляции массовым сознанием людей. Поэтому беллетристика завоевывает «символическую власть» [4], и обретает возможность контролировать и управлять человеком, в ею же созданном массовом обществе, формируя «массовое сознание». [26]

Подводя итоги, хотелось бы отметить, что если смотреть с социальной точки зрения, то массовая литература является литературой толпы, массы. Китч – это коммерческое предприятие, в виде литературы или другого вида

искусства, рассчитанное на массы. Из этого можно сделать вывод, что основные отличия массового в литературе: понятие «я как все», образование массового мышления, массовость, возможность манипулировать сознанием человека, потеря «исторической культуры», пренебрежительное отношение к жизни, подражание, гедонизм, всеобщая коммерциализация.

Вместе с литературой массовой возникла и элитарная, развивающаяся, можно сказать, параллельно и идя по пути экспериментов авангардистских идей. Эти два явления, как мы уже отмечали выше, не могут существовать по отдельности друг от друга и в сущности являются двумя частями единого целого.

Элитарная литература возникает как явление противостоящее литературе массовой, идеи которого появились параллельно с доктринами массового общества и массовой литературы. В исследованиях посвященных этой проблематике, стоит отметить, что элитарная литература воспринимается не как причина, а как следствие появления литературы масс и существует лишь совместно с ней. Однако, Т.Адорно, считает, что дилемма данных литературных направлений есть более исторический процесс, чем социологический.

Для более подробного рассмотрения вопроса, давайте обратимся к содержанию философских сочинений Л.Шопенгауэра и Ф. Ницше, а также рассмотрим самые значимые элементы элитарной литературы. В своей книге «Мир как воля и представление» Шопенгауэр разделил людей на две половины: «Люди гении», имеющие возможность быть способными к эстетическому и нравственному пониманию, а также быть способными к творческо-художественной деятельности; «Люди пользы», это те индивиды, которые способны лишь на практическую деятельность. «Как животные лучше исполняют некоторые службы, чем люди, например, отыскивание дороги или утерянной вещи и т. п., так и обыкновенный человек бывает способнее и полезнее в обыденных случаях жизни, чем величайший гений». [2]

Идея «Сверхчеловека» Ф.Ницше заключается в том [22], что имеющего привилегированное положение в обществе человек, наделен неординарной эстетической восприимчивостью. «...цель человечества не может лежать в конце его, а только в его совершеннейших экземплярах». Этим «совершеннейшим экземпляром» может стать каждый, но далеко не каждый реализует эту потенциальную возможность; констатация этого печального факта и заставляет Ницше обращаться не к каждому, а к избранным». [10].

Идеи исследователей в XX веке продолжил в своих научных трудах Х.Ортега-и-Гассет. Он представляет, что процесс возникновения меньшинства состоит из двух важных частей. Первый, человек отстраняется от толпы в силу своих идеалов, идей, мировосприятия. Позже, происходит совпадение и слияние с меньшинством. «Это позднейший, вторичный результат особенности каждого, и, таким образом, это во многом совпадение несовпадений. Сама установка-объединение как можно меньшего числа для отъединения как можно большего – входит составной частью в структуру каждого меньшинства». [27] В этом конспекте, литература представляется как литература привилегированных групп общества., характеризующиеся, в первую очередь, своим духовным аристократизмом и ценностно-смысловой самодостаточностью.

Взгляды о разделении социума на «элиту» и «массу» нашли свое выражение, в теориях Г.Моски рассматривает, но не с социальной, а с политико-экономической точки зрения, В.Парето, выстроил пирамиду социального устройства с «элитой» на вершине, и Р.Михельса, который продолжал развивать «теорию элиты». Каждый социум, по мнению Моске, разбит на два неравных класса. Первый из них «политический класс» это правящее меньшинство, а второй это подвластная большинство, выполняющая волю первого и обеспечивая его. Используя свое положение, правящий класс закрепляет за собой всю полноту власти «В любое время и в любом месте все то, что в управлении является предписывающей частью, осуществлением

власти и содержит в себе команду и ответственность, есть всегда компетенция особого класса..., который...формируется всегда как ничтожное меньшинство против подчиняемой им массы управляемых». [21]

Вильфредо Парето напротив говорит о круговороте элит, даже называя историю «кладбищем элит» - то есть привилегированных меньшинств, которых борются, захватывают власть, пользуются благами, а после наступает кризис, и смена действующей элиты, другой группой. По его мнению, люди рождаются элитой, а главной чертой этих групп является превосходство.

Хосе Ортега-и-Гассет отмечает качественный скачок от «старого» искусства к «новому». Оно делит общество на неравные части, и обладает средствами не являющимися общечеловеческими. Эти средства направлены на элитарное меньшинство, которое имеет «орган восприятия». Х.Ортега-и-Гассет говорит: «Новое искусство, очевидно, не есть искусство для всех».

Неравенство, которая созданное этой культурой, порождает всеобщее раздражение и недовольство. Эти эмоции вливаются в волнения. Человеку из толпы не дано понять и оценить новое искусство. Из-за этого он чувствует себя униженным и даже обделенным, как природой, так и социумом. «Новое искусство содействует тому, чтобы «лучшие» познавали сами себя, узнавали руг друга среди серой толпы и учились понимать свое предназначение: быть в меньшинстве и сражаться с большинством». [28]

Элитарные течения получили широкое распространения в 20 веке, и стояли у истоков модернистского искусства. К.Гринберг в своем произведение «Авангард и КИТЧ» размышляет о культуре элит и масс, давая новые термины – авангард, и китч соответственно.

В современном обществе, со слов К.Гринберга, были поставлены под сомнения, сложившиеся веками правила и устои, которые были обусловлены религией, традицией, властью и так далее. Автора можно сравнить с моряком, потерявшим всякие ориентиры, ему не на что опереться, чтобы задать новый

курс, а еще сложнее, предугадать реакцию публики. И если раньше решение данного вопроса лежало в стиле академизма, где в пределах одной области, все остается неизменным. То современные художники не желают с этим мириться и создают авангардную культуру, что в понимании Х. Ортега-и-Гассет и других представляется как современное элитарное творчество.

Абстракция, изменчивость, и живость, нахождение пути развития культуры в современном мире – это основные особенности авангардной литературы, которые смог выделить К.Гринберг.

Основным свойством новой литературы стало «дегуманизация». Масса, в отличие от элиты, предпочитает наблюдать драму, страсти- реальную жизнь. Для нее эстетическое удовольствие ничем не отличается от чувств обычной жизни. Предметом литературы становится сам человек и его чувства, и литературой называют набор средств, с помощью которых достигается связь со всем интересным и волнующим в человеческой жизни. Однако настоящие эстетическое наслаждение находится далеко от мира человеческих страстей, «озабоченность собственно человеческим». Смысл произведения скрыт за человеческими судьбами и эмоциями. «Художественное творение является таковым лишь в той степени, в какой оно не реально». [29]

Поэтому Х.Ортега-и-Гассет вводит понятие «чистого Искусства», и пытается понять существует ли оно. «Даже если чистое искусство и невозможно, нет сомнения в том, что возможна естественная тенденция к его очищению. Тенденция эта приведет к прогрессивному вытеснению элементов «человеческого, слишком человеческого», которые преобладали в романтической и натуралистической художественной продукции». [30]

К.Гринберг в своем труде «Авангард и китч» пишет: «Новое искусство – это чисто художественное искусство». [11]. В следствии, у молодежи появляются задатки нового чувства, нового восприятия и понимания литературы, которое отличается своей абсолютной чистотой, порядком и

рациональностью, отталкивающие их от традиционного искусства. Возникает «новое эстетическое чувство», присущие не только автору, но и публике. Появляется «искусство ради искусства», и чистая поэзия, а от традиционного содержания «следует шарахаться как от чумы». Это новый путь литературы, по мнению К.Гринберга. Стремясь удержать высокую планку, автор- авангардист приходит к «абстрактной» литературе, и это абсолютно совпадает с идеями «дегуманизации». Х.Ортега-и-Гассет полагает, что «содержание должно быть растворено в форме настолько полно, чтобы работу художника или литератора нельзя было свести, в целом или по частям, к чему-то, что не было бы самой сущностью произведения искусства». [12]

Новое течение в литературе обвиняют в «утрате всяческой патетики» (30). Вовремя, когда литература была проекцией реальной жизни, а также ее частью, отношение к ней было более серьезным. «Иногда оно - например, от имени Шопенгауэра и Вагнера – претендовало на спасение рода человеческого, никак не меньше». [30]

А новая литература, утрачивает серьезность и становится все более комичной, уходя от реалистичности. И связано это, не с содержанием, а с качественным отношением к ней самой «искусство не независимо от содержания становится игрой». [30]. Это мешает людям с менее острым «органом восприятия» понимать новую литературу.

Новые жанры расцениваются исключительно, как фарс. Но комичность новой литературы находится в способности насмешки над самой собой, а не в обычном фарсе. «Нигде искусство так явно не демонстрирует своего магического дара, как в этой насмешке над собой. Потому что в жесте самоуничтожения оно как раз и остается искусством, и в силу удивительной диалектики его отрицание есть его самосохранение и триумф». [30]

В итоге, новая литература меняет свое место в системе, происходит удаление его от центра, где на его место приходит беллетристика. «Оно не

потеряло ни одно из своих внешних признаков, но удалилось, стало вторичным и менее весомым». [30]

По мнению, К. Гринберга, новая литература или авангардная, помимо изменения положения в структуре современного общества, по-иному подошла к осознанию свое предназначения. «Подлинная и важнейшая функция авангарда заключалась не в «экспериментировании», а в нахождении пути, следуя по которому можно было обеспечивать движение культуры в условиях идеологического смятения и насилия». [13]

Р. Виппером подчеркивает изменения «старой Европы в обширное кладбище», где современная литература «из сверкания небывалого яркого дня... без переходов погрузилась во внезапно разверзшуюся жуть», видят спасение ее в аристократизме, имеющем «сильную положительную наследственность» [5], а в демократизации литературы предполагают ее неминуемую гибель. В процессе поиска пути развития культуры, поэты и авторы прозы авангардного искусства отдалялись от общества, стремясь возвысить и развить свое новое искусство. Стремление это привело к такому явлению, как «чистое искусство». Абстрактное и беспредметное по своему характеру оно сводилось к выражению абсолюта, «в котором все относительности и противоречия либо нашли бы свое разрешение, либо утратили бы смысл». [13]

Эстетические ценности – есть движущая сила процесса нахождения абсолюта. «Перенося свое внимание с предметов обычного опыта, поэт или художник обращает его на среду собственного ремесла». [13] Так, К.Гринберг определял, что авангардная литература становится «имитацией имитации».

В конце, подводя итоги, хочется отметить, что с социальной точки зрения элитарная литература представляется пред нами литературой одаренного меньшинства, обладающего особым органом восприятия. Анализируя все вышесказанное, можно говорить о следующих особенностях элитарного в литературе: тенденцию к дегуманизации творчества, тенденцию избегать

живых форм, стремление к тому, чтобы литературные произведения были лишь произведениями искусства, стремление понимать литературу как игру, и только, подвижность и живость, тяготение к глубокой иронии, тенденцию избегать всякой фальши и в этой связи тщательное исполнительское мастерство, нахождение пути развития литературы в современном мире.

Определив основные характеристики массового и элитарного, мы можем отметить, что в ряде противоположных признаков обнаруживается один, который свойственен обоим противоборствующим сторонам – игра и ирония. Так, элементы массовой литературы включаются в контекст элитарной и наоборот и обе они помещаются в иронический контекст. Правила этой игры пытаются разъяснить и снять проблему противопоставления культурная парадигма постмодернизма.

После того, как мы дали определения «массовой» и «элитарной» литературы, а также охарактеризовали эти два явления, давайте вернемся к вопросу: так почему же произведение «MediaSapiens» Сергея Минаев – массовая литература?

До того, как мы ответим на заданный вопрос, необходимо отметить, что современные литературоведы называют роман С.Минаев пародией на произведения В.Пелевина, так как у их романов имеется очевидная тематическая перекличка. Они оба пишут о поколении 70-х, но с разных углов зрения. Обратим внимание: Виктор Пелевин написал свой роман гораздо раньше в 1999г, а Сергей Минаев в 2007 году.

Кардинальное отличие романов в том, что на Виктора Пелевина влияет изображение массы в советской литературе: коллектив, живущий одной идеей, верующие в одинаковые ценности ("единица - ноль, единица - вздор, голос единицы тоньше писка», - писал убежденно Маяковский, хотя и был сам бунтарем). Возможно, неприятием этого тотального коллективизма и объясняется почти презрительная характеристика "Маньки", для которой не

нужна ни "банька - вечность" Достоевского, равно как и рассуждения о ней. Литература трудно освобождается от этого догмата. На первый план выходят герои сомневающиеся и идущие против общего течения - герои Булгакова, исповедующие отнюдь не свойственные общей массе ценности, идущий против общего течения Григорий Мелехов, сомневающиеся герои Платонова, появляется самиздат ("самсебеиздат") "перестроечная" литература, ориентирующаяся на рефлексирование героя русской классики 19 века. Таков и герой Пелевина - Татарский, "русский мальчик" переломной эпохи. Но времени на длительную рефлексию история отечественной литературе не дала: стремительно наступает время медиа, которое пронизывает все "поры" жизни. Появляется герой, который пытается противостоять медиатизации, дистанцируется от медиа сапиенс, герой, который понимает механизмы медиатизации сознания, манипулирования им. Пелевину удалось "схватить" и изобразить явления медиатизации значительно раньше, но изошренность формы, многочисленные реминисценции Пелевина - всё рассчитано на "высоколобого" читателя. И как следствие, «возвышает» его труд на пьедестале литературы тогда, когда роман Сергея Минаева так и останется книгой массового потребления.

Объясняется это тем, что книга является прежде всего коммерческим проектом, а сам Сергей Минаев – бизнесмен. Он создает из своих книг доходное предприятие, угождая публике. И как следствие, роман не несет в себе задачи обогатить и глубоко воздействовать на духовный мир человека, она преследует лишь цель удовлетворить неудовлетворенные желания.

Цикличность творчества Сергей Минаев, также говорит о «уровне» его произведений: автор, на гребне успеха романа «Духless», «запускает в народ» и «MediaSapiens», чтобы закрепить успех и поддержать популярность потребления текста.

Кроме того, не стоит забывать способ преподнесения «продукта» читателям. «Духless», «MediaSapiens» - бестселлеры современной русской

литературы. Сергей Сергеевич Минаев становится телеведущим, участником разного радио-, телешоу, проводит встречи с читателем, можно сказать, ведет публичную жизнь, что, конечно же, сказывается на популярности его книг.

И всё-таки романы Минаева не китч, не "низ" литературы. Ему удастся схватить некоторые сущностные черты нашей современности. И, прежде всего, бездуховность современного героя - одного из толпы потребителей. Правда, выход - облегченно прост: нужно не читать прессу, не смотреть телевизор, отказаться от мобильного: не случайно, в финале романа «Духless» исчезают "картинки" модных журналов, изображение с экрана телевизора, выбрасывается мобильный телефон... Эта простота решения сложнейших проблем - один из "родовых" признаков массовой литературы. Низводит роман и назидательность, поверхностность сопоставлений с "ненастоящего" с "настоящим" ("Повесть о ненастоящем человеке" таков подзаголовок: читателю не надо ничего решать, всё определил и расставил все точки автор).

Изображая героя - одного из поколения 70-х - "такому многообещающему и такому перспективному" поколению, Минаев показывает, почему его жизнь была столь бездарно растрочена, несмотря на то, что "старт был столь ярким". - Наверное, поэтому многие, рожденные в 70-, узнали в герое Минаева себя, увидели свой "старт" и его финал... Мир, скрытый за занимательным сюжетом, внешне весьма далекий от повседневной жизни читателя, ощущается реальным, сталкивая нас с общими правилами социума, поэтому подводит читателя к определенным выводам и единственной правильности.

И конечно же, ключевыми моментами, доказывающие принадлежность роман Сергея Минаева к массовой литературе, являются ясность сообщаемой информации, которая адресована для конкретной аудитории, люди среднего класса в возрастной категории 30-50 лет, а также наличие ясных ответов на проблемные вопросы, отвечающие читательским вкусам и их тайным амбициям. А рассматривая социальный аспект нашей жизни, Сергей Минаев присваивает своему произведению «особенную» жанровую разновидность.

## 1.2. "Социологический роман" С.Минаева.

Как мы видим, массовая литература это и литературный, и одновременно социокультурный феномен, поскольку массовая литература превратилась в индустрию, которая специализируется на серийном, массовом выпуске развлекательной, популярной, серийной литературной продукции [36]. Но вступает ли литературный текст, кроме маркетинговых коммуникаций, в художественную коммуникацию с читателем? «Художественный текст есть многократно закодированная система, каждый элемент которой реализуется лишь в отношении к другим элементам и к структурному целому всего текста» [35].

Интересным, неоднозначным, тем не менее ярким примером литературного произведения является рассматриваемая нами «повесть», как определил ее сам автор, состоящая из двух книг: Сергея Минаева «MediaSapiens. Повесть о третьем сроке» и «MediaSapiens-2. Дневник информационного террориста», изданные в 2007 году.

Выход каждой новой книги Сергея Минаева – повод для литературных критиков. Сложно однозначно сказать, насколько книги «MediaSapiens. Повесть о третьем сроке» и «MediaSapiens-2. Дневник информационного террориста» неинтересен в художественном плане. Однако они пользуются большой популярностью, быстро продаются в магазинах, по книгам этого автора снимаются фильмы, которые в свою очередь, тоже привлекают значительное внимание публики. И именно поэтому многие критики считают книги Сергея Минаева уникальными, где очень четко подмечена наша жизнь, её цинизм, отсутствие ценностей. Его называют актуальным автором, который пишет о гнилом обществе, о гнилом человеке, о его гнилых поступках и мыслях, бичуя пороки современного российского общества.

Затрагивая актуальные проблемы социума и рассматривая их сам С.Минаева обозначает свое произведение «MediaSapiens», как повесть. Но так ли это, ведь книга строится по классическим жанровым канонам романа?

Проводя в книге социологический анализ действительности, сам того не подозревая, Минаев создает социологический роман. Для раскрытия понятия и содержания социологического романа, давайте попробуем обратиться к истории вопроса.

Так в статье Комовской Е. В. «СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ РОМАН» КАК ЖАНРОВАЯ РАЗНОВИДНОСТЬ РОМАНА» в журнале «Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена» утверждается, что само явление берет свое начало с 60-70гг XX века, когда в России наступил период увлечения научными достижениями в области социологических исследований, под которым подразумевались «средства для прогнозирования будущего» [14]. Также, автор статьи обращает внимание на работы А.А. Гусейнова, в которых академик подчеркивает возможность появления этого жанра в XX веке. Он пишет, что Зиновьев А.А стал творческим создателем нового жанра в литературе, в котором в художественной форме излагаются научно-социологические исследования». Ядром «социологического романа» является социальные законы и их влияние на массового индивида, и сам жанр романа описывает социум в целом, исключая такие социальные категории из своего художественного мира, как семья, дом, и обращает свое внимание на местах случайного скопления людей: метро, ресторан, общежитие, банк, очередь. Кроме того, «социологический роман» строится по законам эмпирического описания отдельных фактов, поэтому по природе своей ближе к логике.

Все вышесказанное дает нам понять, что социологический способ повествования подает текст исходя из отношения между понятиями индивид-социальный закон и представляется перед читателями как пример

произведения-«документа», «памятника» своей эпохи, поэтому чаще напоминает по своей форме летопись, научный трактат, историческую сводку. Однако художественный мир, мало соотносим с реальным, из-за гиперболического преувеличения и сатирического заострения фактов действительности массового значения.

Так и в своем романе Сергея Минаева ирреальное сочетается с реальным. Автор через своего главного героя Антона Дроздикова передает отношения человека к философским и социальным законам, описывая социальные процессы и мимикрию отдельно взятой личности под влиянием современных процессов бытия. Художественный мир, что создал Минаев в своем произведении, аналогичен реальному, но в таком художественном пространстве все гиперболистически заострённо.

Выше мы уже отмечали, что Минаеву удастся "схватить" социологические явления, которые только что появились, но тем не менее определяют жизнь "массы", ему удастся передать социологический портрет современного человека "массы". В исследуемом нами романе Антон Дроздиков продолжает путь героя Духless'а, но он – успешный политтехнолог, талантливый специалист по пиару и «медиа технологиям», живет в мире полном соблазнов и лжи. Читая, мы понимаем, что погружаемся во внутренний мир Антона, жестокий и беспощадный, где существует только одно «Я». Дроздиков пытается управлять людьми, строить заговоры, реализовывать свои идеи, не заботясь о судьбах других людей, называя их «пешками». Герой «Медиа», как ему кажется, знает, как ему управлять "пешками". Но помимо социологического портрета современного героя (а им является человек медиа), Минаев дает свое видение модели общества как управляемой медиа толпы и тех, кто пытается ею управлять.

Всё это помогает ответить на вопрос, почему же «MediaSapiens» социологический роман? Добавим к сказанному, что в книге высмеиваются

пороки современного общества, гиперболически приумножая их. Важно и то, что Минаев представляет современное общество как толпу, поработанную бездуховными и беспринципными представителями средств массовой информации, которые сегодня «агрессивно» управляют человеческим разумом, внушая идеи и мнения необходимые для полного подчинения. В заключении, хотелось бы отметить, что текст самого романа, написан современным языком, с использованием в диалогах обыденных фраз, просторечий, нецензурным выражений, благодаря которым безусловно привлекает к себе внимания массового читателя, и становится доступной для понимания рядового гражданина.

## **Выводы**

Подведем итоги.

1. Современная русская литература характеризуется расщеплением на два типа литературных явлений. «Массовая» и «Элитарная» литература. В XX век вводится понятие массовой литературы, а в следствие разделения, параллельно возникает и термин элитарной литературы, что было охарактеризовано в научных работах таких известных философов, как Х. Ортега-и-Гассет, К. Гринберга, Л. Шопенгауэра и Ф. Ницше. А на рубеже веков происходит смешение этих видов литературы, обусловленное использованием массовой литературой цитат, проблематики, а также обращением к знаменитым литературным героям, образам писателей – классиков, как бы апеллируя, к устоявшимся традициям «высокой» литературы.
2. Рассматриваемый нами роман С.Минаева, мы относим к литературе масс, так как он:

- является коммерческим проектом С.Минаева, и создан для получения прибыли

- сам Сергей Сергеевич является личностью публичной, что сказывается и на его книгах

- произведение, рассчитано на конкретную аудиторию

- наличие ясных ответов на проблемные вопросы, отвечающие читательским вкусам и их тайным амбициям

Но может возникнуть чувство, что романы Минаева не китч, не "низ" литературы, объясняя это тем, что ему удастся схватить некоторые существенные черты нашей современности. И, прежде всего, бездуховность современного героя - одного из толпы потребителей. Но Сергей Минаев, в подтверждении нашей теории, предоставляется нам неоспоримый «родовой» признак массовой литературы – простой выход из этой ситуации: нужно не читать прессу, не смотреть телевизор, отказаться от мобильного: не случайно, в финале романа «Dухless» исчезают "картинки" модных журналов, изображение с экрана телевизора, выбрасывается мобильный телефон... Низводит роман и назидательность, поверхностность сопоставлений с "ненастоящего" с "настоящим" ("Повесть о ненастоящем человеке" таков подзаголовок: читателю не надо ничего решать, всё определил и расставил все точки автор).

3. Затрагивая актуальную проблематику современности, Сергей Минаев приносит в литературу еще один яркий пример «социологического романа». Роман «MediaSapiens» мы относим к жанру «социологический», так как автор в своей книге передает отношение человека к философским и социальным вопросам, а также описывает социальные процессы общества через гиперболическое преувеличение и заостренную сатиру, что вписывается в жанровые каноны такому жанру романа.

## **Глава 2. Модель современного общества в романе Сергея Минаева «MediaSapiens»: «толпа» и «элита»**

### **2.1. Актуализация «феномена толпы» в работах З. Фрейда, К.Г. Юнга, Г. Лебона, Х. Отрега-и-Гассета и отечественных исследователей (Д.В. Ольшанский)**

Толпа, с точки зрения психологии, представляет собой изначально неорганизованную (либо потерявшую организованность) массу людей, которая не имеет осознанных общих целей и обычно находится в состоянии эмоционального возбуждения.

Толпа возникает в местах скопления людей при стихийных бедствиях, военных учениях, массовых зрелищах, празднованиях, протестных или транспортных скоплениях. Психология толпы сложна и полна загадок. Толпа может характеризоваться различной степенью активности и уровнем эмоционального возбуждения.

Психология толпы зависит от характера образовавшейся группы людей. К примеру, толпа может быть активной (скопление агрессивно настроенных людей, склонных к жестокости, насилию и разрушительным действиям; скопление спасающихся людей, объятых паникой). Западная литература выделяет демонстрирующий тип толпы (собрание людей, выражающих протест).

Толпа может быть пассивной, когда ей не свойственен эмоциональный компонент (толпа зевак).

Психология толпы характеризуется такими особенностями, которые влияют на поведение входящих в нее индивидов. Это:

– анонимность (люди, примкнувшие к толпе, уверены, что их действия останутся никем незамеченными, отсюда появляется ощущение бесконтрольности и безответственности);

– однородность (когда все психические проявления индивидов уравниваются до одного общего уровня и люди бездумно поддаются воздействию призывов и лозунгов);

– внушаемость (это существенное и весомое свойство толпы, которое объясняет непредсказуемость ее действий и совершение людьми действий, которые могут абсолютно противоречить их сознанию и характеру).

Согласно теории, Г. Лебона, в толпе большое значение имеют распространяющиеся слухи, которые способствуют стихийной организации действий людей. Психическое заражение передается от одних людей другим моментально. Психология толпы это называет действием закона психологического единства толпы[16].

Иррациональность поведения людей в толпе и высокая эмоциональная напряженность являются результатом всех ее прочих действий. Человек, вовлеченный в толпу, фактически теряет личность, индивидуальность, превращается в ее конформного участника, способного на любые поступки. Однако не все люди подвержены такому. Все зависит от уровня психической и нравственной зрелости человека.

В своей теории Г. Лебон обращал внимание на то, что «при определенных условиях — и притом только при этих условиях — собрание людей представляет совершенно новые черты, которые характеризуют отдельных

индивидов, входящих в состав этого собрания. Сознательная личность исчезает. Собрание становится тем, что, я сказал бы, не имея лучшего выражения, организованной толпой, или толпой одухотворенной, составляющей единое существо и подчиняющееся закону духовного единства толпы» [16].

В качестве единого механизмом поведения спонтанной толпы выступают некие массовые настроения, которые возникают на основе веры в завышенные обещания. На этом всегда играли и продолжают играть до сих пор основные политические игроки — политические партии, движения и отдельные кандидаты на выборные посты.

По мнению Г. Лебона, «избиратель требует невозможного, и поневоле приходится обещать требуемое. Отсюда появляются сплошные реформы, утверждаемые без малейшего понятия об их возможных последствиях. Всякая партия, желающая добиться власти, знает, что это возможно только превзойдя обещаниями своих соперников». Именно поэтому главным инструментом массовой демократии Г. Лебон считал воздействие на массовые настроения и целью побуждения определенного поведения людей [16].

Г. Лебон в своей теории указывал на интересное явление, которое всегда можно увидеть в толпе: какими бы ни были индивиды, которые являются основой толпы, вне зависимости от образа жизни, профессии, типа личности, интеллектуального развития, попадание в толпу обязательно станет причиной формирования так называемой коллективной души, которая полностью изменит мысли, чувства и поведения человека. Он сам удивится, как быстро в толпе он потеряет свою индивидуальность и начнет думать, воспринимать и вести себя абсолютно противоположно тому, как он делал это раньше, когда был один [16].

Согласно теории, З. Фрейда, массы присутствуют в человеческом социуме в различных видах. Среди этих видов известный психоаналитик

выделяет текучие и постоянные, гомогенные и негомогенные, естественные и искусственные, примитивные и высокоорганизованные [32].

Как считал Фрейд, каждой социомассе, которая способна на ту или иную жизнедеятельность, для того, чтобы единицы этой массы могли друг с другом идентифицироваться, крайне необходим некий вожак.

Фрейд сравнивает управляемые и неуправляемые человеческие массы, приводя в пример такие формальные группы как армия, церковь и т.д. Отличие этих масс заключается в том, что у каждой из них присутствует внешний «агрессор», так называемый «контролирующий и приказывающий орган» [32].

По мнению Фрейда, церковь и армия имеют одно серьезное сходство: в обеих организациях есть вымышленный вождь, который справедлив, честен, способен любить каждую единицу массы одинаково. Соответственно, и единицы любят вожака и поклоняются ему в полной мере.

Вождь не обязательно должен существовать в виде конкретной личности или образа. Вожаком массы может быть глобальная идея, которая будет объединять людей, которые слепо следуют ей (чаще всего от собственной лени или отсутствия по каким-то причинам другого выхода из сложившейся жизненной ситуации) [32].

Единицы массы, следующие идее или вожаку, таким образом имеют возможность полностью избегать какой-либо ответственности, при этом жертвуя собственной свободой.

Но если что-то происходит с идеей или вождем, то масса моментально начинает распадаться и у людей начинается абсолютно бессмысленная паника.

Распад массы (толпы) вызывает агрессивные проявления ее бывших единиц, страх вызывает стремление разрушать все вокруг себя. Для того, чтобы спастись от этого страшного состояния люди начинают искать новую идею или выбирать нового вожака.

Если эта деятельность имеет положительный эффект, то паника прекращается, и масса начинает существовать по прежним законам.

Фрейд сравнивает массу с первобытной ордой, самым главным отличием которой является равенство всех единиц. В подобной «стае» статусом и полномочиями отличается только вожак, но любить или не любить свою массу – исключительно его личный выбор [32].

Как считал З. Фрейд, вся история человечества основана на том, что из любой массы должен в тот или иной момент выделиться лидер. Когда это происходит, случаются какие-то исторические события, происходят революции и войны, осуществляется развития государства, общества и т.д.

Когда лидеры не выделяются или выделяются неправильно, прогресс не наблюдается, и общество как бы развивается в обратную сторону. Массы не способны самостоятельно ставить и решать задачи.

Помимо всего сказанного выше, Фрейд также уделял внимание отношениям между вожаком и самой массой. Масса просто обязана быть крепко привязана к своему вождю. Даже если внутри массы происходят некие негативные процессы, вожак должен решить эту проблему и сохранить массу для того, чтобы существовать самому [32].

Один из продолжателей дела Фрейда К. Юнг также занимался изучением проблемы толпы, а, точнее, тем, что такое бессознательное в толпе. По мнению ученого, психология толпы – это не более, чем накопленный исторический опыт. Юнг считал, что социальные условия не могут трансформировать подсознание, они лишь изменяют его проявления [34].

Для наиболее точного определения психологии толпы Юнгом было введено термин «коллективное бессознательное», который отражал безличность и общность психики определенного скопления людей, которые предопределены исторически. У единиц толпы общий образ восприятия окружающей действительности, по мнению Юнга.

Толпу К. Юнг определял, как «юность человечества» и проводил сравнение толпы с воздухом – ценности толпы принадлежат всем ее единицам, но никто конкретный не является их единоличным носителем.

У толпы, по утверждению Юнга, общие цели, отсутствует индивидуальность как в целеполагании, так и в выборе методов достижения целей. При этом единица толпы, т.е. человек, представляет собой движение, стремление к развитию. Это, по мнению Юнга, и служит причиной возникновения различных массовых явлений, например, войны, паники или революции [34].

По мнению Юнга, «то, что мы называем цивилизованным сознанием, прочно отделило себя от основополагающих инстинктов, но это не означает, что инстинкты исчезли. Это касается не просто индивида, но всего человечества как такового».

В своей деятельности К. Юнг занимался поиском средств для профилактики и коррекции такого явления как коллективный невроз. Его возникновение, по мнению ученого, связано с наличием неких мифов и верой толпы в их реальность.

Толпа часто имеет идеалистические взгляды на жизнь, испытывает веру в светлое будущее, в некую субстанцию, которая сможет направить и защитить (сюда же Юнг относил религию и коммунизм).

Как считал Юнг, каждой единицы толпы для нормального функционирования в этой толпе просто необходимы такие мифы, иллюзорное восприятие действительности. При этом Юнг отмечал, что легенды и иллюзии, которые часто ведут за собой толпу, никто не придумывает специально, они создаются сами собой, в том или ином историческом контексте [34].

Отмечал Юнг и то, насколько меняется человек, который попадает в толпу. Причем изменения эти Юнгом классифицируются, скорее, как негативные. Порой, по утверждению ученого, попадание в толпу может сделать из разумного человека фактически дикого зверя, который отступает от своих моральных и этических принципов и действует уже не в личных целях, в соответствии с собственными убеждениями, а исключительно в коллективных, отрекаясь от собственного восприятия действительности.

Человек, попавший в толпу, лишается определенного психического равновесия, которое отличало его в индивидуальности. И этот процесс может стать неконтролируемым. Чаще всего это связано с появлением в толпе некоего «пророка» с новыми и важными для толпы идеями.

Также, как и Фрейд, Юнг утверждал, что отказ от индивидуальности помогает индивиду полностью избавиться от личной ответственности за собственные поступки и мысли [34].

Юнг писал: «Чем крупнее организация, тем более она походит на тупое и свирепое животное», т.е. величина толпы также является фактором ее коллективного целеполагания и поведения. Конечно, огромный организм (например, религиозная конфессия) имеет более глобальные цели и отработанные, и переданные из поколения в поколение стратегии и формы поведения, которые иногда бывают опасны для индивидуальностей, затерявшихся где-то поблизости к толпе [34].

Все эти идеи о месте и роли масс в обществе XX века были подытожены в книге испанского философа Ортега-и-Гассета «Восстание масс» (1930 год), посвященной характеристике новой роли масс в обществе, причин этого явления и последствий, вытекающих из этого [27].

Ортега-и-Гассет говорит о том, что в отличие от прежних времен, когда толпа находилась «у задников общественной сцены», сейчас она стала бросаться в глаза. Более того, согласно его мнению, вся власть в обществе перешла к массам, что и вызвало тяжелейший кризис в Европе.

Ортега-и-Гассет, конечно, понимает, что речь идет о целом ряде причин. Одну из них он усматривает в невиданном росте населения земли и небывалой скученности людей в больших городах. «За три поколения вырвалась на свет такая толпа людей, что, сметая все на своем пути, она, подобно лавине, затопила всю поверхность истории».

Массы стали видны, они расположились в местах, «излюбленных обществом», они заняли места главных действующих лиц. Как он выражается: герои исчезли, остался хор.

То, что раньше воспринималось как количество, теперь предстает как качество. И эта масса захватывает все больше не только пространства, но и функций. Ортега-и-Гассет говорит о расширении вселенной существования человека. В распоряжении масс оказались достижения науки и техники, доступные ранее лишь незначительному меньшинству. Весьма расширился круг профессий человека, возможности его отдыха, вещей, которыми он располагает [30].

Спорт показал, как велики его физические возможности, наука — величие его интеллектуальных возможностей. Жизнь среднего человека стала вмещать в себя весь мир, он располагает огромным количеством информации обо всем, что происходит в мире.

Произошло небывалое увеличение спектра человеческих возможностей и его жизнеспособности в целом, раздвинулись пространственные и временные границы его мира. Все это привело не только к расширению возможностей обычного человека, но и к тому, что во многом ему стали доступны если не все, то очень многие блага цивилизации.

Ортега-и-Гассет говорит о повышении исторического уровня, имея в виду под этим то, что средний уровень нынешней жизни достиг значительно большего предела, поднялся, по сравнению с прошлым. Но поднялся он внезапно, одним скачком, за одно поколение [28].

Как он выражается, наша армия сплошь состоит из офицеров. И в этом явлении он усматривает и благо, и зло. Благом он считает массовое просвещение, прогресс, подъем жизненного уровня, огромный рост жизненных возможностей человека.

Он не согласен с представлениями о «закате Европы». В начале века, считает Ортега, европеец верил, что человеческая жизнь стала тем, чем она должна быть. И для современного времени характерна странная уверенность, что человек достиг всего [29].

Изучение толпы как психологического феномена занимались и отечественные ученые. Так, на основе зарубежных исследований создал свою теорию толпы и российский исследователь Д.В. Ольшанский.

По его мнению, в ряду психологических детерминантов функционирования толпы как социально-психологического образования Д.В. Ольшанский заметил сложную и устойчивую психологическую связь [23].

Толпа, по мнению ученого, всегда образовывается по причине наличия у единиц одинаковых чувств, эмоций, потребностей, фрустраций. Кроме того, часто толпой движет конкретный единый стимул (например, как отпущение грехов и наличие жизни после смерти у верующих).

При этом, по мнению Д.В. Ольшанского, толпа отличается отсутствием организационных правил и комплекса морально-этических норм. Сама толпа как живой организм оказывает только эмоциональное влияние на людей, в нее входящих, что делает последних примитивными, аморальными и, соответственно, опасными для себя и окружающей действительности.

Массовое настроение, как считает Д.В. Ольшанский, является результатом веры в завышенные обещания и обуславливает поведение толпы.

Ученый в своих работах выделяет различные виды толпы [23]:

1. Экспрессивная толпа: это скопление людей, которые одновременно испытывают идентичную эмоцию, причем обязательным условием является тот факт, что эта эмоция максимально присутствует у всех единиц толпы в один и тот же момент.

1.1. Экстатическая толпа: это подвид экспрессивной толпы, отличающийся тем, что эмоция у единиц толпы создает состояния измененного сознания, т.е. толпа перестает контролировать свое поведение, ведомая данной эмоцией.

2. Конвенциональная толпа: это скопление людей (единиц), которое подчиняется строго регламентированным правилам, от которых не может отступить ни одна единица. Обычно это люди, которые собраны вместе по какому-то поводу.

3. Действующая толпа: это вид толпы, при которой единицы собираются для осуществления какого-то совместного действия. Имеет несколько подвидов:

3.1. Агрессивная толпа: масса, которой движет агрессия, злоба, ненависть (революции). Еще ее называют мятежной или повстанческой толпой.

3.2. Паническая толпа: масса, которой движет страх, инстинкт самосохранения, панические настроения (борьба с общим врагом).

3.3. Стяжательская толпа: масса, которой движет желание что-то добыть или вернуть (митинги).

Изучение психологии толпы затрудняется многими факторами. Это и внезапность, с которой формируются толпы, и непредсказуемость поведения людей, нестабильность количественных и качественных характеристик толпы, агрессивный характер и эмоциональная напряженность людей.

Все эти особенности мешают проведению спланированных исследований. Собирать данные можно лишь путем опросов участников скоплений людей или очевидцев событий[23].

Подводя итог, мы можем сделать вывод, что в гуманитарных науках мы можем проследить большое количество теорий, связанных с появлением толпы, ее созданием, функциям и так далее. Но можно ли проанализировать с помощью научных концепций реальную человеческую «массу»? Другой вопрос, важный для нашего исследования, связан с образом толпы в современном социологическом романе, об особенностях которого мы писали выше, в поиске ответа, что же такое толпа в век тотального господства медиа?

## 2.2. Психология Media Sapiens как новой генерации толпы в романе С. Минаева

«MediaSapiens» - что это такое? Человек или толпа?

Как представляется, MediaSapiens в романе С.Минаева - это и толпа, чье сознание "нафаршировано" фантомами медиа, и сам политтехнолог, обеспечивающий питающий толпу "фарш". Также, в романе описывается и сама суть медиа –четко дается понимание того, что любая информация, которая исходит из медиа пространства в большинстве случаев – это не более, чем систематизированная пропаганда тех ценностей и настроений, которые, по той или иной причине, необходимо внушить людям, заражая людей идеей, которая и формирует единую массу. Саму «толпу» в романе мы можем проанализировать с точки зрения теории психологов и философов.

Например, в самой завязке книги, автор художественно иллюстрирует то, что называется толпой в исполнении российского народа, используя закон о психологическом единстве толпы, который в своих исследованиях выделил Г. Лебон. Он подчеркивает неосознанное единство, основанное на общепринятых в нашей жизни правил и норм. Дляэтого автор приводит описание ее стандартного образа жизни: *«На улице темно, понурые люди чистят машины, ведут детей в детские сады и школы и спешат на работу. Никто этому утру не рад ... Реальные дела начинаются в обед, потому что наши люди до этого времени не могут втянуться в рабочий ритм. Клерки – пока не напитаются трех чашек кофе, рабочие – пока не ебнут два стакана»* [20].

Фактически, таким образом С. Минаев указывает на причины того, почему толпа является толпой – ее образ жизни стандартизирован социально-бытовыми обстоятельствами.

В книге данное описание предваряет события, которые будут происходить в романе. - Они необходимы для того, чтобы читатель вдумался и почувствовал себя частью Media, отождествил себя с теми, кто является толпой в романе. В качестве иллюстрации к понятию, пониманию, и созданию толпы как социально-психологического явления С. Минаев приводит отсылку к выступлению Геббельса, который обращается к народу (толпе):

*««– Я хочу задать вам последний вопрос», – говорит Геббельс, – готовы ли вы к последней, решающей битве?»*

*Сорок тысяч человек на стадионе вскакивают со своих мест и кричат: «Зиг хайль!» Я будто бы слышу, как миллионы слушавших его речь по радио так же вскакивают и кричат: «Зиг хайль!» Геббельс подается вперед, почти касаясь грудью трибуны. Он берет самую высокую ноту выступления:*

*–Готовы ли вы к тотальной войне?*

*–Да!*

*–Я спрашиваю, ГОТОВЫ ЛИ ВЫ К ТОТАЛЬНОЙ ВОЙНЕ?*

*–Да! Да! ДА!!!!!!!!!!*

*Я, поддавшись общей эйфории, тоже вскакиваю с дивана. Мне кажется, что Геббельс обращается ко мне:*

*–ГОТОВЫ ЛИ ВЫ К ТОТАЛЬНОЙ ВОЙНЕ?*

*–ДА, ДА! – ору я»[20].*

В данном примере показан эффект заражения, который приводит к образованию толпы. Стоит заметить, что автор показывает, каким образом происходит воздействие медиа на сознание и подсознание человека. Толпа показана как нечто целое, объединенное общим чувством - эйфория, подъемом настроения, его скачком, общим поведением, общим откликом на призыв вождя, общей готовностью действовать. Нет лиц - есть единая в своем порыве

масса. Сам медийщик, который отлично осведомлен о тех психологических приемах, используемых политтехнологами для эффективного воздействия на массы, «заразившись» настроением показанной по телевизору толпы, начинает вторить ей, попадая в трансное состояние. Формируется новая толпа XXI века – MediaSapiens's.

Любая толпа характеризуется общностью эмоционального состояния и спонтанно возникающей направленностью поведения; нарастающим самоподкрепляющимся психическим заражением — распространением повышенного эмоционального состояния от одного индивида к другому на психофизиологическом уровне контакта. Отсутствие ясных целей и организационная диффузность толпы превращают ее в объект манипуляций. Толпа всегда находится в крайне возбужденном предстартовом, установочном состоянии; для приведения ее в действие необходим лишь соответствующий пусковой сигнал:

*«...Два часа дня. Вместе с ожиданиями и подготовкой наш митинг продолжается уже второй час. Демонстранты, стоящие в задних рядах, нервно переступают с ноги на ногу и поглядывают на время. Кто-то украдкой зеваает...Наконец, слово берет последняя из девушек. Она говорит цветастыми и фразами, при этом несколько комично жестикулируя. Временами срывается на крик, но, в целом, выглядит, пожалуй, лучше всех. По крайней мере, ей легче верить.*

*– И я рада, что мы, молодые, первыми говорим о свободе слова здесь и сейчас! Не дожидаясь, пока нас пригласят на телевидение или о нас напишут газеты. Скажи, что ты думаешь! Скажи это вслух! Скажи это первым!*

*Она заканчивает своё выступление, и собравшиеся начинают дружно скандировать:*

*– Первый нах! Первый нах! Первый нах!» [20].*

С точки зрения З.Фрейда, мы можем рассматривать и такое явление как формирование лидера: «Вымышленный вождь, который справедлив, честен, способен любить каждую единицу массы одинаково. Соответственно, и единицы любят вожака и поклоняются ему в полной мере. Вождь не обязательно должен существовать в виде конкретной личности или образа. Вожаком массы может быть глобальная идея, которая будет объединять людей, которые слепо следуют ей (чаще всего от собственной лени или отсутствия по каким-то причинам другого выхода из сложившейся жизненной ситуации) [32].

С. Минаев показывает, как в современной толпе формируется лидер, который способен вести ее за собой и является в видении толпы «настоящим героем», "Прометеем", который несет в себе "истинные духовные ценности": *«Итак, первое, что необходимо сделать Прометею, это доказать людям, что священный огонь он спиздил для них. Для этого на завод запускается реальная братва, которая начинает запугивать заводчан. Неплохо было бы кого-нибудь отпиздить жестко, для полноты картины. Люди из «Зевса» начинают бороться с братвой. Братва наезжает на директора. На предприятии устанавливается атмосфера страха. Подключается пресса с рассказами о бандитах, которые хотят отобрать завод. Далее, запускается слух, что и сам директор, в общем, шибко нечист на руку, потому что бандиты на честных людей не наезжают, а только на жуликов или людей, имеющих связи с криминалом. Раскручивается тема о том, что подконтрольные «Зевсу» структуры подчиняются «кавказцам». Народная вера в «своего» директора начинает колебаться. Самому директору подбрасывается информация о том, что как только он передаст свои и народные акции в руки ребят из структур «Зевса», они же его и завалят после завершения сделки. С другой стороны, с «Зевсом» за акции борются бандиты. Директор начинает нервничать, потому что непонятно, как себя вести. Единственное его желание – быстро продать акции все равно кому и соскочить живым» [20].*

По сути, эта цитата – есть суть технологии формирования политического или иного лидера XXI века, которая безотказно действует при работе с любым видом толпы. И в данном случае политтехнолог приводит простой алгоритм, который основан на банальном политическом PR, повседневно используемый в медиа всех более или менее политически активных стран.

Толпа (электорат) при этом испытывает внутреннюю борьбу, в ходе которой формируется то решение, которое запрограммировано политтехнологом.

Д.В. Ольшанский заметил то, что толпа, всегда образовывается по причине наличия у единиц одинаковых чувств, эмоций, потребностей, фрустраций. Кроме того, часто толпой движет конкретный единый стимул. Это мнение поддерживает и автор, но передает его в «контексте» актуальной проблемы. Так, Сергей Минаев, достаточно наглядно в монологе героя рассказывает, как формируется толпа по интересам с помощью медиа-технологий: она собирается из тех индивидуальностей, которые имеют какие-либо предпочтения и объединяются, согласно этим предпочтениям: *«У каждого, помимо материальных ценностей, есть еще ценности духовные. Что-то такое, что заставляет тебя делать выбор политического лагеря. Это не идеология, нет. Это что-то внутри. Очень сильное чувство. Например, увлеченность, цель или любовь. Да! Хорошая формулировка. Например, есть достаточно большая часть избирателей, которая любит в своем кандидате какую-то черту. Или любит самого кандидата»* [20]. И когда появляется такая общность, вступают в действие политтехнологи, которые обрабатывают уже не индивидуальное, а массовое сознание, т.к. эта процедура гораздо проще и эффективнее.

В конце 30-х годов XX века социолог Г. Блумер попытался концептуализировать понятие "аудитория". Он определил "аудиторию", как новую форму коллективности, возникшую благодаря изменениям в экономической сфере общества и развитию СМИ. Понятие "аудитории Г.

Блумер сопоставил с понятием "массы", в результате чего он дифференцировал между собой аудиторию, социальную группу, толпу и публику. Аудиторию он определил, как большую дисперсную совокупность людей, между которыми нет личностных взаимодействий (отношений), и которая может постоянно изменять свой состав. Взаимоотношения между аудиторией и СМИ по своей форме являются не персонифицированными.

Довольно часто в романе используется слово «аудитория», которая является у С. Минаева еще одним - современным - синонимом понятия толпы. Роман говорит о том, что данная аудитория, которая и является объектом работы медиа, складывается из простых людей, каждый из которых имеет свои потребности и заботы. Это не толпа по интересам, как в пошлом примере, это просто люди, которые ведут стандартный образ жизни и, сами того, не понимая, попадают под влияние более сильных коммуникаторов: *«В это время горожане возвращались домой – кто с работы, кто из кино или ресторана, или просто из гостей. Некоторые из них возвращались домой со свадьбы друзей или с торжеств, посвященных рождению ребенка. Иные – с похорон или поминок. Они заходили в свои квартиры в совершенно разном настроении и самочувствии: усталые и грустные, жизнерадостные и веселые, раздраженные и благодушные. В общем, у каждого из них было собственное состояние души. Объединяло их одно – каждый входивший, спустя полчаса или меньше после попадания домой, включал телевизор, радио или залезал в Интернет. В этот момент он больше не являлся индивидуумом – он становился аудиторией. Всех их – таких разных, озабоченных своими проблемами, разделенных барьерами убеждений, религий, национальностей и языков – всех их объединила МЕДИА.*

*Во все времена ни одна партия, общественная организация, секта, религиозная конфессия или мультинациональная корпорация не обладала столь мощным объединяющим ресурсом. И дело здесь не в какой-то особой идее или новых средствах коммуникаций, а в том, что медиа сумела предложить людям*

*что-то большее. Она предлагала всем им не просто ЗРЕЛИЩЕ, она дарила им ДРУГУЮ ЖИЗНЬ»[20].*

Все новости, по громким заявлениям С. Минаева, сделанным в романе, придумываются по определенной схеме: в романе это прописывается на примере президентских выборов: *«Гости дружно пришли к выводу о том, что все сто процентов налогов следует оставлять республике, а не делиться с федеральным центром. Следовательно, общество начали готовить к тому, что в отсутствие «сильной руки» начнется неминуемый развал России. По полученной нами информации в ближайший месяц готовятся столкновения на национальной и религиозной почве в разных регионах страны, а потом последует обращение одного из Субъектов с предложением внесения поправки о третьем сроке» [20].*

Из данной цитаты становится ясно, что все общественные события, которые пугают, радуют, заставляют задуматься толпу, не являются событиями естественного происхождения. Они планируются политическими структурами, а преподносятся специально нанятыми для этого политтехнологами. Но обманутая со всех сторон толпа продолжает пытаться искать того, кому можно поверить; сильно вожака, без которого, по определению З.Фрейда, невозможно существование масс.

В книге С. Минаев делает упор на коллективное бессознательное, описанное еще К. Юнгом: люди, находясь в определенной социальной группе и исторически имея поведенческий стереотип, будут верить той или иной информации даже, порой, вопреки логике и здравому смыслу, потому что привыкли к этому на уровне исторической памяти. Наглядный примером реклама товаров повседневного спроса, описанная в книге, которая далеко не всегда дает потребителю то, чего он ожидает, но делает это инстинктивно: *«Вы думаете, что вы пьете виски, потому что у вас в меню написано, что это виски, и потому что люди за соседними столами наслаждаются виски. Хотя не исключено, что все мы тут пьем не виски, а бурду, попав под обаяние*

*рекламы коммерческих брендов Chivas или Johnny Walker, называющих свой продукт виски. Реклама рождает любые образы» [20].*

Стоит отметить, что в данной цитате очень хорошо показана вся суть восприятия информации, которую преподносят широким массам сегодня.

Молодежь, по мнению С. Минаева, высказанному в романе, является особой категорией толпы. Удрученные низким социальным и материальным положением, они являются участниками лживых политических событий, буквально купленные политтехнологами для создания так называемой массовки:

*«... – мы с Пашей за два месяца организовали пару десятков выступлений молодежи, правозащитников и митингов гражданской оппозиции.*

*– Чего вы там организовали? Вы сами-то на эти митинги ходите? Я вот сходил несколько раз, в том числе сегодня. И знаете, что мне пришло в голову? ...*

*– Мне пришла в голову идея о том, что вы вместе работаете на пиво.*

*– То есть как? – спрашивает Гена.*

*– А так. Бабки, которые вы массовке платите, вполне хороши, чтобы она пиво пила. Отсюда и выхлоп. Пиво больше никого не интересует, врубаетесь? Мы больше денег тратим потом на копирайт и медиапокрытие, чтоб хоть частотой упоминаний скрасить вечные картинку с двумя десятками жмующихся друг к другу м\*даков. Особенно хорошо это под дождем смотрится, да, Гена?»[20].*

Но привлечение толпы в обман такой же толпы – это сложный процесс, который нужно правильно организовать, учитывая уровень интеллектуального развития и потребности купленных демонстрантов: *«Мы работаем с массами, понимаешь? А массы не врубаются в слова типа «дискурс», «компрадорство»,*

*«сателлиты режима». Им нужно ясно и просто: тут разборки, тут кровавая гбня, тут ее союзники, понимаешь? А этот твой главный мудака, Толя из «Колокола», такое впечатление, что пишет для себя и для трех своих друзей, таких же анонимных алкоголиков»[20].*

Одной из главных идей романа, которая связана с вопросом о внушаемости толпы приемами медиа является следующая цитата: *«Когда такая луна, как телевизор, есть – можно масштабировать все, что угодно» [20].*

Привыкшая думать чужим умом толпа российских граждан использует телевизор для получения любой «объективной» информации от власти и политических структур. Однако эта толпа категорически не понимает, что «телевизор использует ее» для того, чтобы спровоцировать в обществе те процессы, которые могут стать основой для желательного политического события.

Характеризуя коллективное поведение и роль общественного мнения, выделяют три типа формирования стихийных групп: толпа, масса, публика. Публика - это общность людей, которые являются потребителями одного и того же духовного и информационного продукта; в отличие от толпы публика объединена не на территориальной, а на духовной основе. Автор в своем романе также уделяет этому внимание:

*«После того, как Вербицкий ушел, я подошел к выгнутому окну и стал разглядывать вечерний город, оживавший тем самым «московских окон негасимым светом». В это время горожане возвращались домой – кто с работы, кто из кино или ресторана, или просто из гостей. Некоторые из них возвращались домой со свадьбы друзей или с торжеств, посвященных рождению ребенка. Иные – с похорон или поминок. Они заходили в свои квартиры в совершенно разном настроении и самочувствии: усталые и грустные, жизнерадостные и веселые, раздраженные и благодушные. В*

*общем, у каждого из них было собственное состояние души. Объединяло их одно – каждый входивший, спустя полчаса или меньше после попадания домой, включал телевизор, радио или залезал в Интернет. В этот момент он больше не являлся индивидуумом – он становился аудиторией. Всех их – таких разных, озабоченных своими проблемами, разделенных барьерами убеждений, религий, национальностей и языков – всех их объединила МЕДИА.*

*Во все времена ни одна партия, общественная организация, секта, религиозная конфессия или мультинациональная корпорация не обладала столь мощным объединяющим ресурсом. И дело здесь не в какой-то особой идее или новых средствах коммуникаций, а в том, что медиа сумела предложить людям что-то большее. Она предлагала всем им не просто ЗРЕЛИЩЕ, она дарила им ДРУГУЮ ЖИЗНЬ.» [20]*

Итог такой медиаполитики страны заключается в том, что люди, не имеющие реальной достоверной информации, никогда не смогут выбраться из толпы и выбирают путь становления «MediaSapiens», так как это безопаснее, в ней можно спрятаться от реальных проблем, которые невозможно решить: «*Вы не то, что не хотите решать их, но даже не готовы обсуждать это с обществом, со всеми нами. Создается впечатление, государственные каналы, радиостанции и интернет-порталы либо находятся в параллельной реальности, либо очень хотят показать людям картинку «другой страны». В этой связи мне становится совершенно понятно желание государства задушить все последние из имеющихся островков гражданских свобод, обвинив их в «однобокости» и «прозападничестве»[20].*

Проведенное исследование показало, что в романе С. Минаева понятие толпы рассматривается неоднозначно.

С одной стороны, толпа – это то образование социальных единиц, которое по собственной воле решило потерять свою индивидуальность ради избавления от личной ответственности за собственную жизнь (по теории

Лебона). И в тех процессах деградации, которые сопровождают существование личности в толпе, эти личности сами и виноваты.

С другой стороны, лживость современных каналов информации не оставляет людям иного выхода. В толпе они надеются получить хоть какую-то достоверную информацию о том, что их окружает на данный момент и ждет в будущем.

Подводя итоги, хотелось бы отметить, что роман С. Минаева пестрит концепциями философов и социологов XX века, которые нашли свое отражение на его страницах. Но толпа С.Минаева предстает перед нами, с точки зрения сегодняшних реалий российской жизни.

### **2.3. Приемы передачи психологии Media Sapiens в романе**

Приступая к анализу приемов передачи психологии Media Sapiens в романе, в первую очередь, хотелось бы отметить, что сам роман написан языком повседневного общения, близким «массе». То есть, включающий в себя, кроме общепринятого языка, слова, которые имеют «пониженную» стилистику: «я махом открываю глаза», «этот плоский чувак», «строчат друг другу» и так далее; элемент грубости- «дурак», «придурок» и даже вульгарности- «с Дашей светской журналисткой по профессии и проституткой по призванию, и Светой, проституткой и по профессии, и по призванию», а также частым вкраплением различных элементов, которые подтверждают реалистичность описываемых в повествовании событий. К этим элементам относятся различные стилистические приемы и психологические тактики, которые достаточно эффективно влияют на читательское восприятие романа.

Вторая важная тактика передачи психологии media Sapiens – это вкрапление в диалоги огромного количества нецензурной речи. С одной стороны, это усиливает эмоциональный накал повествования, позволяет

читателю прочувствовать, насколько герои переживают за свое дело, волнуются за то, чтобы их очередной медиапроект повлиял на массовое сознание так, как это необходимо.

С другой стороны, именно нецензурная брань в таком количестве лишает текст романа некой официальности: кажется, что автор, как говорится, «свой в доску», хороший «media sapiens», не такой как те, кого он описывает, не старается придать ненужной официальности свой искренний рассказ.

Также, хочется сказать о том, что автор намерено ввел в сюжет книги людей, не связанных с медиапространством, для того чтобы читатель ассоциировал себя с этими героями, входя в определенный транс, который позволяет наиболее вдумчиво и глубоко впитывать ту информацию, которую С. Минаев предлагает для «пережевывания».

Очень важно отметить и тот факт, что в каждой строчке романа можно заметить абсолютное восприятие читателя как той самой толпы, которая в сатирической манере описывается в книге.

Но давайте попробуем разобраться, какие приемы Сергей Минаев использует для передачи образа толпы?

В первую очередь, стоит отметить, что Минаев создает образ толпы через идентичность человека, то есть внешнее сходство, основанное на общности «со своими».

Итак, образ толпы Минаева складывается из множества факторов: речевая характеристика, взаимохарактеристика между главным героем и «людьми», художественная деталь и использование средств художественной выразительности.

Удачно созданная речевая характеристика является важным штрихом в представлении образа толпы, а также «украшает» сам художественный текст. Для этого автор в романе создает городской разговорный тип речи, используя, в

диалогах «человека-толпы» с главным героем, сниженную лексику: просторечия, жаргонизмы, разговорные и заимствованные слова. Например, сниженную лексику можно встретить практически во всех диалогах, где появляется «человек-толпы»:

*«- А я, может, замерз уже. Я ща возьму, бля, домой пойду, сегодня футбол, кстати – не унимается он»[20].*

*«— Натах, да ты просто королева местная!*

*— А то! А Рашид, хозяин палатки, тварь, не ценит. Только лапать пытается, скотина.» [20].*

*«Сын баран. Опять в сессию нахватал пересдач. Говорю ему, учись, сука, вылетишь из института — в армию пойдёшь, а он только телок водит.*

*— Да это они все теперь. Моя только с подругами по телефону трещит да MTV смотрит. Пару раз приглашала в гости какого-то козла в рваных джинсах. Пидор пидером.»[20].*

Другим важным приемом для создания полноценного образа является взаимохарактеристика главного героя и толпы. Также, здесь стоит отметить, что Антон Дроздилов является неким «Alter ego» Сергея Минаева, и через его отношение к жизни, людям, социуму, он прежде всего выражает свое мнение, а также помогает в создании цельного устойчивого образа. Так, Антон Дроздилов при разговоре с людьми у метро «Чистые пруды» произносит такую фразу:

*«— Блядь, до чего же обидно. И как все просто, оказывается. Лучшие политтехнологи ежедневно ломают головы над выстраиванием хитроумных схем, партийных линий, поиском харизматичных лидеров. Мы рассуждаем о протестном электорате, вовлечении избирателей. Мы ищем информационные поводы, ведём друг с другом идеологические войны, боремся за медиа-влияние. А вам все настолько до лампочки. Уроды, господи, какие же вы уроды! Вы даже на секунду не замрётё в попытке осмыслить получаемую информацию.*

*Бараны, над чем же мы все тут бьёмся-то, а? К чему вся эта сложность? Проще надо быть, проще. Вы — тупое стадо, которое понимает только плеть. Вас надо лупить как баранов, а по воскресеньям давать пряники в виде юмористических шоу.»[20].*

После этой фразы моментально в художественном мире произведения создается образ «тупого стада», людей 21 века, не умеющих думать своей головой, а лишь поддаваться стадному инстинкту. Благодаря диалогу главного героя с толпой, мы можем в полной мере ощутить ту ненависть и чувство отвращения, которое вызывают эти люди 21 века.

*«Ненависть подступала к горлу, я снова встал на ноги, немедленно получил удар алкоголя в мозг, из-за быстрой смены позиции покачнулся и снова продолжил:*

*— Вы способны повторять только то, что вам скажет ваш телевизор, радиоприёмник или компьютер. «Свобода слова», «борьба с тоталитаризмом», «будущее свободной страны». Вам все это не нужно, понимаете? Не нужно, читайте по губам. У вас нет никакого будущего.*

*...— Ты, скотина, вообще заткнись. Твоё будущее находится в ближайшем подъезде. Это шприц с «черняшкой». У вас нет будущего. Потому что сначала вы приходите дите сюда с пивом, гитарой и в левацких маечках, потом спариваетесь со своими идиотками, которые родят вам таких же тупых ублюдков, а потом возвращаетесь сюда уже в виде вот этих неврубных мужиков, которые с коктейлями «по чуть-чуть», потому что завтра, блядь, на работу. Самые думающие из вас, какими они себе сами кажутся, не нашли ничего лучше, чем последовать советам самых тупых из политехнологов, заключающимся в игнорировании выборов. Вместо того чтобы создать что-то своими голосами, вы, уроды, просто остались дома у телика, блядь. Чтобы потом, с утра увидеть выборы, которые прошли без вас, увидеть победителя, которого выбрали не вы. Все, на что вы способны, это проблеять «мээээээээ» в*

*первое утро после выборов. И не удивляйтесь, что вами манипулируют, не свистите про «подтасовки» и вброс бюллетеней. По-другому не будет. Потому что все вы не хотите принимать решений. Вам это трудно. Просто включить голову. Очень трудно. И вся политика будущего будет заключаться в дистанционном управлении ленивым стадом через телевизор. Не удивляйтесь, что с вами никто не считается. Потому что вас давно уже нет. Вы пустота.*

*...— Завтра? Нет, давай уж сейчас. Давай сегодня с ними поговорим. Иди, иди, отсоси у каждого из них. Может быть, мозги им вдуешь таким образом? Что ты стоишь? Это же твоя аудитория, нет? Потреци с ними по-товарищески, выпей водочки. Уговори пойти на выборы, проголосовать за твоего кандидата. Расскажи, как много ты сделал за последние полгода, чтобы запудрить им мозги напрочь. Только будь ласковой. Расскажи им, что твой кандидат цены на водку и пиво снизит, например. Иди, хули ты тут стоишь, лицемер херов. Это же не просто быдло — это же, ёптыть, ЭЛЕКТОРАТ. Скажите, вы электорат или овцы? Ну, раз, два, три: МЫ... Да я и так знаю, что вы овцы.»[20].*

Картина изображенного мира, образ толпы в неповторимой индивидуальности складывается из отдельных художественных деталей. Будучи элементом художественного целого, деталь сама по себе является мельчайшим образом, микрообразом. В то же время деталь практически всегда составляет часть более крупного образа. [36] в нашем произведении происходит аналогия «человек» - «толпа».

*«Между ними, как бы разделяя эти группы, стояли несколько мужиков весьма потрёпанного вида с баночными коктейлями и пивом в руках, горячо обсуждавшие проблему телевизионной рекламы.*

*...Два молодых парня идут мне навстречу. Оба в тёмных костюмах и лаковых ботинках из кожи китайца с загибающимися носками. Косая сажень в плечах, прямая кишка в мозгах.*

*...Из него выходят две телки лет тридцати. На обеих джинсы с низкой талией и укороченные футболки. И это при наличии на боках сальных оковалков, как вы сами понимаете» [20].*

В итоге хотелось бы подчеркнуть следующее: в романе мы видим, что Сергей Минаев приложил немало усилий для создания красочного образа Media Sapiens как новой генерации толпы, использование различных приемов, рождает в представлении читателей целостную картину о нравах и структуре нашего общества.

## **Выводы**

Подведем итоги.

1. В данной главе мы представили и проанализировали работы европейских и отечественных ученых по проблематике толпы. Обозначили понятие толпы. В научных работах г.Лебона, З.Фрейда, К.Г.Юнга, Х.Ортегга-и-Гассета, и Д.В.Ольшанского о психологии толпы выделили основные концепции для анализа романа Сергея Минаева.
2. После проведенного нами исследования научных работ, мы смогли проанализировать роман «MedaiSapiens», на страницах которого, нашли свое подтверждение теории предложенных нами ученых. Например, такой прием как психологическое заражение встречался нам в произведение Сергея Минаева, а также мы смогли увидеть такое явление, как формирование лидера и «коллективного бессознательного».

3. Кроме того, нам удалось проанализировать приемы создания образа толпы в романе Сергея Минаева «MediaSapiens». Мы выделили такие факторы как речевая характеристика, взаимохарактеристика главного героя и толпы, а также художественная деталь, которая формирует целостный образ толпы в сознание читателя.

### **Заключение.**

В заключении проведенного нами исследования можно сделать следующие выводы:

В повседневной жизни мы часто сталкиваемся с такими феноменами, как часы «пик» в метро, скопление фанатов и болельщиков, демонстрации: движение за мир, протесты, выступления с лозунгами. А средства массовой информации каждый день сообщают о событиях, в которых участвуют массы: коллективное самоубийство секты Храма в Гвиане, массовый голод в ряде стран Африки и Азии, массовые убийства в Освенциме, уничтожение Хиросимы и т. д. [5]. Сталкиваясь с подобными явлениями, человечество постепенно становится «новым поколением» толпы – MediaSapiens. Многие психологи и социологи XX и XXI вв. такие, как Лебон «Психология народов и масс», Фрейд

«Психология масс и анализ человеческого я», Ортега «Восстание масс», в своих трудах пытались разработать психологию масс, изучая толпу, лидеров или эффекты плотности концентрации людей в малых или больших группах. Благодаря этим исследованиям, мы смогли проанализировать и охарактеризовать современную массу. Ей свойственно: важными психологическими характеристиками толпы являются ее бессознательность, инстинктивность и импульсивность; толпа очень восприимчива к впечатлениям, особенно вызванным медиаструктурой; Фрейд выдвинул весьма продуктивную идею для описания феномена толпы. Он рассматривал толпу как человеческую массу, находящуюся под гипнозом. Самое опасное и самое существенное в психологии толпы — это ее восприимчивость к внушению; психологическое заражение; безответственность. Поставив перед собой цель исследования и сделав вывод, мы можем отметить, что выше отмеченные качества толпы, мы смогли пронаблюдать в романе Сергея Минаева «MediaSapiens», поэтому мы можем сделать вывод, что автор описывает именно это явление социума. [37]

Целью дипломной работы было рассмотреть феномен психологии толпы в литературе на примере романа Сергея Минаева «MediaSapiens».

В ходе решения поставленной цели были решены следующие задачи:

- 1) рассмотрели феномен элитарной и массовой литературы;
- 2) изучили понятие "социологический роман";
- 3) выявили модель современного общества в романе С.Минаева «MediaSapiens. Повесть о третьем сроке».
- 4) рассмотрели понятие психологии толпы в работах социологов, философов;
- 5) исследовали психологию Media Sapiens как новой генерации толпы и приемы, передающие её особенности в романе С.Минаева;

б) установили связь между Media Sapiens как новой генерацией толпы и главным героем романа С.Минаева как её Alter ego.

На основании проведенного исследования были сделаны следующие выводы:

1. Сложные процессы, характеризующие современное состояние массовой литературы, могут быть исследованы лишь на фоне литературной жизни предшествующих десятилетий XX в. Поэтому именно в XX веке вводится понятие массовой литературы, а в следствие разделения, параллельно возникает и термин элитарной литературы, что было охарактеризовано в научных работах таких известных философов, как Х. Ортега-и-Гассет, К. Гринберга, Л. Шопенгауэра и Ф. Ницше. Термин «массовая литература» достаточно условен и обозначает не столько широту распространения того или иного издания, сколько определенную жанровую парадигму, в которую входят детектив, фантастика, фэнтези, мелодрама и др. В литературоведении по отношению к ней возникают термины «тривиальная», «формульная», «паралитература», «популярная литература». А элитарная литература возникла как антипод массовой, как главный ее «конкурент» и «противник». Элитарная литература создавалась в узких кругах писателей, священнослужителей, представителей высшего общества и насыщалась лексикой и образами, доступными и понятными лишь определенной прослойке. В современном мире понятие элитарной литературы несколько размыто: благодаря быстрому распространению информации, моде на все необычное и желанию многих быть «не такими, как все», элитарная литература уходит в массы. Ярким примером тому может служить творчество В.Пелевина: в «нулевых» все читали его романы, но мало кто понимал, о чем они. Поэтому на рубеже веков происходит смешение этих видов литературы, обусловленное использованием массовой литературой цитат, проблематики, а также обращения к знаменитым литературным героям, образам писателей – классиков, как бы апеллируя, к устоявшимся традициям «высокой» литературы.

2. Проанализировав произведения С.Минаева, относительно признаков массовой литературы, мы можем утверждать, что они относятся именно к этому типу литературы. И объясняется это тем, что даже не смотря на некоторые признаки «высокой» литературы, а именно бездуховность главного героя, он имеет ряд «родовых» признаков современной массовой литературы:

- является коммерческим проектом С.Минаева, и создан для получения прибыли
- сам Сергей Сергеевич является личностью публичной, что сказывается и на его книгах
- произведение, рассчитано на конкретную аудиторию
- наличие ясных ответов на проблемные вопросы, отвечающие читательским вкусам и их тайным амбициям

3. Продолжая традицию А.А. Зиновьева, Сергей Минаев затрагивает актуальные проблемы современного социума, представляя их читателю через гиперболическое преувеличение и заостренную сатиру, что вписывается в жанровые каноны «социологического» жанра романа. Поэтому, произведение Сергея Минаева «MediaSapiens» мы относим именно к жанру «социологический роман», так, как мы уже упомянули выше, автор в своей книге передает отношение человека к философским и социальным вопросам, а также описывает социальные процессы общества.

4. В данном дипломном исследовании мы изучили и проанализировали работы европейских и отечественных ученых по вопросу «Понятие толпы. Ее сущность и функции». В научных работах г.Лебона, З.Фрейда, К.Г.Юнга, Х.Ортегга-и-Гассета, и Д.В.Ольшанского о психологии толпы мы смогли выделить основные концепции, а далее использовали их для анализа «толпы» Сергея Минаева в романе «MediaSapiens».

5. При использовании теоретических разработок ученых, посвященных теме «психологии толпы», мы смогли проанализировать роман «MedaiSapiens». В произведении находят свое отражение множество основных концепций исследователей, например, эффект заражения, или признаки формирования лидера, и так далее. Но кроме этого, мы можем смело отметить, то что, не смотря на все сложности выделения и анализа «толпы» в современных науках, произведение Сергея Минаева является «литературным памятником» для составления портрета «массы» в России в XXI веке.

6. Для того, чтобы создать устойчивое «изображение» Media Sapiens как новой генерации толпы в своем одноименном произведении, Сергей Минаев использовал множество различных приемов по созданию этого художественного образа: речевая характеристика, взаимохарактеристика главного героя и «толпы», художественная деталь, и многочисленное использование средств художественной выразительности.

### **Список литературы**

1. Адорно Т., М. Хоркхаймером М. Диалектике просвещения. М.: Ювента, 1997.
2. Артур Шопенгауэр. Сборник сочинений. - М.: Изд-во Престиж Бук, 2011. - 1032с.
3. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. М., 2000
4. Бурдье П. Социология социального пространства. — Москва: Ин-т экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 2007.
5. Виппер Р. Гибель европейской культуры. – М., 1918
6. Гринберг К. Авангард и китч / Художественный журнал. – 2005. - №60

7. Гринберг К. Авангард и китч / Художественный журнал. – 2005. - №60
8. Гринберг К. Авангард и китч / Художественный журнал. – 2005. - №60
9. Делез Ж., Гваттари Ф. Капитализм и шизофрения Книга 2. Тысяча плато Одним плато у Делеза-Гваттари меньше. - Екатеринбург: У-Фактория; М.: Астрель, 2010 г.
- 10.Евлампиев И. И. Достоевский и Ницше: на пути к новой метафизике человека // Вопросы философии. -2002. - №2. - С.102-118
- 11.Клемент Гринберг – Авангард и китч // Художественный журнал. – 2005. - №60
- 12.Клемент Гринберг – Авангард и китч // Художественный журнал. – 2005. - №60
- 13.Клемент Гринберг – Авангард и китч // Художественный журнал. – 2005. - №60
- 14.Комовская, Елена Витальевна. Жанр социологического романа в творчестве А.А. Зиновьева /Брянск, 2013. - 198 с.: ил. РГБ ОД, 61 13-10/733 Культурология: XX век: Словарь - СПб, 1997. - с.554-560
- 15.Лебон Г. Психология масс. – М., 1985
- 16.Маклюэн Г. М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека. - М. - 2003.
- 17.Маклюэн М. Телевидение. Робкий гигант // Телевидение вчера, сегодня, завтра. - Вып. 7. М., 1987. –
- 18.Маркузе Г. Одномерный человек. М., 1994.
- 19.Минаев С. MediaSapiens – Повесть о третьем сроке. – М. 2007
- 20.Моска Г. Правящий класс // Социологические исследования. – 1994. – № 10.
- 21.Ницше Ф. Сочинения в 2 т. Т.2. - М.: РИПОЛ-Классик, 1997. - 863с.
- 22.Ольшанский Д.В. Психология масс. – М., 2002

23. Ортега-и-Гассет Х. Дегуманизация искусства/ Пер. с исп. С. Л. Воробьева – М.: Радуга, 1991.
24. Ортега-и-Гассет Х. Дегуманизация искусства/ Пер. с исп. С. Л. Воробьева – М.: Радуга, 1991.
25. Ортега-и-Гассет Х. Дегуманизация искусства/ Пер. с исп. С. Л. Воробьева – М.: Радуга, 1991.
26. Ортега-и-Гассет Х. Избранные труды / Сост., предисл. и общ.ред. А.М. Руткевич. – М., 1997
27. Ортега-и-Гассет Х. Избранные труды: Пер. с исп./Сост., предисл. И общ. ред. А.М. Руткевича. 2-е изд. – М.: Весь Мир, 2000.
28. Ортега-и-Гассет Х. Избранные труды: Пер. с исп./Сост., предисл. И общ. ред. А.М. Руткевича. 2-е изд. – М.: Весь Мир, 2000.
29. Ортега-и-Гассет Х. Избранные труды: Пер. с исп./Сост., предисл. И общ. ред. А.М. Руткевича. 2-е изд. – М.: Весь Мир, 2000.
30. Социалистические системы//Теоретическая социология. Антология. В 2-х Ч. (Составление, научная редакция, предисловие С. П. Баньковская), Т 1 — М.: Книжный Дом «Университет», 2002.
31. Фрейд З. Психология масс и анализ человеческого Я. – М., 1998
32. Фридман Ж. Следующие сто лет: прогноз на XXI век. – М.: ИД Коммерсантъ, ЭКСМО, 2010
33. Юнг К.-Г. Архетип и символ. – М., 1991
34. Яблонская Лидия Валерьевна. Языковые средства объективации образного портретирования как способ кодирования информации в художественном тексте/Майкоп, 2015. - 154 с.
35. <https://www.natural-sciences.ru/ru/article/view?id=34638> БРЕНД В СОВРЕМЕННОЙ МАССОВОЙ ЛИТЕРАТУРЕ/Полетаева О.Б/ (дата обращения 13.02.17г)
36. <http://www.km.ru/referats/451DC44F02CF4BCB8270689AF207730B> Художественная деталь, ее роль и значение в произведениях прозы Н. В. Гоголя, И. С. Тургенева, Ф. М. Достоевского

37. Мошко Г.А., Скакун С.В. ИССЛЕДОВАНИЕ ФЕНОМЕНА ТОЛПЫ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ НА ПРИМЕРЕ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ // Научное сообщество студентов XXI столетия. ОБЩЕСТВЕННЫЕ НАУКИ: сб. ст. по мат. XIV междунар. студ. науч.-практ. конф. № 14. URL: [http://sibac.info/archive/social/8\(11\).pdf](http://sibac.info/archive/social/8(11).pdf) (дата обращения: 10.03.2017)