

DOI: 10.31866/2410-1311.43.2024.303047

УДК 791(73):008"20":[791.221.5:741.5

СЕМАНТИКА ГЕРОЇЧНОГО ОБРАЗУ В АМЕРИКАНСЬКІЙ КІНОКУЛЬТУРІ ПОЧАТКУ ХХІ СТОЛІТТЯ (НА ПРИКЛАДІ БОЙОВИКІВ І КІНОКОМІКСІВ)

Микита Сурнін

Магістр,

Інститут культурології

Національної академії мистецтв України,

Київ, Україна

ORCID: 0000-0003-3768-5026

e-mail: surninmykyta@gmail.com

Для цитування:

Сурнін, М. (2024). Семантика героїчного образу в американській кінокультурі початку ХХІ століття (на прикладі бойовиків і кінокоміксів). *Питання культурології*, 43, 182–193. <https://doi.org/10.31866/2410-1311.43.2024.303047>

Мета статті — розглянути особливості семантики героїчних образів в американській кінокультурі початку ХХІ століття на прикладі бойовиків і кінокоміксів. *Результати дослідження*. Установлено, що світ кінематографу та кінокультура насичені образами героїв, вони є основою більшості повнометражних фільмів. Проаналізовано, що творці бойовиків і кінокоміксів, як носії американської культури та менталітету, усвідомлено чи несвідомо втілювали в кіноперсонажах важливі для американців цінності. Наведено приклади дій героїв на екрані, які мають цілком відповідний цим цінностям сенс, а тлумачення способу дій героїв і вилучення цих сенсів дає змогу наочно побачити особливості культури США, цінності, норми й особливості світогляду американців у ХХІ столітті. Кіногерої ХХІ століття в американській кінокультурі мають більше можливостей (цифрових і технологічних) у боротьбі зі злом і несправедливістю. Висловлено припущення, що режисери американського масового кіно через образи кіногероїв передають на екрані ті соціальні проблеми, які обов'язково торкнуться душі глядача. За допомогою масового кінематографу США створюють для себе сприятливий, привабливий образ, прищеплюють американським і закордонним глядачам свої ідеї, які транслюють через улюблених кіногероїв. *Наукова новизна* дослідження полягає в тому, що вперше розглянуто аспекти та характеристики героїчних образів на прикладі бойовиків і кінокоміксів американської кінокультури на початку ХХІ століття. *Висновки*. Американські кінофільми засновані на красі дійових осіб, особистій привабливості, поліпшенні людей, їхній силі врятувати країну та світ загалом. Американські актори — це соціальний ідеал певних груп населення США, тому вони й не можуть бути замінені типажем, адже уособлюють риси образів героїв-рятівників і супергероїв. Семантика образів

в американському кіно є простим і чітким поділом персонажів на «хороших» і «поганих», які втілюють добро та зло. По суті, образи героїв бойовиків і супергероїв кінокоміксів та моделі їхньої поведінки — це і є форми демонстрації еталонів справедливості, моралі, душевних переживань і прагнення досягти великих цілей.

■ **Ключові слова:** кінофільм; кінокультура; глядацька аудиторія; героїчний образ; супергерой; бойовик; кінокомікс

■ Вступ

Ставлення до традиційних цінностей, до укорінених у культурі способів інтерпретації життєво вагомих наративів та образів є важливим маркером векторів розвитку суспільства й окремої особистості. Виникнувши в культурі як її смислове підґрунтя, ці цінності виконують функцію орієнтації людини в життєвому різноманітті, роль особистісно та соціально важливих вказівників. Глибинні психічні механізми беруть участь у побудові та символічній репрезентації архетипічних образів, до яких належить образ героя. Аналізу його культурного та психологічного значення, форм національно-специфічної презентації, історично обумовленій генезі присвячено багато наукових праць. Визначальна поведінка людини в складних життєвих ситуаціях інтерпретується у функції образу героя, що встановлює вагомість дослідження особливостей його представленості у свідомості сучасників, важливість визначення факторів, які впливають на трансформацію традиційної семантики «героя» в умовах домінування в просторі нових, штучно створюваних за допомогою кіноіндустрії героїчних наративів.

Нині основним шляхом формування стереотипів (героїв) можна справедливо назвати засоби масової інформації: газети, радіо й телебачення. Крім того, ніяк не можна забувати про кіно, якому сьогодні належить величезна роль у питаннях масової та національної свідомості. Кінематограф дає ніби зорове втілення героїчних образів. Американські супергерої активно проникають у наше життя разом з голлівудським кіно, звідси й виникає інтерес до першоджерела. Сьогодні американська культура активно впроваджує своїх бойових і комічних героїв у простір загальносвітової культури, тому не випадково дедалі частіше на екранах кіногерої рятують США та світ від різноманітних потрясінь.

Варто зауважити, що супергерой Америки є синонімом поняття «американський герой». У культурній традиції США образ героя виник разом із зародженням американської культури.

■ Аналіз попередніх досліджень

Значні зміни соціального, політичного, культурного життя, що відбулися з початку XXI століття, природним чином позначилися на сучасному кінопросторі. Водночас виникнення нових тенденцій у кіноіндустрії та, відповідно, поява нового екранного кіногероя нерозривно пов'язані із суттєвим впливом голлівудської продукції на міжнародний кіноринок та психологію масового сприйняття загалом. Ось чому, на наш погляд, важливо проаналізувати семантику образів жанрових кіногероїв, що стосується глобального процесу формування нової

міжнародної культурної парадигми. Це явище підтверджує актуальність теоретичного осмислення семантики голлівудських героїчних кінообразів, а також необхідність дослідження образу кіногероя у таких жанрах, як бойовик та кінокомікс.

Основним предметом осмислення є фільми та кіногерої, які належать до так званого «комерційного», «масового» або «жанрового кінематографу», орієнтованого на певні драматургічні механізми побудови кінотвору. Зауважимо що, незважаючи на безперечний інтерес широкої аудиторії (насамперед молоді) та великих кіновиробників до таких жанрів, як бойовик та кінокомікс, зокрема й в Україні, питання вивчення їх жанрової своєрідності та характерного для них героїчного образу, на жаль, малодосліджене у вітчизняній теорії кіно, що, очевидно, пов'язано з історичною одночасністю процесів, коли теорія з відомою причиною змушена слідувати за практикою. Цим становищем також визначається новизна наукового пошуку. Інформаційну базу дослідження становлять наукові праці українських і зарубіжних (насамперед американських і англійських) дослідників, які аналізують певні аспекти сучасної масової культури (Космацька, 2012а, 2012б) та жанрової специфіки кінематографу (Троян, 2018), фентезі як інтермедіального жанру (Задорожна, 2015), американської культури (Baudrillard, 1986), специфіки американського кіно та взаємодії його із суспільством (Quart & Auster, 2018) тощо.

■ Мета статті

Метою статті є розгляд особливостей семантики героїчних образів в американській кінокультурі початку XXI століття на прикладі бойовиків і кінокоміксів.

■ Результати дослідження

Роль та особливості інтерпретації образу героя в різних культурах, його генеза є предметом дослідження у філософії, культурології, філології та психології. Відбиваючи різні сторони досліджуваного явища, учені обґрунтовують тезу про позачасову значущість «героя», його зв'язок з базовими механізмами регулювання суспільного й індивідуального життя. Героїчний статус у всіх культурах традиційно високий; через призму образу героя виражаються сенси, які впливають на становлення та розвиток національної і особистісної самосвідомості. Образ героя досліджують, по-перше, з його загальнолюдського, універсального значення. По-друге, національно-культурної специфіки. По-третє, як формування, що визначає індивідуальні та життєві алгоритми.

Науковий аналіз категорії героїчного образу, як правило, починається апелюючи до історичних витоків поняття «герой», під яким давні греки та римляни розуміли «напівбога» (Avery-Natale, 2013), здатного на вчинки, неможливі для звичайної людини. Герой символізує готовність до подолання перешкод, звершень, дій в екстремальних обставинах. У цьому образна актуалізація архетипу в культурі античності двояка: вона, з одного боку, пов'язана з його репрезентацією як «культурного героя» — творця і захисника («культурний герой» покликаний виконувати волю богів на землі серед людей, «впорядковуючи життя і вносячи до нього справедливість, міру, закони, всупереч давній стихійності та

дисгармонійності» (Blin-Rolland et al., 2017)), а з другого — як того, що вносить розбрат, руйнує та є імпульсивним «трикстером». Ця двоїстість первинної культурної інтерпретації «героя» відбиває складну неупорядковано-інстинктивну природу архетипу, що набуває цілісності в його культурному освоєнні, метою якого є регуляція природних несвідомих прагнень людини.

Світ кінематографу насичений образами героїв, і вони є основою більшості повнометражних фільмів. Творці бойовиків і кінокоміксів, як носії американської культури та менталітету, усвідомлено чи несвідомо втілювали в кіноперсонажах важливі для американців цінності. Дії героїв на екрані мають цілком відповідний цим цінностям сенс, а тлумачення способу дій героїв і вилучення цих сенсів дає змогу наочно побачити особливості культури США, цінності, норми й особливості світогляду американців у XXI столітті.

З огляду на позиції герменевтики П. Рікера кіномистецтво США можна представити як символічну систему, що «завдяки своїй здатності структуруватися в сукупності значень має будову, яку можна порівняти з будовою тексту» (Kaplan, 2003), а образи кіногероїв — як символи, що входять до неї. Подекуди Америка, життя американців постає в кінематографі прикрашеним, глянцеvim, що відповідає міркуванням про американське суспільство Ж. Бодрійяра (Baudrillard, 1986), який характеризує американське життя як гіперреалістичність, а Америку — як симулякр.

Використання масового кінематографу Америки та його популярність можна пояснити наявністю специфічних рис, які приваблюють глядачів з усього світу: видовищність, масовість, національна та культурна різноманітність (американські кіновиробники часто запрошують для спільних зйомок талановитих іноземних режисерів). Крім того, образ головного героя кінокартин США часто формується з набору типових позитивних якостей, таких як сміливість, відвага, вірність своїй справі. Це допомагає глядачеві уявити себе поруч із цим персонажем і встановити з ним глибший емоційний зв'язок. Л. Кварт та А. Аустер (Quart & Auster, 2018) стверджують, що причиною успіху американського кінематографу є те, що «кіноіндустрія витрачає багато часу та грошей, вгадуючи популярні на цей момент цінності та модні тенденції, і часто за рахунок цього процвітає у залученні аудиторії». Режисери американського масового кіно передають на екрані ті соціальні проблеми, які обов'язково торкнуться душі глядача. За допомогою масового кінематографу США створюють для себе сприятливий, привабливий образ, прищеплюють американським і закордонним глядачам свої ідеї, які транслюють через улюблених кіногероїв (Winder, 2020).

Бойовики (екшен-фільми) часто мають високий бюджет, рясніють каскадерськими трюками та спецефектами. У фільмах цього жанру часто відсутній дуже складний сюжет. Головний герой зазвичай стикається зі злом у найочевиднішому його прояві. Зокрема, ідеться про корупцію, викрадення, насильство, вбивство, тероризм; не знаходячи іншого виходу, він вирішує вдатися до боротьби через відсіч насильства, хитрості. Хепіенд — неодмінний атрибут бойовика. Фільми-бойовики мають вікове прокатне обмеження.

Жанр бойовик, заснований на кримінальному або військовому матеріалі, міцно закріпився в руслі американського мейнстріму, який у США до середини

1980-х вилився в основний напрям жанрового кінематографу, породивши низку відомих усім фільмів та акторів-кінозірок.

Кіногерої XXI століття в американській кінокультурі мають більше можливостей (цифрових і технологічних) у боротьбі зі злом і несправедливістю (Kaplan, 2003). Джеймс Бонд нового тисячоліття більше нагадує героя «Міцного горішка» Джона Маклейна, ніж багатосерійний образ секретного британського агента-007. Тепер у ньому немає колишнього лиску, аристократичної витонченості, проте виразно простежуються та ідеалізуються інші якості, властиві насамперед новітньому герою «традиційного» піджанру. Утілення героя Джеймса Бонда у виконанні кінозірки Денієля Крейґа спрямоване на виявлення нових можливостей відомого героя: на демонстрацію його цілеспрямованих і вольових учинків через прямі прояви чоловічої фізичної сили. Такий персонаж добре відомий аудиторії глядачів за прикладами крутих поліцейських образів, розтиражованих американським жанровим кіно 80–90-х років.

У Бонда більше немає фірмових аксесуарів, таких як гребінець-пістолет або ремінь-сходи, а також чарівного шарму та шовкових сорочок — їх змінили майки-поло. Окрім оновленого зовнішнього вигляду, глядачі отримали особисту інформацію про героя. По-перше, біографію персонажа: виявляється агент-007 — сирота, виходець з бідного кварталу, який зумів вступити до престижного Оксфорду. Біографічний нарис повторює одну з найпоширеніших голлівудських схем дорослішання «крутого кінополіцейського». По-друге, Бонд знаходить відомий ступінь натуралізму: тепер його б'ють майже по-справжньому, сильно і жорстко, тоді як у попередніх серіях бондіани акти насильства мали досить умовний характер. Зовнішній вигляд (грим, костюм) персонажа також спрямований на створення правдивішого (побитого) образу. У «Казино "Рояль"» (2006) значно менше використовується комп'ютерна графіка, однак раніше вона була представлена максимально.

Ця тенденція, що виявляється і в інших американських бойовиках нового часу, вказує на бік певної пересиченості Голлівуду комп'ютерними спецефектами, тому якщо виявляється можливим вирішити кадр, сцену фільму операторськими, каскадерськими, піротехнічними засобами, американські кінематографісти намагаються слідувати цьому природним шляхом, що додає героям реалістичності. Тому сучасні актори вищезазначеного жанру мають не лише відмінну фізичну форму, а й спортивну підготовку (Smith et al., 2011). По-третє, образ Бонда набуває психологічності й багатоплановості, якої він не мав раніше.

Образ надміцного Термінатора, робота, відправленого з майбутнього для війни проти машин («Термінатор 3: Повстання машин», 2003; «Термінатор 4: Спасіння прийде», 2009; «Термінатор 5: Генезис», 2015), здається майже хрестоматійним. Але він улюбленець аудиторії. Незважаючи на це, у новому часі навіть такий усталений і, здавалося б, незмінний образ отримує нове (комедійне) звучання і співчутливе ставлення до нього.

В адаптації однойменного роману Річарда Метісона (2016) «Я — легенда» розповідається про невідомий вірус, який забрав життя половини земного населення, а решту перетворив на вампірів і обертається навколо єдиної віцілої людини з незрозумілим імунітетом, що ночами тримає нескінченну облогу

мутантів, щоб з'ясувати причини епідемії та створити рятувну вакцину. Першу половину фільму глядач спостерігає повсякденне життя людини та її собаки в порожньому, дикому після генної трагедії Нью-Йорку. Сорок хвилин від початку фільму на екрані змінюються одна за одною майже безмовні сцени поїздок Роберта Невілла до порожніх магазинів, де герой, щоб не забути слова і не збожеволіти, розмовляє з манекенами; сцени полювання на лань і зустрічі із сімейством левів; гри в гольф з крила занедбаного військового літака; щоденного відправлення радіосигналу до людей, що на його сподівання вижили; сцени домашнього облаштування (готує їжу, дивиться новини в записі, співає пісні, розмовляє з єдиним другом — вівчаркою Самантою) та сцени наукової роботи.

Отже, перша половина бойовика «Я — легенда» відрізняється абсолютною відсутністю відкритої бойової дії (екшену), а на екрані транслюється поки що не героїчний образ, а саме образ героя, який існує у вільному просторі щоденного вибору, занурюючи глядачів у реальність драми самотнього персонажа (одного актора) усередині простору занедбаного мегаполісу. Після трагічної загибелі Саманти (вівчарки героя) та безуспішних дослідів зі створення сироватки Роберт Невілл вирішує накласти на себе руки. Саме тоді відбувається поворотний момент та зміна жанрової орієнтації фільму від драми до фантастичного бойовика. Відомі закони ведуть героя до бою з жажливими зомбі, щоб в останній момент розкрити секрет власної ДНК, винайти рятувну вакцину й успішно передати її людям, жертвуючи власним життям.

Глядачі вболівають і за героїв кінокоміксів. Комікси Marvel вперше з'явилися в 1939 році та стали популярними далеко за межами США (Бородіна, 2018). Побачивши, яке визнання мають комікси серед молоді та дорослих людей, студія Marvel справедливо вирішила, що екранізований комікс стане проривом у сфері кіноіндустрії та масової культури. Так почалася ера кінокоміксів, яка не сходить зірка популярності до цього дня (Ioannidou, 2013). Завдяки Marvel Studios американський кінематограф поповнився не лише пізнаваними у всьому світі образами, але й набув нових кліше та ідей, які стали основою всієї кіноіндустрії. Герої Marvel відомі фактично у всіх країнах: речі, на яких вони зображені, можна побачити в багатьох магазинах різних країн.

Герої кінокоміксів мають спільну мету — урятувати Америку. Це простежується в такому:

1. Америка — епіцентр подій світового масштабу. Це дає змогу американцям не тільки співпереживати героям, а й думати про себе як про найпрогресивнішу націю; думати, що США — найважливіша країна на політичній карті, звідки до решти держав ідуть знання, технології, досягнення. Ця ідея простежується в низці фільмів від Marvel: «Людина-павук», «Месники», «Тор», «Залізна людина», «Капітан Америка», «Веном» та ін.

Та ідея, що Америка — епіцентр подій світового масштабу, яскраво відображена у фільмі «Залізна людина» (2008). У цьому кінокоміксі є два вороги — Америка та Схід. Видатний американський інженер Тоні Старк, геній та мільярдер, створює унікальну технологію, яка не тільки значно збільшує могутність американської військової сили, а й стає захистом для всього світу. У жодній частині світу таких технологій більше немає. Образ американського супергероя

Тоні Старка (Залізної людини) є одним з прообразів сучасної Америки. Багатомільярдна корпорація Stark Industries — центр розвитку передових технологій, які в майбутньому будуть слугувати на благо людства. Але необхідно врахувати, що поняття «людство» охоплює насамперед американську націю.

2. Месіанський шлях Америки має своє яскраве відображення в кінокоміксах. Практично в кожному фільмі кіностудії Marvel можна побачити Америку у ролі рятівниці всього світу. Наприклад, у кінокоміксі «Перший месник» (2011). Головний герой цього фільму — Стівен Роджерс (Капітан Америка) — один з найзначніших супергероїв для американців. Він утілює американський ідеал: сильний, чесний, справедливий і принциповий. Бувши модифікованим солдатом, суперсолдатом, як його називали інші люди, Капітан Америка змінює перебіг історії. Він зупиняє амбітного нацистського вченого Йоганна Шмідта від спроби завоювати світ за допомогою небезпечного артефакту, у такий спосіб рятуючи як США, так й інші країни. Ім'я супергероя, одяг свідчать про його національну приналежність, а також створюють образ американського месії. Тобто можна сказати, що Капітан Америка, як сама Америка, закриває собою безневинних людей, які символізують інші країни.

3. «America can go it alone» («Америка може впоратися сама») — третя основна ідея популярних американських кінокоміксів. Вираз «go it alone» означає зробити щось, упоратися з чимось самотужки. У серії фільмів про Капітана Америку можна простежити, як, пройшовши через Другу світову війну й інші труднощі, Стів Роджерс залишається таким же сильним і, головне, готовим надалі захищати улюблену батьківщину. Наприклад, у фільмі «Капітан Америка: перший месник» США загрожують нацистські сили і з ними Стів Роджерс може впоратися.

Важливо зауважити, що супергероєм як персонажем не тільки позитивний, а й ідеалізований охороняє пуританський погляд американського суспільства на відносини статей і сімейні зв'язки. А якщо глядач не вірить у щось одне, він й інше автоматично ставить під сумнів. Тож як виходить, що такі, здавалося б, утопічні герої, як Людина-кажан, Людина-павук і прибулець у синьому трико з планети Криптон (Супермен), стали національними героями Америки та стійкими образами в сучасній масовій культурі? Дійсно, з одного боку, Супермен, Спайдермен, Зірвіголова, Бетмен, Жінка-кішка й інші — безсмертні, всесильні та справедливі захисники, на яких потенційно хочеться бути схожим. Тому супергерої живуть двома життями: в один час як супергерої, в інший — як звичайні люди. Наприклад, у вільний від основної «роботи» час Супермен має ім'я Кларк Кент та окуляри газетного репортера; Спайдермена звать Пітер Паркер (він — невдаха в особистому та суспільному житті, який заробляє на фотознімках самого себе в костюмі Людини-павука); Зірвіголова (Мет Мердок) — адвокат власної юридичної контори; Халк (Брюс Банер) — учений-випробувач; Жінка-кішка (Пейшенс Філліпс) до того, як стати суперхижачкою правосуддя, працювала скромним дизайнером у фармацевтичній фірмі й навіть після перевтілення змушена носити маску колишнього людського образу; Бетмен — один із впливових бізнесменів Готем-сіті (Брюс Вейн), який у таємниці пригнічує невіразні спогади минулого і страждає на декадентську самотність.

Створення цілісного супергероїчного образу стає можливим завдяки драматургічному прийому суміщення в сюжетно-фабульному просторі фільму двох фігур — «єго» та «альтерего» героя. І якщо у «фантастичному образі» Супермена, Бетмена, Спайдермена й інших утілюються всі найзаповітніші якості величезної більшості глядачів, то в їх реалістичних іпостасях проявляються різновиди усталених у масовій свідомості соціопсихологічних моделей.

Аналізуючи бажані якості олюднених супергероїчних представників кінокоміксів, можна побачити, що більшість супергероїв будують ідентифікаційні зв'язки з глядачем за допомогою концентрації в собі бажаних пріоритетів масової аудиторії. Брюс Вейн (Бетмен) відображає «ідеальну американську мрію»: отримати багатомільйонну спадщину, бути принциповим, розумним, красивим і шанованим громадянином міста, який займається корисним бізнесом та благодійністю. Супермен (у втіленні Кларка Кента) відображає іншу «реальну американську мрію»: зайняти стабільне місце у великій корпорації, бути симпатичним, розумним, творчо обдарованим і шанованим громадянином середньої ланки. Можна навіть припустити, що саме ім'я Кларк Кент є універсальною фонетичною моделлю, похідною від слова «клерк». Мет Мердок (Зірвіголово) — у звичайному житті важливий адвокат своєї скромної контори; Брюс Банер (Халк) — обдарований учений, завідувач лабораторії; Електра Начос (Електра) — красуня, дочка успішного бізнесмена, яка досконало володіє техніками східних єдиноборств. Ці приклади демонструють, як і чим супергерої задовольняють потенційне бажання глядацького «Я-ідеалу».

Незважаючи на те що «успішні» людські втілення супергероїв становлять більшість образів, вони все ж таки не є єдиними. Другу категорію супергероїчних «альтерего», або умовно-реалістичних проявів, становлять так звані «лузери» (невдахи). До цієї групи входять Пейшенс Філліпс (Жінка-кішка) і Пітер Паркер (Людина-павук). Доречно зауважити, що підхід до порушеної теми потребує особливої делікатності, адже питання «бажаного» у контексті аналізу образів «невдах» не може бути відокремлене від проблеми «фатального» у створенні образу супергероя. Пейшенс Філліпс несвідомо, але на інтуїтивному, підсвідомому рівні хоче вирватися зі свого щоденного рутинно-безглузкого існування, де найжахливішими бувають хвилини пробудження від сну і далі довгі години в крихітному осередку робочого місця.

Безумовно, ця ситуація знайома (близька) багатьом людям, які, на думку авторів (творців) кінокоміксів, повинні стати їхніми потенційними глядачами. Бажаним тут стає акт звільнення від почуття глибокого неприйняття власного існування, природне очікування бажаного задоволення, і воно має обов'язково відбутися під час фантастичних перипетій фільму (Ioannidou, 2013). Саме це бажання стає головною мотивацією героїні, яка призводить до головної поворотної події історії — перетворення Пейшенс Філліпс на Жінку-кішку, що змогло вирішити хворобливе протиріччя щодо відчуття в собі «лузера», відновити життєвий баланс, але вже на новому суперрівні.

Пітер Паркер — симпатичний хлопчина (Тобі Магвайр), улюблений племінник тітки Мей і дядька Бена, старанний учень, цілком самостійний юнак, відданий друг. Сам Пітер теж не почувается невдахою. У цьому полягає його прин-

ципова різниця з героїнею Геллі Беррі (Жінкою-кішкою). Звісно ж, окреслені відмінності у створенні двох героїчних образів зумовлені різною віковою приналежністю самих персонажів і, відповідно, тих глядацьких груп, до яких вони звернені.

Не применшуючи значення бажаного в образах супергероїв, важливу роль в семантиці образів героїв відіграють їхні різноманітні нещастя, які можна назвати «фатальними»: сліпота Мета Мердока (Зірвіголова), сирітство (у більшості супергероїв), різні види депресій, незадоволеність власним життям (Брюс Вейн, Пейшенс Філліпс), фобії (Брюс Вейн), почуття провини (Пітер Паркер) та інші психічно та фізично вразливі місця героїв (криптон для Супермена, сильні шуми для Зірвіголови), які виконують функції психологічних мотивацій до наступних героїчних учинків, але переважно працюють на створення героїчного масштабу художнього образу. Перший подвиг героя найчастіше полягає в подоланні потенційно героїчним персонажем власних слабкостей, комплексів, фобій, без усунення яких неможливо говорити про реалізацію суспільно вагомих героїчних учинків (подвигів).

Отже, внутрішній подвиг персонажа стає ніби першим фундаментальним рівнем, який визначає подальший розвиток героїчного персонажа. Ця драматична структура є майже обов'язковою у справі створення образу героїчної особистості, яка має пряме відображення в сучасних американських кінокоміксах.

Подібно до контрастно-графічної природи друкованих коміксів у драматургічній природі цього кіножанру відкидаються будь-які півтони, залишаються лише очищені поняття, зумовлені загальноприйнятими уявленнями про погане і добре, сильне і слабе, потворне і красиве. Усі негативні характеристики втілюються в образах антагоністів. Важливо, що під час зіставлення доброї та злої сили їх масштаб до кульмінаційної сцени практично збігається. Світове марнославство урівноважується світовою скромністю, краса і сила самодостатності супергероїв симетрично протилежна масштабу потворності та внутрішній слабкості антагоністів.

■ Висновки

Отже, яскрава, динамічна, видовишна специфіка американських бойовиків та кінокоміксів, соціально стандартизована та гранично впізнавана характеристика супергероїв разом з їхніми фізичними властивостями, фантастичними можливостями та привабливими рисами, безумовно, створюють сприятливе середовище для стимуляції та підтримки глядацького (особливо дитячого, підліткового, молодіжного, дорослого) інтересу, що вкотре доводить прокатний успіх нових голлівудських фільмів.

Очевидно, американське кіно засноване на красі дійових осіб, особистій привабливості, поліпшенні людей, їхній силі врятувати країну та світ загалом. Американські актори — це соціальний ідеал певних груп населення США, тому вони і не можуть бути замінені типажем, адже уособлюють риси образів героїв-рятівників і супергероїв. Семантика образів в американському кіно є простим і чітким поділом персонажів на «хороших» і «поганих», які втілюють добро та зло. По суті, образи героїв бойовиків і супергероїв кінокоміксів та моделі їхньої

поведінки — це і є форми демонстрації еталонів справедливості, моралі, душевних переживань і прагнення досягти великих цілей. Слід зауважити, що в голлівудському кіно стандарти образності не створюються, а використовуються як загальноприйняті стереотипи вчинків персонажів, тобто стимули, що викликають реакції на співпереживання головним героям.

Яким є співвідношення надлюдини з улюбленим персонажем голлівудського кіно — звичайною людиною? Звичайна людина та супергерой збігаються в глибинні переживання обмеженості як властивості свого самоусвідомлення. Різниця кількісна: звичайна людина — обмежена, надлюдина — необмежена, а обмеженість «роздута». Тобто герой бойовика та кінокоміксу — перевтілена форма звичайної людини. Тому саме голлівудська звичайна людина — це матеріал, з якого народжується людина-герой, або супергерой, надлюдина.

Безумовно, однократний перегляд таких фільмів може дати лише короточасний, нестійкий ефект образності. Але в разі багаторазового та масового перегляду та за наявності яких-небудь додаткових сприятливих факторів ефект посилюється і може набути вагомості серед глядацької аудиторії.

Але якщо говорити про сукупність людей, які цікавляться кінематографом та сучасним героїчним образом зокрема, якщо говорити про масову аудиторію — сучасні глядачі, сценаристи, режисери, продюсери, актори перебувають у пошуку усвідомлених і несвідомих поривів як зразкового художнього прикладу та втіленого ідеалу людини певної епохи. І з плином часу хтось інший прийде на зміну сьогоднішнім кіногероям, щоб стати героїчними образами завтра. Героїчний образ, на нашу думку, найбільш конкретно, очевидно і об'ємно втілюється саме у фільмах досліджених жанрів.

■ Список посилань

- Бородіна, Н. В. (2018). Дилема утилітаризму в кіновсесвіті Marvel. *Філософські проблеми гуманітарних наук*, 2, 25–28.
- Задорожна, О. (2015). Фентезі як інтермедіальний жанр. *Літературознавчі студії*, 1(1), 154–161.
- Космацька, Н. В. (2012a). Мова сучасного коміксу як явища масової культури. *Мова і культура*, 15(4), 15–20.
- Космацька, Н. В. (2012b). Нарис з історії виникнення і становлення жанру коміксу. *Вісник Львівського університету. Серія Іноземні мови*, 19, 141–147.
- Троян, Т. Г. (2018). Формування комікс-культури: переваги, функції, значення. *Міжнародний науковий журнал "Інтернаука"*, 7(1), 22–26.
- Метісон, Р. (2016). *Я - легенда*. Клуб Сімейного Дозвілля.
- Avery-Natale, E. (2013). An Analysis of Embodiment among Six Superheroes in DC Comics. *Social Thought & Research*, 32, 71–106. <http://dx.doi.org/10.17161/STR.1808.12434>
- Baudrillard, J. (1986). *Amérique*. B. Grasse.
- Blin-Rolland, A., Lecomte, G., & Ripley, M. (2017). Comics and Adaptation. *European Comic Art*, 10(1), 1–8. <https://doi.org/10.3167/eca.2017.100102>
- Ioannidou, E. (2013). Adapting superhero comics for the big screen: subculture for the masses. *Adaptation*, 6(2), 230–238. <https://doi.org/10.1093/adaptation/apt004>
- Kaplan, D. (2003). *Ricoeur's Critical Theory*. State University of New York Press.

- Quart, L., & Auster, A. (2018). *American Film and Society Since 1945* (5th Ed.). Praeger.
- Smith, G. M., Andrae, T., Bukatman, S., & LaMarre, T. (2011). Surveying the World of Contemporary Comics Scholarship: A Conversation. *Cinema Journal*, 50(3), 135–147.
- Winder, R. (2020). *Soft Power. The New Great Game*. Little, Brown.

References

- Avery-Natale, E. (2013). An Analysis of Embodiment among Six Superheroes in DC Comics. *Social Thought & Research*, 32, 71–106. <http://dx.doi.org/10.17161/STR.1808.12434> [in English].
- Baudrillard, J. (2018). *Amérique* [America]. B. Grasse [in French].
- Blin-Rolland, A., Lecomte, G., & Ripley, M. (2017). Comics and Adaptation. *European Comic Art*, 10(1), 1–8. <https://doi.org/10.3167/eca.2017.100102> [in English].
- Borodina, N. V. (2018). Dylema utylitaryzmu v kinovsesviti Marvel [The dilemma of utilitarianism in the Marvel Universe]. *Filosofski problemy humanitarnykh nauk*, 2, 25–28 [in Ukrainian].
- Ioannidou, E. (2013). Adapting superhero comics for the big screen: subculture for the masses. *Adaptation*, 6(2), 230–238. <https://doi.org/10.1093/adaptation/apt004> [in English].
- Kaplan, D. (2003). *Ricoeur's Critical Theory*. State University of New York Press [in English].
- Kosmatska, N. B. (2012a). Mova suchasnoho komiksu yak yavyscha masovoi kultury [The language of the modern comic book as a phenomenon of mass culture]. *Language & culture*, 15(4), 15–20 [in Ukrainian].
- Kosmatska, N. V. (2012b). Narys z istorii vynyknennia i stanovlennia zhanru komiksu [Sketch of the origine and formation of comics' genre]. *Visnyk of the Lviv University. Foreign Languages Series*, 19, 141–147 [in Ukrainian].
- Metison, R. (2016). *Ya - lehenda* [I am a legend]. Klub Simeinoho Dozvillia [in Ukrainian].
- Quart, L., & Auster, A. (2018). *American Film and Society Since 1945* (5th Ed.). Praeger [in English].
- Smith, G. M., Andrae, T., Bukatman, S., & LaMarre, T. (2011). Surveying the World of Contemporary Comics Scholarship: A Conversation. *Cinema Journal*, 50(3), 135–147 [in English].
- Troian, T. H. (2018). Formuvannia komiks-kultury: perevahy, funktsii, znachennia [The generation of a comic-culture: advantages, functions, values]. *International scientific journal*, 7(1), 22–26 [in Ukrainian].
- Winder, R. (2020). *Soft Power. The New Great Game*. Little, Brown [in English].
- Zadorozhna, O. (2015). Fentezi yak intermedialnyi zhanr [Fantasy as Intermediary Genre]. *Literary Studies*, 1(1), 154–161 [in Ukrainian].

SEMANTICS OF THE HEROIC IMAGE IN THE AMERICAN FILM CULTURE OF THE EARLY 21ST CENTURY (ON THE EXAMPLE OF ACTION FILMS AND COMIC BOOKS)

Mykyta Surnin

Master's Degree,

Institute of Cultural Studies

National Academy of Arts of Ukraine,

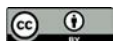
Kyiv, Ukraine

ORCID: 0000-0003-3768-5026

e-mail: surninmykyta@gmail.com

The purpose of the article is to examine the peculiarity of the heroic images' semantics in American film culture of the early twenty-first century on the example of action films and comic books. *Research results.* It has been established that the world of cinema and film culture are saturated with images of heroes, they are the basis of most feature films. It is analysed that the creators of action films and comic books, as carriers of American culture and mentality, consciously or unconsciously embodied important American values in film characters. Examples of the character's actions on the screen are given, which have a meaning that is fully consistent with these values, and an interpretation of the characters' way of acting and extracting these meanings allows us to see the peculiarities of US culture, values, norms and peculiarities of the American worldview in the twenty-first century. In American film culture, twenty-first-century film characters have more opportunities (digital and technological) to fight evil and injustice. The author suggests that directors of American mass cinema use the images of film characters to convey on the screen those social problems that will inevitably touch the viewer's soul. With the help of mass cinema, the United States creates a favourable, attractive image for itself, and instils its ideas in American and foreign audiences, which are transmitted through its favourite film characters. *The scientific novelty* of the study lies in the fact that for the first time, the aspects and characteristics of heroic images are examined on the example of action films and comic books of American film culture in the early twenty-first century. *Conclusions.* American films are based on the characters' beauty, their attractiveness, the improvement of people, and their power to save the country and the world as a whole. American actors are the social ideal of certain groups of the US population, so they cannot be replaced by a typecast, as they embody the features of the images of saviours and superheroes. The semantics of images in American cinema is a simple and clear division of characters into "good" and "bad", who embody good and evil. In fact, the images of action heroes and superheroes in comic books and their behavioural patterns are forms of demonstrating the standards of justice, morality, emotional experiences and the desire to achieve great goals.

Keywords: film; film culture; viewer's audience; heroic image; superhero; action film; film comics



This is an open access journal, and all published articles are licensed under a Creative Commons Attribution 4.0.