

Герой нашего времени: трансформация образа киногероя

Евгений Ралдугин Ильич

Выпускник (специалист)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Москва, Россия

E-mail: raldugin2007@mail.ru

С тех пор как кинематограф стал массовым, его роль в создании и закреплении образов у человека всё возрастает. Человек может отождествлять себя с ним, сопереживать, или же испытывать к нему чёткое отторжение, если образ не соответствует его личным пристрастиям и предпочтениям. А как на самом деле выглядит этот герой? Какие цели он преследует? Какими путями прокладывает свой путь к ним? Как он сам трансформировался за прошедшие десятилетия, и почему?

Когда речь заходит о герое, необходимо отметить тот факт, что его, зачастую, положительные качества не могут не оттеняться противостоящим ему антигероем. И, что также важно, нельзя не рассматривать образ антигероя как носителя иной ценностно-поведенческой модели. Бывают случаи, когда симпатия зрителей достаётся не правильно поступающему герою, а его более коварному сопернику.

Кинематограф несёт в себе разные функции: культурно-просветительскую, потребительскую, социально-экономическую, функцию социализации [1], и многие другие. В том числе и воспитательную функцию молодёжи. Но в истории кинематографа есть масса примеров, когда асоциальные герои имеют своего зрителя, находят интерес широкой аудитории.

На основе проведённого исследования можно выделить несколько ключевых архетипов киногероя:

- классический; борец с системой; политический; негероический; комедийный; антигероический; исторический; экзистенциальный.

По мере своего развития, кинематограф предлагает несколько иные типы героя в кинолентах. Появляются фильмы без ярко выраженного героя (несколько сюжетных линий, чётко выделить одного героя невозможно), и даже без героя как такового. Современные сценаристы всё чаще предлагают зрителю некий смешанный тип киногероя, включающего в себя различные характеристики от идеальных типов героев.

Развитие кинематографа как мощного социокультурного феномена сразу повлияло на наполненность и выстроенность художественного пространства, которое становилось мощным генератором формирования мировоззрения. В классической позитивистской традиции изучается связь между факторами. Кино обусловило мощное условие взаимодействия, в котором важны не только участники, но и те условия, в которых они встретились [2].

Как отмечает Григорьян К.Э., современная трактовка понятия «образность» и «актёр» заметно отличается, и отечественные киноведы не склонны ставить знак равенства между ними. Это принцип немного кино, сегодняшней герой может передать с помощью речи и интонации массу различной информации. При этом именно герой был и остаётся самой заметной частью художественного произведения [3].

А как должен выглядеть в таком случае киногерой? Каким будет его художественный образ? На какого зрителя должен ориентироваться прокатчик, на какой фильм делать ставку? Как привлечь в кинотеатр зрителя? Если кинематографическое и социологическое сообщества смогут найти правильный ответ на эти вопросы, то посещаемость кино-

залов увеличится, отечественный кинорынок будет развиваться, будут создаваться новые качественные фильмы.

Источники и литература

- 1) 1. М.И. Жабский // Социодинамика кинематографической жизни общества С.268-280. М., 2015.
- 2) 2. Лубашова Н.И. Феномен кино в социокультурном пространстве // Аналитика культурологии, выпуск №11, 2008 год.
- 3) 3. Григорьян К.Э. Последний герой российской кинематографии//Вестник Адыгейского государственного университета, выпуск №1, 2011 год