ДМИТРИЙ РЯБЧЕНКО

СУПЕРГЕРОИКА В МАССОВОЙ КУЛЬТУРЕ

В статье рассматривается феномен супергероя в современной массовой культуре, обосновывается востребованность образа супергероя и описывается аксиологический аспект репрезентации супергероя в дискурсе массовой культуры.

Ключевые слова: супергерой, комиксы, массовая культура

SUPERHEROES IN MASS CULTURE

The paper deals with the phenomenon of superhero in the contemporary mass culture, it discusses the popularity of the image of superhero and it observes the axiological aspect of superheroic representations in the mass culture discourse.

Key words: superhero, comics, mass culture

«Супергерой – вымышленный персонаж, наделенный неординарными физическими способностями, которые он направляет на свершение подвигов во имя общего блага» – таково первое определение, выдаваемое на поисковый запрос «супергерой» в Интернете. Это упрощенное толкование, имеющее обобщенный характер и не раскрывающее глубокого культурологического смысла, заключенного в понятии «супергерой».

Современная массовая культура, как западная, так и отечественная, пропитана супергеройским контекстом, но для понимания того, как этот контекст вписался в современную культуру, обрел массовость и захватил умы миллионов людей, следуют обратится к истории появления феномена супергероя и его источнику – комиксу.

История развития американской культуры обусловлена условиями создания американского государства. Колонизация и образования независимых государств на территории Америки – процесс достаточно длительны, но, безусловно, культура на территории Евразии развивалась гораздо дольше. К середине XVII века колонии Испании имели абсолютное доминирование на американском континенте, что никак не мешало прибывать на континент все новым и новым поселенцам. Этот факт во многом обусловил пути развития культуры в Америке, как массовой, так и элитарной. За годы колонизации на новые земли перебирались представители различных государств. Выходцы из разных стран имели свои представления о культуре, о традициях и обычаях, о ценностях, о морали и т.д. К моменту получения американским государством независимости нужно

было привести все эти раздробленные и разрозненные культурные ценности «к общему знаменателю».

Каждая культура заключает в себе мифы, легенды и сказания о великих героях, о знаменательных представителях их культуры, о силачах, хитрецах, умельцах и прочих знатных персонах. Все они уходят своими корнями к далеким временам, которые были бы давно забыты, если бы не эти легенды и сказания. Персонажи этих легенд и сказаний отражают культурные стереотипы, сложившиеся в сознании жителей той или иной страны, и в определенной степени создают представление о народе, их создавшем, у людей других культур.

Герои русских легенд – былин – это богатыри. Они обладают неординарными физическими возможностями, нечеловеческой силой и проницательным умом. Богатыри олицетворяют самые лучшие качества русского народа в целом.

В греческих легендах действуют люди-полубоги, которые либо были внебрачными детьми олимпийских богов, либо своими навыками, физической силой и выносливостью не уступали обитателям Олимпа.

Ирландские легенды посвящены могучим воинам, не знающим страха, лучшим в военном ремесле и сильнейшим на поле брани. Стоит уточнить, что эти истории стали возникать после колонизации ирландских земель норвежцами.

Самые знаменитые представители норвежцев – викинги, которые тоже славились как непобедимые бойцы. После того как викинги покорили новые земли и основали там свои дома, они стали частью ирландской культуры.

Нечто похожее произошло в американской культуре – в образ жизни людей были внесены кардинальные изменения, которые были заимствованы из другой культуры. Однако было очень важное обстоятельство: все изменения в массовой культуре, которые можно назвать симбиозом культур или поликультурностью, были синтезированы искусственным путем для получения определенного результата.

Одним из проявлений этого синтеза стало создание «супергероя» – персонажа, характерного для древних былин и легенд, но живущего в современных условиях. Первый супергерой – Супермен – появился в 1938 г. в комиксе издательства DC. Супермен олицетворял на тот момент сверхчеловека – сильного, способно летать, поднимать здания в небо, испепелять врагов взглядом, замораживать их ледяным дыханием и при всех этих атрибутах силы, быть еще и неуязвимым для любого оружия. Прообразом этого супергероя служат русские богатыри и греческие полубоги. Массовая культура США представила обществу свою легенду, свой миф, свой культурологический образ, лишенный изъянов.

Супермен становится отправной точкой развития феномена супергероя. Его образ лежит в основе целого жанра массовой культуры. Но прежде чем стать массовой, эта культура была достаточно узко специализированной: ее специализация заключалось не в специфике контента или сложности понимания, а в ориентированности на детскую аудиторию.

Спустя несколько лет был создан еще один герой – непревзойденный сыщик и детектив Бэтмен. Этот шаг позволил значительно расширить аудиторию, придавая культуре большую массовость. Суть этого расширения заключалось в том, что многим был непонятен образ бессмертного, неуязвимого героя. Дети могли его представить себе, но не могли себя с ним ассоциировать. В современном искусстве одной из важных задач для популяризации какого-либо героя является написание характера этого персонажа, чтобы он был максимально приближен к зрителю/слушателю/читателю для ассоциации себя с ним, тогда возникает ассоциативная связь: «он такой же, как и я». Люди начинают проявлять симпатию к герою и становятся постоянными потребителями массовой информации, в которой фигурирует данный персонаж. Подобным прототипом был Бэтмен, поскольку не обладал ни одной суперспособностью, был обычным человеком, который вышел на борьбу с преступностью. Однако Бэтмен тоже не справился с задачей абсолютной популяризации, ведь его альтер-эго Брюс Уэйн – миллионер.

В период Второй мировой войны, на фоне слухов о секретных разработках правительства, появляются новые супергерои. Один из них – Капитан Америка – символизирует американскую армию. Он показывает, что у всех есть возможность быть солдатом и героем. Образ Капитана Америки был разработан с цель привлечения молодых парней на войну против фашистской Германии. Этот образ сработал. Массовая культура выполнила одну из своих очень важных функций – социализацию.

Со временем вселенные комиксов начали развиваться, становиться все загадочнее, запутаннее, разносторонней. Начинают появляться персонажи, которые могут угодить любому ребенку. За годы существования комиксов в США на них вырастают целые поколения, которые с детства являются потребителями синтезированной культуры. Сфера комиксов развивается, становится политизированной. Появляются супергерои, которые олицетворяют какую-то внешнеполитическую ситуацию, что однозначно демонстрирует симбиоз политической деятельность Соединенных Штатов и массовой культуры, а также влияние одной сферы на другую.

Но, так как для любого вления массовой культуры типично терять популярность, эпоха супергероев начала приходить в упадок. Начался период застоя, который длился до тех пор, пока художник и создатель

множества персонажей комиксов Стен Ли не произвел революцию в этом жанре. Он создал Человека-Паука. До его появления тинэйджеры в комиксах выступали только в роли помощников главных героев. Питер Паркер, который позже становится Человеком-Пауком, изначально – типичный американский подросток, над которыми издеваются в школе. Впоследствии Питер получает суперсилы, которые кардинально меняют его жизнь в лучшую сторону. Так у американской молодежи появляется новый идол, который по социальному положению находится к ней ближе всех. И с этого времени комиксы перестают быть обычным развлечением.

Сценарий комикса как носитель ценностей

Философия комикса всегда очерчивает границы творчества рамками принятых стереотипов, так как комикс является товаром, рассчитанным на максимально широкий круг потребителей. Одним из факторов, повлиявших на развитие комикса, является философский фактор, напрямую связанный с социальным, но имеющий свои концептуальные особенности. Фундаментальной является идея глобального переустройства общества на информационной основе. Влияние потока информации оказалось столь велико, что философы начали говорить о появление новой «информационной цивилизации».

Это отразилось на повышении роли информации в системе духовных и материальных ценностей. В период постиндустриального развития информация стала вытеснять знание. Комикс как средство кодирования информации оказался полезным для передачи информации не только о настоящем, но и о прошлом, перенося в настоящее, хотя и со значительными искажениями, наследие прошлых цивилизаций (например, образцы классической литературы). Также он оказался эффективным средством для обеспечения власти информационной элиты, проповедовавшей свои идеи со страниц комиксов. Примеры подобных явлений изобилуют в истории комикса: это и насаждение фашистской идеологии в Италии, и образ «добра с кулаками» — супермена в Америке, и переход от системы пожизненного найма в Японии.

Таким образом, философия постиндустриального общества нуждалась в комиксах как в виде нового искусства, средстве общественного воздействия и новой семиотической системе (Криничная, http).

Каждый герой в комиксах может быть оценен безошибочно и однозначно. Хороший он или плохой, можно определить из истории его жизни и его поступков. Структура комиксов настолько семиотична, что заставляет всех читателей понимать ситуацию интуитивно. В этом заключается основная масскультурная составляющая.

В конце 60-х годов XX века качество комиксов значительно

улучшилось как в визуальном и типографическом, так и в сценарном планах. Студии начинают активно улучшать тестовую составляющую своих продуктов. Персонажи обретают усовершенствованную историю. Сюжеты начинают обрастать подробностями, становиться линейными и, в конце концов, обретают универсальные ценности. Каждый персонаж комикса становится осмысленным, он обладает своими убеждениями и личными правилами, которыми он руководствуется.

1. Бэтмен (Брюс Вэйн) – миллиардер, потерявший в детстве родителей после нападения на его семью преступника, решил стать защитником города, в котором он живет (Готэм).

Ценности, которые транслирует этот персонаж.

Во-первых, Бэтмен является антигероем, т.е. он действует не по законам, а по своим личным усмотрениям или же по справедливости. Во-вторых, Брюс Уэйн дал клятву никогда не убивать, будучи законопослушным гражданином, что, естественно, отражается на его альтер-эго Бэтмене. В-третьих, комиксы про Бэтмена пропитаны мрачной обстановкой, темнотой и ночью. Для большинства детей и подростков темнота является причиной боязни монстров, преступников и пр., в то время как в истории о Бэтмене темнота превращается в страх для преступников и монстров, ведь на охоту с ними выходит наш герой. В-четвертых, Бэтмен не обладает суперспособностями, он в течение долгих лет тренировался, чтобы уметь бороться с преступностью в Готэме. А поскольку Брюс Уэйн является обычным человек, он больше всех привлекает к себе внимание подростков, так как его воплощение может стать реальностью. Это стимулирует молодежь развиваться умственно и физически.

2. Человек-Паук (Питер Паркер) – подросток, который является объектом издевательств в школе, получил суперсилы после укуса радиоактивного паука. Дядя Питера, Бен Паркер, погиб от рук преступника, которого Питер не захотел останавливать. С тех пор он решил бороться с преступностью.

Ценности, которые транслирует этот персонаж. Во-первых, Питер Паркер пропагандирует активную социальную жизнь. Он человек семейный, постоянно заботится о близких, с этой целью устроился на работу, позже окончил школу на «отлично», поступил в университет, стал ученым. Во-вторых, альтер-эго Питера Паркера – Человек-Паук наглядно проявляет себя в борьбе с преступностью, полностью придерживаясь закона.

Остальные герои являются такими же носителями культурных и семейных ценностей, как описанные выше персонажи. У каждого героя в комиксах свои ценности, свои понятия, свой личный кодекс и своя жизнь.

На базе этих ценностных качеств вот уже на протяжении трех-

четырех поколений выстраиваются стереотипы мышления у американской молодежи.

В 1980-е годы в Америке появляются фанаты комиксов, которые превращают книжки с картинками в целую комикс-культуру, придавая ей определенную эстетическую составляющую и глубокий смысл.

Экранизация комиксов

Экранизация комиксов – ветвь массовой культуры, основная задача которой – поддерживать интерес у зрителя к супергерою, поскольку он, супергерой, становится продаваемым. Таким образом реализуется еще одна функция массовой культуры – продажа.

Экранизация комиксов началась с многосерийных короткометражных фильмов, затем киностудии начали снимать полнометражные фильмы. Сложность заключалась в том, что в XX веке технологии киносъемки не позволяли в полной мере передать всех тех возможностей, красок и эффектов, которые может нести в себе «супергеройский» сюжет.

XXI век стал революционным в жанре комиксов, что является следствием революции в массовой культуре. Комиксы начинают переосмысливать. Над ними начинают проводить полноценные работы, собирать команды из сценаристов, режиссеров, художников, редакторов и многих других. Чем больше ресурсов вкладывается в производство комикса и популяризацию супергероя, тем более массовой становится культура комикса. Основном фактором этой революции в культуре комикса стала киноиндустрия. Возможность создавать эффекты, 3D-реальность, мультивселенную, связанность повествования и непрерывная цепочка событий – все это дает возможность погрузиться в мир комикса с «головой», тем самым порождая у людей желание потреблять его все больше. Это связано с тем, что мир комикса фантастичен, в нем существуют «боги», которых «можно потрогать»: они осязаемы, имеют имена, дома, у них мобильные телефоны и их показывают по телевизору.

Супергероика начинает соперничать с религией на когнитивном уровне. В современном мире поверить в существование Супермена или Человека-Паука намного проще, чем в существование Бога. Бог в данном случае обезличен, у него тысячи имен и ни одного, он везде и нигде одновременно. Супергерой имеет имя, конкретную внешность, адрес проживания. А благодаря активному транслированию супергеройской тематики через многочисленные каналы коммуникации супергерои становятся постоянным объектом когнитивного восприятия.

Благодаря современным технологиям все сферы, в которой массовая культура может найти свое отражение, были использованы для популяризации супергероев. Начался процесс создания

супергероики. В прокат выходят фильмы, посвященные супергероям. Во многих странах мира издательства начинают приобретать права на перевод и публикацию комиксов. Игровая индустрия выпускает релиз за релизом, создавая новые жанры в компьютерной игровой сфере. Рынок детских товаров начинает заполняться атрибутикой и игрушками-супергероями, появляется одежда с изображением популяризированных персонажей. Интернет через все возможные ресурсы развивает популярность этого направления культуры. Супергероика становится полноценной вехой массовой культуры. Супергерои превращаются в идолов современности.

Список литературы:

Lee, Stan, and Mair, George. Excelsior!: The Amazing Life of Stan Lee. Fireside, 2002.

InComix: путеводитель по комиксам [электронная версия] / http://www.incomics.ru/all-about-comics/all-reviews/96-article-about-comics.html

Аналитика культурологии : электронное научное издание [электронная версия] / http://www.analiculturolog.ru/journal/archive/item/777-10.html

Криничная И.А. Массовая культура и ее отличительные особенности // Материалы IV Международной студенческой электронной научной конференции «Студенческий научный форум» 15 февраля – 31 марта 2012 года. – Электронный ресурс. – Режим доступа: https://rae.ru/forum2012/274/1623

Дмитрий Дмитриевич Рябченко – магистрант кафедры коммуникативистики, рекламы и связей с общественностью Белгородского государственного национального исследовательского университета (г. Белгород).