Богдан Игоревич КРАМАРЕВ

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ОБРАЗОВ ПЕРСОНАЖЕЙ-АНТАГОНИСТОВ В ФИЛЬМАХ И КИНОПОСТЕРАХ

В статье представлены особенности репрезентации образов антагонистов в фильмах и кинопостерах в период с 90-х годов и по настоящее время. Антагонисты в кино воплощаются через характеристики, противоположные положительным героям, через схожие личные истории антагонистов и протагонистов, в их чертах могут отражаться атмосфера и ключевая идея фильма. На кинопостерах образы антагонистов репрезентируются через следующие формулы: «антагонист – большая угроза», «противник всегда где-то рядом» «протагонист = антагонист», «антагонист – главный герой фильма», «антагонист пытается угнаться за протагонистом».

Ключевые слова: *фильм, кинопостер, антагонисты, репрезентация образа, функции антагонистов в кино, антагонисты на кинопостерах*

Bogdan I. KRAMAREV

FEATURES REPRESENTATION OF ANTAGONIST CHARACTER IMAGES IN FILMS AND MOVIE POSTERS

The article presents the features of the representation of the images of antagonists in films and movie posters in the period from the 90s to the present. Antagonists in cinema are embodied through characteristics that are opposite to goodies, through similar personal stories of antagonists and protagonists, their features can reflect the atmosphere and key idea of the film. On movie posters, the images of antagonists are represented through the following formulas: «the antagonist is a big threat», «the enemy is always somewhere nearby», «protagonist = antagonist», «antagonist is the main character of the film», «antagonist tries to keep up with the protagonist».

Key words: *film, movie poster, antagonists, image representation, functions of antagonists in movies, antagonists on movie posters*

В кино, как и в любом другом формате сторителлинга, нам интересно наблюдать за историей развития персонажа. Однако зачастую «обыкновенная» жизнь героя не так интересна, как его противостояние с антагонистом. **Антагонистом** можно назвать персонажа, который больше всех мешает герою достичь внешней цели (Хейг 2017: 135). Так называемых противников и недоброжелателей у персонажей может быть много, однако, как правило, главным антагонистом будет выступать кто-то один (или же группа лиц, если они представляют собой единое целое). Например, в фильме «Мстители: Война бесконечности» (2018, США) у положительных героев порядка пяти крупных врагов, с которыми они

сражаются, однако главным антагонистом в фильме выступает один – Танос, именно он возглавляет группу, принимают важные стратегические решения и влияет на сюжет фильма. При этом стоит отметить, что антагонист – не обязательно какая-нибудь личность. Антагонизмом можно называть всё, что стоит между героем и его целью (Мовшовиц 2021: 87). Так, в качестве примера приводится мультфильм «В поисках немо» (2003, США), где антагонистом выступает целый океан со всеми его обитателями, а не отдельные персонажи. Зачастую действительно антагонистами выступают природные явления или даже психологические проблемы и зависимости – например, в фильме «Реквием по мечте» (2000, США).

Исследователи отмечают, что первоначально в кино воплощалось общее понимание зла, основанное на обыденных представлениях зрителя. Но со временем художественный образ героя-злодея стал трансформироваться вслед за вымыслом автора, появлением новых технических и технологических возможностей, а также реальных историй о преступниках и т.д. (Костина 2017: http://). Конструирование образа персонажа-антагониста во многом зависит от контекста времени: какие темы сейчас актуальны, про что важно говорить в кино, а про что не стоит и т.д.

На основе анализа научных работа по исследуемой тематике и собственного зрительского опыта выделим несколько *важных аспектов репрезентации образа персонажа-антагониста:*

Характеристики, противоположные протагонисту

Особенно ярко это проявляется в фэнтезийном кино и в жанре фантастики. Например, фильм «Бегущий по лезвию» (1982, США). Главный герой – человек, который является приверженцем и служителем устоявшейся системы, а также не обделён чувствами. Антагонист – репликант (робот во вселенной этого фильма), который не может испытывать чувств, а также идёт против системы. Антагонисты, как правило, хотят навредить второстепенному персонажу, если протагонист хочет его спасти; они хотят забрать какой-то важный предмет себе, в то время как главный герой хочет представить его общественности.

Однако этот приём довольно часто используется достаточно примитивно. Особенно часто этим пользуются в фильмах про супергероев. Например, фильм «Доктор Стрэндж» (2016, США). Главный герой – доктор Стивен Стрэндж – становится магом и хочет

защитить нашу Вселенную от злых сил. Его антагонист – Касилиус, тоже маг, который хочет эти злые силы привлечь в нашу Вселенную. У них абсолютно зеркальные силы и цели, даже похожий внешний вид. Мы считаем, что это один из наиболее лёгких способов конструирования образа персонажа-антагониста – взять протагониста и буквально перевернуть его личность.

Схожая личная история

Чтобы антагонист не был злом в чистом виде, ему создают бэкграунд, который должен немного оправдать его действия в глазах зрителя, а также сделать не таким однозначным персонажем. Например, в фильме «Тор» (2011, США) антагонистом выступает брат главного героя Локи. Согласно истории, его усыновили в детстве, он рос вместе со сводным братом Тором, который был сильнее и могущественнее его. Кроме того, Королевство должно было достаться ему, из-за этого Локи стал завистливым и захотел отнять власть у брата. То есть нам дают понять, что персонажа Локи можно в какой-то степени оправдать и сочувствовать ему.

Зачастую авторы соединяют истории протагониста и антагониста: либо находят точки соприкосновения в их прошлом, либо сводят их взгляды в каком-либо вопросе. И это не просто так, ведь авторы хотят вызвать у зрителя противоречивые чувства: вы вроде и не любите антагониста, ведь он плохой, но в то же время может сочувствовать ему в каких-либо моментах. Это очень важный аспект, который также отмечают и другие исследователи, например, Ф.Ю. Виталь считает, что именно в контексте эмоционально-чувственного восприятия следует рассматривать приемы воздействия на зрителя в современном (последние три-четыре десятилетия) американском кинематографе (Виталь 2016: 91). Примером может выступать фильм «007: Координаты Скайфолл» (2012, Великобритания). Антагонист Рауль Сильва в исполнении Хавьера Бардема на первый взгляд кажется зрителю типичным злодеем, который хочет навредить главному герою и другим положительным персонажам. Однако в процессе развития сюжета выясняется, что антагониста действия мотивированы его прошлым: Сильва сам принадлежал к структуре секретных агентов, однако был предан системой и физически искалечен, что заставило его мстить. Таким образом персонаж выступает уже не злом в чистом виде, а героем с определённой мотивацией. Это подтверждает вывод Р. Найдёновой о том, что «сегодня в кино и массовой литературе всё чаще образ

отрицательного персонажа сводится к понятию «злодея» (Найдёнова 2018: http://). Мы также не согласны, что антагонист – это злодей в чистом виде. Более того, нам кажется, что последние несколько лет намечается тенденция двойственности поступков антагониста и приведение зрителя к потенциальному сочувствию данному персонажу.

Внешность и характер антагониста зачастую отображает характер фильма

Не всегда антагонист является зеркальным отражением протагониста, однако мы заметили, что его характер очень похож на характер самой картины. Хотим привести в качестве примера фильм «Бэтмен» (2022, США). Антагонист (Загадочник) вовсе не является обратной копией протагониста (Бэтмена), он не вступает в прямой бой, не носит костюм супергероя и т.д., тем не менее он вполне отражает характер фильма, который в первую очередь является детективом. Герой, как и фильм, кропотливый, неторопливый, возможно даже где-то сложный для понимания. Ещё один подобный пример – «Молчание ягнят» (1990, США). Здесь антагонист – маньяк-каннибал, который появляется в фильме лишь на несколько минут. Тем не менее он сразу же захватывает наше внимание: атмосфера становится более напряжённой, зритель буквально замирает в ожидании. Таким образом, мы можем сделать вывод, что зачастую именно характер антагониста создаёт настроение фильма.

Характер смерти персонажа в зависимости от наличия / отсутствия раскаяния

Мы обратили внимание, что, если антагонист в конце своей жизни признаёт свои ошибки и раскаивается, его смерть становится более мирной и спокойной. Если же персонаж до последнего верен своим идеям, он умирает резко и мучительно. Один из наиболее ярких примеров в поп-культуре – фильм «Звёздные войны: Эпизод 6 – Возвращение джедая» (1983, США). В этой части саги погибает главный антагонист трилогии – Дарт Вейдер. Однако в финальной схватке он раскаивается и спасает своего сына от другого злодея ценой собственной жизни, перед смертью он открывается сыну и умирает буквально у него на руках. Несмотря на ранения героя, данная сцена показана в максимально спокойном сеттинге, тем самым зритель понимает, что Дарт Вейдер ушёл в другой мир в спокойствии и умиротворении. Противоположный пример – Лорд Волан-де-Морт («Гарри Поттер и Дары Смерти: Часть 2» (2011, Великобритания). Главный антагонист

нескольких последних частей саги не предавал свои идеалы до самого конца, поэтому момент его смерти показан очень мучительным и долгим, авторы как будто заставляли зрителей проживать этот момент вместе с ним.

Стоит отметить, что большую роль в трансляции этой идеи играют углы и ракурсы съёмки, саундтрек, саунд-дизайн и т.д. И всё-таки наше первое знакомство с антагонистом начинается именно с промоматериалов – аннотации, трейлеров и постеров.

Для более детального рассмотрения образов персонажей-антагонистов нами было проанализировано свыше 600 постеров мирового кинематографа 1990-2022 гг. Стоит отметить, что за 30 лет и сами постеры, и способ их конструирования, и изображение персонажей на них значительно изменились. В 90-х культура постеров, как и трейлеров, была ещё не очень сильно развита. Так, обычно к одному фильму выпускали один постер, где изображали главного героя или несколько. Представим «классический» постер фильма 90-х годов: человек или люди изображены крупным или средним планом в привычной для героя фильма среде. Например, постер к фильму «Зелёная миля» (1999, США). На нём изображён главный герой в своей униформе, он задумчиво смотрит в сторону или наверх (в различных постерах по-разному), что отражает его характер в фильме. Или фильм «Брат» (1997, Россия) – средний план главного героя, он в своей узнаваемой одежде, в которой проводит большую часть фильма, а также держит на плече оружие. У него уверенный взгляд прямо на зрителя, тем самым мы также становимся уверенными в его поступках и решениях.

В первое десятилетие нового века постеры начали получать более широкое распространение. Автора стали создавать не 2-3 постера, а до 10 вариантов, комбинируя персонажей в различные группы (пример: постеры к фильму «Гарри Поттер и Принц-полукровка» (2009, Великобритания). Также массовое распространения стали получать индивидуальные постеры для каждого персонажа. В нулевых всё чаще постеры становились многоплановыми: изображалось много героев, которые находились на разной дальности от зрителя, соответственно менялся их размер (как правило, пропорционально их значимости в фильме). Таких примеров достаточно много: «Железный человек» (2008, США), «Добро пожаловать в Zомбилэнд» (2009, США), «Люди Икс: Начало. Росомаха» (2009, США) и др.

В постерах к фильмам 2010-2022 гг. в основном всегда на первый план выходят главные герои (исключение – постеры к большим

кроссоверам, например, «Мстители: Война бесконечности» (2018, США) – здесь, конечно, первостепенные герои выделяются, но не так активно, как на постерах других фильмов). Тем не менее, в отличие от такого же посыла постеров 90-х, герои фильмов последнего времени в большинстве случаев изображены в полный рост (пример: «Джанго Освобождённый» (2012, США), «Холоп» (2019, Россия) и т.д.), а значит, мы полностью можем погрузиться в транслируемый образ: одежда, поза, окружающая обстановка (в 90-х из-за близкого плана протагониста это в основном был нейтральный фон) и т.д.

Стоит отметить двойственность закономерностей при создании постеров последнего десятилетия. Так, фильмы, базирующиеся на комиксах, и другие массовые фильмы в своих постерах прибегают к одному шаблону: в центре главный герой, вокруг него много второстепенных персонажей, которые различаются по размеру и положению в кадре. В то же время некоторые авторы прибегают к более уникальному способу создания постеров, тем самым привлекая внимание к своей картине. Например, постер к фильму Уэса Андерсона «Отель «Гранд Будапешт» (2014, США). На нём есть все персонажи, как будто изображённые на карточках от отеля. Они одинакового размера, их место в кадре ничем не отличается. Тем самым автор показывает нам, что все персонажи одинаково интересны, достойны внимания и выделять никого не стоит.

Также стоит отметить, что авторы фильмов последнего десятилетия стараются чётко не обособлять термины «протагонист» и «антагонист» в понимании «хороший» и «плохой», давая зрителю возможность самому сделать выводы и отдать предпочтение любому персонажу. Например, фильм «Паразиты» (2019, Южная Корея). Постер выдвигает на первый план одного из главных героев, однако у нас нет чёткого понимания, хороший он или плохой. И по ходу фильма чёткого ответа мы не получаем, тем самым постер не будет «подсказывать» нам характеры персонажей ещё перед просмотром фильма.

После анализа постеров 1990-2022 гг. нами было выделено несколько *видов изображения противников главных героев*:

Антагонист – большая угроза

В таком варианте злодей изображается крупно, почти во всю ширину постера, тем самым авторы показывают нам масштаб его силы и опасность, которую он несёт. Примером является постер к фильму «Звёздные войны. Эпизод 1 – Скрытая угроза» (1999, США). При этом

важно отметить, что обложки DVD (ее в каком-то смысле можно отнести к постерам) ставили антагониста на главную и передовую часть постера, тем самым показывая важность этого персонажа. Также создатели выпустили персональные постеры каждого героя, в том числе и антагониста, что является достаточно редкой практикой для промокампаний фильмов тех лет.

К такому же виду постера можно отнести и постер к фильму «Мумия» (1999, США). Здесь даже нет никаких персонажей, главная часть постера – визуальное отображение проклятья, которое в самом фильме визуализируется в форме мумий.

Отдельно хотелось бы выделить постер к фильму «Реквием по мечте» (2000, США). Здесь верхнюю часть постера полностью занимает изображение глаза с расширенным зрачком. В этом фильме нет чёткого антагониста-человека, вместо этого злом в фильме выступают запрещённые вещества. Таким образом авторы визуализировали этого антагониста, что показалось нам довольно интересным приёмом.

Один из наиболее ярких примеров – постер к фильму «Старикам тут не место» (2007, США). Лицо антагониста в исполнении Хавьера Бардема почти что является фоном постера, а протагонист (персонаж Джоша Бролина) изображён бегущим. То есть нам буквально транслируют идею фильма – протагонист всё время убегает, но антагонист всегда его находит.

Противник всегда где-то рядом

На таких постерах в центре внимания находится главный герой фильма, однако его антагонист тоже изображён на постере. Он одинакового с протагонистом размера (не увеличен специально для того, чтобы показать масштаб), зачастую у героев даже есть тактильный контакт – для того чтобы показать, что они действительно постоянно находятся рядом друг с другом. Одним из самых ярких примеров является постер к фильму «Адвокат дьявола» (1997, США): на нём герой Аль Пачино, который играет антагониста, буквально держит за плечи героя Киану Ривза – протагониста.

К такому же виду постера можно отнести постер к фильму «Пятый элемент» (1997, Франция). Здесь в верхней части постера изображены головы главных героев – в центре Брюс Уиллис, слева от него Гари Олдман (антагонист), а справа Милла Йовович (ещё один протагонист). При этом герои, расположенные по бокам, одинакового размера, несмотря на то, что экранного времени у персонажа Миллы Йовович

значительно больше. По такому же принципу строятся постеры к трилогии «Пираты карибского моря» (2003-2007, США). На первом плане всегда изображён главный герой – Джек Воробей, а по бокам от него находятся другие протагонисты и антагонист. Или постер к фильму «Чужой: Завет» (2017, США). На первом плане – главная героиня-протагонист, а в левой части постера и немного позади – антагонист, который несёт опасность и вызывает страх у героини (что отражается на её лице). Она оглядывается назад и даёт нам понять, что в этом фильме зло всегда где-то рядом.

Протагонист = антагонист

Здесь создатели играют на равносильности персонажей, а также на существенной разнице в их характере. Например, постер к фильму «Бойцовский клуб» (1999, США). Здесь персонажи Эдварда Нортона и Брэда Питта изображены абсолютно одинаково – размер, расположение относительно пространства и т.д., при этом сделан акцент на различные эмоции героев: Эдвард Нортон озлобленный и угрюмый, а Брэд Питт спокойный (на другом постере он и вовсе улыбается).

Ещё один пример – постер к фильму «Жестокие игры» (1999, США). Здесь протагонист (Риз Уизерспун) и антагонист (Сара Мишель Геллар) изображены на одном уровне, они оба не смотрят в камеру и как будто даже пытаются спрятаться от зрителей. Таким образом нам показывают, что героини на равных, даже если изначально кажется, что это не так.

Зачастую постеры транслируют нам, кто на самом деле антагонист фильма, однако мы понимаем это только после его просмотра. Пример – постер к фильму «Наркоз» (2007 США). Здесь два героя (девушка и парень) изображены одинаковыми по размеру и приблизительно на одинаковом плане, но при просмотре фильма выясняется, что один из них всё время был антагонистом.

Антагонист – главный герой фильма

Такой вид постера наиболее часто встречается в жанре ужасов или фэнтези. Как правило, антагонист изображён на постере один или в крайнем случае на переднем плане и в большом масштабе. Однако стоит отметить, что такие постеры встречаются значительно реже, чем другие.

Приведём для примера постер к фильму «Чужой 3» (1992, США). Почти на всех постерах к этому фильму изображён только антагонист и название фильма. Такая минималистичность заставляет нас полноценно сконцентрироваться именно на этом герое – таким образом

мы уже перед просмотром фильма погружаемся в его вселенную. Другой пример – постер фильма «Ганнибал» (2001, США). Лицо героя Энтони Хопкинса занимает почти весь постер. Герой немного исподлобья смотрит прямо на зрителя, а для усиления эффекта создатели сделали его зрачок красным, что автоматически вызывает ассоциацию с чудовищами (например, с Дракулой).

Антагонист пытается угнаться за протагонистом

На таких постерах нам ясно показывают, что главный герой всегда на ведущих ролях, а антагонисты стараются лишь подражать / соответствовать / быть похожим на главного героя. Эту идею ярче всего отражает «угловое» построение персонажей: в середине постера крупнее всех изображён протагонист, а затем углом расходятся остальные персонажи, в том числе и антагонисты. Конечно, это довольно условное понятие, не всегда антагонисты стараются подражать, но тем не менее именно такое впечатление создаёт у нас постер.

Это довольно часто встречается в комедиях и подростковых драмах нулевых. Например, постеры к фильму «Дрянные девчонки» (2004, США). Представлены два вида постеров, на одном из них главная героиня в исполнении Линдси Лохан стоит ровно посередине, и она изображена крупнее всех, остальные персонажи-антагонисты находятся позади неё, что демонстрирует нам их «отставание» от главной героини.

Такую же идею могут транслировать и постеры к мультфильмам. Например, «Атлантида: Затерянный мир» (2001, США). Здесь на первом плане стоит главный герой, а за его спиной по бокам выстраиваются другие положительные герои и антагонист, который раскрывается в течение мультфильма. Ещё один пример – постер к фильму «Валериан и город тысячи планет» (2017, Франция). Здесь протагонисты показаны самыми крупными и выдвинуты на первый план, а второстепенные герои (в том числе и антагонисты) выстроены по диагонали от них и уменьшаются в размерах.

В некоторых постерах возможна комбинация этих видов. Например, «Оно 2» (2019, США): весь постер занимает изображение главного антагониста фильма – клоуна Пеннивайза, причём он настолько большой, что у постера даже нет фона. Тем самым мы получаем комбинацию «Антагонист – большая угроза» + «Антагонист – главный герой фильма». Или «Новый Человек-паук: Высокое напряжение» (2014, США): на постере два героя показаны сражающимися друг с другом, они находятся на разных планах

(протагонист ближе к нам, антагонист – дальше), но перед нами естественная перспектива, а не искусственно созданная авторами. Значит, совмещаются два типапостеров: «Противник где-то рядом» + «Антагонист = протагонист». Или «Бесславные ублюдки» (2009, Германия): антагонист фильма на постере изображён за протагонистом, тем не менее его фигура искусственно увеличена, что показывает важность и влияние его персонажа в фильме. Таким образом мы можем сделать, вывод о совмещении двух видов: «Противник всегда где-то рядом» + «Антагонист пытается угнаться за протагонистом».

Отдельно следует выделить индивидуальные постеры антагонистов. В 90-х они практически не встречались (только у крупных студий с большим производственным бюджетом), активное распространение индивидуальные постеры получили в нулевых. Как правило, такие постеры антагонистов ничем не отличаются от подобных постеров протагонистов. План, фон, в принципе, концепция у всех индивидуальных постеров персонажей фильма выполнена в едином стиле. Единственное, что отличается, это отображение характера персонажа. Антагонисты изображены с суровым, злым или сумасшедшим выражением лица, их поза либо закрытая, либо воинственная. То есть при одном взгляде на такой постер мы понимаем, что перед нами именно антагонист.

Таким образом, мы можем сделать вывод, что антагонисты представлены на кинопостерах достаточно редко. Активнее всего они изображаются на постерах к фильмам в жанре фэнтези (особенно в фильмах, основанных на кинокомиксах), однако в некоторых других фильмах различных жанров мы также можем их встретить. Со временем представленность антагонистов на постерах увеличивается, что соответствует их месту в идеологии фильмов.

Список литературы:

Виталь Ф.Ю. Эмоциональное воздействие на зрителя в американском кинематографе // Вестник ВГИК. – 2016. – №1 (27). – С. 91-104

Костина А.М. Влияние имени на зрительское восприятие образа кинозлодея в кинематографических произведения // Научная палитра. – 2017. – №2 (16). – Режим доступа: https://elibrary.ru/download/elibrary_29822942_39363381.pdf

Мовшовиц Д. От идеи до злодея. Учимся создавать истории вместе с Pixar. – М.: Эксмо, 2021. – 128 с.

Найдёнова Р. Герои-антагонисты в русской классике: опыт типологии // Актуальная классика: Материалы вторых студенческих научных чтений. – 2018. – Режим доступа:

https://elibrary.ru/download/elibrary_35454557_57541634.pdf

Хейг М. Голливудский стандарт: Как написать сценарий для кино и ТВ, который купят. – М.: Альпина Паблишер, 2017. – 388 с.

КРАМАРЕВ Богдан Игоревич – магистрант кафедры коммуникативистики, рекламы и связей с общественностью по направлению подготовки «Медиакоммуникации», Белгородский государственный национальный исследовательский университет (г. Белгород).

Научный руководитель:

БЕЛОЕДОВА Анна Викторовна – кандидат филологических наук, доцент кафедры коммуникативистики, рекламы и связей с общественностью, Белгородский государственный национальный исследовательский университет (г. Белгород), *beloedova@bsu.edu.ru*