

УДК 316.7

ORCID ID <https://orcid.org/0000-0003-3768-5026>DOI: <https://doi.org/10.37627/2311-9489-25-2024-1.99-109>

СЕМАНТИКО-СТИЛІСТИЧНІ ТА ВЕРБАЛЬНО-ПОВЕДІНКОВІ ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ПЕРСОНАЖІВ «НЕКОМПЕТЕНТНИХ ПРОФЕСІОНАЛІВ» У ГОЛЛІВУДСЬКОМУ КІНО

Сурнін**Микита Сергійович**

магістр режисури,
Інститут культурології
Національної академії
мистецтв України,
м. Київ
surninmykyta@gmail.com

Mykyta Surnin

master's degree (stage-director),
Institute for Cultural Research
of the National Academy
of Arts of Ukraine,
Kyiv
surninmykyta@gmail.com

Анотація. Статтю присвячено проблемі презентації професійної некомпетентності в кінопродукції Голлівуду. Зроблено висновок про те, що конструювання образів «некомпетентних професіоналів» у сюжетах розглянутих кінострічок здійснюється в напрямку створення образів кіногероїв, які складаються з позитивно та негативно забарвлених рис: доброго, веселого, безтурботного та хвалькуватого, з одного боку, та професійно неозначеного, безвідповідального, жадібного, підступного та незадоволеного світом, з іншого. Така дихотомія створює уявлення про схожість з реальною людиною і приваблює глядача, автоматично зміщуючи еталонного кіногероя на узбіччя, залишаючи його в минулому. Проаналізовано тематично-змістове наповнення кінопродукції, визначено основні чинники, які використовуються для створення і популяризації позитивного образу «непрофесійних професіоналів», образу новітнього кіногероя сучасної соціокультурної дійсності. Визначено, що масофікація як процес і результат глобального впливу популярного кіно на мислення людей виявляється у формуванні картини світу, що представляє собою когнітивні структури сприйняття дійсності. Це призводить до створення особливої медіакартини світу, що є результатом постійної інформаційної експансії, спрямованої на розуміння світу, і спричиняє постійну маніпуляцію змістом свідомості особистості. Кінопродукція, з огляду на вище зазначене, імітує реальність, створюючи візуально-вербальні картини, які мають прямий вплив на психіку й поведінку людей, формуючи суспільні стереотипи.

Ключові слова: Голлівуд, кінотекст, культурний код, ідентичність, масофікація, медіакультура, аксіосфера.

Постановка проблеми. Тематика суспільних стереотипів є однією з найактуальніших проблем у сучасній медіакulturі взагалі та кінопродукції зокрема. Проблемою дослідження є потреба культурологічної рефлексії образу «непрофесійного професіонала» як складової аксіосфери та інструмента трансляції культурної мікроідентичності. Розв'язання зазначеної проблеми має велике значення, для сфери професійного конструювання, у якій кіностереотипи виявляються культурними кодами й презентуються у вигляді сконструйованого образу з

визначеними нормами поведінки, які містяться в поведінкових патернах персонажів кіносюжету. Це має неабияке значення як для розуміння практик соціалізації, так і діяльності культурних індустрій, які через кінопродукцію створюють патерни для наслідування в професійному сегменті.

Дослідження і публікації. Передумовою теоретико-культурологічної рефлексії професійної принадності слугувало формування класичної раціональності, для якої є типовими такі особливості: континуальне розуміння професіоналізму; вписування професійності в культурне середовище та її залежності щодо соціальної дійсності. Це відображає конструйовані в культурі та суспільстві образи людей та соціальних груп у їхньому ціннісному, інтелектуальному та соціально-практичному компонентах. Створення попиту на окремі професійні функції набуло в межах системи індустріального виробництва наприкінці ХХ століття відповідного масштабування. Процес масштабування відбувався засобами кінопродукції як складової частини духовної культури та однієї з практик генерування культурних кодів, у яких певна спільнота здобуває сенсожиттєву ідентичність.

Методологічною базою дослідження є роботи, присвячені проблемам екранної культури як особливого засобу освоєння культури (І. Зубавіна, Т. Кохан, О. Оніщенко, В. Скуратівський, Г. Чміль), антропології та онтології кіно (Ф. Бордман, Ж. Дельоз, Н. Керролл, М. Халава-Сархольц, З. Алфьорова, Д. Петренко, Л. Брюховецька), структурно-функціоналістські та інституціоналістські соціологічні теорії мистецтва (Х. Д. Данкан, М. Альбрехт, Дж. Дікі, П. Бурдьє), а також культурологічні, мистецтвознавчі, соціологічні теорії, понятійно-категорійний апарат яких утворює підґрунтя для аналізу предмету дослідження. До цих теорій, зокрема, належать структуралізм К. Леві-Сторсса, А. Моля, М. Фуко, Ж. Лакана, постструктуралізм Р. Барта, Ж. Дерріда, Ю. Кристєвої, У. Еко, Л. Гольдмана, семіотичні теорії Ю. Лотмана, Р. Барта, К. Метца, У. Еко, Ж. Мітрі, Р. Стема, А. Шаффа.

У різних аспектах названі автори розглядають у своїх працях мистецтво як аксіосферу культури та сукупність знакових систем, аналізують культурні тексти в контексті символотворчості, наголошуючи на наявності в мистецтві універсальних інваріантних структур, прихованих від свідомості, але визначальних щодо реакції людини, розгляда-

ють кіномистецтво в контексті питання верифікації людиною ставлення до навколишнього світу, аналізують знакові системи кінотекстів.

Структуралістська методологія дозволила авторові виділити з усього масиву творів кіномистецтва ті, у яких можна побачити певні подібні риси (у виразних засобах презентації професіоналізму/непрофесіоналізму; однотипності трансльованої інформації щодо створення сприятливого образу кіногероя в глядача; орієнтації на певні ціннісно-нормативні структури, які прищеплюються аудиторії як сучасні й актуальні та прагматичні інтенції). У досліджених кінотекстах виділені елементи, з яких складається цілісний образ і є невід'ємною характеристикою кіногероя, як-от: схильність до виправдовувань, псевдodemократизм у військових організаціях, розуміння задач тощо. Порівняльний аналіз цих елементів спрямований на виявлення стабільних правил перетворення аксіосфери і дає можливість моделювати всі варіанти сучасного кіновиробництва Голлівуду. Верифікація отриманих комбінаторних характеристик шляхом подібного аналізу проводиться на представлених у статті кінотворах, що дозволяє авторові побудувати компаративно-аналітичну модель аналізу виражених у цих творах культурних мікроідентичностей та трансльованих через них культурних кодів.

Х. Д. Данкан з позицій соціального інституту, розглянувши його структуру, дійшов висновку, що в системі «кінотвір — критик — публіка» вирішальна роль належить критику як посереднику між глядачем і митцем, бо він у своїй особі презентує цінності, необхідні для виживання групи. Але аналіз інституту через структурні ланки «митець — критик — публіка» Х. Д. Данкана є неповним, бо він обходиться без основного, а саме без художнього твору. Цікаво те, що науковець по суті повторює думку, висловлену О. Вайльдом у есе «Критик як митець» (1891), у якому відомий англійський письменник ставить критика на рівень вищий за митця.

Метою дослідження М. Альбрехта є аналіз відносин винятково внутрішньо-інститутських (тобто відносин між структурними компонентами). На противагу Х. Д. Данкану М. Альбрехт вважає, що основою для виділення самого поняття кіномистецтва як соціального інституту повинна бути кінострічка (у нашому випадку кіносюжет, кінотекст) як цінність. Згідно з цією позицією вже за самим

кінотвором закріплюється роль критерія чи субординатора інституціональної структури суспільства. Значуща для нашого дослідження ідея автора полягає в урахуванні впливу доміантних відносин у суспільстві на кіномистецтво, який реалізується не прямо, а через систему внутрішньо-професійних відносин, сприяючи закріпленню і розвитку одних цінностей і периферизації/маргіналізації інших. Політичні, ідеологічні, юридичні відносини, що домінують у суспільстві, діють як мутаційний фактор, який призводить до різних (видових, жанрових, формальних, змістовних) новацій у кіномистецтві. Дж. Дікі у книзі «Мистецтво й естетика. Інституційний аналіз» виділив дві основні риси художнього твору: соціальність і створеність. Дж. Дікі акцентує увагу на дослідженні того механізму в суспільстві, який відповідальний за соціальність, бо без неї об'єкт (незважаючи на жодну досконалість, неперевершеність тощо) за однією ознакою — «створеність», тому ще твором мистецтва не стає або, точніше, не набуває його статусу. Саме цей механізм, що перетворює об'єкт на мистецтво (наділяє його таким статусом), у Дж. Дікі називається соціальним інститутом, а його аналіз має дати відповідь на запитання, що хвилюють кінознавців, критиків і насамкінець просто любителів кіно. Використовуючи таку методологію, Дж. Дікі висуває ще питання про те, бути чи не бути об'єкту мистецьким твором, повністю залежить від тієї інституціональної структури, у якій він міститься, тобто від тих соціальних груп, які відповідають за зміст, розповсюдження (продаж) і сприйняття твору, і саме вони наділяють його статусом мистецтва. Як результат, твір кіномистецтва — це такий продукт діяльності людини, якому був присвоєний статус художності громадською інституцією (Douglas, 2014, р. 7–10).

Значущою є й робота Ж. Дельоза «Кіно», у якій автор висуває кінематографічну теорію, власне,

«не про кіно, а про концепції, які породжують кіно, а також про їхній зв'язок з іншими концепціями і практиками» (Чміль, 2020, с. 35).

Не можна також не погодитися з думкою Г. Чміль щодо того, що

«екранний вимір людського буття виконує по-

двійну функцію: він і забезпечує адекватне відображення актуальних соціокультурних процесів, і водночас формує нову парадигму мислення, здатну на таке відображення. Мислення, конституційоване екранним дискурсом, — це процесуальність «онтологічно позитивного» (у дельозівському сенсі) продукування афектів і «зустрічей» (Чміль, 2020, с. 45).

Додамо, що «екран», у нашому контексті кінотвір, додає образно-конститууючу силу глядачеві за допомогою, за висловом М. Халава-Сархольц, «всеохоплюючої Волі до Бачення» (Halawa-Sarholz, 2021, р. 579), сприймання в кінотексті того, що хочеться бачити. «Замість того, щоб визначати можливість «буття» картини, глядач визначається об'єктом свого сприйняття» (Halawa-Sarholz, 2021, р. 580). Водночас культурний код (сенса, що трансльований крізь призму художнього продукту як носія інформаційного повідомлення) (Moles, 1971), кінотекст має такі наративи, які охоче сприймаються реципієнтами.

«Передбачення режисером очікувань своєї аудиторії керує його режисерськими рішеннями, а очікування аудиторії щодо цих очікувань керують їхніми інтерпретаційними судженнями» (Laner, 2021, р. 17).

Беззастережне значення для цієї роботи має аналіз праць з семіотики кіно, адже, як слушно стверджував Ю. Лотман, творці фільмів щось хочуть сказати глядачеві, але для того, щоб зрозуміти їх послання, потрібно знати його мову. Р. Барт, розуміючи кіномистецтво як семіологічну систему, наголошував на комунікативній функції кінотексту. Теоретик вводить поняття «комунікаційний ланцюг», який складається з відправника повідомлення, його отримувача, означуваного (сюжет) та означника, який актуалізує означуване.

Наприкінці 1960-х рр. з'являється теорія, у якій кіно розглядається не як відображення реальності, а як знакова система з власними кодами, як природна мова. На протигагу цієї теорії К. Метц наголошує на тому, що кіно — це мова реальності, сутність якої полягає в трансформації світу в текст.

«У 1970-х розвивається напрям «текстологія фільму», мета якого — виявлення кіности-

лю через «методичний аналіз окремих творів». У цьому напрямі загальна теорія кіно як системи поступилась місцем конкретним аналізам «кінотекстів»» (Брюховецька, 2011, с. 26).

На межі ХХ–ХХІ ст. інтерес до проблеми «прочитання» кінотекстів залишається актуальним (Ф. Бордман, Н. Керролл, Р. Стелл, М. Халава-Сархольц, Г. Кохан, О. Оніщенко, Г. Погребняк, Г. Чміль тощо), однак питання семантико-стилістичних особливостей формування персонажів «некомпетентних професіоналів» у голлівудському кіно майже не досліджено, чим і обумовлюється актуальність цієї роботи.

Мета статті – проаналізувати семантико-стилістичні особливості формування образів-моделей «професійної некомпетентності» як специфічної аксіосфери та інструмента трансляції культурних кодів у кінотекстах кінопродукції Голлівуду. Описати та структурувати ключові тематично-сюжетні інтенції окремих кіножанрів у аспекті трансляції культурних кодів голлівудським кінематографом. Прикладами будуть слугувати різні за жанрами популярні кінотвори — фільми та серіали (лайв-екшен та мультиплікація), які були позитивно сприйняті глядацькою аудиторією.

Вклад матеріалу дослідження. Для розкриття заявленої теми необхідно визначити поняття «кінотекст». Кінотекст є складним лінгвосеміотичним утворенням і може розглядатися в межах науки про мову (Ю. Лотман, У. Еко, М. Мерло-Понті, Е. Морен, Ч. Пірс). Розробці концепту «кінотекст» може бути присвячена окрема робота, у межах цієї статті ми лише дамо визначення цього поняття. Отже, у цій розвідці кінотекст ми розуміємо як завершене і зв'язне повідомлення, виражене за допомогою вербальних (мовних) і невербальних (іконічних та/або індексальних) знаків, створене за допомогою кінематографічних кодів і зафіксоване на матеріальному носії, призначене для відтворення на екрані та аудіовізуального сприйняття аудиторією.

Усі визначення іконічного знаку відштовхуються від позиції Ч. Пірса та Ч. Моріса. Іконічний знак репрезентує свій об'єкт через подобу (наприклад, за допомогою гриму, костюма тощо). Індексальний знак – ознака документального та наукового кінотекстів (представлення реально наявних об'єктів).

Не можна не погодитися з У. Еко, який розгля-

дає в тісному взаємозв'язку семіотику та психологію. Іконічний знак, на його думку, розпізнається через сприйняття певних візуальних стимулів, які організовані та впорядковані до певної структури, що сприймається. Цей процес відбувається через постійне зіставлення візуальних даних з інформацією, отриманою з досвіду. Це протистояння є нічим іншим як селекцією, вибором з низки пропозицій, які надає зовнішня реальність, вибором, який здійснюється в ім'я певної системи установок, очікувань і бажань.

За Е. Гарроні, кінематографічний знак не існує в сенсі кінцевого матеріального продукту, адже він є безперервним семіотичним процесом, породженим зустріччю багатьох знаків з різних систем. Як стверджують Ю. Лотман та Е. Гарроні, ми можемо говорити про фільмовий знак лише з позиції теоретичної абстракції.

«Кіномонтаж об'єднує та інтегрує різні види візуальних та аудіальних знаків і перетворює їх на новий контекст. І тим самим накладає на глядача, який, ліниво відкинувшись, сидить у м'якому кріслі в темному кінозалі, обов'язок опанувати всі сигнали, необхідні для повноцінного прочитання послання фільму» (Garroni, 1968, p. 57).

Однак прочитання сенсів, закладених у кінознаках, залежить від глядача. «Якщо він або вона ухиляється від цього, нічого більше не може бути сказано, окрім того, що можна «побачити і почути»» (Rek, 1981).

Відтак, кінотекст будується за допомогою знаків, інтерпретація сенсів яких залежить від глядачів. Навіть можна сказати, що знак «визначає» свого інтерпретатора. Водночас

«кожен матеріальний об'єкт, його властивість або матеріальна подія стає знаком, коли в процесі комунікації він служить у межах прийнятої співрозмовниками мови для передачі деякої думки про дійсність, тобто про зовнішній світ або про внутрішні переживання (емоційні, естетичні, вольові тощо) будь-якої зі сторін, що спілкуються» (Schaff, 1960, p. 225).

Відштовхуючись від визначення поняття «кінотекст», того що знаки в ньому вказують на емо-

ційні, вольові, психічні переживання суб'єктів, спробуємо проаналізувати персонажів голлівудських фільмів.

Автором висувається гіпотеза, що сенси не сприйняті й критиковані глядачем можна нав'язати реципієнтам (Пустовіт, 2013). Є кілька способів: перший — маскування (підміна понять), другий — занадто часто демонструвати їх у відкритому вигляді (легітимація). За А. Модем:

«Система цих повідомлень складає потік, що поширюється засобами масової комунікації. Статистичні механізми потоку створюють соціокультурну таблицю, яка дає живлення інтелектуальному життю більшості людей...» (Форкош, 2015).

У XXI ст. класичний та некласичний герой у режисерів та сценаристів заміщуються на постнекласичного героя (Сурнін, 2022), а також і на бета-героя (герой з недоліками). На наш погляд, спостерігається процес спростування ідеалізованих, героїчних та еталонних образів у сучасному кінематографі. Пов'язано це з тим, що класичний герой уже не користується попитом глядацької аудиторії як такий. Відмовляючись від них, Голлівуд презентує більш реалістичних персонажів, що наближені до реального життя. У масового глядача ця ідея сприймається амбівалентно. З одного боку, аудиторія залюбки приймає те, як мачизм героїв кінця XX ст. висміюється у в/с «Хлопаки» через образ Солдатика, який, своєю чергою, висміює образ Капітана Америка з кіно-коміксів студії Marvel. Більше того, аудиторія з теплотою приймає й новий типаж бета-героя — пригніченого оточенням, слабого Лестера Найгаарда з в/с «Фарго» (реж. Ной Гоулі) (Сурнін, 2023). З іншого боку, не користуються попитом ті картини, де героїзується образ маскуліної жінки на лад чоловічих персонажів з XX ст. (мачистів), а персонажі-чоловіки відіграють роль сексуалізованих, нічого нетямлячих ляльок, яких грали актриси в XX ст.: «Мисливиці на привидів» 2016 р., «Круела» 2021 р., «Капітан Марвел» 2019 р. та «Марвели» 2023 р. (Пінкер, 2022). Подібна гендерна асиметрія, подана голлівудським кінематографом, не приймається глядацькою аудиторією, хоча і є віддзеркаленням соціокультурних трансформацій суспільних установок.

У XXI ст. персонажі, що є демонстровані Гол-

лівудом, неспроможні реалізуватись у обраних ними професіях. Тревіс (реж. Мартін Скорсезе), Джокер (реж. Тодд Філіпс), Б'янка (реж. Хілларі Бредфілд) (Сурнін, 2022).

«Таксист» (1976, реж. Мартін Скорсезе), яким у 2019 р. надихався «Джокер», розповідає про Тревіса Бікла, людину, котра нереалізована в усіх можливих проявах. Протягом усього сюжету він робить усе, аби стати ображеною жертвою і отримати в такий спосіб можливість для помсти, тому що більше в цьому житті він ні на що не здатен. Інші, більш довготривалі способи для реалізації Тревіс Бікл відкидає. Таксист починає вбивати людей, вважаючи, що очищає таким чином місто від грішників, однак зрозумівши, що вбиваючи, він не досягає своєї мети, намагається застрелити себе. Водночас замість осуду він хоче принаймні у своїх очах лишитися героєм для міста. Що й демонструється в епілозі. Можна було б припустити, що така агресія викликана наслідками в'єтнамської війни, але спогади про війну головного героя не мучать. Швидше тут ми стикаємося з підлітковим комплексом недооціненості. Звідси бажання показати всім, чого він вартий, поєднання інтересу до порнографії, радикалізму й дон-кіхотського ідеалізму. Передсмертна фантазія являє собою отримання визнання перед суспільством, коли колеги-таксисти жваво ведуть із Тревісом бесіду, стоячи навкруги нього. Раніше Тревіс сидів у ідальні окремо від них усіх. Жінка, з якою він навмисно поведився дуже хамовито в кафе, яку повів на сеанс порнофільму, якраз для того, аби отримати відмову, і легітимізувати себе в статусі жертви; зараз вона не сідає, а просто опиняється в його машині, і глядач бачить її лише в дзеркалі заднього виду (міраж). Після чого демонстративно не бере з неї плату й, не сказавши ані слова, їде, відчуваючи себе переможцем. Хоча, як ми розуміємо, зовсім нічого він як не представляв із себе за життя, так і помер таким самим.

Артур Флек (Джокер) хоче бути комедіантом через те, що живе в скруті, і тільки гумористичне шоу, яке Артур дивиться зі своєю хворою матір'ю, дарує йому якісь сили жити далі. Як результат, він хоче ділитися, як і багато хто з людей, цим відчуттям жаги до життя, у його випадку — смішити людей, бути схожим на свого кумира з телевізора, але через психічні розлади неспроможний правильно відчувати природу гумору. Як гумор працює, чому

комусь стає смішно? Ця неспроможність демонстрована глядачеві неодноразово.

Уперше ми спостерігаємо, коли охочий до нотацій начальник Джокера сварить його за погану працю. На дитячому святі, де Артур працює як клоун, видно, що дітям узагалі не весело, хоч як Джокер не намагався видавити з дітей сміх через жарт, пантоміму, танок. І це не так, що діти виявилися капосниками й навмисно знущаються над клоуном. Глядач відчуває в цей момент іспанський сором, бо жодна спроба розсмішити була дійсно невдалою. Сцена завершується тим, що в момент стрибків зі штанів Артура випадає заряджений револьвер, який йому дав вадливий колега, аби, звісно, підставити. Бо через Артура, контора яка надає послуги клоунів для свят, отримує збитки й може закритися. Це ще одна ланка в ланцюжку, що демонструє Артура як поганого спеціаліста.

Навіть у своїй власній фантазії глядач споглядає картину того, як Артур Флек сидить у глядацькій залі свого улюбленого телешоу й сміється над кожним з жартів ведучого винятково після того, як оцінить реакцію залу. Бо сам не відчуває, що є жарт, а що — ні. Глядачу такий персонаж як Джокер може бути близьким через високий ступінь реалізму, який не часто зустрічається серед фільмів, які є екранізацією коміксів. Але касові збори, неіронічно очікуваний сиквел, велика кількість твітів, що люди знімали на сходах, по яких Джокер епічно сходив танцюючи; а також косплеї, говорять про те, що персонаж цей багато в чому збігається з аксіосферою аудиторії, що побачила фільм «Джокер» у 2019 році.

Далеко не для всіх є звичним відносити втілення екранних відхилень до девіантної поведінки поряд з громадськими патологіями й небезпечними діями, що перешкоджають існуванню й прогресу суспільства. Але найчастіше екранні девіації позитивно зафарбовуються у свідомості глядачів і сприймаються як творчість та новації у сфері кіномистецтва, виявляються у формах, які навмисно кидають виклик усталеним соціальним і культурним нормам як на екрані, так і поза ним.

Представлені бета-герої виходять за межі узвичаєної припустимої поведінки, здатні приводити до значних соціальних змін і появи нових правил. Часто в історії людства «непрофесійних професіоналів» піддавали критиці та покаранням, не менш жорстким, ніж злочинців, і

таких, які дійсно представляють загрозу для сталого суспільства. Нерідко обурення та осуд таких особистостей відбувається в силу того, що велика частина соціуму є прихильною до конформізму й сприймає життя через встановлені стандарти та легалізовані норми, погляди на усталені професійні якості.

Представлення Голлівудським кінематографом сучасної девіантності людини в професійній сфері діяльності з позиції традиційної культури відбувається повільно, поступово, нібито пошепки. Глядача привчають до професійної варіативності героя, надають йому право на помилку, недосконалість, тобто відбувається процес олюднення еталонного нереального персонажа. Спочатку це стає способом вираження емоцій і внутрішнього світу автора, презентованою в незвичній для глядача формі. Поступово прихильників цих форм творчості змушують поглянути на речі по-новому, навіують нові ідеї про навколишній світ.

Р. Барт у зв'язку з цим зауважив, що вся дійсність є пронизаною знаковими структурами. У системі соціокультурних знаків, як вже зазначалось, Р. Барт виділив такі елементи: означуване, означник і сам знак (з'єднання означуваного та означника). Він зауважив, що є два рівні повідомлень, які передають речі навколишнього світу: денотативний та конотативний. Денотативний рівень, на його думку, являє собою буквальный опис предмета без його осмислення і приписування йому якихось додаткових позначень. Конотативний рівень повідомлення надбудовується над денотативним, представляючи собою додавання сенсів речей, що відбувається в ході розшифровки тексту культури, яка має форму соціокультурних і особистих асоціацій. Так виникають додаткові означувані елементи предмету (Барт, 2001). Схожу думку висловлює К. Разлогов, аналізуючи роботу Ж. Мітрі «Естетика і психологія кіно»:

«Найбільш виправданим є поділ семантичного поля кіно на денотацію (те, що безпосередньо зображується на екрані), що відповідає іконічним знакам та аналогу Мітрі, і конотацію, що об'єднує всі додаткові значення, чи то формально-ритмічні, асоціативно-символічні, чи просто запозичені з реального життя, причому конотація виявляється багатоступінчатою» (Брюховецька, 2011, с. 25).

Яскравим прикладом такої конструкції нових сенсів є короткометражний мультфільм «Ідеальна» про бодіпозитивну балерину. З позиції професійної придатності балерина такої статури неможлива. І дитина, якій демонструється така можливість, може сприйняти некоректно подану метафору про боротьбу зі своїми страхами, комплексами та прийняття свого тіла, яким би воно не було; а як це з дітьми часто буває, сприйняття в лоб. Немає виснажливих тренувань, репетицій з ранку до ночі, жорсткої дієти. Усе це є важливою частиною професійного життя артиста балету.

«Фарго» (2014–2024, реж. Ной Гоулі) — серіал за жанром поліцейсько-кримінальна чорно-абсурдна комедія, у якому неминуче присутня клішованість для цього жанру, ситуація індивідуаліста, який усупереч начальству закриває справу. У кожному сезоні є лише два герої, представника поліції, які хоч якось намагаються працювати. Усі ж інші — від колег до начальства — у всіх сезонах відбувають робочі часи й показані як ті, кому важливіше поговорити про омлет з грибами та сиром на обід, що зробила дружина, та направляти патрулі розчищати сніг. Така підміна понять, демонстрація непрофесіоналізму визивають теплі відчуття до героїв з боку глядацької аудиторії. Глядач нібито спостерігає з екрана за своїм невдалим життям, ставлячись з розумінням до непрофесіоналізму «професіоналів» і очікуючи наступних сезонів. Л. Сканел відмічає, що в серіалах такого типу імітація реального життя створює ілюзію того, що персонажі між серіями займаються тим самим, що й глядачі (Boothroyd, 2019). У кожній серії як би дається зведення того, що сталося з персонажами за останній тиждень чи добу. Бета-герой — це така ж сама людина, і навіть гірша, зі своїми недоліками, розчаруваннями й проблемами, які близькі й глядачу. Результатом такого соціального порівняння стає формування ілюзії з супутнім підвищенням самооцінки, рівня успішності, зниження критичності в ставленні людини до себе та з боку оточення, завоювання лідерських позицій у мікрогрупах тощо. Візуальна презентація бета-героїв, з якими порівнює себе глядач (безвідносно до джерела досвіду), перетворює цю ілюзію на своєрідний інструмент впливу на особу, заспокоюючи й відволікаючи від власних проблем непрофесіоналізму. Герой Лестера Найгаарда, бета-герой, будучи неспроможним нормальними способами досягти чогось у житті, стикаючись із

Лорном Малво — найманим вбивцею, сам стає на шлях продиктованим філософією соціального дарвінізму. Вбиваючи дружину, підставляючи брата, пригнічений Лестер стає успішним бізнесменом і не тільки.

Навіть якщо аналізувати в межах однієї франшизи про Чужих, то відбуваються помітні аксіологічні зміни: герої олюднюються, перестають бути взірцем і еталоном. Головна героїня «Чужих» Еллен Ріплі (1979) вела себе як лідерка: піклувалася про життя команди, влаштувала на кораблі карантин, коли стало відомо про зараження інопланетним організмом колеги. У сучасних приквеллах (режисер той самий, що знімав і оригінал — Рідлі Скотт), презентують новий образ героїв, абсолютно не готових для космічної роботи. Усі протоколи, які можна було порушити, порушують, підставляючи колонію ембріонів та людей у гібернаційному сні, у цьому фільмі — людство. Відхиляючись від маршруту за завданням з колонізації планети, яку обрали на Землі, команда спускається на невідому планету, біля якої пролітали разом із командиром, який повинен залишатись на кораблі та керувати; ходять по планеті, що не є дослідженою, без скафандрів, заражаючись Чужим; не роблять карантинну зону на кораблі, сують голову в невідому флору і теж заражаються Чужим. Зрештою всі помирають через свої абсурдні вчинки.

«Мовчання ягнят» (1991, реж. Джонатан Деммі) — фільм двоплановий, на першому — головний злидень — Ганнібал Лектер (Ентоні Гопкінс), на другому — доктор психіатричної лікарні Чілтон (Ентоні Гілд). Назва фільму має символічне значення: відображає теми страху й безсилля, які проходять через увесь фільм. Ягнят можна розглядати як метафору невинних і безсиливих, які стають здобиччю тих, хто має більше влади й контролю, а у світі, де панує зло і насильство, може не бути нікого, хто почує крики невинних.

Кларіс Старлінг (Джоді Фостер) — практикантка ФБР, якій доручено взяти інтерв'ю у доктора Лектора — психопата, що відбуває довічне ув'язнення за свої жахливі злочини. Убивця починає маніпулювати жінкою, у результаті чого вона розповідає йому про свою дитячу травму, яку вона отримала, почувши крик ягнят на фермі свого родича. У певному сенсі Лектор стає психотерапевтом Кларіс. Водночас остання веде слідство, яке вже за неї зробили, а її використовують як ширму, то

все одно чи то вона, чи її начальство — професійно виконали свою роботу. Адже, зазвичай, на другий план цієї історії не звертають увагу. У глядача може з'явитися питання щодо того, як студентці-новобранці можуть довірити вести справу, фігурантами якої є вкрай небезпечні й досвідчені у своїх діях лиходії. І відповідь надається через фактор сексуалізації. Протягом усього сюжету демонструється зацікавленість у Кларіс всіма персонажами-чоловіками. Жага та голод до людського тіла — то один з лейтмотивів фільму. Доктор Лектер — канібал, який, першою чергою, звертає увагу на аромат від Старлінг; доктор Чілтон — садист, який пропонує прогулянку по нічному Балтімору, і, показуючи їй фотографію понівеченої медсестри, насолоджується жажіттям; поліцейські з іншого міста та колеоптерологи, шофери — усі насамперед концентруються не на робочих моментах, окрім начальника Кларіс Старлінг.

«Не дивіться вгору» (2021, реж. Адам МакКей) — фільм, який сатирично відображає, що може статися, як не дослухатися до думки професіоналів з астрономії, та ширше – у будь-якій області. Через те що отримання будь-якої інформації стало легкодоступним, не треба ні в чому розбиратися, а можливо все, як здається непрофесіоналу, необхідне знайти на ютубі. Це призводить до недовіри до професіоналів із будь-яких областей знань, що, своєю чергою, викликає повну недовіру до будь-яких пояснень. Усі джерела інформації стають носіями фейків. Утворюється замкнене коло зі гадок, фейків і недовіри до думок. Навіть у стрічці «Зоряні Війни: Епізод IV. Нова надія» пролунала фраза від вчителя під час навчання: «Вимкни свій розум, сподівайся на інстинкт».

«Врятувати рядового Раяна» (1998 р., реж. Стівен Алан Спілберг), як і «Зоряні Війни», де часто зустрічається троп, коли весь загін іде до лігва ворога через одного члена команди, заради спасіння якого гине або багато людей, або ж усі. Так звана «маленька людина» стає важливіша за соціум. Треба пам'ятати, що коли демонструється якась спільність, якою б малою вона не була представлена у фільмі, цей художній прийом втілює собою ідею суспільства. Протиставлення інституції держави та незначущої нічого людини, що є висновком не автора, а самих режисерів, які демонструють цих «маленьких людей» саме такими — незначущими, може призвести в майбутньому від-

разу до держави, як самої по собі ідеї (інституції).

Непрофесіоналізм як культурний код — феномен, що з'являється на екранах, вочевидь, не на порожньому місці. На наш погляд, цей феномен виростає з ідей постструктуралізму та деррідіанського деконструктивізму. Тобто ідей, що структура як деяка системність не існує через ризоматичну інтертекстуальність буття. А в системі уявного порядку й інтерсуб'єктивності поняття «професіоналізму/непрофесіоналізму» ґрунтуються на суспільному договорі, який у будь-яку мить можна переписати.

Висновки. У ХХ–ХХІ ст. відбулися глибокі зміни у всіх сферах суспільного життя і, перш за все, в суспільній свідомості. Перетворення призвели до вільної міграції ціннісних пріоритетів за шкалою культурної девіації. Культура останніх десятиліть стає ареною зіткнення різних ціннісних орієнтацій. Поряд з іншим здійснюється спроба поєднати цінності раціональної культури з ірраціональними.

Домінації, що вважаються в раціоналістично орієнтованому суспільстві девіантною або маргінальною поведінкою, виходять на поверхню і легалізуються як звичайні форми життєдіяльності. До них відносяться, зокрема, і зміна погляду на представлених кінематографом «непрофесіональних професіоналів», прийнявши форму соціально й культурно прийнятної в сучасному суспільстві. Бета-герої як носії нових цінностей прагнуть подолати всі межі і демонструють своєю поведінкою небажання чи неможливість адаптуватися до суспільства, визнавати його закони. За рівних умов вони можуть стати розбійниками, вбивцями, але також революціонерами, терористами, героями — представниками і носіями, як соціальної деструкції, так і прогресивних соціальних перетворень.

З зазначених в статті прикладів випливає, що те, хто і що визначається як відхилення від норми, значною мірою залежить від того, хто є соціальним авторитетом і в чийх руках зосереджена влада, що дозволяє його закріпити. За останні роки такі стилі поведінки, які традиційно вважалися девіаціями, були підданими перегляду й дедалі більшого поширення набуває думка про право на гетерогенність.

На початку ХХІ століття ми відчуваємо значні трансформації у світоглядній свідомості людства, що формує нову аксіосферу, яка охоплює побудову нових цінностей і ціннісних орієнтацій. Це виражається в змістовному відношенні людини до соці-

альної дійсності та в цій якості визначає мотивацію її поведінки, робить істотний вплив на всі сторони людської діяльності. Кінопродукція, як інструмент створення аксіосфери, є одним із основних носіїв і трансляторів цінностей, якими насичується аудиторія.

Структурування нового образу бета-героя, яке реалізується в голлівудському кінопросторі, стає інструментом впливу й насадження нових цінностей, оскільки відбувається не тільки переосмислення й прийняття образів «непрофесійних професіоналів», а й неусвідомлене наслідування. Через таке конструювання ціннісних зразків народжується новий образ неідеального героя, який стає результатом правових, наукових, технічних, маскультурних та інших практик, поєднаних в активному конструюванні його як культурного об'єкта.

У культурному просторі відбувається кардинальна зміна в ставленні людини до самої себе, до оточення, яке ґрунтується на проєктивних практиках щодо популярних кіногероїв, презентованих сучасним голлівудським кіно. Механізми соціокультурного впливу на Я-образ містять складові візуального та вербально-поведінкового спостереження за бета-героями з екранів, порівняння власного образу професіоналізму з уявленнями представників референтних мікрогруп (родами та групами однолітків), реакцій на оцінку соціального середовища (нормалізацію, ідеалізацію або ж аутистигматизацію) до образу «непрофесійного професіонала». Результатом долучення зазначених механізмів стає не тільки інтеграція або дезінтеграція особи з відповідними установками в соціокультурне середовище, а й зміна самого середовища.

Література:

- Барт, Р. (2001). Від твору до тексту. Пер. з фр. Юрій Гудзь. *Антологія світової літературно-критичної думки ХХ ст.* Львів: Літопис. С. 491–496.
- Брюховецька, Л. І. (2011). *Кіномистецтво*: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Київ: Логос. 391 с.
- Пінкер, С. (2022). *Добрі янголи людської природи. Чому у світі панувало насильство і чи стало його менше?* Пер. з англ. Орина Ємельянова. Київ: Наш Формат. С. 864.
- Пустовіт, Н. В. (2013). Комплексний аналіз концепції інформаційного суспільства Д. Белла, М. Кастельса та Е. Тоффлера. *Гуманітарний часопис*. № 3. С. 85–90. Відновлено з http://nbuv.gov.ua/UJRN/gumc_2013_3_13
- Сурнін, М. С. (2022a). Атомарність як місце для мрії у ХХІ ст. *Синтез мистецтв у сучасних соціокультурних процесах: зб. тез міжнар. наук. конф.* НАМ України, НСАУ, Politechnika Warszawska, INTBAU. Київ. 107 с.
- Сурнін, М. С. (2022b). Гадка як метод голлівудського відображення. *Science and technology: problems, prospects and innovations. Proceedings of the 2th International scientific and practical conference.* CPN Publishing Group. Osaka, Japan. P. 505–508.
- Сурнін, М. С. (2023). Феноменологія Голлівуду: професіонал-злочинець Hollywood Phenomenology: The Professional Criminal. *Культурологія та соціальні комунікації: інноваційні стратегії розвитку: матер. міжнар. наук. конф.*, 22–23 листопада 2023 р. У 2 ч. Ч. 2. Під ред. доц. Н. Рябухи та ін. Харків: ХДАК. С. 51–53.
- Форкош, С. М. (2015). «Соціодинаміка культури» А. Моля у контексті сучасних зрушень методологічних досліджень культури. *Вісник Львівського університету. Серія філософські науки*. Випуск 17. С. 61–72.
- Чміль, Г. П. (2020). *Людина – екран: візуальна антропологія (пост)сучасності*: монографія. Київ: Ін-т культурології НАМ України. 256 с. DOI: <https://doi.org/10.37627/ICRNAAU9789662241549>
- Boothroyd, L. G., Jucker, J. L., Thornborrow, T., & Tovée, M. J. (2019). *Television consumption drives perceptions of movie hero attractiveness in a population undergoing technological transition.* J. Pers. Soc. Psychol. P.137.
- Doulas, L. (2014). Art: Definitions and Analyses. Retrieved from <http://louisdoulas.info/wp-content/uploads/2014/07/Art-Definitions.pdf>
- Garroni, E. (1968). *Semiotica ed estetica*. Bari: Laterza. 185 p.
- Halawa-Sarholz, M. (2021). *The Beholder's Freedom: Critical Remarks on the "Will to See"*. The Palgrave Handbook of Image Studies. Editor Krešimir Purgar. Cham: Palgrave Macmillan. P. 575–587. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-030-71830-5_35

- Laner, I. (2021). *French Theory: Poststructuralism and Deconstruction*. The Palgrave Handbook of Image Studies. Editor Krešimir Purgar. Cham: Palgrave Macmillan. P. 671–685. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-030-71830-5_41
- Moles, Abraham A. (1971). *Sociodynamique de la culture*. Walter de Gruyter GmbH. 342 p.
- Rek, J. (1981). *O filmowym znaku ze znakiem zapytania*. Retrieved from <https://cejsh.icm.edu.pl/cejsh/element/bwmet...PDF>.
- Schaff, A. (1960). *Wstęp do semantyki*. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe. 544 s.

References:

- Bart, R. (2001). Vid tvorcu do tekstu [From the work to the text]. Translated from French by Yuri Gudz. *An anthology of world literary and critical thought of the 20th century*. Lviv: Litopys. P. 491–496. (in Ukrainian)
- Boothroyd, L. G., Jucker, J. L., Thornborrow, T., & Tovée, M. J. (2019). *Television consumption drives perceptions of movie hero attractiveness in a population undergoing technological transition*. *J. Pers. Soc. Psychol.* P.137.
- Bryukhovetska, L. I. (2011). *Kinomystetstvo [Cinematography]: navch. posib. dlia stud. vyshch. navch. zakl.* Kyiv: Lohos. 391 p. (in Ukrainian)
- Chmyl, H. P. (2020). *Людина – екран: візуальна антропологія (пост)сучасності: монографія [Person — screen: visual anthropology of (post)modernity: monograph]*. Kyiv: Instytut kulturolohii NAM Ukrainy. 256 p. (in Ukrainian) DOI: <https://doi.org/10.37627/ICRNAAU9789662241549>
- Douglas, L. (2014). Art: Definitions and Analyses. Retrieved from <http://louisdouglas.info/wp-content/uploads/2014/07/Art-Definitions.pdf>
- Forkosh, S. M. (2015). «Sotsiodynamika kultury» A. Molia u konteksti suchacnykh zrushen metodolohichnykh doslidzhen kultury ["Sociodynamics of culture" by A. Molya in the context of modern methodological shifts in cultural research]. *Bulletin of Lviv University. Series of Philosophical Sciences*. Issue 17. P. 61–72. (in Ukrainian)
- Garroni, E. (1968). *Semiotica ed estetica*. Bari: Laterza. 185 p.
- Halawa-Sarholz, M. (2021). *The Beholder's Freedom: Critical Remarks on the "Will to See"*. The Palgrave Handbook of Image Studies. Editor Krešimir Purgar. Cham: Palgrave Macmillan. P. 575–587. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-030-71830-5_35
- Laner, I. (2021). *French Theory: Poststructuralism and Deconstruction*. The Palgrave Handbook of Image Studies. Editor Krešimir Purgar. Cham: Palgrave Macmillan. P. 671–685. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-030-71830-5_41
- Moles, Abraham A. (1971). *Sociodynamique de la culture*. Walter de Gruyter GmbH. 342 p.
- Pinker, S. (2022). *Dobri yanholi liudskoi pryrody. Chomu u sviti panuvalo nasylstvo i chy stalo yoho menshe? [Good angels of human nature. Why was there violence in the world and has it become less?]* Translated from English by Orin Yemelyanova. Kyiv: Nash Format. P. 864. (in Ukrainian)
- Pustovit, N. V. (2013). Kompleksnyi analiz kontseptsii informatsiinoho suspilstva D. Bella, M. Kastelsa ta E. Tofflera [Comprehensive analysis of the concepts of information society by D. Bell, M. Castells and E. Toffler]. *Humanitarian Journal*. № 3. P. 85–90. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/gumc_2013_3_13 (in Ukrainian)
- Rek, J. (1981). *O filmowym znaku ze znakiem zapytania*. Retrieved from <https://cejsh.icm.edu.pl/cejsh/element/bwmet...PDF>.
- Schaff, A. (1960). *Wstęp do semantyki [Introduction to semantics]*. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe. 544 p. (in Polish)
- Surmin, M. S. (2022a). Atomarnist yak mistse dlia mrii u XXI st. [Atomicity as a place for dreams in the XXI century.]. *Syntez mystetstv u suchasnykh sotsiokulturnykh protsesakh: zb. tez mizhnar. nauk. konf. NAM Ukrainy, NSAU, Politechnika Warszawska, INTBAU*. Kyiv. 107 p. (in Ukrainian)
- Surmin, M. S. (2022b). Hadka yak metod hollivudskoho vidobrazhennia [Disgusting as a method of Hollywood reflection]. *Science and technology: problems, prospects and innovations. Proceedings of the 2th International scientific and practical conference*. CPN Publishing Group. Osaka, Japan. P. 505–508. (in Ukrainian)
- Surmin, M. S. (2023). Fenomenolohiia Hollivudu: profesional-zlochynets [Hollywood Phenomenology: The Professional Criminal]. *Kulturolohiia ta sotsialni komunikatsii: innovatsiini stratehii rozvytku: mater. mizhnar. nauk. konf., 22–23 lystopada 2023 r.* In 2 parts. Part 2nd. N. Ryabukha etc. (Eds). Kharkiv: KhDAK. P. 51–53. (in Ukrainian)

Mykyta Surnin

Semantic-stylistic and verbal-behavioral features of character formation of "incompetent professionals" in Hollywood cinema

Abstract. The article is devoted to the problem of presenting professional incompetence in Hollywood film productions. It was concluded that the construction of images of "incompetent professionals" in the plots of the considered films is carried out by creating images of film heroes consisting of positively and negatively colored features: kind, cheerful, carefree and boastful on the one hand, and professionally undefined, irresponsible, greedy, insidious and dissatisfied with the world on the other hand. Such a dichotomy creates an impression of similarity with a real person and attracts the viewer, automatically pushing the reference movie hero to the sidelines, leaving him or her in the past. The thematic content of the film production is analyzed, the main factors used to create and popularize the positive image of "non-professional professionals" and the image of the newest film hero of the modern socio-cultural reality are determined. It was determined that massification as a process and result of the global influence of popular cinema on people's thinking is manifested in the formation of a picture of the world, which is a cognitive structure of perception of reality. This leads to the creation of a special media picture of the world, which is the result of constant information expansion aimed at understanding the world, and causes constant manipulation of the content of the individual's consciousness. Film production, in this regard, imitates reality, creating visual and verbal pictures that have a direct impact on the psyche and behavior of people, forming social stereotypes.

Keywords: Hollywood, Cinematext, Cultural code, Identity, Massification, Media culture, Axiosphere.