

## Репрезентація героя в сучасних друкованих ЗМІ: функціонально-типологічні особливості

*У статті на основі аналізу існуючих підходів до типологізації героїв вироблено типологію героїчних образів сучасного українського медіапростору. Розглянуто ключові підходи до виділення героїчних типів: національно-історичний (Т. Карлейль, П. Сапронов), національний (Дж. Нахбар і К. Лаус), історичний (Є. Мелетинський, Дж. Бурстін, Л. Стрейт), функціональний (В. Плахов) та теорію «мономіфу» Дж. Кемпбелла. Аналіз вітчизняного друкованого медіадискурсу дав можливість розробити типологію героїчних образів, які функціонують у ЗМІ (за основу взято компромісний між розглянутими історично-функціональний підхід). Серед героїв мас-медіа виокремлено класичні та некласичні типи. Перші представлені образами героя-воїна та культурного героя. Другі ж – образами героя-переможця, героя-страдника, героя-професіонала та «маленького» культурного героя.*

**Ключові слова:** герой, типологія, класичний герой, некласичний герой, медіадискурс.

**Вступ.** Процес формування політичної нації, який досі спостерігаємо в нашій країні, вимагає вирішення, зокрема, питання про те, хто такий національний герой, які типи героїзму, які вчинки цінуються в соціумі. Героїчні фігури здатні об'єднувати членів спільноти завдяки залученню до позитивних цінностей, слугувати засобом упізнання «своїх», одноступінчато, показувати ступінь суспільної консолідації чи напруженості. Однак із другої половини ХХ ст. значна частина вітчизняних і зарубіжних науковців (Л. Стрейт, Д. Бурстін, Г. Почепцов та ін.) схиляються до думки, що герої втрачають свою ексклюзивну роль, поступаючись місцем так званим «відомим людям», «зіркам», які є впізнанішими, викликають сильніші емоційні реакції. «Відомих людей» переважно розглядають як сучасну трансформацію героїв, своєрідну сходинку їх еволюції.

На нашу думку, існування в соціумі «зірок» не применшує значущості героїв, однак слід визнати, що інститут героїства сьогодні значно відрізняється від класичних уявлень про героїзм, витворених ще міфами й епосом. У сучасному комунікаційному просторі формується відповідний герой – образ, який є продуктом комунікації (про що першим заговорив Л. Стрейт, який був схильний до ототожнення «комунікаційного героя» й «селебриті»). Сьогодні герой – як і «селебриті» – передовсім медіаобраз, адже саме потрапляння в інформаційний простір нерідко гарантує людині героїчний статус (хоча, безумовно, навіть сьогодні герої існують на рівні своєрідних «казань», фольклору електронної доби, наприклад, у соціальних мережах). Однак учені не схильні до врахування комунікаційних механізмів формування героїчних образів (тоді як «селебриті», навпаки, сприймають

як продукт піару, реклами й інших іміджевих технологій). Типології героїв, запропоновані науковцями від Т. Карлейля й до сьогодні, зосереджують увагу переважно на історичному і національному аспектах формування героїчних образів або розглядають героя як явище позачасове, універсальне. Подібні типології переважно не придатні для аналізу медіадискурсу, оскільки герої медіа – сучасні, актуальні, розраховані на споживача ЗМІ.

Феномен героїства активно досліджували переважно зарубіжні вчені. Приміром, генезі феномена присвячені розвідки Дж. Кемпбелла [1], Л. Стефанович [2], П. Сапронова [3], процесу конструювання героїчного образу – праці Д. К. Мартіна, А. Папаяніс [4], І. Суравньої [5]. Одну з перших типологій героїв запропонував Т. Карлейль [6]. У руслі карлейлівського історико-культурного підходу розглядав типи героїв П. Сапронов [3], а В. Плахов [7] підходить до типологізування героїв радше із суто функціонального боку. Розрізненню героїв та медіагероїв («селебритіз»), виявленню типологічних особливостей згаданих груп присвячені розвідки, зокрема, Д. Бурстіна [8], С. Друкер та Р. Кеткарт [9], О. Клапп [10; 11], А. Норта і співавторів [12], І. Поведака [13], Л. Стрейта [14].

*Мета нашої розвідки* – на основі аналізу існуючих підходів до типологізації героїв розробити типологію героїчних образів сучасного українського медіапростору.

**Методи дослідження.** У роботі використані аналітичний, типологічний та контент-аналітичний методи. Емпіричне дослідження виконане методом суцільної вибірки із матеріалів видань «Дзеркало тижня» й «Ваш шанс» (сумський обласний тижневик) за повний 2012 р. (загалом 102 номери).



**Результати й обговорення. Національно-історичний підхід.** Сама концепція розуміння героя як видатної людини (Big Man Theory) непересічного таланту, моральної чи фізичної сили в науці закладена Т. Карлейлем, який надав героям надзвичайної ваги в історичному процесі: «великі люди <...> завжди складають украй корисне товариство. <...> Вона [велика людина] – світло, що освітлює темряву світу. Це не просто запалений світильник, а радше природне світило, що сяє, як дар неба, джерело природної, оригінальної передбачливості, мужності й героїчного благородства» [6, с. 6–7].

За Т. Карлейлем, в історії можна виокремити шість типів героїв: герой як божество (наприклад, скандинавський Один); герой як пророк (Магомет); герой як поет (Данте, Шекспір); герой як пастир (Лютер, Нокс); герой як письменник (Джонсон, Руссо, Бернс); герой як вождь (Кромвель, Наполеон) [6].

Типологія, запропонована Т. Карлейлем, спирається на культурні відмінності соціуму, в якому здатен виникнути той чи той тип героїзму. Також із самого поділу бачимо, що Карлейлів герой – явище історичне (міфологічний світогляд потребував героя-божества, Реформація покликала до життя тип героя-пастора тощо). Однак типологія помітно необ'єктивна, занадто вузька, це швидше штрихи до портрету героя, спроба виявити лише гіперболізовані героїчні риси, притаманні усім без винятку героям – від божества до полководця, що в підсумку призводить до схематизації постаті героя.

Підтвердження такої думки почасти знаходимо в Е. Кассірера, який зауважує, що всі герої Т. Карлейля насправді сутнісно однакові: «Він не визнавав будь-які відмінності в героїчному образі. Цей образ один; він завжди такий самий. Від скандинавського Одіна до англійця Самюеля Джонсона, від божественного засновника християнства до Вольтера, героєві поклонялися тією чи тією мірою» [15, с. 195].

Очевидно, що сьогодні типологія героїв за Т. Карлейлем видається непродуктивною, не охоплює значної кількості сучасних героїчних типів. Однак вона важлива як перша спроба наукового осмислення феномена, що викликала значну увагу до цієї проблеми.

Схожу за основоположними принципами типологію героїчних образів знаходимо й у сучасних науковців. П. Сапронов виокремлює чотири базові типи героїзму «класичної епохи» (до Середньовіччя), які спираються на культурні відмінності націй [3].

«Героєм мимоволі» П. Сапронов називає давньогрецького героя, який свого статусу набуває, не маючи спеціального наміру. Він сповнений багатьох дитячих рис, потребує підтримки й розради, нерідко демонструє душевну нестійкість. Цей тип героя – індивідуаліст, він чинить подвиги не заради власної

країни, а найчастіше заради дитинного самоствердження [3, с. 177–206].

Тип «героя-патріота», на думку П. Сапронова, найяскравіше проявився в Давньому Римі. Римський герой – жажливий і змушує тремтіти від жаху. Усі свої подвиги він здійснює заради власної країни, яка для нього є синонімом долі («Рим» = «Доля») [3, с. 207–224].

«Героєм за перевагою» науковець називає германського воїна. Він – зразок мужності, має найбільше героїчних рис, найбільш послідовний у своїй героїчності, саме це й становить його «перевагу». Особливість германського героя – його вірність і водночас внутрішня свобода [3, с. 224–259].

Особливий національний тип героїзму, властивий Київській Русі, П. Сапронов називає «героїзмом селянина». Руський селянин укорінений у землю, він не войовничий, але здатний дати надзвичайно сильний опір ворогові, що ступить на його територію [3, с. 259–293].

Науковець розширює свою типологію героїв і на «післягероїчну епоху», називаючи героєм Середньовіччя святого, людину духовного служіння, а героями наступних історичних епох – лицарів, дворян, солдатів тощо.

Головною перевагою наведеної типології П. Сапронова є її національна заглибленість, урахування історичного досвіду, менталітету народу. Зауваження науковця дають змогу виявити генезу сучасних героїчних типів, зрозуміти національну специфіку героїв.

**Національний підхід.** Чіткого національного ухилу в типологізуванні героїв дотримувалися Дж. Нахбар та К. Лаус, які виокремили тільки два типи – героя-громадянина і героя-бунтівника (цит. за: [16, с. 91]). Ці типи добре відображають специфіку американського соціуму й чітко вказують на риси, які в ньому найбільше цінуються. Однак для спільноти з іншим менталітетом, меншою цінністю демократії такий поділ може виявитися цілком незастосовним.

**Історичний підхід.** Історичний підхід до поділу героїчних образів застосовує російський науковець Є. Мелетинський, який виокремлює три історичні типи – міфологічного (архаїчного, архетипічного, неперсоналізованого) героя, героя-лицаря (історично першого персоналізованого героя) й міфологізованого героя ХХ ст. (на відміну від першого, новий герой не може пройти ініціацію й зайняти своє місце в соціумі, він невчасний, непотрібний, руйнує пафос давніх міфів про впорядкування Хаосу) [17].

Наведена типологія російського вченого важлива в контексті нашого дослідження, оскільки в ній науковець звертає увагу не лише на «великих людей», про яких писав Т. Карлейль, але й на «негероїчних героїв» ХХ ст. Зменшення масштабу героїчної постаті, формування нового міфу «зайвого» героя своїм логічним наслідком



мали заміну постаті героя, який виявився нездатним прилаштуватися до життя в соціумі, на постать «селебриті», завжди сучасну й «вчасну».

Про «селебриті» як новий тип героїв активно заговорили у другій половині ХХ ст. Ще в 1960-их рр. Д. Бурстін відзначав, що за роки після Першої світової війни старі зразки героїчного були зруйновані, замінені новими [8, с. 49]. Фактично Д. Бурстін говорить про формування окремого, особливого типу героїзму, який відповідає запитам епохи.

Традиційний тип героїзму, за Д. Бурстіном, включав фігури рівня Мойсея, Уліса, Ісуса, Цезаря, Мухамеда, Жанни Д'Арк, Шекспіра, Вашингтона, Наполеона й Лінкольна. Таким чином, традиційним героєм можна було назвати реальну чи вигадану людину, яка досягла величч завдяки своїм досягненням, це була людина великих діянь [8, с. 49].

Названий тип класичних героїв можемо зіставити з «усними героями» й «героями епохи друку» Л. Стрейта. Перші з них – важкі, міфологічні, сильні, описувані переважно клішованими формулами (сміливий солдат, прекрасна принцеса), їх знали завдяки їхнім вчинкам [14, с. 49]. Другі – легші, приземленіші, вже набагато численніші, відомі завдяки своїм ідеям (письменники, винахідники, вчені, які вирізнялися завдяки ментальним, а не фізичним якостям) [14, с. 50].

Помітно, що обидва ці типи – видатні люди, Бурстінові «класичні герої», які стояли окремішно на тлі загальної людської маси завдяки своїм вчинкам (чи то на ратному полі, чи то в ідеологічній боротьбі).

Однак збільшення інформаційних потоків призводить до ситуації, коли людина за день бачить більше обличч, імен, ніж раніше могла дізнатися за життя. За цих умов розпізнати героя стає з кожним роком складніше, тепер людина чує голос президента, дружини президента і його родини, а також бачить обличчя і чує голоси членів кабінету міністрів, сенаторів, конгресменів, їхніх дітей і дружин. Як наслідок, «титанічна фігура тепер – лише одна з тисяч. <...> Герой як спонтанне явище губиться в надмірному потоці псевдоподій» [8, с. 54], – резюмує Д. Бурстін.

Псевдореальність привчає людину до псевдоцінностей, тому розуміння вишуканої літератури чи мистецтва поступово витісняється «популярною» літературою й мистецтвом. ХХ ст. продукує новий тип величності, який відтісняє в тінь героя, – «селебриті». Л. Стрейт цю трансформацію називає зміною «героя друкованої епохи» «електронним героєм» [14, с. 50].

«Селебриті» – продукт сучасних комунікаційних технологій, «результат могутньої технології комунікації» [11, с. 251]. Відомі люди «робляться» переважно завдяки рекламі, засобам масової комунікації. Процес селебритизації сьогодні є масовим і наростаючим, оскільки кожна відо-

ма людина має здатність робити відомими всіх, із ким спілкується, усе, що робить під своїм брендом. У світі псевдоподій на статус відомої людини може претендувати кожен, хто зміг потрапити в новини й бодай на кілька днів там затриматися (байдуже, завдяки яким учинкам чи якої якості досягненням).

Такий підхід (розуміння «селебриті» як чергової сходинки еволюції уявлень про героїчне) цілком нівелює саме поняття героїзму, фактично урівнює героїзм і гламур у сучасному світі. Небезпека цієї точки зору полягає в тому, що за її дотримання потрібно звести людину до зовнішнього представлення, відкинувши моральні якості, внутрішні мотиви, цінності.

*Функціональний підхід.* Принципово інший, порівняно з усіма наведеними вище, підхід до типології героїв пропонує російський дослідник В. Плахов у монографії «Герої й героїзм. Досвід сучасного осмислення вікової проблеми». Виділені ним 15 типів героїв можуть бути виокремлені практично в будь-якому суспільстві й у будь-який проміжок часу [7, с. 48–67] (див. Рис. 1).

Типологія В. Плахова заслуговує на увагу передусім завдяки своїй універсальності й позачасовості, її можна використовувати для аналізу героїв будь-якого соціуму, оскільки виділені типи пов'язані з універсальними загальнолюдським цінностями, наприклад, із цінністю життя, ризикування яким, як це робить герой-воїн чи герой-бунтар, завжди сприймається за поштовх. Очевидно, що деякі з типів актуалізуються в той чи той період часу (у воєнний час – герой-воїн, у час суспільного застою – герой-бунтар), але більшість із виділених різновидів актуальні практично в будь-яку історичну епоху, бо досконале опанування свого ремесла, порятунок людей, здатність досягати добробуту, у тому числі й матеріального, за рахунок тяжкої праці й докладання вольових і розумових зусиль були можливими упродовж більшої частини людської історії і є можливими нині.

Однак, на нашу думку, поділ науковця доволі часто не дає змоги чітко зарахувати ту чи ту особистість до певного типу, оскільки межі запропонованих категорій подекуди розмиті (наприклад, підвищену енергетику, очевидно, може мати будь-який герой, оскільки здатність надихати аудиторію, вести за собою – необхідний атрибут героїчної постаті, відповідно віднести певну особистість до типу «героя-ентузіаста» можна хіба що за залишковим принципом – якщо нічим іншим вона не вирізняється).

*Теорія «мономіфу» Дж. Кемпбелла.* У суперечність з усіма розглянутими підходами вступає оригінальна концепція американського антрополога Дж. Кемпбелла. Науковець висунув ідею про героїчний «мономіф», згідно з якою всі існуючі типи героїв – лише різні обличчя єдиного героя, трансформація єдиного героїчного





«ядра» (герой вирушає з буденного світу у сферу надприродного, зустрічається з надприродними силами, одержує перемогу, повертається назад із новою силою чи багатством, що приносить благо його співвітчизникам [1, с. 30]). Відповідно, на думку Дж. Кемпбелла, будь-яка історія про героя – лише переспів основного сюжету.

Концепція американського дослідника досі залишається впливовою й обговорюваною, однак її базування на фольклорному матеріалі, доволі суб'єктивістський підхід автора (намагання пояснити героїчну поведінку з позицій психоаналізу) дає підстави для критики. Підхід Дж. Кемпбелла залишається своєрідним, тоді як більшість дослідників усе ж схильються до розуміння героїзму як явища культурного, історичного чи культурно-історичного.

*Герої медіапростору: історико-функціональний підхід.* Очевидно, що розглянуті типології (окрім типології В. Плахова, яка є універсальною) доволі складно застосувати для українського суспільства. Застосування ж однієї з них призведе до нехтування національними особливостями (історичним досвідом, культурою, доміантними суспільними цінностями). Крім того, при типологізуванні важливо враховувати особливості українського медіадискурсу як найбільш продуктивного середовища створення й функціонування героїчних типів. Зважаючи на переваги й недоліки розглянутих типологій, вважаємо за доцільне розробити типологію, яка здатна охопити героїв сучасного українського медіадискурсу. За основу для поділу беремо іс-

торико-функціональний підхід, який є компромісом між розглянутими вище. Емпіричний матеріал для дослідження – вибірка публікацій із всеукраїнського тижневика «Дзеркало тижня» (ДТ) й сумського обласного тижневика «Ваш шанс» (ВШ) за повний 2012 р. (загалом 102 номери). Кількість відібраних для аналізу матеріалів – 94 (44 – у «Дзеркалі тижня» й 50 – у «Вашому шансі»). Аналізовані газети представляють різні типи видань: «Дзеркало тижня» – аналітичний всеукраїнський тижневик, «Ваш шанс» – інформаційне регіональне видання, – що дає можливість отримати повніше уявлення про героїчні типи, що функціонують у вітчизняному друкованому медіадискурсі.

Беручи до уваги точку зору про трансформацію героїзму в сучасному світі, однак принципово не погоджуючись із підходом, який пропонує розглядати «селебритіз» як героїв сьогодення (вище вказано, що такий підхід здатний призвести до нехтування цінностями, моральними якостями людини, звести її лише до зовнішнього представлення), поділяємо героїв на класичних та некласичних. При цьому проявляється історичний підхід до типології, під яким ми розуміємо не те, що класичні герої – особистості з минулого, а некласичні – сучасні, або те, що перші функціонували, ідентифікувалися героями на певних раніших проміжках часу, другі ж – нині, а лише те, що класичні є історично первинними, вони дають основне уявлення про інститут героїства як такий, а некласичні герої – історично вторинні, уявлення про них може виникнути лише на базі уявлення про перший виділений тип.

Класичні герої – це heavy figures У. Онга, «усні» й «друковані» герої Л. Стрейта, особистості, що вкладаються в рамки так званої Big Man Theory, тобто розуміння героя як визначної, великої людини. У сучасному медіадискурсі «великі люди» функціонують переважно у двох своїх проявах – героя-воїна й культурного героя.

Воїн – класичний приклад героїзму ще від міфів та епосу. Провідними рисами цього типу є фізична сила й витривалість. У медіадискурсі воїни здатні репрезентувати фактично будь-яку історичну епоху – від доби військової величі Київської Русі до Другої світової війни чи навіть сьогоденної України, коли воїнами-героями в медіадискурсі постають захисники цілісності держави.

В аналізованих виданнях цей тип є одним із найбільш численних – 24 %. При цьому помітна значна відмінність у репрезентації героїв-воїнів у «Дзеркалі тижня» й «Вашому шансі»: у першому виданні вони представлені звитязцями від княжої доби (*Тому що тут було Велике Князівство Литовське. – ДТ. – 2012. – № 26*) до Другої світової війни (*Як загинув підпільник «Зот». – ДТ. – 2012. – № 10*), у другому ж героїзуються воїни Великої Вітчизняної війни (*Липово-*

Рисунок 1.

## Типологія героїв (за В. Плаховим)

Типологія героїв (за В. Плаховим)	герой-воїн (вирізняється фізичною силою, поділяється на підтипи: захисник, завойовник, солдат, цар, полководець і т.д.)
	герой-майстер (людина, що досягла видатних результатів у справі, який присвятила життя)
	герой-першопроходець (новатор, здатний іти на ризики заради відкриттів)
	герой-правдошукач (найяскравішими прикладами можуть слугувати герої радянської епохи й віруючі люди, які шукають істину)
	герой-бунтар (людина, яка створює, несе щось нове, як Прометей, або, навпаки, руйнує старе, у тому числі й матеріальне, як це зробив Герострат)
	герой-лицар (людина обов'язку, яка виконує функції, визначені їй соціальною ієрархією)
	герой-авантюрист (сміливий, ризиковий, який здатний діяти, не будучи впевненим в успіхові)
	герой-багатий (людина, яка досягла матеріального благополуччя завдяки зосередженню усіх своїх фізичних і духовних можливостей)
	герой-аскет (людина, що відмовляється від мирських благ заради подвигу служіння)
	сакральний герой (або має надприродні здібності, або ревно дотримується релігійної моралі)
	герой-великомученик (стійко витримує страждання чи бореться, хоч розуміє, що не має шансів на перемогу)
	герой-ентузіаст (людина, що має підвищену енергетику)
	герой-учитель (просвітник на зразок Махатми Ганді)
	герой-чудотворець (людина здатна зробити те, чого до неї ніхто не робив і що виходить за межі звичних очікувань)
	герой-рекордсмен (наприклад, відомі хірурги, які виконали за життя по кількадесять тисяч операцій)



долинський Маресьєв. – ВШ. – 2012. – № 20) та війни в Афганістані (*Дорогами Афгана на пыльной «броні»*. – ВШ. – 2012. – № 8).

Культурного героя розуміємо як людину, метою життя якої було чи є створення матеріального або нематеріального блага для інших, просвіта людей, удосконалення світу. Таким чином, до цієї категорії належать постаті на зразок Тараса Шевченка, дисидентів тощо.

Цей тип відсутній у регіональному «Вашому шансі», але гарно репрезентований у «Дзеркалі тижня» (14 % від загальної кількості аналізованих матеріалів), наприклад: «Трагедія і триумф патріарха Йосипа Сліпого» (ДТ. – 2012. – № 8), «Євген Свєрстюк: “У 45 років, коли я тільки йшов у табори, Кобзар звідтіть уже повертався”» (ДТ. – 2012. – № 32), «Лариса Возницька: “За 30 років праці мій батько не мав жодної відпустки”» (ДТ. – 2012. – № 27).

Загалом класичних героїв вирізняє масштаб їх постаті чи масштаб впливу їхньої діяльності на соціум.

Некласичний герой – людина іншого порядку й іншого масштабу. Цей збірний образ іншими словами – *побутовий ситуативний герой* (він є не сукупним образом великих, видатних людей, а квінтесенцією історій успіху так званих «пересічних» громадян, які, однак, виокремлюються у певній сфері чи завдяки певним вчинкам; крім того, зважаючи на особливості медіадискурсу, такий образ буде змінним, часто трансформованим залежно від політичної кон'юнктури, економічної ситуації тощо).

Некласичні герої домінують у медіадискурсі (62 % серед усіх відібраних для аналізу матеріалів), тому виокремлюємо значно ширшу палітру їх підтипів:

- герой-переможець – людина, яка долає життєві труднощі, наприклад, місцеву владу (*Большая победа маленькой женщины*. – ВШ. – 2012. – № 3), іншого локального ворога або, маючи фізичні вади, стає успішнішою за багатьох здорових людей, об'їжджає півсвіту й бореться за права інвалідів (*Микола Подрезан: «З роками мені все важче повертатися в рідну країну»*. – ДТ. – 2012. – № 15); також герой-переможець часто долає власний страх і невпевненість, переходить межі власних можливостей, наприклад, забираючись на найскладніші гірські вершини (*Над пропастью в Гималаях*. – ВШ. – 2012. – № 48) чи досягаючи на перший погляд недосяжних фізичних показників (*В пауэрлифтинге – не только мужчины*. – ВШ. – 2012. – № 6); цей тип демонструє успішні моделі поведінки, наявність героїв-переможців у медіадискурсі засвідчує суспільний запит на успіх. Серед аналізованих матеріалів цей тип становить 18 %;

- герой-професіонал – до цього типу належать люди, що стають героями через свою професію, наприклад, пожежники, рятувальники; до цього типу можуть належати також особи,

що не здійснюють подвиг, однак уже просто гарне виконання ними своїх обов'язків сприймається як подвиг, наприклад, героями-професіоналами можна вважати лікарів чи міліціонерів, які принципово й чесно виконують свою роботу, не беруть хабарів, наприклад: «Хірург-онколог Ігор Щепотін: “Найбільше мене тішить те, що приношу реальну користь людям”» (ДТ. – 2012. – № 11), «О маленьком капитане с большой душой...» (ВШ. – 2012. – № 10). Серед аналізованих матеріалів цей тип становить 11 %;

- герой-страдник – людина, яка присвячує життя турботі про немічних, тих, хто потребує допомоги; прикладами такої турботи можуть слугувати історії про священника-організатора притулку для самотніх літніх людей і ветеранів (*Дом, где согреваются сердцемю*. – ВШ. – 2012. – № 16), жінок, які беруть опіку над хворими дітьми; герой-страдник може присвятити життя боротьбі із власною проблемою, наприклад, із важкою хворобою (*Генеральша из Самтоевки*. – ВШ. – 2012. – № 9; *Паралич, который не могли диагностировать врачи*. – ВШ. – 2012. – № 51) або з байдужістю влади (*Пенсия за особливі заслуги перед Україною*. – ДТ. – 2012. – № 13). Серед аналізованих матеріалів цей тип становить 6 %;

- культурний герой – той самий класичний культурний герой, який, однак відрізняється за масштабом: він не стає поводителем культури, не прагне створити блага для всього соціуму, а позитивно перетворює, облагороджує певну частину дійсності, наприклад, організовуючи культурні центри без фінансової допомоги держави («Ларішес» – уроки патріотизму й пам'яті. – ДТ. – 2012. – № 13), роблячи успішні постановки українською на російськомовному Донбасі (*Опозицію об'єднав театр*. – ДТ. – 2012. – № 1), творячи авангардне мистецтво, попри нерозуміння й гоніння (*Украинский Прометей с грузинскими корнями*. – ВШ. – 2012. – № 18), тобто загалом виконуючи просвітницьку місію. Серед аналізованих матеріалів цей тип становить 26 %.

Слід сказати, що принципової відмінності між типами маленьких героїв у загальноукраїнському й регіональному виданнях не простежується, за винятком того, що «Ваш шанс» більше уваги приділяє героям-переможцям (13 % проти 6 % у «Дзеркалі тижня»).

**Висновки.** Отже, героїчні образи завжди потрібні для соціуму, виконують важливі соціальні завдання. Вирішення проблеми типологізування героїв дає можливість структурувати уявлення і про самі ці образи, і про соціальну дійсність, яка їх породжує. У науці виокремилася кілька підходів до типології героїв. Зокрема, поділи, запропоновані Т. Карлейлем та П. Сапроновим, можемо умовно назвати національно-історичними, оскільки вони враховують національні особливості образу героя і дають змогу розглядати його в певному історичному проміжку. Без ура-



хування історичних обставин, але з підкреслено національним підходом Дж. Нахбар та К. Лаус виокремили героїв американського суспільства (герой-бунтар і герой-громадянин). На противагу згаданій типології можемо навести класифікації Л. Стрейта та Д. Бурстіна, які нехтують національними ознаками, однак підкреслюють важливість історичних умов, які призвели до нівеляції ролі «справжнього» героя, заміни його псевдогероєм-«селебриті». Оригінальне тлумачення героїчних типів запропонували американський дослідник Дж. Кемпбелл, який вважав недоцільним будь-який поділ героїв на типи, протиставляючи типології концепцію героїчного монуміфу, та російський науковець В. Плахов, який запропонував функціоналістське трактування героїчних типів (без урахування історичних, національних, культурних відмінностей).

Запропонований нами поділ синтезує різноманітні підходи до типологізування героїчних типів. Поділ на класичний і некласичних героїв дає можливість включити до типології максимально широке коло образів. При цьому виділені класичні герої досить повно репрезентують основні риси героя, як його розуміли в межах Big Man Theory: класичний герой не лише руйнує, долає ворога за допомогою фізичних зусиль, а й створює, змінює життя на краще за допомогою своїх моральних і розумових якостей.

Некласичні ж герої дають змогу якомога повніше змалювати актуальну картину стану соціуму. Запит на героїв-професіоналів, запит на моделі успіху не стільки засвідчує те, що професіоналізм і вміння подолати труднощі є типовими для соціуму, скільки показує їх нестачу, яку здатні заповнити передовсім ЗМК завдяки систематичній трансляції відповідних історій.

1. *Кемпбелл Дж.* Тысячеликий герой / Джозеф Кемпбелл. – М. : Ваклер ; Рефл-бук ; АСТ, 1997. – 384 с.

2. *Stefanovic L.* Human or Superhuman: the Concept of Hero in Ancient Greek Religion and/in Politics / Lada Stefanovic // Bulletin of the Institute of Ethnography. – Vol. LVI (2). – P. 7–20.

3. *Сапронов П. А.* Феномен героизма / П. А. Сапронов. – 2-е изд., испр. и доп. – С.Пб : Изд. центр «Гуманитарная академия», 2005. – 512 с.

4. *Papayanis A.* Everybody's coming back a hero: Reflections and deflections of heroism in the Gulf / Alena Papayanis // Journal of War & Culture Studies, 3: 2. – P. 237–248.

5. *Суравнёва И. М.* Героизм как социальный феномен : автореф. дисс. ... канд. филос. наук : 09.00.11 / Ирина Михайловна Суравнева. – Тверь, 2006. – 17 с.

6. *Карлейль Т.* Герои, почитание героев и героическое в истории / Томас Карлейль. – М. : Эксмо, 2008. – 864 с.

7. *Плахов В. Д.* Герои и героизм. Опыт современного осмысления вековой проблемы : монография / В. Д. Плахов. – С.Пб : КАРО, 2008. – 240 с.

8. *Boorstin D. J.* The Image: A Guide to Pseudo-events in America / Daniel J. Boorstin. – Vintage Books, 1992. – 319 p.

9. *Drucker S.* The hero as a communication phenomenon / Susan J. Drucker, Robert S. Cathcart // American Heroes in a Media Age / [ed. by Susan J. Drucker, Robert S. Cathcart]. – Hampton Press, 1994. – P. 1–11.

10. *Klapp O. E.* The Creation of Popular heroes / Orrin E. Klapp // American Journal of Sociology. – 1948. – Sep. – Vol. 54. – No. 2. – P. 135–141.

11. *Klapp O. E.* Symbolic Leaders: Public Dramas And Public Men / Orrin E. Klapp. – Chicago : Aldine Pub. Co., 1964. – 272 p.

12. *North A. C.* Distinguishing heroes from celebrities / Adrian C. North, Victoria Bland, Nicky Ellis // British journal of Psychology. – 2005. – Vol. 96. – P. 39–52.

13. *Povedak I.* Heroes and Celebrities: PhD Dissertation Summary / Istvan Povedak. – Budapest-Szeged, 2009. – 11 p.

14. *Strate L.* Heroes, Fame and the Media / Lance Strate // A Review of General Semantics. – 1985. – Vol. 42. – P. 47–53.

15. *Cassirer E.* The Myth of The State / Ernst Cassirer. – Yale Univ. Press, 1946. – 236 p.

16. *Гриценко О.* Герой / О. Гриценко // Нариси української популярної культури : [за ред. О. Гриценка]. – К. : УЦКД, 1998. – С. 89–114.

17. *Мелетинский Е. М.* Аналитическая психология и проблема происхождения архетипических сюжетов [Электронный ресурс] / Е. М. Мелетинский // Сумма психоанализа : электронный сборник. – Т. XIX. – С. 106–115. – URL: <http://www.psychosophia.ru/pdf/Psycho/Psycho19.pdf> (30.06.2014).

Подано до редакції 10. 09. 2014 р.

#### **Yevtushenko Olena. Representation of a hero in modern printing media: functional-typological features.**

In the article, on the basis of existing approaches to typologization of heroes, a typology of heroic characters in the modern Ukrainian media scene has been developed. The key approaches to singling out heroic types – national-historic (T. Carlyle, P. Sapronov), national (J. Nachbar and K. Lause), historic (Y. Meletynskiy, J. Boorstin, L. Strate), functional (V. Plakhov) and the «monomyth» theory by J. Campbell have been examined. The analysis of Ukrainian printing media discourse has allowed developing a typology of heroic characters which function in the media (the historical-functional approach has been taken as a basis being a compromise among the approaches mentioned above). Among the heroes of mass media, classic and non-classic types have been singled out. The former are introduced by characters of hero warrior and culture hero. The latter are introduced by characters of hero conqueror, hero sufferer, hero professional and «small» culture hero.

**Keywords:** hero, typology, classic hero, non-classic hero, media discourse.



**Евтушенко Е. Н. Репрезентация героя в современных печатных СМИ: функционально-типологические особенности.**

В статье на основе анализа существующих подходов к типологизации героев выработана типология героических образов современного украинского медиапространства. Рассмотрены ключевые подходы к выделению героических типов: национально-исторический (Т. Тарлейль, П. Сапронов), национальный (Дж. Нахбар и К. Лаус), исторический (Е. Мелетинский, Дж. Бурстин, Л. Стрейт), функциональный (В. Плахов) и теория «мономифа» Дж. Кэмпбелла. Анализ отечественного печатного медиадискурса позволил выработать типологию героических образов, которые функционируют в СМИ (как основа взят компромиссный между рассмотренными историческо-функциональный подход). Среди героев масс-медиа выделены классические и неклассические типы. Первые представлены образами героя-воина и культурного героя. Вторые же – образами героя-победителя, героя-страдальца, героя-профессионала и «маленького» культурного героя.

**Ключевые слова:** герой, типология, классический герой, неклассический герой, медиадискурс.