



УДК 321.+316.334.3

© Л. А. Васильева, 2009

## УСИЛЕНИЕ МИФОЛОГИЧЕСКОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ В МЕДИЙНЫХ КАНАЛАХ ПЕРИОДА ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ

*Васильева Л. А.* – канд. ист. наук, проф. Дальневосточного государственного университета, кор. «Российской газеты» (Дальневосточное представительство); тел.: 8-902-556-59-23, e-mail: milav12@mail.ru (ДВГУ)

В статье рассматриваются мифосоставляющие печатных СМИ периода Великой Отечественной войны. Грамотно используемые мифоконцепты являли собой могучий резерв консолидации общества даже при отсутствии социального равенства. Публицистика периода Великой Отечественной войны не имела равных себе в истории российской журналистики. Она вела своих читателей через трагичное к очищению, высокому эмоциональному всплеску, к чувственности, при этом скрывая истинное положение вещей. Именно это углубляло нравственность, усиливало национальное самосознание и патриотизм. Миф же в силу своей синкретической природы сыграл решающую роль в идейном, политическом генезисе тоталитаризма.

In the article the mythological constituents of the press in the period of the Great Patriotic War are considered. Competently used myth concepts presented a mighty reserve of society consolidation, even in the absence of social equality. The publicism in the period of the Great Patriotic War had no equal one in the history of Russian periodical press. It led the readers through the tragic events to purification, to a high emotional splash, to sensuality while hiding the actual state of affairs. That influenced growth of morality, strengthening of national self-consciousness and patriotism. Myth by virtue of its syncretic nature played a decisive role in the ideological and political genesis of the totalitarianism.

*Ключевые слова:* мифоконцепты, пресса, период ВОВ, синкретическая природа, национальное самосознание.

Миф – живое воспроизведение действительности, отличающийся синкретическим единством чувства и мысли, слова и действия. Действительность, ограниченная во временных и пространственных границах, воспроизводится в предметных формах и имеет символическое значение. В. Шляпентох утверждает, что существование мифов необходимо для функционирования равновесия общества. Созданию новых политических

мифов и символов активно способствуют экстремальные условия (революции, войны). Именно они создают ощущение разорванности социальной структуры, тесно связаны с изменением традиционного информационного пространства. И тогда достигает апогея. Ситуация войны ставит огромные массы населения на грань выживания, а потому резко сужает ее цели: нужно победить, желательно и выжить. В результате происходило обеднение информационного режима и искажение информационной картины бытия, в действие вступали защитные механизмы: блокировалась любая информация, которая могла бы посеять панику, вызвать тревогу или просто сомнение в правильности действий.

С позиций генетического структурализма, мифы и ритуалы периода Великой Отечественной войны можно представить в качестве особой ментальной структуры, характер которой был обусловлен экстремальной ситуацией. В космическом смысле всякая война подразумевает войну, борьбу света против тьмы или добра против зла. Чем справедливее война, тем более она оправдана. Единственным оправданием войны служит сведение многого к единому, т. е. беспорядка к порядку. При таком подходе можно увидеть в войне средство восстановления первоначального порядка, или же своего рода жертвоприношение, выступающее эхом космогонической жертвы. Великая Священная война – это та, которая освобождает человека от врагов [1].

Символическая смерть представляет конец эпохи, особенно когда она приобретает форму жертвенности или стремления к саморазрушению перед лицом невыносимого напряжения [1].

В рассматриваемой экстремальной ситуации, по нашему мнению, враг – фашист, а мифологемы: «война» – «жертва» – «смерть» – «враг» – подчиняются мифологеме «страха».

Национальная память – явление многослойное, избирательное. В памяти русского народа сохранились ратные подвиги Минина и Пожарского, князя Юрия Долгорукого, Куликовская битва, Невское побоище. В основе подобного типа мифологем лежит эмоциональная память народа, сохраняющая героическое. По мнению Ю. Оноприенко, «именно мифология является тем самым мостиком, который соединяет интеллектуальную системную информацию с несвязанной информацией сферы бессознательного. Но последняя, согласно информационно-системной концепции, сформировалась в результате действия закона сохранения информации в процессах эволюции психики (и ее предшественников) всех поколений предков человека, т. е. это потенциальная информация, характеризующая механизмы взаимодействия всех эволюционных предшественников человека с окружающей средой (в широком смысле).

Все это приводит нас к следующему выводу: опираясь на многочисленные аргументы в пользу мировоззренческого содержания мифологем, можно утверждать, что соответствующая им составляющая коллективного бессознательного представляет собой принципы, лежащие в основе формирования логических основ сознания, включая структуру систем



мистико-фантастического восприятия действительности первобытным человеком. Исходя из положений системно-информационного подхода, можно быть уверенным, что человеческая психика содержит в качестве потенциальной информации все основные принципы организации информационных систем, возникшие в процессе ее эволюции, начиная от истоков ее появления у наших отдаленных животных предков» [2].

Время убирает негатив, реальное и мифологическое меняются местами. СМИ, формируя общественное мнение, полностью использовала эти качества. Пропагандистская установка была сделана на национальную память народа. Именно обращение к ней способствовало подъему национального единства народа и высокому накалу патриотизма всего народа. На первом этапе войны главным мотивом мобилизации всех сил народа на борьбу с немецко-фашистскими захватчиками была месть за беды и страдания, принесенные оккупантами советским людям. На завершающем этапе к этому мотиву прибавилось сознание высокой освободительной миссии Советской Армии, которую она выполняла не только по отношению к народам Советского Союза, но и по отношению к народам стран Европы.

На фундаменте национальной идентичности во всех ее видах – мифологическом, культурном, политическом – строилась вся военная пропаганда. Решающим фактором в формировании феномена социальной идентичности в экстремальных условиях являлся историко-политический контекст, «предполагающий три основные ипостаси: политическую, культурную и мифологическую – выражающие в различных формах, например, в мифологическом, культурном или политическом национализме, причем сознание этих форм наиболее осязательно проявляется при возникновении мотива объективной или искусственно смоделированной угрозы существования этноса. Мифологический национализм возникает на стадии осознания защиты не просто территории, а некоего принципа», – считает Б. Борисов [3].

Грамотно используемые мифоконцепты представляли собой могучий резерв консолидации общества, даже при отсутствии социального равенства. Лозунг военных лет – «Все для фронта! Все для победы!». Это – одно, другое – показ и тиражирование технологии ведения боя, борьба человека со страхом смерти.

Основными идеями, позволяющими постигнуть мифологемы военной тематики, а также то, как создавалась каждая мифологема и в чем состояла ее жизненность, являлись следующие:

- ничто не бывает лишним значения, все значимо;
- ничто не независимо, все каким-либо способом связано с чем-либо еще;
- все входит в тематические мифологические ряды;
- ряды соотносятся друг с другом в том, что касается положения, а компоненты каждого ряда соотносятся в том, что касается значения;

– количественное становится качественным в определенных сущностных чертах, которые фактически конституируют значение количества.

Эта характеристика серийности являет собой базовый феномен, справедливый как для физического мира (имеющегося в нем диапазона цветов, звуков, ландшафтов и т. д.), так и для мира духовного (его добродетелей, пороков, склонностей, чувств и т. д.). Факторы, ответственные за упорядоченность в виде рядов, таковы: наличие ограничений; соединение прерывности и континуальности; надлежащий порядок; градация; счет, внутренний динамизм составляющих элементов; поляризация; симметрическое и асимметрическое равновесие; и к тому же понятие целого [1].

При анализе структур мифологем: война – жертва – смерть – враг и других символов войны: воин – герой – женщина – звезда – кровь – мать – меч – флаг – обнаруживаются реальные и символические компоненты. Сам объект, взятый изолированно, объект в его связи с утилитарной функцией, конкретной или фактической реальностью в трехмерном мире (напрямую, косвенно и то, что дает возможность рассматривать объект в качестве символа), динамические тенденции объекта вступать в связь с соответствующими эквивалентами. В этой символической функции мы к тому же можем различить символическое и общее значение; последнее зачастую бывает амбивалентным и нагруженным иллюзиями, разнообразие которых, однако, никогда не оказывается хаотичным, поскольку выстраивается вдоль координатной линии «общего ритма» [1].

Мифологемы войны все соотносились между собой, так как были ориентированы вдоль одной линии – **войны**, они подразумевали стремление к духовной определенности и физическому уничтожению, в чем и состоит глубочайшее значение их символических функций. Но «в дополнение к этому они связаны друг с другом – можно сказать, как маяки, указывают друг на друга – благодаря внутреннему сродству, связывающему все эти феномены» [1].

Так формировались новые духовные ценностные ориентации, мифы и символы военного периода (высочайший патриотизм, любовь к Отечеству, вера в победу), а национальное самосознание являлось базовой категорией для всех журналистских акций. История не сохранила авторов лозунгов-слоганов тех лет: «Родина-Мать зовет!», «Наше дело правое – мы победим!», «Все для фронта – все для победы!», но именно они импонировали обществу, неся в себе мощнейшую энергетику жертвенности, мессианства.

Динамичное развитие прессы военного времени, новостной, аналитической, художественно-публицистической – проявление закономерности, заключающейся в зависимости характеристик жанра от объективных обстоятельств. В данном случае экстремальная ситуация обусловила специфику восприятия, общественные запросы. СМИ военного периода приобрели еще одну функционально-предметную особенность: при



отражении крупномасштабных событий материалы наполнялись данными обобщенного характера, тон задавали пафос, героизм, но меньше воспроизводилось каких-то поступков людей, зарисовок событий. Изображение быта войны, будней, тактики боя, работы тыла отличалось деловитостью, конкретностью, использованием военной терминологии, специфической фразеологии и лексики. Военная журналистика создавала портрет армии, народа, параллельно с образом вождя, деяния которого становились еще более мифологизированными. Повествования, выполненные на высокой эмоциональной ноте, передавали читателям картину войны, заставляли вместе с героями «переживать» событие, показывало нравственное превосходство русского народа над захватчиками.

В предметно-функциональном развитии журналистики определяющее значение имело представление о мотивах борьбы. Здесь в ином качестве работала энергетика мифа. Аксиоматика героизма и жертвенности определяла всю советскую историю. В условиях войны этот архетип стал ведущей координатой идеологического влияния. Согласно теории катарсиса, очищения, базирующейся на фрейдистском бихевиоризме, художественный, изобразительный, документальный образ заставляет аудиторию (читателей, зрителей) внутренне повторять поступки и поведение героя, т. е., «любое произведение искусства есть энергетическая ловушка: человек должен войти в нее с одной энергетикой, пережить определенный эмоциональный и энергетический вираж и выйти в другом состоянии» [4]. Военная журналистика, показывая героическое, очищала человека, приобщала его к сопереживанию, при этом зная меру и границу. Поэтому экстремальную ситуацию можно рассматривать как точку, где происходит распадение времени, героическая жертва сближает временные точки, так как событие, подвиг происходят ради будущего. «Моментальная жертвенность – это героизация, жертвенность, растянутая на жизнь поколения, героизируется уже в вербальном плане, более в идеологическом, чем в реальном» [5]. Тоталитарная героическая символика экстремальной ситуации перестраивала модель человеческого поведения. Посредством медийных каналов тиражировались образы героев Великой Отечественной войны, все они представляли примеры определенного личностного жертвования, в данном случае смерть ради победы иерархически высшего уровня – страны, государства.

Символы и архетипы, ритуалы, направленные на формирование новой модели человеческого поведения, кодифицировали мысли людей, укрепляли мораль, предлагали определенные правила поведения и санкционировали обряды, рационализировали и оправдывали жесткие социальные установки. Мифологическая логика достигала своих целей как бы ненароком, окольными путями, с помощью материалов, к этому специально не предназначенных, способом бриколажа, оттенка, рикошета в человеческое сознание.

Возвращение к пра-времени усиливало героизацию определенных личностей, не меняя общей символической оценки, только по-иному высвечивая те или иные эпизоды войны. Массовый героизм военных лет – закономерный ответ на риторику побед, а идеологическая система полностью базировалась на функции героя. Герой – это была личность яркая, незаурядная, к повторению его подвига должны были стремиться все члены общества. Но герои отдавали свою жизнь, проливали кровь, а пролитая кровь – символ жертвоприношения. «Одежды его запятнаны кровью (так как за плечами у него война и жертвоприношение)» [1].

Символическая действительность интерпретировала события на порядок выше реальности, создатели текстов позволяли значительную долю домысла, ассоциаций, символов. Подобные укрупненные архетипы могут быть оправданы и принимаемы только в условиях экстремального периода.

Перед политической системой стояла главная задача – сплотить советский народ на борьбу с коварным и опасным врагом, поднять боевой дух, вызвать готовность к самоотверженности и укрепить веру в победу у каждого советского человека. Поэтому так необходим был показ фактов, событий, которые со всей резкостью и исторической обусловленностью высвечивали бы грани духовного облика советского человека, оказавшегося лицом к лицу с врагом.

Война изменяла жизнь в корне, в том числе и категорию оптимизма, обыкновенные дни становятся эпопеями, героями становятся те, мимо которых мы раньше проходили, не зная о них, не обращая внимания.

М. Бахтин выделял два полюса общения – сверхположительный и свертрицательный [6]. Рассмотренные выше категории, по нашему мнению, лежат именно в этой плоскости: герой – враг; жертвенность – страх. Политическая система развернула реализацию категории оптимизма в виде символики победы в журналистских текстах, несущих и передающих эмоциональную, экстремальную энергетику военного времени. А ее несли все материалы военного времени.

Жертвенность, героизм, патриотизм дополнялись образами природы – матери, временами года. Оттуда шла мощнейшая энергетика. Греки представляли времена года в виде женщин: весна изображалась женщиной в венке из цветов, стоящей рядом с цветущим кустарником; лето – с венком из колосьев пшеницы, держащей в одной руке сноп, а в другой – серп; осень – несущей гроздь винограда и корзину, полную плодов; зима – с непокрытой головой близ деревьев с облетевшей листвой [1].

Материнское, женское начало тесно связано с ностальгическим стремлением духа к материальным вещам или с подчинением духа неизъяснимому, но неумолимому закону судьбы. Без описания картин природы не обходилась практически ни одна фронтовая публикация.

Подобные образы затрагивали глубины человеческого духа, поднимали их из беспокойных глубин бессознательного. Для К. Юнга подобные образы не являются субститутами живых предметов или безжизненными



изображениями; они являются плодами внутренней жизни, постоянно выходящими из бессознательного способом, который можно сравнить с непрерывным развертыванием творения. Как творением определяется отпочкование от него существ и объектов, точно так же и психическая энергия расцветает в виде образа, сущности, проводящей истинные границы между неформальным и концептуальным, между тьмой и светом.

Образы времен года, природы несли на себе очищающее начало, являлись мощным эмоциональным стимулом в формировании поведенческой модели людей в экстремальной ситуации, становились универсальным символом, обладающим наибольшим постоянством и действительностью, максимальным потенциалом для психоаналитической эволюции, указывающей направление от низшего к высшему.

В символах и мифах войны мы находим элементы интереса к природе, «интерес к природе опять же, если иметь в виду всю важность мифологии магии и то, как тесно магия связана с хозяйственными заботами человека. Однако в этом отношении мифология очень далека от беспристрастных и созерцательных рапсодий на тему природных явлений. Между мифом и природой необходимо вставить два звена: прагматический интерес человека к некоторым аспектам внешнего мира и его потребность в компенсации с помощью магии недостатка рационального и эмпирического контроля над некоторыми явлениями» [7].

Прагматический интерес человека и его потребность в компенсации с помощью магии недостатка рационального и эмпирического контроля над некоторыми явлениями явились основополагающим фактором для внедрения в его сознание мифов и символов природы – как позитивных, так и негативных. Другие символы и образы по отношению к образу природы выступали как другая, составная часть, усиливаемая первой.

Процессы мифологизации в печатных изданиях периода Великой Отечественной войны сочетали в себе два аспекта: взгляд из прошлого или в прошлое (диахронический аспект) и средства объяснения настоящего (синхронический аспект). Продолжая традиции политического процесса первых революционных лет, тоталитарная идеология активно вводила в оборот мифологические модели: внутренние мифоконцепты, мифостатистику, инциации, миф героя и врага, жертвы и жертвенности, архетипы близнецов, хорошего/плохого пространства и т. д. Мифотехнология СМИ соединяла в себе социокультурную вертикаль с горизонталью политики, экономики и психологии. Медийные каналы позволяли держать социум под политическим контролем, объединять, сближать, организовывать, мобилизовывать на решение задач, поставленных партией. При этом, они имели особую реальность политических форм, создаваемых посредством мифологических образов. Эти же семиотические системы формировали погруженного в них человека, определяя его позицию в социуме. С позиций генетического структурализма мифы и ритуалы военного периода можно представить в качестве особой ментальной структуры, характер которой был

обусловлен экстремальной ситуацией. Символическая действительность интерпретировала события на порядок выше реальности, создатели текстов позволяли значительную долю домысла, ассоциаций, символов.

В СМИ военного периода доминирующими были образы, символы, архетипы войны, жертвы и жертвенности, героизации, пра-времени, образ врага, образ меча карающего, символы времен года, женское начало, образ матери (Родина-мать зовет!), исторические образы. Подобная структура символических координат поднимала военную публицистику на высокий уровень. Она служила для утверждения героического, патриотического, для ретроспективной демонстрации моделей поведения Мифы, ритуалы, инициации, выступающие в качестве стимулов, были призваны вызывать у человека чувство симпатии, антипатии, страха, любви, ненависти по отношению к тем или иным социальным явлениям. Пресса создавала картину мира, не полностью соответствующую действительности, но рассчитанную на эмоциональную реакцию аудитории, и в этом заключались ее огромные манипулятивные возможности. Эмоциональные и иррациональные факторы, простейшие элементы человеческой психики всегда обладали и обладают универсальным значением, они – стержень личной традиции человека, защита человека в обществе. Мифоконцепты усиливали процессы восприятия, подгоняли сложное, новое под простое, экономили время и усилия.

Лейтмотив журналистских произведений периода Великой Отечественной войны – пафос борьбы с врагом, героизм и глубочайший патриотизм. Журналистика, через трагичные символы и образы, вела своих читателей к очищению, высокому эмоциональному всплеску, к чувственности. Именно это углубляло нравственность, усиливало национальное самосознание и патриотизма.

### Библиографические ссылки

1. Керлот К. Э. Словарь символов. М., 1994.
2. Оноприенко Ю. И. Информационно-генетические истоки сознания // Вопросы журналистики. Владивосток.
3. Борисов Б. Л. Технология рекламы и PR. М., 2001.
4. Князева М. Кризис. Черная культура. Светлый человек. М., 1999.
5. Почепцов Г. Тоталитарный человек. Киев, 1994.
6. Бахтин М. Н. Дополнения и изменения к «Рабле» // Вопросы философии. 1992. № 1.
7. Малиновский Б. Магия. Наука. Религия. М., 1998.