

Научная статья
УДК 316.77:070.23(1-32)“1941/1945”
<https://doi.org/10.24158/fik.2022.6.14>

Трансформация образа Германии как «Другого» в коммуникативной стратегии региональной прессы времен Великой Отечественной войны

Надежда Николаевна Борисенко

Северо-Кавказский федеральный университет, Ставрополь, Россия, dysha23@mail.ru

Аннотация. В статье исследована проблематика репрезентации образа одного государства («Другого») в медиапространстве другого. Изучение данной темы способствует анализу этностереотипов, отраженных в прессе, изучению архетипической оппозиции «свой – чужой» в коммуникативном поле печатных СМИ. На примере ведущего краевого издания Ставропольского края – «Ставропольской правды» – рассматривается то, каким образом транслируется в региональной прессе образ другого государства. Выбор Германии как объекта исследования обусловлен исторической ситуацией 1941–1945 гг. Выявлены микросоставляющие, из которых складывается образ страны-агрессора как «Другого» в прессе. Период открытых конфликтных ситуаций, каким является время противостояния России и Германии в ходе Великой Отечественной войны, позволяет понять феномен трансформации образа другого государства в соответствии с коммуникативной стратегией отечественных СМИ, охарактеризовать процесс изменения межгосударственных взаимоотношений между странами, осознать инаковость «Другого».

Ключевые слова: инаковость, концепт «Другой», «свой – чужой», феноменология, экзистенциализм, региональная пресса, Германия, Великая Отечественная война

Для цитирования: Борисенко Н.Н. Трансформация образа Германии как «Другого» в коммуникативной стратегии региональной прессы времен Великой Отечественной войны // Общество: философия, история, культура. 2022. № 6. С. 84–87. <https://doi.org/10.24158/fik.2022.6.14>.

Original article

Transformation of the Image of Germany as the “Other” in the Communicative Strategy of the Regional Press During the Great Patriotic War

Nadezhda N. Borisenko

North Caucasus Federal University, Stavropol, Russia, dysha23@mail.ru

Abstract. The article examines the problems of representation of the image of one state (the “Other”) in the media space of another. The study of this problem contributes to the analysis of ethnostereotypes reflected in the press, the study of the archetypal opposition “Our-or-the Other” in the communicative field of print media. Using the example of the leading regional publication of Stavropol Territory, Stavropol Pravda, the article examines how the image of another state is broadcast in the regional press. The choice of Germany as an object of research is due to the historical situation of 1941–1945. Micro-components have been identified, which form the image of the aggressor country as the “Other” in the press. The period of open conflict situations, which is the time of confrontation between Russia and Germany during the Great Patriotic War, allows understanding the phenomenon of transformation of the image of another state in accordance with the communicative strategy of domestic media, to characterize the process of changing interstate relations between countries, to realize the otherness of the “Other”.

Keywords: the concept of “Other”, Our-or-the Other, phenomenology, existentialism, regional journalism, Germany, the Great Patriotic War

For citation: Borisenko, N.N. (2022) Transformation of the Image of Germany as the “Other” in the Communicative Strategy of the Regional Press During the Great Patriotic War. *Society: Philosophy, History, Culture*. (6), 84–87. Available from: [doi:10.24158/fik.2022.6.14](https://doi.org/10.24158/fik.2022.6.14) (In Russian).

Наибольший интерес к разработке концепта «Другой» проявился XX веке в рамках двух философских течений: экзистенциализма, который ставит перед собой вопросы бытия человека, и феноменологии, занимающейся описанием познающего сознания. Так, в экзистенциальной философии концепт «Другой» получает новые трактовки и входит в составную структуру оппозиции «бытие-для-своего – бытие-для-другого» в различных интерпретациях (Sarukkai, 1997).

Настоящее исследование нацелено на типологизацию медиаобраза Германии как «Другого» в региональной прессе Ставрополя.

Доктор политических наук, профессор О.Ф. Русакова использует при описании моделей дискурса исторической политики поляризованную инверсионную модель с одной доминантной версией по схеме «враг (оккупант) – жертва» (Русакова, 2013: 189), что может служить также частью реализации образа Германии как «Другого» в предпринятом нами исследовании.

Образ Германии как «Другого» в «Орджоникидзева правде» (с 22 января 1943 года – «Ставропольская правда») репрезентуется через несколько составляющих:

- образ врага;
- образ фашистской машины;
- образ немцев под гнётом Гитлера;
- образ фашизма как идеологии;
- сатирический образ Гитлера и его армии;
- образ ослабевающих германских войск.

Еврейский философ-экзистенциалист Мартин Бубер рассматривает «Другого» через понятия «Ты» и «Оно», а также говорит об изначальной открытости человека для «Другого» (Бубер, 1995). В рамках этой концепции можно рассматривать СССР как «Ты», а Германию – как «Оно» соответственно.

В результате анализа публикаций в прессе за 1941–1942 гг. мы выяснили, что репрезентация Германии как «Другого» дифференцируется в прессе в зависимости от фазы взаимоотношений двух государств: в частности, в довоенное время (1 января – 22 июня 1941 г.), на первом этапе Великой Отечественной войны (23 июня 1941 г. – 21 января 1943 г.), в заключительный период противостояния. Если в мирный период создаются преимущественно позитивные или нейтральные образы, связанные с проводимой двумя странами внешней политикой, то на начальном этапе Великой Отечественной войны – уже только негативные («подлый зазнавшийся враг», «фашистская мразь», «фашистская гадина») и уничижительные («фальшивка немецкого командования», «слабость германской стратегии», «немецкой армии не устоять перед русской», «немцы на четвертом году “победоносной” войны вдруг истощно завопили»).

Французский философ Эммануэль Левинас выявил концепцию «Другого» в возвышенном, духовном дискурсе. Он предполагал, что истинной, настоящей инаковости в Я быть не может без взаимодействия с «Другим» (Левинас, 1998: 28). Так, образ Германии как «Другого» в сознании читателей ставропольской прессы меняется от нейтрального к резко негативному в зависимости от окружающей действительности.

После вероломного нападения гитлеровских войск на советские территории региональная пресса оперативно развернула пропагандистскую деятельность с использованием новых эпитетов, характеризующих Гитлера и его окружение. Это коррелирует с концепцией «Другого» в структурном психоанализе Жака Лакана: он взаимодействует с Я в рамках концепции желания, которое напрямую связано с субъектом и «Другим» (Лакан, 1998: 138–142).

После освобождения Ставропольского края от немецко-фашистских захватчиков образ Германии как «Другого» в местной прессе несколько трансформировался. Теперь концепт врага становится ведущим в публикациях о фашистском государстве. Кроме собственно текстов о военных действиях на советско-германском фронте, начинают публиковаться материалы о тех советских гражданах, которые помогли фашистам во время оккупации. И в них также ярко и образно даётся характеристика образа врага.

Немецкий философ-экзистенциалист Мартин Хайдеггер, выделив категорию «Das ein» («Я сам») как особую форму бытия, определяет отношения с «Другим» как проекцию своего бытия к самому себе «на другое». «Другой – дублет самости» (Хайдеггер, 1993: 175).

В материале «Фашистский прихвостень», опубликованном в «Ставропольской правде» в 1943 году, описано заседание военного трибунала гарнизона в Ставрополе по поводу суда над бывшим директором текстильного комбината Солодилиным, которого обвинили в пособничестве фашистским оккупантам. В тексте даются следующие характеристики захватчикам: «немецкие мерзавцы», «распоясавшийся немецкий холуй», «немецкие оккупанты и их прихвостни»¹.

Образ врага в лице фашистской Германии, на наш взгляд, складывается из нескольких более конкретных составляющих:

- образ правителя – Гитлера;
- образ партийного руководства и партийных работников;
- образ германской армии и солдат.

Для Э. Левинаса «Другой» обладает статусом со-бытийности, поэтому «Другим» являются и смерть, и будущее, и время (Левинас, 1998). Так, образ Германии проявляется и через экспрессивно-окрашенную лексику: «подлые гитлеровские оккупанты», «гитлеровские полчища убийц и мародёров», «фашистские мерзавцы»².

¹ Ставропольская правда. 1943. 10 февраля.

² Там же. 14 февраля.

На первой полосе «Ставропольской правды» № 41 (2663) опубликовано письмо И. Сталину от бойцов, командиров и политработников Закавказского фронта, которые характеризуют Германию, используя следующие формулировки: «фашистская нечисть», «злейший враг человечества», «полны ненависти к немецко-фашистским захватчикам»¹.

Силами советской пропаганды постепенно разveивается образ Германии как непобедимой фашистской машины: здесь «Другой» репрезентуется ещё и внутри самого образа Германии – немецкое государство 1943 года стало «Другим» для самого себя образца 1941–1942 гг.

К началу последнего этапа Великой Отечественной войны отмечается резкое снижение количество публикаций, представляющих образ Германии как «Другого»: всего 7,2 % от общего числа исследуемых материалов относится к данному периоду.

Произошли изменения и в расположении текстов, содержащих в себе характеристики «Другого»: теперь тексты располагаются в рубриках «От Советского информбюро» в оперативной сводке, «Военные действия в Западной Европе» или «Международный обзор». Материалы носят информационный характер, поэтому в большинстве публикаций используется нейтральная лексика. Статьи размещаются на 3 и 4 полосах, занимают преимущественно незначительное место в общей структуре номера.

Однако в ряде публикаций авторы продолжают показывать фашистскую Германию как «Другого», используя экспрессивные выражения. Например, в № 49 (3184) в рубрике «Международный обзор» даётся такая характеристика обстановке на фронте: «Гитлеровская Германия, развязавшая Вторую мировую войну во имя осуществления сумасбродных планов завоевания мирового господства, ощущает теперь на собственной шкуре все последствия своих разбойничьих действий»². В этой же рубрике подчёркивается образ слабеющей фашистской армии: «Гитлеровская банда идёт ва-банк перед лицом неизбежного краха»³.

Кроме того, в 1945 году в газету возвращаются карикатуры на Гитлера и его окружение. По-прежнему используются не авторские сатирические зарисовки, а перепечатки опубликованных в ТАСС. Однако на заключительном этапе военного противостояния они сопровождаются анекдотами и короткими стихами сатирического содержания.

Один из значимых представителей феноменологии, французский философ Морис Мерло-Понти рассматривает «Другого» более приземленно, чем Э. Левинас. В его концепции он становится сопричастным и сосуществующим с Я (Мерло-Понти, 2001). К концу Великой Отечественной войны образ Германии как «Другого» как раз реализуется в таком «вещественном», «телесном», «понятном» контексте.

Примером может служить перепечатка передовой статьи из «Правды», в которой сообщается о том, что «гитлеровская Германия находится на краю пропасти», «вся советская земля была очищена от поганой гитлеровской нечисти», «сегодня нас⁴ отделяет от столицы Германии меньше 100 километров»⁵. Здесь Германия как «Другой» репрезентирована во внутреннем противоречии.

Этот же образ формируется у читателя в публикации «Победоносное знамя великого Ленина», автором которой является заместитель заведующего отделом пропаганды крайкома ВКП(б) Н. Хворостухин. В этом тексте германская армия представляется как потерявшая всех своих союзников обороняющаяся сторона: «Под могучими ударами Красной армии вышли из войны все европейские союзники Гитлера и обратили своё оружие против немцев»⁶.

«Другой» транслируется и в заголовках ряда публикаций первой половины 1945 года: «Падение духа германской армии»⁷, «Гитлеровцы призывают в армию пятнадцатилетних мальчиков»⁸, «Паника в логове гитлеровского зверя»⁹.

Ярким дополнением к образу слабеющей Германии стали публикации, которые ознаменовали завершение Великой Отечественной войны. Здесь формируется образ «Другого» как разгромленной гитлеровской армии: «вместо “жизненного пространства” немцы получили гигантское кладбище», «спасли человечество от страшной коричневой чумы – немецкого фашизма», «армией-победительницей»¹⁰, повергнувшей в прах фашистского зверя»¹¹.

¹ Ставропольская правда. 1943. 20 февраля.

² Там же. 1945. 11 марта.

³ Там же. 18 февраля.

⁴ Советские войска.

⁵ Ставропольская правда. 1945. 21 января.

⁶ Там же. 28 января.

⁷ Там же. 08 февраля.

⁸ Там же. 08 марта.

⁹ Там же. 31 января.

¹⁰ РККА, Рабоче-Крестьянская Красная армия.

¹¹ Ставропольская правда. 1945. 09 мая.

Сразу после капитуляции агрессора на первой полосе публикуется обращение И. Сталина к народу, в котором даётся унижительная характеристика Германии: «Зная волчью повадку немецких заправил, считающих договора и соглашения пустой бумажкой, мы не имеем основания верить им на слово. <...> Теперь мы можем с полным правом заявить, что наступил исторический день окончательного разгрома Германии, день великой победы нашего народа над германским империализмом <...> Германия разбита на голову. Германские войска капитулируют»¹.

Таким образом, мы рассмотрели динамику образа Германии в период Великой Отечественной войны, нашедшую отражение в материалах региональных СМИ. Было выявлено, что экспрессивная окраска публикаций о другом государстве зависит от внешнего событийного контекста. В первой половине 1941 года Германия представляется читателям в нейтральном ключе. После нападения на СССР ее характеристики кардинально меняются – появляется негативный образ врага. Освобождение советских территорий, в том числе Ставропольского края, ознаменовало начало трансформаций и образа «Другого» в СМИ применительно к Германии: публикации о ней приобретают унижительный характер.

Следует сказать, что репрезентация образа одного государства в медиапространстве другого иллюстрирует признание его инаковости на основе архетипической оппозиции «свой – чужой». Коммуникативное поле региональных печатных СМИ формирует образ «Другого», соотносясь с общественно-политическими тенденциями и идеологическими принципами. Микросоставляющие, из которых складывается образ страны-агрессора как «Другого» в прессе, позволяет понять феномен трансформации образа другого государства на фоне изменения межгосударственных взаимоотношений между странами.

Список источников:

- Бубер М. Два образа веры. М., 1995. 464 с.
Лакан Ж. Семинары. Книга 1. Работы Фрейда по технике психоанализа. М., 1998. 432 с.
Левинас Э. Время и Другой. Гуманизм другого человека. СПб., 1998. 265 с.
Мерло-Понти М. Знаки. М., 2001. 429 с.
Русакова О.Ф. Дискурс исторической политики в контексте национальной безопасности // Дискурс-Пи. 2013. № 1–2 (11–12). С. 187–190.
Хайдеггер М. Время и бытие. М., 1993. 447 с.
Sarukkai S. The 'Other' in Anthropology and Philosophy // Economic and Political Weekly. 1997. Vol. 32, iss. 24. P. 1406–1409.

References:

- Buber, M. (1995) *Dva obraza very* [Two Images of Faith]. Moscow. 464 p. (in Russian).
Khaidegger, M. (1993) *Vremya i bytie* [Time and Being]. Moscow. 447 p. (in Russian).
Lacan, Zh. (1998) *Seminary. Kniga 1. Raboty Freida po tekhnike psikhoanaliza* [Seminars. Book 1. Freud's Works on the Technique of Psychoanalysis]. Moscow. 432 p. (in Russian).
Levinas, E. (1998) *Vremya i Drugoi. Gumanizm drugogo cheloveka* [Time and the Other. Humanism of Another Person]. Saint Petersburg. 265 p. (in Russian).
Merlo-Ponti, M. (2001) *Znaki* [Signs]. Moscow. 429 p. (in Russian).
Rusakova, O. F. (2013) The Discourse of the Historical Policy in a Context of National Security. *Diskurs-Pi*. (1–2 (11–12)), 187–190 (in Russian).
Sarukkai, S. (1997) The 'Other' in Anthropology and Philosophy. *Economic and Political Weekly*. 32 (24), 1406–1409.

Информация об авторе

Н.Н. Борисенко – аспирант кафедры философии Северо-Кавказского федерального университета, Ставрополь, Россия.

https://www.elibrary.ru/author_items.asp?authorid=1027680.

Information about the author

N.N. Borisenko – postgraduate student of the Department of Philosophy of North Caucasus Federal University, Stavropol, Russia.

https://www.elibrary.ru/author_items.asp?authorid=1027680.

¹ Ставропольская правда. 1945. 10 мая.