

УДК 070.1:316.776.2 + 94.(470)“1941/1945”

Е. В. Горина
К. П. Кузнецова

КОММУНИКАТИВНЫЕ ТАКТИКИ КОНСТРУИРОВАНИЯ ОБРАЗА ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ В МЕДИАДИСКУРСЕ

В статье характеризуется один из видов неклассической войны — психоисторическая война. Основное ее средство — стратегия дискредитации, цель — разрушение исторической памяти народа. Показаны приемы, при помощи которых совершается искажение исторической информации и ведется борьба с позитивными представлениями о Великой Отечественной войне.

К л ю ч е в ы е с л о в а: стратегия дискредитации; психоисторическая война; коммуникативная тактика; ход; языковой маркер.

Великую победу над фашистской Германией в современном мире воспринимают по-разному. Одни считают ее судьбоносным для всего человечества событием:

Победа в Великой Отечественной войне 1941 — 1945 годов — это великий и священный праздник для народов государств-участников Содружества Независимых Государств, которые внесли решающий вклад в достижение Победы и спасение народов Европы и мира от нацизма. Ее наследие является мощным духовно-нравственным ресурсом для современного развития наших стран и обществ. Сохранение памяти о Великой Отечественной войне, об общей Победе и жесткое противостояние попыткам ревизовать ее итоги в высшей степени приоритетно для народов стран СНГ [6].

Другие стремятся уменьшить значимость победы в Великой Отечественной войне, стереть ее со страниц всемирной истории, что пыталась сделать, например, Парламентская ассамблея Совета Европы:

...в документе о «Воссоединении разделенной Европы» фашизм и сталинизм, по сути, были приравнены и осуждены как тоталитарные режимы. Эта резолюция позволит бывшим странам СССР на законных основаниях требовать от России возмещения ущерба за оккупацию... [3].

Все чаще в современных текстах встречаются попытки произвести подмену исторической памяти, трактовать исторические события в зависимости от конкретной государственной политики. Вот что об этом пишет информационно-аналитический портал «Хвиля»:

ГОРИНА Евгения Владимировна — кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка и стилистики Института гуманитарных наук и искусств Уральского федерального университета (e-mail: Gorina9@yandex.ru).

КУЗНЕЦОВА Ксения Павловна — студентка 3-го курса департамента «Факультет журналистики» Института гуманитарных наук и искусств Уральского федерального университета (e-mail: kuznecova.mail@gmail.com).

© Горина Е. В., Кузнецова К. П., 2016

Уважаемые россияне! Когда весь мир 8-го мая 2015 года вспоминает **об окончании европейской части Второй мировой войны** (Victory in Europe Day) 70 лет назад, вы 9-го мая 2015 года празднуете день 70-летия Победы в Великой Отечественной войне. Хотелось бы спросить — **чем именно вы гордитесь? Гордость** за Победу 70 лет назад вообще **подозрительна**, потому что столь длительное время должно было дать **много других поводов для гордости**, чтобы точно так же возводить их в ранг символов и ориентиров государственной политики. Однако нынешняя **российская пропаганда** именно эту Победу возвела во всенародный культ и именно эту Победу **использует для милитаризации общественного сознания России, стимулируя** его агрессию и направляя **ненависть** против Запада и против Украины, в последнее время все больше ориентирующейся на Запад [8].

Из приведенной цитаты видно, что празднование победы в Великой Отечественной войне характеризуется как чисто русское явление, на него навешивается ярлык «российская пропаганда». Автор делает акцент на геополитическую составляющую «*об окончании европейской части Второй мировой войны*». Читатель должен прийти к выводу, что победа России (преемницы СССР) сегодня вызывает сомнение, которое формулируется в статье через риторический вопрос: *Чем именно вы гордитесь?*, через оценочную лексику: *подозрительна, гордость, агрессия, ненависть*. Мы видим, что автор занимает крайнюю позицию: для России важна не память, а новая цель для использования победы (*для милитаризации общественного сознания России*).

Посредством ряда манипуляций разрушается привычное для множества россиян представление о Великой Победе. Современные политологи, социологи, историки, публицисты (Збигнев Бжезинский, Ричард Пайпс, Андрей Глюксман и Бернар-Анри Леви и др.) открыто говорят о том, что Запад боролся не против фашизма или коммунизма, он боролся против России, как бы она ни называлась. Выходит, русские вообще должны были перестать существовать? Такие вопросы задаются во время психоисторической войны. Известный русский историк, публицист Андрей Ильич Фурсов изучает данное направление войны. Его определение психоисторической войны дается в энциклопедии «Великая Отечественная война 1941–1945 годов», подготовленной Министерством обороны РФ. Так, по мнению А. И. Фурсова, мы наблюдаем сейчас психоисторическую войну, которая должна «разрушить организацию психосферы противника, посадив его на ложный информационный поток, внедрив свои концепции его самости в пространстве и, главное, во времени, лишив его собственных смыслов и ценностей и навязав чуждые — разрушительные и парализующие волю к борьбе» [1, 704–705]. Таким образом, полем битвы становится история, сознание личности и общества: «...война из физического пространства переносится в историческое пространство» [Там же].

В рамках данной статьи мы бы хотели продемонстрировать используемые в СМИ приемы, с помощью которых трансформируется отношение к победе СССР (России) в Великой Отечественной войне. Анализ текстов показывает, что наиболее эффективным средством ведения психоисторической войны становится стратегия дискредитации. Мы рассмотрим четыре вида коммуникативных

тактик, способствующих искажению исторической информации и борьбе с памятью о Великой Отечественной войне: смещение акцента, обобщение, обвинение, компрометация.

СМИ пытаются уничтожить целостность исторической памяти, стереть, вытеснить феномен Второй мировой войны. Моделируется мнение, что старое поколение хочет забыть то, что причинило ему боль, а молодое поколение в силу своей инфантильности не пытается выяснять и обдумывать исторические детали. Так, доктор наук И. Овальд из Германии объясняет «отсутствие» исторической памяти у немцев тем, что тема войны в Германии намеренно обходилась стороной. *О войне у нас, — отмечает И. Овальд, — говорили очень мало. Вообще в школе так преподавали, что в 1933 году все закончилось. В школе я ничего не слышала о войне* [11].

В СМИ мы находим подтверждение желания забыть о Великой Отечественной войне. Например, польская газета «Rzeczpospolita» пишет:

Насколько Центральная **Европа хотела бы** как можно скорее **забыть об этой «победе»**, настолько **Россия** совершенно наоборот **делает все, чтобы эта «победа»** осталась как можно дольше **фундаментом ее политики**. И здесь речь идет **не только о почтении** кровавых военных сражений или о разгроме фашизма, но прежде всего **об актуальной геополитике**. До тех пор пока Запад будет принимать советскую победу, современная **Россия сможет предъявлять претензии на право спасения остатков установленного тогда ялтинского миропорядка** [7].

В текстах подобного рода используется **коммуникативная тактика переноса, смещения акцента**. Нравственное значение победы для русского народа подменяется геополитическими завоеваниями, языковые маркеры это подчеркивают: *«Европа хотела бы забыть об этой “победе”», чтобы лишить Россию ее политического фундамента», «победа — это “претензия” на ялтинский миропорядок»,* который получила «советская» Россия, а сейчас хочет сохранить другая, не относящаяся к ней — «современная». Амбивалентность «советской» и «современной» России не случайна: происходит смысловая подмена, для молодого читателя оказывается очевидным вывод, что победа в Великой Отечественной войне — это не достояние России, которая есть сейчас; старая победа вообще не имеет отношения к сегодняшней России, а если имеет, то носит специфический, милитаризованный, геополитический характер. Мысль о «старости», неактуальности победы подчеркивается намеренным закавычиванием слова «победа».

Важно отметить, что тактика переноса используется и при смещении акцента со значимости победы для России и всей Европы на оценку лидеров, организовавших войну. Сама победа нивелируется, акцент делается на ее бесчеловечности, несовременности, на агрессивных, негативных чертах лидеров СССР, одержавших победу, на преступлениях, связанных с конкретными политиками. Вот слова доктора наук Хейнца Харбаха из Билефельдского университета:

Но что значит — победа? Что русские вступили в Берлин? Но что это означает в наше время? Это значило что-то во времена Фридриха Великого. Или во времена

Цезаря. В наше время не может идти речи о победе, когда убивают миллионы людей! А кто побеждает?.. Сталин — это не государство, он — преступник! Преступник, организовавший массовые убийства вместе с этими купленными генералами, которые преследовали свои личные интересы, убивая русскую молодежь! [11].

Данная цитата показывает, как актуализируется концепт «преступление»: СССР убивал миллионы людей, СССР — это «кровавый сталинский режим», следовательно, победу, доставшуюся ценой убийства миллионов, нужно забыть. В текст вводятся языковые конструкции, которые носят агрессивный характер и оказывают воздействие на общественное мнение (*купленные генералы, массовые убийства, Сталин-преступник, убийство молодежи*). Переключение внимания с победы на лидеров усиливается риторическими вопросами и высказываниями, гиперболизированными до абсурдности: победа что-то значила только во времена Фридриха Великого или во времена Цезаря, но не теперь. Вытягивание временного горизонта в прошлое, сравнение с временами Цезаря и Фридриха Великого еще больше нивелируют значимость победы.

В стратегии дискредитации актуальной является **тактика обобщения**. Например, утверждается, что в войне Германии и СССР одинаково виноваты «два диктатора» — А. Гитлер и И. В. Сталин, постулируется, что «не было Великой Отечественной», «воевали нацисты и коммунисты», подталкиваемые вождями. Анализ текстов показывает, что в настоящее время в Евросоюзе все активнее пытаются поставить знак равенства между Гитлером и Сталиным, между фашизмом и коммунизмом, чтобы уравнять ответственность СССР и Германии за развязывание войны или даже объявить СССР главным виновником. Так, депутаты Европарламента приняли декларацию, чтобы отмечать «Европейский день памяти жертв сталинизма и нацизма» 23 августа, когда был заключен пакт Молотова — Риббентропа. Одной из таких стран является Эстония. В Эстонии на сайте посольства США был опубликован материал следующего содержания:

В этот день, более семидесяти лет назад, **нацистская Германия и Советский Союз предприняли шаги, которые поставили Европу и весь мир на путь неминуемой войны**. Подписав Договор о ненападении между Германией и Советским Союзом, более известный под нелестным названием «Пакт Молотова — Риббентропа», **два тоталитарных режима** также составили секретные дополнительные протоколы к Пакту, которые **разделили Европу** на соответствующие сферы влияния [10].

Из приведенного примера видно, что автор уравнивает понятия «нацизм» и «коммунизм», обобщает их негативно-оценочным определением «два тоталитарных режима».

Кроме того, популярной тактикой в стратегии дискредитации образа победы СССР в Великой Отечественной войне является **тактика обвинения**. Чешское издание «Русское слово» пишет:

Действия СССР в 1939—1941 годах были далеко не случайными. Советская **Россия готовилась к войне** в Европе с конца 1920-х годов. К этому времени в Кремле убедились, что прежняя **стратегия развязывания коммунистических революций**

провалилась. Курс был взят на создание **мощной армии**, способной **завоевать Европу**, а затем **водрузить гигантское красное знамя над всем земным шаром**. К середине следующего десятилетия в СССР были построены гигантские танковые, авиационные и другие военные **предприятия, спроектированные западными, главным образом, американскими инженерами и архитекторами**. Они были оснащены самым **передовым** по тогдашнему времени **оборудованием, купленным в США и Европе**. Для того чтобы расплатиться за это, тогдашние **властители Советского Союза ограбили, уморили голодом и выслали в Сибирь миллионы крестьян**. Бежавшие от **ужасов** коллективизации деревенские **жители практически бесплатно трудились** на постройке военных заводов, а затем **работали** на них. Оставшиеся в деревне были согнаны в колхозы. **Светлое будущее**, обещанное народу большевиками, оказалось новым **рабовладельческим строем**. Но Сталин и его генералы получили тысячи танков, самолетов, артиллерийских орудий. Однако воевать со всей Европой было слишком рискованно. Стратегия Сталина была нацелена на **разжигание войны между ведущими европейскими государствами** — Германией, Францией и Великобританией с тем, чтобы, когда они исчерпают силы в схватке друг с другом, **«малой кровью и могучим ударом» подчинить себе Европу**. Слов нет, задумка была хороша, но... Гитлер успел ударить первым [2, 14–15].

Очевидно, что данный текст, как и приведенные ранее примеры, построен на стратегии дискредитации. Авторы, очерняющие образ России и нивелирующие значимость победы СССР в Великой Отечественной войне, применяют тактику обвинения, умаляя достоинства СССР, обвиняя правительство в использовании чужих достижений, наличии агрессивных, коварных планов. Наиболее актуальными средствами тактики обвинения являются коммуникативные ходы: «накопление отрицательной оценки», основным маркером которого выступают обильная негативно-оценочная лексика (*разжигают, войны, ужасы, уморить голодом, выслать в Сибирь, ограбили, подчинили*), «сравнение», «сопоставление» (*светлое будущее — новый рабовладельческий строй, властители грабят — крестьяне бесплатно трудятся, народ в ужасе — преступник Сталин и генералы*), «метафоризация» (*водрузить гигантское красное знамя над всем земным шаром*). Надо отметить, что стратегия дискредитации оказывается действенной: подобные тексты, представленные в большом количестве авторитетными изданиями, активно влияют на аудиторию, формируют негативное отношение к СССР, создают новое, агрессивное отношение к победе советских солдат в Великой Отечественной войне, что проецируется читателем на современную Россию. Попытка обличения идеологии осуществляется при помощи фактологических корректур:

...стратегия Сталина была нацелена на разжигание войны между ведущими европейскими государствами — Германией, Францией и Великобританией с тем, чтобы, когда они исчерпают силы в схватке друг с другом, «малой кровью и могучим ударом» подчинить себе Европу.

Эта мысль приводится в качестве аргумента, хотя существует и другая точка зрения, согласно которой европейские государства в 1939 г. «отдали» Германии Чехословакию, тем самым открыв дорогу вооруженному конфликту.

Еще одним ярким приемом психоисторической войны является изменение образа победителя, что позволяет сделать **тактика компрометации**. Авторы текстов подают компромат как «правдивую историю». В текстах, построенных на данной тактике, публикуются «скрытые» исторические данные, открывается историческая правда, способная изменить представление о реальности и истории. Например, в рассказах о Великой Отечественной войне создается образ беспощадного, беспринципного советского солдата, способного не на подвиг, а на подлость. Большое распространение получают тексты о том, что советские солдаты чаще всего искали случая, чтобы сдаться в плен, изнасиловать немецких женщин, любыми способами уклониться от военной службы. «BBC Russian» 25 сентября 2015 г. в своем «Твиттере» разместила анонс материала, посвященного истории Второй мировой войны:

...для жителей Берлина монумент в Трептов-парке напоминает не только то обстоятельство, что советские люди спасли европейскую цивилизацию от фашизма, но и **изнасилование советскими солдатами «бессчетного числа женщин»** по пути к Берлину. В связи с этим в анонсе редакция BBC задается вопросом: «В Германии этот мемориал иногда называют “**могилой неизвестного насильника**”, но почему?»... [5]

С помощью акцента на аморальное, жестокое поведение советских солдат неискушенному читателю внушается, что Германия спасала мир от варваров-коммунистов.

По итогам исследования текстов, нацеленных на изменение отношения к победе СССР в Великой Отечественной войне, мы можем сделать вывод, что сегодня в меньшей степени выясняются причины войны, все чаще историю разрывают на кусочки, утверждая, что она индивидуальна. Европа своеобразно относится к своей истории: по большей части предпочитает не помнить ее, пытаясь добиться этого и от России, ссылаясь на то, что победа используется в России для укрепления геополитических целей. Еще раз подтвердим этот факт примером из западных СМИ.

Владимир Путин искажает память о победе Советского Союза над нацизмом, чтобы оправдать свою борьбу против Запада [9].

Российский президент, последовательно развивающий собственный культ личности, воспользуется памятным мероприятием в честь 70-летия Победы и будет говорить о попытках США «навязать свое господство над миром». Российский президент присвоил иконографию Дня Победы наряду с другими советскими символами, для того чтобы утвердить господство российского государства и его место в мире [9].

«Для России парад в честь 70-летней годовщины победы в Великой Отечественной войне — возможность продемонстрировать свою мощь и доказать, что никто и никогда не сможет вторгнуться на ее территорию, как это сделала нацистская Германия во Второй мировой войне», — заявили на CNN [12].

Мы видим, как происходит искажение значения понятия «победа» при помощи приравнивания этого слова к словам с абсолютно другим значением: *господство, культ личности, преступление*, что формирует агрессивное отношение к РФ.

В заключение следует сказать, что стратегия дискредитации, используемая для умаления достоинства России и ее победы в Великой Отечественной войне, ведет к формированию убеждений, что Россия — это страна с преступным прошлым и отсутствием хорошего будущего. В медиадискурсе используются следующие лингвистические ярлыки: командование Красной Армии — это необразованные звери, режим СССР — варварский, Сталин и Гитлер — братья и преступники. Именно такими ярлыками оперируют как западные, так и российские СМИ, стремясь приуменьшить значение победы русских людей в Великой Отечественной войне. Таким образом, использование конфронтационной стратегии дискредитации способствует организации манипулятивной коммуникации [4].

1. Великая Отечественная война 1941–1945 годов : в 12 т. Т. 12 : Итоги и уроки войны / пред. ред. комис. С. К. Шойгу. М., 2015.
2. Добушева М. Русское слово // Общественно-публицистический иллюстрированный журн. 2014. № 11. С. 13–16.
3. Информационный сайт «Особая буква»: особое мнение об особых вещах. URL: <http://www.specletter.com/politika/2009-07-02/pase-priravnjala-stalina-k-gitleru.html> (дата обращения: 01.03.2016).
4. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М., 2003. 284 с.
5. Московский комсомолец : [электрон. период. изд.]. URL: <http://www.mk.ru/social/2015/09/25/bbc-russian-nazvalo-pamyatnikom-nasilniku-monument-voinuosvoboditelyu.html> (дата обращения: 02.03.2016).
6. Официальный сайт «Исполнительный комитет СНГ»: Исполнительный комитет Содружества Независимых Государств. URL: <http://www.cis.minsk.by/page.php?id=19182> (дата обращения: 01.03. 2016).
7. Польская газета: «Настоящим победителем во II Мировой стала Германия» [Электронный ресурс] // Военное обозрение. URL: <http://topwar.ru/74632-polskaya-gazeta-nastoyaschim-pobeditelem-vo-ii-mirovoy-stala-germaniya.html> (дата обращения: 09.03.2016).
8. Сайт «Хвиля»: информ.-аналит. портал. URL: <http://hvylya.net/analytics/history/otkaz-mirav-moralnom-prave-rossii-na-pobedu-vo-vtoroy-mirovoy-voyne.html> (дата обращения: 05.03.2016).
9. Сетевое издание «Интернет-проект “ИноСМИ.RU”» [Электронный ресурс]. URL: <http://inosmi.ru/world/20150502/227815021.html> (дата обращения: 11.03.2016).
10. Таллин-Эстония: посольство Соединенных Штатов Америки [Электронный ресурс]. URL: http://russian.estonia.usembassy.gov/sp_rus082311.html (дата обращения: 11.03.2016).
11. ФОМ: фонд «Общественное мнение» [Электронный ресурс]. URL: <http://bd.fom.ru/report/cat/xenorph/gur050309> (дата обращения: 09.03.2016).
12. «RT на русском»: автономная некоммерческая организация «ТВ-Новости» [Электронный ресурс]. URL: <https://russian.rt.com/article/90819> (дата обращения: 14.03.2016).

Статья поступила в редакцию 17.04.2016 г.