

научный электронный журнал

Studia Humanitatis Borealis / Северные гуманитарные

исследования

<https://stnb.petrso.ru>

ПЕТРОЗАВОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ



<http://petrso.ru>

УДК 7.046.1

МЕДИЙНЫЕ МИФЫ О КАЛЕВАЛЕ И РЕАЛЬНОСТЬ: КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ ПОДХОД

**СУВОРОВА
ИРИНА
МИХАЙЛОВНА**

*доктор культурологии,
профессор кафедры философии и культурологии,
Петрозаводский государственный университет,
Петрозаводск, Российская Федерация,
suvmih@list.ru*

Ключевые слова:

миф
массмедиа
Калевала
экспедиция
социологический опрос

Аннотация:

В статье рассматривается проблема истинности современных медийных мифов на примере конкретных информационных материалов о Калевале – родине классической карельской мифологии. Исследование проводилось в два этапа: эмпирический этап осуществлялся в ходе комплексной научной экспедиции Гуманитарного инновационного парка Петрозаводского государственного университета на территории Калевальского национального района Карелии; второй этап реализовывался в ходе камеральной обработки полученных данных. В качестве методов использовался социологический опрос, глубинное интервью, а также анализ и сопоставление медийных и классических мифов. На основе второго этапа исследования были сделаны обобщения и выводы. В результате исследования были выявлены сущностные функции, которые выполняют медийные мифы в современной культуре; верифицированы шесть медийных мифов о Калевале; проанализировано содержание каждого мифа и его отражение в реальности. Особое внимание уделено трансформации классического карельского мифа о Сампо в современный медийный миф, который верифицируется в данном исследовании. Представлены выводы о соответствии современных медийных мифов положениям мифологической теории А. Ф. Лосева, а также сделано обобщение относительно культуротворческой функции современной медийной мифологии.

© 2021 Петрозаводский государственный университет

Получена: 24 сентября 2021 года

Опубликована: 25 октября 2021 года

Введение

Современное медийное пространство все чаще претендует на создание новой культурной среды, «едва ли не более реальной, чем реальность “природная”, “естественная”» [7: 4]. Эта претензия на статус новой культурной реальности является предметом изучения гуманитаристики в области философии, культурологии, искусствоведения, психологии и социологии. Так, по мнению Кирилловой, медиапространство – это «среда, где производятся, эстетизируются и транслируются культурные коды» [2: 11], оказывающая значимое влияние на индивидуальное и общественное сознание и формирующая ментальность современного общества. Особенностью такого влияния еще сто лет назад Липпман называл формирование «псевдо-окружающей среды вокруг человека» [8], а Маркузе отмечал создание

«ложного сознания, снабженного иммунитетом от собственной ложности» [5: 16]. В XXI веке медиапространство характеризуется, с одной стороны, позитивными возможностями всеохватности, информативности, массовости и быстрой реакцией на происходящие события, но, с другой стороны, массмедиа способны манипулировать сознанием человека, изменять его ценностные предпочтения на основе искажений реальной действительности. Подобная противоречивость медийного пространства подвигает ученых исследовать не только разные его аспекты, но и верифицировать конкретные формы представления медийной информации, в частности – медийные мифы.

Целью данного исследования является верификация и анализ медийных мифов о родине карельской мифологии – Калевале, что с культурологической точки зрения дает основание для сопоставления двух типов мифов – классического и медийного.

Методология исследования

Эмпирический этап исследования проводился в июне 2021 года в ходе комплексной научной экспедиции Гуманитарного инновационного парка ПетрГУ по теме «Способы сохранения человеческого капитала как актуальная проблема Карелии в контексте гуманитарной методологии». В качестве респондентов социологического исследования были задействованы 293 жителя Калевальского национального района (при общей численности населения района 6 489 человек). Респондентам были предложены опросники по теме «Медийные мифы о Калевале и реальность», а также были организованы глубинные интервью по этой же теме. Камеральный этап обработки полученных результатов позволил сделать сравнение, анализ и выводы относительно истинности самых популярных медийных мифов о Калевале.

Результаты исследования

С философской точки зрения миф – это «язык описания, оказавшийся, благодаря своей исконной символичности, удобным для выражения вечных моделей личного и общественного поведения, неких сущностных законов социального и культурно космоса» [6: 241]. По Барту, классический миф всегда является преувеличением реальности: «схема может значить гораздо больше, чем рисунок, копия – больше, чем оригинал, карикатура – больше, чем портрет» [1: 73], но в то же самое время «мифическое сообщение формируется из материала, уже обработанного для целей определенной коммуникации [1:77]. Для классической мифологии охват коммуникации был предельно локален и ограничен, для медийной мифологии он оказался безграничным и всеохватным, что можно считать определенным преимуществом. Помимо коммуникативной функции медийный миф выполняет целый ряд других: культуротворческую (создает основу культуры), моделирующую (моделирует образы и картину мира), психологическую (воздействует на психику человека), аксиологическую (транслирует ценности). В зависимости от значимости выполняемой функции современный медийный миф имеет определенный уровень востребованности и популярности. В нашем исследовании из всех медийных мифов о Калевале были выбраны самые популярные по принципу частотности запроса в интернете на момент организации экспедиции.

Самыми популярными медийными мифами оказались следующие: «В Калевале живут приветливые люди со своими былинами, сказками, рунами и песнями» (источник «Kalevala – welt.ru»[1]); «Все жители Калевалы, включая детей, – злые рыбаки» (источник – тот же); «“Сосна Леннрота” – это не столько памятное место, сколько раскрученный туристический бренд» (источник – «Карелия, туристский портал»[2]); «Кантеле – самый популярный музыкальный инструмент и сегодня в Калевале» (источник – тот же); «Издание «Калевалы» Леннротом помогло формированию нации карел» (источник – «Независимая газета» от 26.02.2020.[3]); «В советское время образ сказочной мельницы Сампо из Калевалы соотносился с советской действительностью» (источник – Интернет-журнал «Лицей» от 28.02.19[4]). Анализ содержания данных медийных мифов показывает, что большинство из них (5 из 6) связан с мифологической «Калевалой» – карело-финским эпосом и лишь один из мифов указывает на хозяйственную традицию местных жителей – рыбалку.

Анализ опросников по теме показал, что местные жители категорически не согласны с мифом о «Сосне Леннрота»: две трети респондентов высказались против, считая, что «Сосна Леннрота» – действительно памятное место, связанное с историей Карелии и Финляндии. В ходе интервью калевальцы продемонстрировали знание истории этого памятника с указанием дат и фактов, а также назвали многочисленные мероприятия, проводимые у памятника, включенного современную культурную жизнь Калевалы вне зависимости от туристической деятельности.

Спорным оказался и медийный миф о формировании нации карел за счет издания Леннротом «Калевалы»: половина респондентов миф поддержала, половина опровергла. В интервью противники данного мифа отстаивали позицию независимого (от издания эпоса) формирования карельского этноса

задолго до XIX века. Подтверждение этому мнению можно найти в исторических источниках [3], указывающих на эпоху средневековья как время формирования карельского этноса. Сторонники данного медийного мифа в интервью признали, что благодаря изданию Леннрота информация о карелах как этносе (а не нации, как гласит газетный миф) стала известна всему читающему миру, что содействовало популяризации духовного наследия карелов и финнов.

Остальные четыре медийных мифа получили от респондентов поддержку в виде подавляющего числа голосов, что позволяет признать их истинность и справедливость по отношению к современной социокультурной ситуации в Калевале.

По поводу мифа о «приветливых людях со своими былинами, сказками, рунами и песнями» современные калевальцы признавали свою приверженность фольклорным традициям, что подтверждается работой многочисленных творческих коллективов (вокальных групп, национального хора, народного оркестра, национального театра), а также проведением многочисленных народных праздников на территории всего Калевальского района.

В защиту медийного мифа о кантеле также высказалось абсолютное большинство респондентов, отметив, что в Калевале по сей день изготавливают этот музыкальный инструмент, обучают игре на кантеле детей и взрослых, гордятся разновозрастным ансамблем кантелистов.

С точки зрения культурологического сравнения классического и медийного мифа наибольший интерес представляет миф о сопоставлении Сампо с советской действительностью. По сути, в содержание современного медийного мифа включен феномен чуда из классического мифа, конкретно – сказочной мельницы Сампо. По отдельным психологическим аспектам действительно можно обнаружить определенное сходство в восприятии феномена чуда из карело-финского эпоса и советского идеализированного прошлого: «знамения, как бы пророчества, раскрытия, а не бытия самих фактов, не наступления самих событий» [4: 551]. Таким образом, чудо обладает в основе своей характером извещения, проявления, удивительного благоденствия, которое может произвести чудесная мельница и советская мечта о всеобщем рае на земле. И общим психологическим моментом здесь является ожидание чуда, надежда на светлое будущее, а также борьба людей за обладание этим чудом во имя светлого будущего. Важным объединяющим данные мифы аспектом является глубокий символизм чудесной мельницы Сампо как символа достатка, который ожидался в советском будущем. Данный пример показывает, что на конкретной основе (в данном случае психологической) классический миф трансформируется в медийный. Следует отметить, что в данном случае энергетика символа мельницы используется для создания стереотипа о советской жизни с целью упрощения восприятия самого медийного мифа. Сложно определить, как к подобному мифу относились бы собственно советские жители Калевалы, но их потомки верифицируют этот миф положительно.

Обсуждение результатов

Таким образом, самые популярные медийные мифы о Калевале на проверку в большей мере оказались истинными, нежели ложными. Анализируя результаты опроса и глубинных интервью, можно обратить внимание, что мифы, которые связаны с духовной культурой северных карелов, а конкретно – с карело-финским эпосом «Калевала», вызвали больший интерес у респондентов, чем миф о пристрастии к рыбалке. В ходе анализа современных медийных мифов о Калевале удалось не только их проверить на истинность, но и подтвердить основные положения теории мифа по Лосеву:

1. «Миф не есть выдумка или фикция, не есть фантастический вымысел, но – логически, т. е., прежде всего, диалектически необходимая категория сознания и бытия вообще» [4: 457]. Каждый из рассмотренных медийных мифов имеет непосредственное отношение к реальному бытию в Калевальском районе или сознанию наших современников: конкретному месту, событиям, времени.
2. «Миф не есть бытие идеальное, но жизненно ощущаемая и творимая вещественная реальность» [4: 457]. В подтверждение этого положения можно привести пример мифа о кантеле, которое до сих пор не только символизирует культуру северных карелов, но и является широко используемым музыкальным инструментом в районе.
3. «Миф не есть научное построение, но – живое субъект-объектное взаимодействие, содержащее в себе свою собственную, вненаучную, чисто мифическую же истинность, достоверность» [4: 457]. Действительно, ни одна из формулировок проанализированных нами мифов не претендует на научность. Тем не менее, большинство этих самых распространенных медийных мифов о Калевале отражает, как выяснилось в ходе нашей верификации, объективную реальность, зафиксированную в фактах и цифрах, а также подтверждаются в ходе опроса общественного мнения и интервью.

Выводы

Всем этим трем тезисам А. Ф. Лосева, детализирующим понятие мифа, вполне соответствуют представленные нами современные медийные мифы о Калевале. Опыт верификации и анализ медийных мифов в нашем исследовании показал, что доступность и всеохватность медийного пространства традиционно не гарантирует истинности транслируемой информации, поскольку преследует иные цели (рекламные, коммерческие и т. п.). Подчас медийные мифы становятся инструментом идеологических игр, теряя свою культуротворческую функцию. Следовательно, пользователю медиаресурсов сегодня необходимо иметь развитое критическое мышление в оценке современного мифотворчества, чтобы уметь распознавать предлагаемые массмедиа мифологические стереотипы.

ПРИМЕЧАНИЯ

[1] <https://kalevala-welt.ru/kalevala/istoriya/>

[2] <http://www.ticrk.ru/regions/region/?ID=7506>

[3] https://www.ng.ru/ng_exlibris/2020-02-26/9_1019_main.html

[4] <https://gazeta-licey.ru/culture/75779-borba-za-kalevalu>

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика. / Под ред. Г. К. Косикова. М.: Прогресс, 1989. 616 с.
2. Кириллова Н.Б. Медиакультура: теория, история, практика: Учебное пособие. М.: Академический проект; Культура, 2008. 496 с.
3. Кочкуркина С. И. Археологические памятники корелы (V—XV вв.). Л.: Наука, 1981. 158 с.
4. Лосев А.Ф. Диалектика мифа // Из ранних произведений. М.: Правда, 1990. 655 с.
5. Маркузе Г. Одномерный человек: Исследование идеологии развитого индустриального общества / Пер. с англ. М.: REFL-book, 1994. 340 с.
6. Социальная философия. Словарь /под ред. В.Е. Кемерова, Т.Х. Керимова. М.: Академический проект, 2006. 624 с.
7. Чельшева И.В. Социокультурное поле медиа: реальность, коммуникация, человек. М: МОО «Информация для всех», 2016. 178 с.
8. Lippmann W. (1922). Public Opinion. N. Y.: MacMillan. 233p.

REFERENCES

1. Bart R. Selected Works: Semiotics. poetics. / Edited by G.K. Kosikova. M.: Progress, 1989. 616 p. (In Russ.)
2. Kirillova N. Media culture: theory, history, practice: Textbook. Moscow:Academic project, 2008. 496 p. (In Russ.)
3. Kochkurkina S. Archaeological Monuments of Korela (5-15th centuries). L.: Science, 1981. 158p. (In Russ.)
4. Losev A. Dialectic of myth. Moscow: Pravda, 1990. 655 p. (In Russ.)
5. Marcuse G. One-dimensional Man: Exploring the ideology of a developed industrial society / Per. English M.: REFL-book, 1994. 340 p. (In Russ.)

6. Social philosophy. Dictionary /ed. V.E. Kemerova, T.H. Kerimova. M.: Academic project, 2006. 624 p. (In Russ.)
7. Chelysheva I. Sociocultural field of media: reality, communication, people. Moscow, 2016, 178 p. (In Russ.)
8. Lippmann W. (1922). Public Opinion. N. Y.: MacMillan. 233 p.

MEDIA MYTHS ABOUT KALEVALA AND REALITY: A CULTURAL APPROACH

**SUVOROVA
IRINA**

*Doctor of Culturology,
Professor,
PETROZAVODSK STATE UNIVERSITY, INSTITUTE OF
HISTORY, POLITICAL AND SOCIAL SCIENCES,
Petrozavodsk, Russian Federation, suvormih@list.ru*

Keywords:

myth
mass media
Kalevala
expedition
sociological survey

Summary:

The article deals with the problem of the truth of modern media myths using specific information materials about Kalevala, the homeland of classical Karelian mythology. The study was conducted in two stages: the empirical stage was carried out during a comprehensive research expedition of the Humanitarian Innovation Park of Petrozavodsk State University to the Kalevala National District of Karelia, while the second stage was implemented during the office processing of the collected data. Sociological survey and in-depth interview, as well as the analysis and comparison of media myths and classical myths were used as research methods. The second stage of the study led to some generalizations and conclusions. As a result of the study, essential functions performed by media myths in modern culture were identified; six media myths about Kalevala were verified; each myth's content and its reflection in reality were analyzed. Special attention was paid to the transformation of the classical Karelian myth of Sampo into a modern media myth verified in this study. All in all, the article presents conclusions about the conformity of modern media myths with the provisions of Aleksey Losev's mythological theory and summarizes the cultural and creative function of modern media mythology.