

**РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ МОТИВА ПУТЕШЕСТВИЯ ГЕРОЯ
В СОВРЕМЕННЫХ МЕДИА:
КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ**

Современные медиатехнологии настолько глубоко вошли в ткань повседневности, что порой сложно понять, является ли их сообщение (т. н. «месседж») уникальным, свойственным только нашему времени и культуре, или общим местом, неким архетипом, который воспроизводится на новом технологическом уровне. Жизнь как преодоление себя, героизация индивида и связанные с этим индустрии (в том числе и медиа) — это примета нашего времени? Или, возможно, мы так и продолжаем жить в тени постмодерна?

Один из самых распространенных сюжетов современности — сюжет о путешествии. Это и индустрия туризма, и направление селф-коучинга (жизнь как путь к себе), и даже проблема перемещенных лиц (вопрос ведь не в добровольности путешествия, а в самом его факте). Поскольку тема путешествия и его репрезентации необъятна, несколько ее сузим: речь пойдет не о путешествии вообще, а о путешествии героя.

Мотив путешествия героя один из самых традиционных во многих культурах. В мифологии он встречается так часто, что можно говорить о нем как о базовом, фундаментальном для мифологической картины мира. В этом случае путешествие героя может выполнять множество функций, от космогонической до культурно-творческой. Встреча Тесея с Минотавром, нисхождение Орфея в Аид, плавание за Золотым Руном — греческая мифология широко использовала указанный мотив, что унаследовала и литература (в этой связи самый, наверное, очевидный пример — «Одиссея» Гомера).

Древнегреческая традиция — один из самых ярких, но далеко не единственный пример обращения к мотиву путешествия героя. Он снова и снова повторяется в средневековых эпосах, новоевропейском романе, так или иначе присутствует в культуре самых разных регионов, от китайского до мезоамериканского.

В свое время на распространенность этого мотива обратил внимание Дж.Кэмпбелл, американский исследователь мифологии, автор книги «Герой с тысячью лицами» (в некоторых изданиях — «Тысячеликий Герой») [1]. Это произведение вышло в 1949 году.

Основываясь на психоанализе Фрейда и Юнга, а также религиозных идеях Дж. Фрэйзера, Кэмпбелл обосновывал теорию, что в большинстве мифологических повествований имеют общую сюжетную структуру путешествия, и речь в них идет об архетипическом герое. В самом путешествии можно выделить несколько стадий, и заканчивается оно «возвращением с эликсиром» [2], мотивом, который опять является культурной универсалией.

Влияние Кэмпбелла на современность сложно переоценить. «Звездные войны» Дж. Лукаса, культовая сага для нескольких поколений, по словам самого режиссера, вдохновлены именно «Тысячеликим Героем». Книга «Путешествие писателя: Мифологические структуры в кино и литературе» Кристофера Воглера обязательна для прочтения всем голливудским сценаристам; отсюда шаблонность и моральный пафос большинства современных американских киноисторий.

Чтобы история могла быть воспринятой, она должна отсылать к чему-то, что уже имманентно присуще культуре; но помимо содержания немалое значение имеет и форма. Для прошлого века такой формой был, прежде всего, роман. Но так ли это сегодня? Остается ли роман и его материальное выражение — книга — наиболее востребованной и актуальной формой? Или на первое место выходит кино? Реалити-шоу? Сетевая игра?

Создают ли современные медиатехнологии такое явление, как спрос на «путешествие героя»? Не репрезентируют ли они, в конечном итоге, только единственную, дистиллированную схему Кэмпбелла? (Заметим, что его теория далеко не безупречна и многократно подвергалась серьезной критике) Учитывая роль и влияние современных медиатехнологий в процессе межкультурной коммуникации, они обладают колоссальным резервом для того, чтобы сделать (возможно) второстепенный мотив доминантным.

Архетипичная схема путешествия героя реализуется в новой форме, оставляя универсальным содержание, и именно поэтому воспринимается повсеместно — удачное сочетание базового мотива культуры и новых медиатехнологий; это то, что делает возможной саму межкультурную коммуникацию, являясь ее фундаментальной основой. Вопрос не в том, аутентичен ли тот или иной сюжет той культуре, из которой он заимствуется, и не в том, насколько часто мотив путешествия героя фиксируется, например, в фольклоре.

Гораздо интереснее попытаться отразить, что, применительно к отечественной ситуации, первично: давление медиа

(в первую очередь, кино, но это же можно отнести, например, и к телевидению), на культурную ситуацию и, как реакция, появление контента с узнаваемым мотивом путешествия героя, или все же медиа играют роль сугубо техническую? На современном технологическом уровне проигрывают сюжет, который и ранее воспроизводился в культуре иными средствами?

Это достаточно непростая и объемная тема для исследования, поэтому обозначим предварительные контуры проблемы.

Во-первых, очевидно, что если мотив «путешествия героя» не результат влияния новых медиатехнологий, он должен обнаруживаться во всем культурном слое — как в фольклоре, так и в литературе, театре, кино и т. п.

Во-вторых, способ репрезентации этого мотива должен коррелировать с предложенным Кэмпбеллом, и тем более Воглером, архетипическим сюжетным кодом.

Областью, в которой могло бы быть проведено такое исследование, выступает, на наш взгляд, детская литература. Это сравнительно молодое явление, для которого свойственно обращение к архетипическим схемам и сюжетам, и которое — что важнее всего — достаточно чутко реагирует на технологические изменения в медиа. Отечественная традиция в детской литературе интересна еще и тем, что достаточно долго развивалась без влияния Голливуда и идей Кэмпбелла. Соответственно, в ней можно проследить, действительно ли универсальна схема путешествия, предложенная Воглером.

Таким образом, отметим следующее: 1) мотив путешествия героя во многом обязан своему распространению современным медиатехнологиям, в первую очередь, кино; 2) не утратил актуальности вопрос об акцентированности мотива путешествия героя в отечественной культуре; 3) областью, где такого рода исследования могли бы быть плодотворными, является детская литература.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кэмпбелл, Д. Герой с тысячью лицами: Миф. Архетип. Бессознательное = *The Hero with thousand faces* / ред. И.Старых; пер. с англ. К.Семенов. — СПб.: София, 1997.

2. Воглер, К. Путешествие писателя: Мифологические структуры в кино и литературе / Воглер К. — М.: Альпина-нонфикш, 2015.