

«10 НАЦИОНАЛЬНЫХ ГЕРОЕВ БЕЛАРУСИ»

ЭССЕ

Основной темой данного эссе является составление списка 10 национальных героев Беларуси. Однако, прежде всего, необходимо уточнить, как мы интерпретируем понятие «национальный герой» и с какой целью необходимы национальные герои, какую роль и функцию они выполняют в обществе. То, есть, нужно выделить критерии отбора исторических персонажей для выполнения определенных функций в обществе.

Мы полагаем, что национальным героем может являться реальный или вымышленный персонаж, поведение, жизненный путь которого, вызывает восхищение и гордость большого количества людей, населяющих ту или иную страну, представляющих ту или иную нацию. То есть, национальный герой – это собирательный образ, олицетворяющий желания, стремления и желание повторить подобное поведение у большей части населения определенной нации. Основными функциями национального героя, по нашему мнению, это консолидация нации, населения. Национальный герой вызывает чувство гордости за собственную нацию, патриотические чувства и чувство сопричастности, а также желание повторить подобное поведение (например, героическое поведение участников ВОВ, «стахановские» движения, «малиновые пиджаки» 90 – х годов). Несомненно, в построении образа национального героя в современном обществе являются средства массовой информации, тиражирующие и распространяющие информацию о героях. В настоящее время, именно СМИ формируют и по сути «делают», образ национальных героев.

Относительно национальных героев РБ вопрос остается открытым. Поскольку, по нашему мнению, официально награжденные персонажи, по сути, национальными героями, на данный момент времени, не являются, поскольку населению в целом они мало знакомы и их жизненный путь не вызывает никакого эмоционального отклика. Поэтому, перечислять некие исторические персонажи и предлагать их в качестве национальных героев в данной работе мы не будем. Наиболее интересным и полезным, нам представляется анализ того, каким должен быть герой (или герои) и какие существуют пути их формирования. На наш взгляд, на сегодняшний день существуют два пути в современной культуре. Первый – это создание одного образа, и постепенная его трансформация и наделение актуальными для текущего периода жизни общества чертами. Такие персонажи очень часто использовались в истории и на наш взгляд их существование, в большей степени характерно для традиционных и, в большей степени, патриархальных обществ (например, образ В.И.Ленина, короля Тайланда).

Как правило, эти образы культивируют образ идеального отца, строгого, но справедливого, заботящегося о своем населении и прожившего (или живущего) не простую, но полную благородства жизнь. При чем, эта идея трансформируется для всех групп населения соответственно их потребностям. Например, образ маленького, запечатленный В.И.Ленина на учебниках младших классов, делал его доступным и понятным даже младшим школьникам. Однако, на наш взгляд, в настоящее время, этот путь не совсем актуален для Беларуси. В нашей реальности, данный образ не очень хорошо работает по очень простой причине – большинство населения выросло и взрослело по – сути без отцов (особенно, это касается возрастной группы 30-45 лет), во времена трансформации мужских образов и качеств (смена образа «советского инженера» на «малиновый пиджак» 90 – х) и, собственно говоря, каким должен быть идеальный мужской образ совершенно не ясно для самих людей. Хотя, на население пенсионного и пред пенсионного этот образ оказывает влияние и пользуется очень большой эмоциональной поддержкой. Использование в подобном ключе женского образа – вообще провальный вариант, поскольку с коллективным «женским» образом в нашей стране совсем сложно. Достаточно, прочитать произведения белорусской классики, где яркий образ благополучной женщины – матери практически отсутствует, а героика женщин – партизанок, стойко переносивших пытки фашистских захватчиков, совершенно не актуальны для современной женщины.

Существует и, условно, другой путь построения национальных героев, характерный в большей степени для западного общества. Например, героями становятся обыкновенные люди, совершающие нечто не совсемординарное. Эти герои вызывают яркий эмоциональный отклик у населения и их образ существует только, пока «героическая» ситуация актуальна для общества, как правило около 6 - 12 месяцев (например, герои войны в Ираке для США). Далее, этот образ остается актуальным только для определенных слоев населения (например для военных).

Вышеописанные два типа героев ни сколько не противоречат друг другу и часто используются совместно (например, светлый образ Ленина совершенно не противоречил героям ВОВ и «стахановскому» движению). Что касается Беларуси, образ кратковременных героев тоже пытаются использовать, например, на ведущих новостных порталах регулярно появляются описания жизненного пути различных реально существующих людей. Однако, эти образы слишком краткосрочны и не хранятся долго в памяти населения.

Прежде, чем выстраивать образ национального героя Беларуси необходимо определиться с какой целью он формируется, и какие функции будет выполнять в обществе. Мы полагаем, что в целом можно взять любого исторического персонажа, достаточно наделить его актуальными чертами и жизненной позицией. Также, мы полагаем, что для обеспечения патриотизма населения, чувства гордости и трансляции желаемого поведения, выстраивать образ национального героя имеет смысл с младшего школьного возраста. Для детей, очень актуально взять пример советской эпохи – образ понятного, доброго мальчика, который хорошо учился, помогал взрослым и.т.д. Это может быть несколько героев и персонажей, но они должны систематически и в доступной форме транслироваться на протяжении всего обучения в младшей школе. Герой должен быть именно ребенком, живым и динамичным, совершающим, периодически ошибки и умело их исправляющим. Этот образ должен быть живым, и ни в коем случае, не портретом страшного дяди на стене. Неслучайно, В.И. Ленин на учебниках был изображен ребенком. Мы полагаем, что необходимо использовать не только мужские образы, но и женские. То есть, определившись с желаемым набором качеств, необходимо планомерно транслировать это на различных героях. Однако, не забывать об актуальности – светлый лик Ефросиньи Полоцкой, можно использовать только в форме сказок и былин. Можно просто, заменить в сказках Елену Прекрасную на Ефросинью Полоцкую и немного подкорректировать Русь на Белую Русь.

Следующая возрастная группа подростки и старшие школьники (подростковый возраст, мы определим с научно точки зрения – 11 лет). И с принципе, мы полагаем, что образы героев будут работать в возрастной группе до 28-30 лет. В этой возрастной группе уже не актуальны родительские образы, как раз тут необходимо описывать жизненный путь именно подростков, со всеми их сложностями. Можно планомерно трансформировать образы младшей школы на подростковый образ. Тут, в зависимости, от целей, хорошо описывать жизненный путь выдающихся спортсменов, победителей научных олимпиад. В нашей культуре, и системе образования почему то не используются образы кино героев и певцов и других звезд эстрады. Да, вполне возможно, они не являются белорусами и не совсем олицетворяют наши ценности, но это тоже необходимо использовать. В данное время, на некоторых новостных порталах, достаточно часто встречаются описания молодых людей, в юном возрасте успешно построивших свой бизнес. На наш взгляд основным мотивационным посылом для создания героики для данного возрастного периода – «у меня получилось, сможешь и ты». Мы полагаем, что в данной возрастной группе

исторические персонажи не совсем актуальны, нужны именно реальные люди, умело решающие реальные и насущные проблемы. Основной мотивирующей и объединяющей идеей может быть идея светлого будущего, и что – то наподобие «американской мечты» - тебе принадлежит весь мир и все получится. Особенно активно, в этой группе необходимо использовать женские истории успеха, поскольку в настоящее время, кроме спорта и семьи в различных комбинациях жизненный путь успешной белорусской женщины до 30 лет совершенно не ясен.

Следующая группа –30-45 лет – на наш взгляд самая сложная и проблемная для идеологической работы. Этот возраст пережил двойную трансформацию – смену советских персонажей на героев 90, а далее на ныне существующих национальных героев. Более того, в этом возрасте становится ясно, что все не получится и мир принадлежит совсем другим людям. Однако, огромным ресурсом для данной возрастной группы являются дети. Образы матерей, образы отцов, которые реально существуют, и справляются со своими обязанностями, образы родителей детей - инвалидов – вполне героичны для данного поколения. Опять же можно использовать ресурс – «светлого будущего для детей». На наш взгляд, это поколение испытывает влияние как советского воспитания просоциального поведения, так и наследия 90 – склонности нарушать все правила и запреты. И это тоже необходимо использовать – национальные героини сажающие деревья, спасающие мир очень актуальны для данной группы. Эта группа всегда поддержит героя, несколько нарушившего нормы поведения, но спасшего мир.

Для возрастной группы пенсионного возраста, мы полагаем использовать образы прошлого, как наиболее ресурсный. То есть, образы послевоенных героев, которые достаточно хорошо используются в настоящее время в современной пропаганде и идеологии. Также хороши, образы героев, характеризующие стабильность и безопасность. Однако, так как людей, переживших войну, становится все меньше и меньше, то актуальность послевоенных героев снижается.

Таким образом, мы полагаем, что в настоящее время существует необходимость в создании новых образов героев. Их существование в реальности не имеет большого значения, наиболее важным представляется их актуальность, соответствие потребностям и мотивационным ресурсам различных групп населения.