

Антигерой. Особенности конструирования образа в журналистике экстремальных ситуаций

Некоторые рекомендации

Как следует понимать образ врага?

- **Энциклопедический словарь по психологии и педагогике** говорит об образе врага, как о «целостном представлении об оппоненте, интегрирующем искаженные и иллюзорные черты, которое начинает формироваться в ходе латентного периода конфликта в результате восприятия, детерминированного негативными оценками», а **Большой словарь русских поговорок** представляет образ врага как «Совокупность насаждаемых пропагандой представлений о ком-либо, о чём-либо, как о чуждой силе, представляющей непосредственную опасность и угрозу». Тема образа врага и функций этого образа достаточно подробно разработана в научной литературе. Например, **Л. Гудков** указывает на то, что, «враг должен получить ряд генерализованных характеристик: неопределенность и непредсказуемость, асоциальную силу, не знающую каких-либо нормативных или конвенциональных ограничений». «чем выше угроза государству государства, интересам правящих групп, тем более актуализированным становится этот образ».

Разное время – разное понимание образа

- Журналисты решали проблему построения образа антигероя по-разному, под влиянием многих факторов, в числе которых и идеологические установки, и общая тональность публикаций, и требования, предъявляемые в разные исторические периоды к языку изложения.
- Например, характеризуя гитлеровцев и их приспешников, знаменитый советский писатель и фронтовой корреспондент Алексей Толстой называл их «врагом с каиновым клеймом свастики» - «твоя задача убить врага с каиновым клеймом свастики»; «зверем» – «Убей зверя, это — твоя священная заповедь»; «фашистом» - «Выстрел в фашиста — это повелительный стук в дверь твоей свободы, убийство фашиста — твой святой долг»; писал о «немецкой руке, сжимающей горло твоего ребенка» . Аналогичными категориями награждает гитлеровцев легендарный «краснозвездинец» Илья Эренбург: «рабовладельцы» - «рабовладельцы, они хотят превратить наш народ в рабов»; «поганый немец» - «поганый немец с тухлой сигарой в зубах философствует»; «не люди» - «мы поняли: немцы не люди» .

Пропаганда ненависти

- Приводя эти цитаты, отметим, что речь шла о войне, в которой наше государство стояло перед угрозой полной потери независимости, а население СССР перед перспективой уничтожения. Поэтому в публикациях отчетливо видны мобилизующие пропагандистские установки и императивы, для которых журналист А.Верт даже ввел в употребление термин «пропаганда ненависти».
- Несколько позднее, характеризуя противника в войне, не имевшей для Советского Союза столь драматического значения, – в Корейской, где советские солдаты и офицеры приняли самое живое, хотя и не афишируемое участие, авторы употребляют лексику и образность в отношении противника-антигероя (американских военнослужащих – В.А.) гораздо менее радикальные: «вояки» – «Боевые качества этих вояк оставляли желать много лучшего» ; «агрессоры» – «Главной ударной силой агрессоров с первых же дней боев стала авиация» ; «крестоносцы демократии» – "крестоносцы демократии" не делали разницы между солдатами, крестьянами, женщинами и детьми» [13]. Кроме того, авторы публикаций часто высказываются о противнике комплиментарно: «Летчики ВВС США были прекрасно подготовленными профессиональными воздушными бойцами, смелыми и решительными» , подчеркивая еще более высокий профессиональный уровень и мужество своих пилотов, которые подготовленного и сильного противника превзошли: «Тем больше слава прекрасных русских парней, обладавших всеми упомянутыми качествами в превосходной степени» .

Элементы комплиментарности

- Аналогичная лексика используется для конструирования образа антигероя (американских военнослужащих – В.А.) и в публикациях, посвященных войне во Вьетнаме, где советские военнослужащие тоже приняли самое непосредственное участие. Противник-антигерой характеризуется сдержанно-негативно, без формирования к нему ненависти: «агрессоры» – «в борьбе против американских агрессоров»; «враги» – «враги использовали самонаводящиеся ракеты»; «убивают мирных жителей» - «Чувство было одно - не допустить, чтобы мирных жителей убивали американцы»; «безнаказанно расстреливают» – «Американские летчики безнаказанно расстреливали отдыхающих на озере»; «самонадеянные» – «поразительная самонадеянность была характерна как для рядовых летчиков, так и для командования».

Элементы комплиментарности

- Есть и элементы комплиментарности по отношению к противнику: « В небе полное господство авиации США»; «Пилотами в них (в американских самолетах – В.А.) были профессионалы высочайшего класса. На своих штурмовиках, нагруженных под завязку бомбами, они показывали такую слаженность на предельно малых высотах, такой расчет взаимодействия по времени, которые возможны разве только среди фантастических летающих тарелок»; «мы учились сами и учили вьетнамцев воевать с реальным и сильным противником». И здесь комплиментарность тоже служит фоном для демонстрации превосходства «своих»: «был жесточайший порядок, беспрекословное подчинение и я не знаю случаев, чтобы подчиненные не выполняли командирских распоряжений или поставленных задач».

«Бандитские» качества»

- В «афганских» публикациях враг рассматривается несколько под другим углом. Здесь это чаще просто бандиты. Комплиментарность к бандитам, понятно, неприемлема, напротив, их показывают с полным набором отрицательных в общепринятом смысле слова, «бандитских» качеств: «духи» - «пограничники занимали более выигрышную позицию, но «духов» было больше»; «бандиты», «головорезы» - «пограничникам противостояли афганские моджахеды и местная оппозиция, бандиты Ахматьира и головорезы из «Черного аиста»; «душманы» (враги – В.А.) – «душманы» могли малыми силами оказывать сопротивление даже довольно крупным группировкам; «потомки басмачей» - «что-то вроде отдельного государства потомков басмачей из Средней Азии»[17]; «враги» - «в самом неожиданном месте может оказаться враг»; «бандформирования» - «на территории Афганистана бандформирования уже действовали в 17 из 29 провинций».

Современное видение

- Аналогичный подход реализуется в материалах с грузино-осетинского конфликта, где говорится о «грузинской агрессии» - «провал грузинской агрессии»; «грузинском блицкриге» - «грузинских наемниках» - «отдельные подразделения грузинских наемников» [6]; «геноциде» - «И никак иначе, как геноцидом, это назвать нельзя».
- При этом, рассказывая о возможностях побежденной в итоге в течение пятидневной войны грузинской армии, журналисты прибегают к комплиментарности: «Надо отдать должное иностранным инструкторам и советникам – они сумели создать 5 бригад профессиональной армии, «заточенных» под войну на Кавказе»; «Важно, что это по-настоящему послушные командирам солдаты, психологически устойчивые, выносливые, готовые воевать. И эти свои качества они показали в Южной Осетии, где несколько раз упорно штурмовали Цхинвали и так же упорно обороняли Присские высоты». Описание хороших боевых качеств грузинских вооруженных сил подчеркивает мужество и выучку россиян, одержавших победу: «все, кто с ними общался, отмечают высокий боевой дух и желание остановить истребление мирного населения» ; «очевидно, что встреча двух профессиональных армий складывается в нашу пользу»; «показали себя настоящими профессионалами»; «Тот опыт, который они приобрели в ходе контртеррористической операции на Северном Кавказе, блестяще продемонстрирован ими в ходе освобождения Цхинвали».

Резюме

- Таким образом, мы можем констатировать, что при характеристике антигероя журналисты пользуются большим арсеналом приемов, выбор которых зависит от многих факторов, в числе которых реальность угрозы государству, от имени которого выступает журналист, идеологические установки самого журналиста, пропагандистские концепты, которые могут быть реализованы в публикации. Кроме того, одним из наиболее часто применяемых приемов является намеренная комплиментарность по отношению к антигерою, для того, чтобы на фоне сильного противника ярче показать мужество и профессионализм героя публикации.