

СТЕБ КАК ВЫРАЗИТЕЛЬНОЕ СРЕДСТВО ЖУРНАЛИСТСКОГО ТЕКСТА

Е. Г. Тишевская

Услышать сегодня в общении слова «стеб», «стебный», «постебаться» – привычное дело. Молодежь часто пользуется такими выражениями, а люди старшего поколения думают, что это очередное модное веяние. Но это не совсем так. На наш взгляд, стеб – элемент выразительности журналистского текста, часто используемый в нынешних негосударственных СМИ.

Слово «стеб» этимологически связано с глаголом «стебать», что значит хлестать. В свою очередь, слово «хлестать» имеет несколько значений: бичевать, бить прутом; бранить в пух, ругать, поносить беспощадно [3, с. 320, 550]. Из толкований очевидно, что слово «стеб» изначально содержит в себе семантику ценностного снижения. Интересно, что чаще всего номинация употребляется со значением «смех», хотя иногда и жестокий.

Чтобы определиться с понятиями, следует разграничить стеб, юмор, сатиру. Так, юмор преследует цель просто пошутить, улыбнуться, в то время как сатира целенаправленно высмеивает недостатки. Стеб и юмор подобны между собой тем, что и тот и другой феномены используют неожиданное несоответствие стилей и контекстов, а также формы и содержания. Стеб и сатира схожи в том, что их главная цель – высмеивание. Но объекты насмешки здесь полярны: сатира высмеивает недостатки, а стеб – это «глумление над добродетелями». Другими словами, сатира высмеивает низкое – стеб «опускает» высокое» [5].

В качестве примера стеба, когда используется несоответствие формы и содержания можно вспомнить ряд выражений из «языка падонкаф»: *превед!*, *кросавчег* и т.д. Существует версия, что данные формы возникли как протест против традиционной орфографии и общепринятых норм. Сущность такого подхода кроется в постмодернистской природе стеба, что предполагает взгляд на вещи с альтернативной стороны.

Социолог Б.В. Дубин основу для формирования феномена стеба видит в исчезновении традиционной интеллигенции, в перестройке и культе гласности в крахе тоталитарной системы. Неформальные группы интеллигентов, получив свободу слова, через каналы массмедиа обратились к теме современности и показали ее со своей, альтернативной, позиции [4]. Причем такой выход позиционировался как реакция на сложившуюся ситуацию. Такая форма проявления свободы мнения быстро прижилась. При этом особое внимание следует обратить на поведение СМИ. Если на первом этапе они выполняли лишь роль проводника, то уже на втором этапе, после того, как общество восприняло стеб как метод эффективно-

го способа обратить внимание на проблемы, СМИ стали не только проводить информацию, но и под ее влиянием трансформироваться.

Так, стеб как новая культурная форма вместе с его языковыми, стилистическими, интонационными элементами стал соединяться с нормами сенсационно-разоблачительской и “желтой” журналистики (наиболее массовые издания как раз и использовали такие формы). Наиболее важными мотивами использования стеба в СМИ как нового метода творчества стали изменения общества в сторону все большей криминализации, мафиозности, коррупции и т.п. и необходимость борьбы за аудиторию [4]. Скоро стеб в СМИ стал концентрированным, что вызвало падение интереса к контенту у потребителя, и, как следствие, СМИ вынуждены были искать новые «крючки для ловли» аудитории.

С появлением Интернета стеб трансформировался в такие формы как демотиваторы и мемы. Причем подавляющее большинство форм создаются по принципу «стеб ради стеба», а не «стеб ради дискредитации». Таким образом, стеб продолжает терять свою актуальность. Но именно здесь велика возможность появления новых, еще более агрессивных способов негативной идентификации. Заметим, что объектами стеба могут быть фигуры, символы и значения советского; деятели и риторика перестройки; символика и семантика массово-потребительского (фигуры шоуменов, клипмейкеров, стереотипные слоганы рекламы); фигуры и значения профессионалов, специализированного знания (от традиционно раздражающих интеллигенцию представителей науки до новых деятелей интеллектуального бизнеса) [4].

Общепсихологическую сущность можно объяснить следующим образом. Исследователи Дж. Брайант и С. Томпсон рассматривают комедию как одну из форм драмы. По их мнению, каждая злая шутка воспринимается как мини-драма, где адресат получает удовольствие, когда объект шутки получил «по заслугам» (а как правило, злые шутки высмеивают недостатки) [1, с. 384]. Таким образом, стеб как злая шутка, способствует развитию агрессии. Но почему СМИ используют его? Ответ достаточно прост – стеб все же является формой смешного. В свою очередь, смех способен делать сообщение более привлекательным и запоминающимся, а также улучшить имидж источника сообщения в глазах аудитории. Кроме того, используя смех, СМИ отвлекают аудиторию от выдвижения контраргументов, облегчая убеждение аудитории в своей правоте.

Рассмотрим на примере публикаций «БелГазеты», как стеб может быть использован в журналистском тексте и на уровне его подготовки. Скажем, на уровне отбора информации можно выбрать цитаты или факты, дискредитирующие объект. Например, в репортаже с выставки кар-

тин А. Глобуса «Я всю жизнь рисовал голых женщин!» (13.04.09) есть такие цитаты: *По поводу того, как в кризис могут экономить милиционеры, Адам Глобус сказал: «Они могут носить один погон! Зачем им два погона?»*. Или факты, уже содержащиеся в своей основе некоторый стеб, становятся основой для материалов рубрики «Кунсткамера».

Иногда возможно совмещение двух «серых», но несовместимых фактов с целью неожиданной, яркой подачи информации. Например, в рубрике «Сорвалось» (БелГазета 12.03.12) факт-цитата, что некоторые участницы конкурса «Мисс Беларусь 2012» ходят хуже, чем лошади, совмещается с комментарием мануального терапевта о сколиозе как «профессиональном заболевании» девушек модельной внешности.

Также стеб может быть способом номинации: выборы – это *элитный междусобойчик*; школьники-хулиганы в центре кинозала – *генштаб хулиганов* (при просмотре фильма они много и громко комментировали увиденное); Борис Немцов – *ветеран антипутизма*. При этом, как правило, дается оценочная характеристика (чаще всего негативной направленности).

Стеб в журналистском тексте – это еще и способ организации вывода. Вывод-догадка используется в критических или аналитических материалах, особенно часто в рецензиях на произведения искусства: *«Наверное, диск задумывался как некая квинтэссенция чего-то неуловимого, «песняровского»... – просто событие ради события. К тому же группе ведь надо чем-то заниматься, что-то продолжать и все это должно быть делом государственной важности, нужным и необходимым»*. (CD-обзор, рецензия на новый альбом «Песняров» 13.04.09).

Мы не случайно обращаемся к примерам из давней практики «БелГазеты». Утверждение о том, что стеб теряет свою актуальность, подтверждает журналистская практика. Так, в номере за 13.04.09 в «БелГазете» стеб был использован 58 раз всего в 18 материалах, в то время как в номере за 12.03.12 на 7 публикаций приходится 7 случаев стеба. Хотя процент отношения случаев стеба в информационных материалах к аналитическим остается на протяжении указанного периода постоянным и составляет 11% на 89% соответственно. Снижение частотности употребления стеба видится в том, что газета начала использовать конструктивную критику и сатиру.

Стеб, хотя негативен по своей направленности, имеет позитивную сторону – он выступает против клишированного мышления и способен ломать стереотипы [2]. Проявляясь на разных уровнях создания журналистского текста, стеб в силу своей постмодернистской природы выступает средством выразительности журналистского текста, а в силу психологических особенностей воздействия его следует рассматривать как мощный метод манипулирования.

Литература

1. *Брайант Дж.* Основы воздействия СМИ. Пер. с англ. М.: Издательский дом «Вильямс», 2004. С. 432.
2. *Вокуев Н. Е.* Феноменология стеба в современной массовой культуре. Интернет-адрес: http://anaculturolog.ru/archive/item/191-article_3.html.
3. *Даль В. И.* Толковый словарь живого великорусского языка. В 4 т. Т. 4. М.: Рус. яз., 1982. С 683.
4. *Дубин Б. В.* Кружковый стеб и массовые коммуникации: социологии культурного перехода / Слово – письмо – литература: очерки по социологии современной культуры. Интернет-адрес: es-dejavu.ru/s-2/Steb.html.
5. *Нестеренко Ю.* Убить пересмешников! / Интернет-адрес: <http://www.apn.ru/publications/article20280.htm>.