

ПРЕЦЕДЕНТНОСТЬ В РЕГИОНАЛЬНЫХ СМИ (на примере бэджевых текстов)

Язык средств массовой информации – живой, вечно обновляющийся организм, чутко реагирующий на любые социально-политические изменения в обществе и являющийся в определенной степени своеобразным барометром состояния языка.

В то же время, несмотря на обилие газетно-журнальных жанров, «ко всякой речи предъявляется требование – вместить возможно большее количество информации в возможно более сжатую лексически-грамматическую структуру, причем учитывая, что эта структура должна легко восприниматься при быстром чтении про себя и иметь максимальное воздействие на получателя речи» [1, с. 97].

В изменении общей стилистической картины современных публицистических текстов отчетливо проявляется, с одной стороны, тенденция к высказыванию авторской точки зрения и самовыражению (ярко выраженная оценочность речи, разнообразные приемы подчеркивания собственного мнения и т. д.), а с другой стороны, тенденция к максимальному вуалированию своей субъективности как реализация претензии на объективность изложения, для чего широко используются стилистический прием «полифонии» текста и прием игры с прецедентными феноменами в расчете на появление у адресата нужных ассоциаций.

«Полифония» проявляется в использовании всех возможных средств диалогичности (имитация естественного диалога, вопросно-ответные единства, прямые вопросы-апелляции к адресату, риторические вопросы, императивные конструкции, разные способы введения чужой речи и т. д.).

В качестве прецедентных феноменов используются все их виды: прецедентные ситуации, имена, высказывания и тексты. При этом очень много видоизмененных высказываний, в том числе и не имеющих общекультурного значения («злободневных» прецедентов, опирающихся на рекламу, модные песни и др.).

В современной периодике также встречаются новообразования особого рода, которые в сжатом виде передают надлежащий объем информации, имеют краткую форму и являются откликом на злободневные вопросы, – бэджевые тексты.

Впервые к проблеме бэджей обратилась профессор Смоленского государственного университета Э. М. Береговская, трактовавшая бэдж как 'надпись на значке' и использовавшая для его обозначения термин *бадж*, который является калькой с французского языка. Мы же употребляем термин *бэдж*, пользуясь калькой с английского языка.

Проникновение бэджевых текстов на страницы региональных газет можно объяснить рядом объективных причин:

С расширением прав и свобод граждан (зачастую понимающих свободу как вседозволенность) изменились многие нормы и ценностные ориентации, утвердившиеся в советские годы. Это вызвало у носителей языка желание отойти от «старых» канонов, заменить их чем-то «новым», причем новое должно быть оригинальным, ярким и остроумным.

В последнее время языковая ситуация характеризуется тенденцией к экономии языковых средств. Тенденция к максимальной экспрессивизации текстов газетной публицистики, мотивированная такими экстралингвистическими факторами, как рекламность, полемичность и манипулятивность современной публичной речи, реализуется путем обращения журналистов к средствам, в известном смысле противоположным стилистически: к обширному арсеналу стилистических (риторических) фигур русского языка, традиционно числящихся за книжными стилями, и к лексике и фразеологии не только литературно-разговорной, но и просторечной, в том числе и грубо-просторечной, жаргонной, обценной. Причем эти разнородные языковые элементы теснейшим образом взаимодействуют, являя собой так называемую стилистическую конвергенцию.

Использование бэджевых текстов как средства выражения пейоратива можно считать результатом снижения культурного уровня людей, языковой деградации общества.

Анализируя функционирование бэджевых текстов в периодических изданиях Витебского региона, следует отметить, что частотность бэджей зависит от целевого назначения издания, характера передаваемой информации и особенностей аудитории, на которую данное издание рассчитано.

Наиболее часто бэджевые тексты встречаются в газете «Витебский проспект», несмотря на то, что газета не является собственно

развлекательной. Возможно, это обусловлено отсутствием строгой цензуры и ориентацией на молодежную аудиторию. Популярность бэджевых текстов в данном издании подтверждается также тем, что на каждой полосе существует рубрика «Умная мысль», в которой публикуются бэджевые тексты различной тематики, например: *Мозгов у нас предостаточно, но они, в основном, набекрень* (№ 6/243 от 08.02.2007); *До Колумба американцы вынуждены были жить в Европе* (№ 8/245 от 22.02.2007); *Как много всего у тех, кому всего мало* (№ 3/240 от 18.01.2007).

Однако не следует считать, что бэджевые тексты в газете «Витебский проспект» функционируют только в качестве единичных примеров под определенной рубрикой. Авторы статей достаточно часто употребляют бэджи для того, чтобы кратко, но максимально информативно выразить мысль, как например, в статье «Стервасекретарша» бэджевый текст *«Хороший левак укрепляет брак»* призван донести мысль, что измена мужу (в данном случае) только способствует укреплению семейных отношений.

В некоторых случаях бэджи используют не для того, чтобы подчеркнуть отдельную мысль, а чтобы сделать вывод из изложенного или подвести итог. В этом случае бэджи могут не быть тесно связаны с предыдущим текстом и выступают как самостоятельная единица, выполняющая определенную функцию.

Если в газете «Витебский проспект» бэджи публикуются под рубрикой «Умная мысль», то в областной газете «Віцебскі рабочы» бэджевый текст *«Не болтайте ерундой»* является эпиграфом для развлекательного приложения «Восьмушка». Необходимо подчеркнуть, что это единственный случай использования бэджевого текста на страницах данного издания. Не встречаются также бэджевые тексты и в статьях городской газеты «Віцьбічы». А в статьях областной газеты «Народнае слова» за 2007 г. бэджевый текст используется только один раз, причем в усеченной форме: *«Право на лево»* (ср. текст-оригинал *«Каждый мужчина имеет право на лево»* (вариант *налево*)).

Интересно, что в газете «Балясы», название которого уже подчеркивает направленность и ориентированность издания, нет ни одного примера использования бэджевых текстов. Это может свидетельствовать о том, что коллектив газеты, понимая назначение

своей газеты – развлекать читателей, тем не менее старается следить за соблюдением норм русского языка на страницах своего издания.

1. *Кохтев, Н. Н.* Стилистическое использование устойчивых глагольно-именных сочетаний в языке газеты / Н. Н. Кохтев // В помощь преподавателю русского языка как иностранного. – М., 1968.

2. *Караулов, Ю. Н.* Русский язык и языковая личность / Ю. Н. Караулов. – М., 1987.

3. Стилистика газетных жанров / под ред. Д. Э. Розенталя. – М., 1981.

4. *Супрун, А. Е.* Текстовые реминисценции как языковое явление / А. Е. Супрун // Вопросы языкознания. – 1995. – № 6. – С. 17–29.