

Секция «Журналистика»

Этический аспект использования актуально-новостных прецедентных имен в медиатексте

Пурыжинский. Никита Сергеевич

Аспирант

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет
журналистики, Москва, Россия*

E-mail: 4nikita@list.ru

Использование «актуально-новостных» прецедентных имен в медиатексте – это прием, к которому стоит относиться с особой осторожностью.

В стремлении соответствовать времени, увлечь читателя самыми актуальными новостями, модным лексиконом, журналисты нередко перегибают палку. Особенно это касается использования в текстах «актуально-новостных» прецедентных имен, то есть имен и названий, соответствующих «повестке дня».

Обобщить смысл события, придать ему статус прецедента – большой соблазн для пишущего. Последние политические события дают немало примеров злоупотребления подобными приемами.

С легкой руки премьер-министра журналисты как желтых, так и серьезных, уважаемых изданий стали называть оппозиционно настроенных граждан «бандерлогами». Это обращение к прецедентной цитате «Ближе, бандерлоги» из произведения Р. Киплинга «Книга джунглей». Так один из персонажей книги, питон Каа, приманивал стаю обезьян, на которых вел охоту.

В современных же изданиях прецедентный феномен «бандерлоги» служит для пренебрежительного обозначения оппозиционно настроенных граждан, которые выходят на митинги.

Подобный пример находим в статье «Нужна ли нам холера» Алексея Птицына, журнал «Эксперт». «...вами руководят люди, один из которых восхищался Пиночетом, потопившим в крови свою страну, Александром II, подавившим в крови польское восстание, и Столыпиным, прославившимся своими «галстуками», и любил называть первого президента «царем Борисом». Разве другой не является поклонником Сталина, а третий не грозит разобраться со всеми инородцами? ... Скоро вы поймете, кто такие кровавые тираны и душиатели свобод, несчастные бандерлоги!»

Похожие примеры уничижительного упоминания людей иных политических взглядов нередки и в текстах оппозиционно настроенных журналистов. Особое распространение получил дериват прецедентного имени Путин – «путиноид». Так пренебрежительно журналисты называют сторонников действующего премьера.

«Перед Новым годом я зашел поговорить со старым товарищем, ранее работавшим в Аппарате президента, а теперь где-то около. Я спросил его: «Ну, как там у вас все это воспринимают? По-моему, Путин сошел с ума». Я ожидал услышать жесткий ответ верного путиноида». (Александр Морозов, Слон.ру)

В обоих случаях прецедентные имена выполняют эвфемистическую, аттрактивную, людическую функции – то есть привлекают внимание читателя, актуализируют текст, делают его более острым. Но использование прецедентных феноменов в столь уничижи-

тельном значении снижает общий уровень статьи, негативно сказывается на репутации издания в целом.

При использовании актуально-новостных прецедентных имен особенно остро встает вопрос журналистской этики. Современный медиатекст стремится к расширению языкового поля, к включению новой лексики, использованию нестандартных жанров. В журналистике идет борьба за читателя, зрителя, слушателя, причем чем дальше, тем ожесточеннее сражаются журналисты. Интернет стал серьезной альтернативой традиционным СМИ, которые теперь вынуждены подстраиваться под менее формальный, раскрепощенный язык сетевого сообщества.

Вовлечение подобных «неостывших» тем в статью часто выглядит неэтичным, неоправданно ангажированным.

Литература

1. Гудков Д.Б. Прецедентное имя и проблемы прецедентности. - М., 1999.
2. Клушина Н. И. Имя собственное на газетной полосе // Русская речь. - 2002. - 1.
3. Слышкин Г.Г. От текста к символу: лингвокультурные концепты прецедентных текстов в сознании и дискурсе. - М., 2000.
4. Солганик Г.Я. Толковый словарь. Язык газеты, радио, телевидения. – М., 2002.
5. Фатеева Н.А. Контрапункт интертекстуальности: Интертекст в мире текстов. - М., 2006.