Бакунцев А. Публицистика И.А. Бунина: от «Великого дурмана» к «Окаянным дням» // Powrócić do Rosji wierszami i prosą: Literatura rosyjskiej emigraracji / pod red. G. Nefaginy. Słupsk, 2012б.

Бакунцев А.В. Соотношение художественного и документального в лекции И. А. Бунина «Великий дурман» // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2012в. № 6.

Красный террор глазами очевидцев / Сост., авт. вступ. ст. С.В. Волков. М., 2010.

Георгиевский А.С. Бунин и Россия // Российский литературоведческий журнал. 1999. № 12.

Ильинский И.М. Белая правда Бунина (Заметки о бунинской публицистике) // Знание. Понимание. Умение. 2009. № 4.

Кочетов В.П. Неистовый Бунин // Бунин И.А. Окаянные дни. М., 1990.

Клинг О. Пророческий знак // Бунин И.А. Гегель, фрак, метель. СПб., 2003.

Крыжицкий С. Бунин и «Окаянные дни» // Бунин И.А. Окаянные дни. Лондон (Канада), 1974.

Мальцев Ю.В. Иван Бунин. 1870—1953. Frankfurt/Main; М., 1994.

Михайлов О.Н. Окаянные дни И.А. Бунина // Бунин И.А. Окаянные дни. М., 1991.

Морозов С. «Окаянные дни» И.С. Бунина: К истории текста // Текстологический временник. Русская литература XX века: Вопросы текстологии и источниковедения. Кн. 2. М., 2012.

Ошар К. «Окаянные дни» как начало нового периода в творчестве Бунина // Русская литература. 1996. № 4.

Примочкина Н.Н. Горький и писатели русского зарубежья. М., 2003.

Риникер Д. «Окаянные дни» как часть творческого наследия И.А. Бунина // И.А. Бунин: pro et contra / Сост. Б.В. Аверина, М.Н. Виролайнена, Д. Риникера. СПб., 2001.

Хёнцш Ф. Иван Бунин, певец ушедшей России // Классик без ретуши: Литературный мир о творчестве И.А. Бунина: Критические отзывы, эссе, пародии (1890—1950-е годы): Антология / Под общ. ред. Н.Г. Мельникова. М., 2010.

Эберт К. Образ автора в художественном дневнике Бунина «Окаянные дни» // Русская литература. 1996. № 4.

Поступила в редакцию
05.03.2013

ЯЗЫК СМИ

В.Н. Суздальцева, кандидат филологических наук, доцент кафедры стилистики русского языка факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова

ВЕРБАЛЬНЫЙ КОНТИНУУМ «ГИПОТЕТИЧНОСТЬ/НЕДОСТОВЕРНОСТЬ» В МАССОВО-ИНФОРМАЦИОННОМ ДИСКУРСЕ

В статье анализируются языковые единицы, которые привносят в массовый информационный дискурс семантику гипотетичности/недостоверности (маркеры неточности, приблизительности). Делается вывод о том, что использование таких единиц подготавливает почву для манипулирования сознанием массовой аудитории.

Ключевые слова: *гипотетичность, недостоверность, семантическое поле, манипулирование, гипотетическая реальность.*

In the article there is an analysis of the linguistic units introducing semantics of hypothetical/unreliability into the information discourse. It is concluded that the use of such units paves the way for mind control.

Key words: *hypothetical, unreliability, semantic field, the manipulation, the hypothetical reality.*

Все мы с детства помним смешную сказку Андерсена о курице, которая вечером, устраиваясь на нашесте в курятнике, уронила маленькое перышко и в шутку сказала, что стала от этого только красивее. Другая курица, сидевшая рядом, немедленно ее осудила и сообщила новость, но уже со значительными преувеличениями, своим товаркам. За ночь история обошла всех обитателей двора, обрастая все новыми и новыми подробностями: о том, что пять кур выщипали себе все перья, а потом заклевали друг друга насмерть из-за любви к петуху. И наутро та, которая уронила перышко, с негодованием говорила своим подругам: «Я презираю этих кур!.. О подобных вещах нельзя, однако, молчать! И я, со своей стороны, сделаю все, чтобы история попала в газеты!» И в газетах действительно напечатали это историю как истинную правду. Сказка так и называется «Истинная правда».

История, рассказанная Андерсеном, очень хорошо раскрывает механизм возникновения и распространения слухов и сплетен: незначительный эпизод при передаче из уст в уста искажается и может приобрести чудовищные размеры — информация становится недостоверной. Здесь же гротескно подмечены некоторые из воз-

можных воздействующих результатов слухов и сплетен: сплетней можно дискредитировать, от слухов и сплетен получают удовольствие и отправитель, и адресат информации, слухи и сплетни помогают самоутвердиться: и отправитель, и получатель ощущают себя «выше» того, о ком сообщается.

Кроме слухов и сплетен (они принадлежат обиходному дискурсу) существуют другие разновидности не подкрепленной реальностью информации. Это всевозможные версии, предположения, которые весьма распространены в политическом и в массово-информационном дискурсах. Исследователи СМИ называют их вероятностной информацией и выделяют такие ее жанры, как *прогноз, гипотеза, версия* [Тертычный, 2002, с. 55].

Все эти виды не вполне точной, иногда совершенно не соответствующей реальности информации образуют в массмедиа ***семантическое поле гипотетичности и недостоверности***. Это семантическое поле в постперестроечное время стало одной из составляющих смыслового пространства российских массмедиа. Наиболее широко оно представлено в континууме «власть».

В целом информация, подаваемая в массмедийных текстах, образует ***денотативное пространство*** — термин А.Д. Шмелева [Шмелев, 2002, с. 36], т.е. сумму обозначенных средствами языка денотатов — внеязыковых объектов реальной действительности. В художественном тексте чаще создается денотативное пространство, отражающее не реальную, а вымышленную автором действительность, подаваемую как реальная [Шмелев, 2002, с. 35]. Специфика текстов массмедиа, как текстов документалистских, в том, что *в идеале* представленное в них денотативное пространство должно включать в себя только то, что не воображаемо, а существует в реальности. А обозначающим это пространство вербальным знакам должны соответствовать реальные лица, события, действия и взаимодействия. Такое денотативное пространство назовем ***денотативным пространством с фиксированными в реальности объектами***. Однако, как уже было отмечено, СМИ допускают отступления от этого идеала — денотативное пространство включает в себя компоненты, не подкрепленные реальностью: при сообщении слухов, сплетен, предположений, гипотез и т.п. — это своего рода информационные блоки-фантомы. Такое денотативное пространство назовем ***пространством с не зафиксированными в реальности объектами***.

Существуют типовые вербально-стилевые формы подачи гипотетической информации, которые различаются: а) наличием/отсутствием вербальных средств, указывающих на субъект (автора) речи; б) синтактико-композиционными способами подачи материала; в) эмоциональной тональностью сообщения.

Этими типовыми формами являются:

1. ***Слухи-сплетни.*** Автор—первоисточник слухов и сплетен чаще всего неизвестен («сарафанное радио», «одна баба сказала»). Вынесенные в названия рубрик или вкрапленные в текст слова и сочетания слов: *слухи, говорят, что по слухам, сплетни большого города* и некоторые другие — подчеркивают, что это какие-то неопределенные лица. Названия рубрик дистанцируют данную информацию от сообщений о том, что действительно имело место. Эмоциональная тональность — шутливая (часто эта шутливость заявлена именно названием рубрики. См., например: «*Ток-шоу и все сплетни мегаполиса*» — Радио СИТИ FM; «*Шепот*» — рубрика в газете «Версия», где каждая подаваемая информация начинается словами «*Говорят, что...*», «*Говорят, что...*» — рубрика в газете «Аргументы неделі», «*Слухи*» — рубрика в АИФ и т.п.).

2. ***Предположения.*** Они связаны в основном с внутри- и внешнеполитической информацией. Обычно это фрагмент текста, иногда значительный по объему, построенный как серьезное, эмоционально нейтральное рассуждение. Например, в статье А. Угланова в «Аргументах неделі» «Эффект профессора Плейшнера» (15.03.12) за два месяца до инаугурации В.В. Путина подробно излагаются предположения автора о возможных назначениях в будущем правительстве России после того, как избранный президентом В.В. Путин покинет пост премьера: «*Не исключено, на заседании речь пойдет о проблемах Сибири...*», «*Говорят, что именно г-ну Шойгу поручат возглавить новую госкорпорацию по освоению этих территорий...*»; «*Главное сегодня — изменит ли новый президент состав правительства. Пока что ничего не предвещает кардинальных перемен...*» и т.д.

3. ***Обсуждение* (*полилог*).** Это новый аудийный жанр, в котором ведущий преподносит массовой аудитории какую-либо гипотетическую ситуацию и предлагает принять участие в ее перемоделировании или обсуждении. Например, предложение «Эха Москвы» публиковать на их сайте коллажи, рисунки, карикатуры на тему «Несостоявшаяся встреча В. Путина и Б. Обамы» (Эхо Москвы, 09.11.09). Или на том же «Эхе Москвы» в программе «Разворот» сообщается новость, исходящая непонятно от кого: «Сергей Иванов вместо Юрия Лужкова — утечка в прессе». А далее ведущий, отвечая на реплики радиослушателей, ведет обсуждение: подходит кандидатура экс-министра обороны С. Иванова на пост мэра Москвы или нет (Эхо Москвы, 06.08.08 — т.е. за два с лишним года до отставки Ю. Лужкова). Программа завершается ответом секретаря пресс-службы вице-премьера С. Иванова: «Это утка и полная чушь».

В обоих случаях автор информации не указан. Эмоциональные качества — шутливость, граничащая со стебом.

Вербальные средства, формирующие семантическое поле гипотетичности и недостоверности

Существуют специализированные вербальные средства, которые оформляют информацию как не вполне достоверную или гипотетическую. Указания на отдельные из этих средств находим в работах, посвященных исследованию достоверности как коммуникативной категории [Панченко, 2010], информационного поля в СМИ [Платонова, Виноградов, 2009, с. 252]. Анализ СМИ последних десяти лет позволил выделить 8 разрядов этих средств. Суммарно они образуют в континууме «власть» отдельное семантическое поле. Назовем их **маркерами неточности, приблизительности информации.** Ими являются:

1. Существительные (в названиях рубрик и в самом тексте), обозначающие информацию, источник которой чаще всего неизвестен (неясен): *слухи, сплетни, разговоры:* «*Слухи*» (название рубрики, АИФ); «*Сплетни большого города с Семеном Чайкой*» (вечерняя передача на радио СИТИ FM, например, 2008); сайт «*Сплетник RU*» в Интернете (информация на Эхе Москвы 2009) и т.п. Здесь же — предикативные, обстоятельственные и вводные конструкции с этими словами и производными от них: «*Будучи на последнем экономическом форуме в Лондоне, ...я слышал разговоры об отмывании денег, откатах и о том, что, по слухам, одна из яхт, купленных Абрамовичем, как-то связана с российским правительством*» (Нов. газ., 2005); «...*По нашим сведениям, этого министра* [М. Зурабова. — *В.С.*] *просто боятся трогать. То ли из-за слухов о его несметном богатстве, то ли из-за слухов о его близости президенту*» (Арг. Нед., 23.11.—29.11.2006).

2. Глаголы в неопределенно-личном значении, в семантику которых входит компонент сообщения информации: *говорят, что; думают, что; прочат* (кого-либо на какой-либо пост) и т.д. Например, в газете «Версия» в рубрике «Шепот» каждая подаваемая информация начинается словами «*говорят, что...*»: «*Говорят, что Касьянова назначили лидером российской "оранжевой революции"...*»; «*Говорят, что мэров крупных городов будут назначать...*» и т.п. (11—20.02.05). «*Говорят, что...*» — название одной из страниц газеты «Аргументы неделі», например: «*Говорят, что...*» и ниже заголовки: «*Госдуму и Совет Федерации продадут на аукционе*», «*Ющенко бросила боевая подруга*» и т. п. (18.01.07).

3. Глагольные формы *может, могут* + Infinitiv в значении будущего гипотетического: «*Так что увольнение Кудрина может быть началом настоящего обрушения исполнительной вертикали*» (Арг. нед. 29.09.11); «*Впрочем, показательная порка Кудрина Медведевым может иметь обратный эффект: консолидировать оставшихся путинцев вокруг премьера*» (там же).

4. Вводно-модальные слова и сочетания со значением предположительности: *вероятно, возможно, скорее всего, я думаю* в сочетании с будущим гипотетическим, а также производные от этих слов: «*Скорее всего, они* [питерцы. — *В.С.*] *будут убеждать Путина изменить свое мнение о персоне будущего премьера*» (Арг. нед., 29.09.11)»; «*Я думаю, что популярность власти начнет падать... и, возможно, инстинкт самосохранения толкнет властную группировку к политическим реформам*» (Нов. газ., 16.02.09); «*Возможна скорая отставка правительства*» и т.п.

5. Модальные частицы со значением сомнительности: *едва ли, вряд ли, будто бы* и нек. др.: «*Было много разговоров, что Медведев своим недавним осторожным замечанием в интервью болгарскому телевидению будто бы послал важный сигнал российской элите: действия правительства Путина отныне можно беспрепятственно критиковать*» (Нов. газ., 16.02.09).

6. Условные придаточные в предложениях с суммарным значением гипотетичности: «*Если они* [представители политической элиты. — *В.С.*] *увидят, что лодка получила пробоину, то, безусловно, все группировки начнут предлагать свои решения, чтобы спастись...*» (Нов. газ., 16.02.09).

7. Слова и сочетания слов, с помощью которых журналист, передавая чужую речь, подчеркивает свои сомнения в ее соответствии действительности (прежде всего это частицы *будто, будто бы, якобы* и нек. др.) и тем самым отчуждается от переданной информации и от ее источника. См., например, материал А. Шварева «Не похищал, не умирал» с ироническим подзаголовком «Труп, найденный в Чечне, обвиняется в похищении Сергея Кукуры» (Вр. нов., 2003, № 9), где в одном тексте 10 раз употреблены единицы с семантикой сомнительности и отчуждения: «*Представители спецслужб вчера выступили с очередной победной реляцией, якобы им удалось фактически раскрыть дело о похищении первого вице-премьера ЛУКОЙЛа Сергея Кукуры*», «*...в Москве он* [Калаев. — *В.С.*] *якобы входил в группировку, занимающуюся рэкетом и похищениями*», «*По данным столичных спецслужб, Калаев якобы действительно значится как человек, поддерживающий отношения с чеченскими группировками», «Вскоре поступили данные, будто сразу после нападения на Кукуру Калаев срочно покинул Москву*» и т.д. В таких контекстах сомнения в достоверности информации вводят в «зону негатива» того, кто ее сообщил, в данном случае — представителей спецслужб.

8. Эвфемистические обозначения источника информации — новшество в российских СМИ, весьма распространившееся в по-

следние годы: «*Сообщили информированные источники в правоохранительных органах*» (Эхо Москвы, 06.04.12); «*высокопоставленный источник в Министерстве обороны*» (Эхо Москвы 03.04.12); «*другой источник электронной газеты РУ рассказал...*» (там же); «*отметил источник*» (Радио «Говорит Москва», 04.03.12); «*источник, близкий к правоохранительным органам, сообщил*» (радио «Коммерсантъ FM», 15.04.12).

Здесь из пяти компонентов схемы массовой коммуникации: «кто, что сказал, через посредство какого канала (средства) коммуникации, кому, с каким результатом» [Г. Ласуэлл, цит. по: Платонова, Виноградов, 2009, с. 241] — отсутствует «кто».

Н. Н. Панченко относит «отсутствие ссылок на источник информации» к маркерам недостоверности [Панченко, 2010, с. 62] и говорит о том, что «обезличенность информации влечет за собой неопределенность ситуации» [там же, с. 62].

Нам представляется, что само по себе умеренное употребление подобных эвфемизмов не нарушает информационную норму. Однако перенасыщение ими текстов (в первую очередь — радиоэфира) приводит к смысловой интерференции: сама сообщаемая информация обретает «налет» неточности, приблизительности (кто-то сообщил, но неизвестно кто). Кроме того, подобные эвфемизмы частично освобождают от ответственности за достоверность информации и могут создать лазейку для дезинформации. Например, весеннее сообщение на радио «Коммерсантъ FM» о намерении нынешнего посла США в Москве поехать в Астрахань в связи с голодовкой правозащитника Олега Шеина. Оно предваряется эвфемизмом: «*Накануне источник, близкий к правоохранительным органам, сообщил...*» (15.04.12).

Перечисленные вербальные маркеры неточности создают в текстах массмедиа о власти ***семантическое поле гипотетичности/недостоверности***. Гипотетичность (предположительность) и недостоверность (несоответствие реальности) граничат и часто перетекают друг в друга: то, что одним источником сообщено как гипотеза, другой источник может передать как объективную информацию, хотя на самом деле данный факт не имел места. Газетная «утка» может стать предметом обсуждения и поводом для высказывания различных предположений. Н.Н. Панченко приводит газетную «утку» —дезинформацию, запущенную газетой «Московский корреспондент» (11.04.08), о якобы уже состоявшемся разводе В.В. Путина и о его предстоящей женитьбе на гимнастке Алине Кабаевой, депутате Государственной думы [Панченко, 2010, с. 251]. А далее цитирует фрагменты из публикаций других СМИ (например, сайта Rupor.info, газеты АИФ и др.), где-либо «смакуется», либо опровергается эта сенсационная «новость» [Панченко, 2010, с. 256—259].

Таким образом, взаимодействуя, поле гипотетичности и поле недостоверности образуют в денотативном пространстве СМИ отдельные сегменты с незафиксированными в реальности объектами (блоки самореферентной, фиктивной информации).

Воздействующий результат

На поверхностный взгляд, сообщая гипотетическую, не вполне достоверную и даже недостоверную информацию, СМИ выполняют ***развлекательную*** функцию. Во всяком случае определенная часть массовой аудитории воспринимает подобную информацию просто для того, чтобы отвлечься от своих проблем. Однако, разумеется, это самая несущественная сторона воздействия.

Главное:

1. В периоды каких-либо масштабных социальных и политических перемен (а именно такова нынешняя российская ситуация) общество живет в состоянии «информационного дефицита» [Грачев, Мельник, 2003, с. 225]. Гипотетическая информация отчасти удовлетворяет информационный голод. Однако при этом перегруженность дискурса вероятностной, неточной, а также неизвестно кем сообщенной информацией лишает картину мира четкости. Массовый реципиент привыкает воспринимать информацию о том, чего нет и, скорее всего, не будет, т.е. привыкает жить в наполовину иллюзорной, расплывчатой реальности, отвлекаясь от тех обстоятельств, в которых он на самом деле существует.

2. Неопределенность знаний — удобная почва для манипуляций, а информационная неопределенность ведет к негативным переживаниям [Грачев, Мельник: с. 225]. Цепочку реакций массового адресата можно представить так:

Принятие неточной информации → некритичность восприятия → неуверенность в полученных знаниях о мире → раздражение и растерянность → потребность в ориентации и опоре → поиск того, кто избавит от сомнений → подчинение этому лицу. Общеизвестно, что сбитым с толку, растерянным человеком легко управлять.

3. Сообщение недостоверной и притом негативной информации о ком-либо — способ «утопления» политического противника. Известно, что авторитет того, на кого брошена тень подозрения, уже немного пошатнулся в общественном мнении. Юлий Цезарь развелся со своей женой Помпеей только из-за того, что на праздник в честь богини плодородия и добродетели, проходивший в ее доме и на который допускались только женщины, проник переодетый женщиной мужчина — Публий Клодий Пульхер. На суде Цезарь ни в чем не обвинил свою жену, но в качестве аргумента для развода привел ставшие знаменитыми слова «Жена Цезаря

должна быть выше подозрений» [Ашукин, Ашукина, 1986, с. 219]. Такой способ дискредитации можно назвать *понижением статуса через подозрение*. Именно поэтому в процессе подготовки и проведения пропагандистских акций распространение слухов, сплетен и дезинформации занимает значительное место [Грачев, Мельник, 2003, с. 224]. Так, в приведенном выше материале из «Времени новостей», «Не похищал, не умирал» обилие частиц со значением сомнительности при передаче чужой речи бросает тень недоверия на автора этой речи — представителя силовых структур.

Итак, вербальные единицы, входящие в семантическое поле гипотетичности/недостоверности, могут создавать через массмедиа удобную почву для управления массовым сознанием, в том числе и в оценках состояния российского общества и действий власти.

Принятые сокращения

АиФ — «Аргументы и Факты»
Арг. нед. — «Аргументы недели»
Вр. нов. — «Время новостей»
назв. — название
Нов. газ. — «Новая газета»

Список литературы

Ашукин Н.С., Ашукина М.Г. Крылатые слова. Литературные цитаты. Образные выражения. М.: Правда, 1986.

Грачев Г.В., Мельник И.К. Манипулирование личностью. М.: Эксмо, 2003.

Панченко Н.Н. Достоверность как коммуникативная категория. Волгоград: Изд-во ВГПУ «Перемена», 2010.

Платонова О.В., Виноградов С.И. Информационное поле и информационная норма в СМИ // Культура русской речи. Учебник для вузов / Отв. ред. Л.К. Граудина, Е.Н. Ширяев. М.: Норма, 2009.

Тертычный А.А. Жанры периодической печати: Учеб. пособие. 2-е изд., испр. и доп. М.: Аспект Пресс, 2002.

Шмелев А.Д. Русский язык и внеязыковая действительность. М.: Языки славянской культуры, 2002.

Поступила в редакцию
25.02.2013

О.Р. Лащук, кандидат филологических наук, доцент, зав. кафедрой редакционно-издательского дела и информатики факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: olgafl@yandex.ru

ОБ ОСОБЕННОСТЯХ СТИЛИСТИЧЕСКИХ ОШИБОК В РЕРАЙТЕРСКИХ НОВОСТНЫХ ИНТЕРНЕТ-СООБЩЕНИЯХ
(на примере материалов агентств newsru.com и lenta.ru)

Автор исследует рерайтерское направление создания новостных интернет-сообщений, их специфику, обусловленную как способом производства информационного продукта, так и требованиями потребителя. Автор рассматривает стилистические ошибки в новостных материалах агентств, наиболее последовательно специализирующихся на рерайтерстве.

Ключевые слова: *интернет-текст, мультимедийное сообщение, рерайтинг, стилистические ошибки.*

The author researches the field of production the news messages on the Internet by rewriting, the specifics of this field, conditioned both by the method of production of the informational item and by the consumers' requirements. The author investigates the stylistic mistakes in the news stories produced by the agencies that specialize on rewriting.

Key words: *Web-text, multimedia message, rewriting, stylistic mistakes*

С распространением и развитием Интернета все большую популярность у потребителей новостной информации приобретают мультимедийные версии сообщений — благодаря их доступности, оперативности, удобству использования. Новостную колонку на своих сайтах сейчас имеют информационные агентства, газеты и журналы, поисковые системы, государственные и общественные организации и т.д.

По предпочитаемым способам работы с информацией электронные СМИ можно разделить на три большие группы.

1. Самостоятельно производящие первичный сбор информации, для этого содержится штат профессиональных корреспондентов. В рунете к ним относятся, например, ИТАР-ТАСС, РИА-Новости, Интерфакс, ИА REGNUM.

2. По договоренности с производителями новостей просто перепечатывающие их материалы у себя со ссылкой на первоисточник: rambler.ru, yandex.ru, utro.ru и многие другие.

3. Компилирующие материал из разных источников с добавлением собственного анализа.

Третья группа представлена в рунете пока очень небольшим количеством агентств, наиболее значимыми из которых являются