



htm; Печкин В. Интернет как СМИ//<http://www.vz.ru/society/2006/7/13/41330.html>.

³ <http://www.habrahabr.ru/blog/advertising/22543.htm>.

⁴ «Видеорадио» – новое для русского языка слово, означающее возможность наблюдать за происходящим в радиостудии, вещающей по своему обычному графику с использованием традиционных передающих устройств. Такая технология (уже упомянутые веб-камеры) позволяет осуществлять совершенно новые медийные проекты. Например, создавать передачи и для радиослушателей, и для пользователей Интернет. Следующий шаг – подключение сюда и телевидения. С таким успешным проектом знакомы слушатели «Эхо Москвы» и зрители телеканала «RTVI». Подобные объединения всех основных видов СМИ стали возможными благодаря развитию Интернета. Мы не оговорились, кроме радио и телевидения в таких проектах присутствует и традиционное «печатное» начало: во время прямого эфира пользователи Интернет могут задавать вопросы участникам прямых трансляций и обсуждать происходящее тут же – на сайте. Радиослушатели имеют возможность позвонить в студию и также принять живое участие в прямом эфире, или же воспользоваться мобильным телефоном и отправить сообщение с вопросом. Мобильные технологии также дают выход в Интернет, а потому любой зритель (слушатель, пользователь) может в любое время присоединиться к «пиршеству СМИ». Возникает интересная картина, когда один человек, обладающий телевизором, компьютером и радиоприёмником может одновременно из трёх устройств слышать (видеть, читать) одну и ту же передачу, а современные мобильные телефоны (смартфоны, карманные компьютеры) объединяют в себе функции всех трёх упомянутых приборов.

⁵ Необходимо отметить, что даже принципы графической подачи информации на различного рода сайтах стали

повторяться в принципах вёрстки печатных изданий и в принципах телевизионного монтажа. Наличие двусторонней связи в этой сфере проследить не сложно. Приведём наиболее близкий для нас пример. Один из законодателей мод в сфере СМИ – редакция «Нью-Йорк Таймс». Именно эта газета одной из первых получила сетевую версию. Причём в своей вёрстке сайт www.nytimes.com стремится соответствовать внешнему виду газетной передовицы «Нью-Йорк Таймс». Теперь уже сложно определить, какая версия оказывает большее влияние на оформительскую политику этого издания в целом. Понятно одно – многие тысячи сайтов созданы по упомянутому образцу. Несложно и найти «сетевые» приёмы в оформлении многих телепередач («Авиаторы» на «НТВ», «Вокруг света» на «Первом канале» и многие другие).

⁶ Уместно вспомнить ещё одну цитату, принадлежащую Александру Генису: «Вместо обещанной всемирной библиотеки нас ждет лес цитат. Дигитальная литература превратится в равноправную информационную массу, ориентироваться в которой может только Интернет. Конечно, поисковое устройство услужливо предложит нам выборки на нужную тему – сколько весит солнечный свет, как заменить унитаз и что писал Гоголь об утрибах. Но чтобы рассказать нам об этом, Гугл и его компания должны разброшюровать все книги в мире, вернув их к той словесной протоплазме, из которой автор лепил и строил свой опус» (<http://www.esquire.ru/articles/16/genis>).

⁷ <http://www.wciom.ru>.

⁸ <http://www.dw-world.de/dw/article/0,2144,3539504,00.html>.

⁹ http://www.nytimes.com/2008/07/27/books/27reading.html?Pagewanted=3&_r=1&sq=internet%20and%20reading&st=cse&scp=1

УДК 070:316.774

НЕОПРЕДЕЛЕННОСТЬ КАК ОДИН ИЗ РАСПРОСТРАНЕННЫХ В СОВРЕМЕННОЙ ПРЕССЕ СПОСОБОВ ПОДАЧИ ИНФОРМАЦИИ

М.А. Кормилицына

Институт филологии и журналистики
Саратовского государственного университета,
кафедра русского языка и речевой коммуникации
E-mail: Philology@sgu.ru

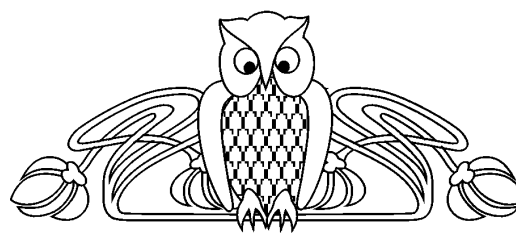
В статье на материале газетных публикаций рассматриваются функции и многообразные средства выражения в прессе коммуникативной категории неопределенности.

Ключевые слова: коммуникативная категория неопределенности, функции категории, предметно-логическая и субъективная неопределенность, языковые средства создания неопределенности.

Indefiniteness as a Common Way of Giving Information in the Modern Press

М.А. Kormilitsyna

The article investigates the functions and diverse means of expression



of the communicative category of indefiniteness in the press on the basis of newspaper material.

Key words: communicative category of indefiniteness, category functions, logical indefiniteness, subjective indefiniteness, linguistic means of creating indefiniteness.

Основной функцией, объединяющей средства массовой информации разных типов, считается информационная. Среди требований к качеству информации на первом месте стоят ее точность, определенность и достоверность. Как показывает анализ текстов современной прессы, в наше время



проблема соблюдения этих качеств не утратила своей актуальности. Это касается и объективной, предметно-логической стороны информации (отбор информации для массового читателя, которая порой состоит из заведомо ложных или неясных фактов), и субъективной (выбор самих способов подачи информации).

В теории речевой коммуникации бинарную коммуникативную категорию определенность/неопределенность относят к обязательным категориям, выполняющим «информативно организующую функцию»¹. План содержания этой категории включает значения: неизвестность, неточность, приблизительность, неясность, второстепенность. План выражения – многочисленные разноуровневые языковые средства, которые рассредоточены по всему тексту сообщения.

Эффект неопределенности текста может возникать по чисто объективным причинам. Несмотря на декларируемую властью стабильность общества и тиражирование этого утверждения всеми СМИ, мы живем в очень непростое время, время непрозрачности действий власти, непонимания обществом многих принимаемых ею решений. И это, конечно, не может не отражаться в прессе, ведь долг масс-медиа – информировать людей и вселять в них чувство ответственности за происходящее. Следовательно, неопределенная тональность газетных текстов во многом отражает нечеткость, неясность общественных процессов в стране и процессов в экономике: *Если в основу каких-то мер и планов закладывается какая-то идеология, то должно быть понятно, к чему приведут означенные меры. А вот с этим пока никакой ясности. Каким будет российское общество после кризиса? Каким мы хотя бы хотим его видеть? С ответами на эти вопросы власть не спешит* (ЛГ. 2009. № 14).

Неопределенная модальность текста возникает и в том случае, когда автор делится с читателем своим собственным непониманием проблемы ввиду ее противоречивости и тем самым не только не помогает читателю разобраться в сути дела, но и фактически создает впечатление невозможности разобраться в этом. Вот размышления журналиста о внешней политике России, ее отношениях со странами Ближнего Востока: *Хотя чего, собственно, участники «оси» (Иран, Сирия, Палестина. – М.К.) конкретно хотят, понять довольно трудно. Не факт, что они и сами отдают в этом ясный отчет* (РГ. 2006. 12 июня). А вот рассуждения об экономической политике правительства во время кризиса: *Увы, даже мы, депутаты, пока еще не можем точно подсчитать, какая часть накопленных страной денег вылетела в трубу* (ЛГ. 2009. №6).

Предметно-логическая неопределенность заключается также в приблизительности, неточности, нелогичном подборе фактов и тех комментариев к событиям, которые дают журналисты. Так, например, в «Известиях» разъясняется

взволновавшая общество внеплановая остановка Балаковской АЭС. Сначала пишется о том, что *никаких причин для аварийных сигналов не было. Причиной стал сбой электропитания в цепях напряжения*. То есть фактически сообщается, что ничего страшного не произошло. Так, пустяк. Но дальше дается сообщение, что *весь день сотрудники Балаковской АЭС устраняли возникшие неполадки*. Значит, они все-таки были и довольно серьезные, раз потребовался целый день работы по ремонту. Такое противоречивое описание ситуации вряд ли способно успокоить жителей (Изв. 2007. 16 авг.).

Порой следует говорить просто о неинформативности сообщения о фактах и событиях в СМИ. Так, в информационной программе «Время» зрителю постоянно сообщают: *Президент встретился с премьер-министром. Они обсуждали социально-экономическую ситуацию в стране* (08.11.06); *Обсуждалась социально-экономическая ситуация в стране* (17.01.07). Вполне понятно, что общество интересует не сам факт встречи президента с премьером, а содержание обсуждения, но об этом ни слова. Такая подача информации иногда вызывает недоумение даже у самих журналистов-комментаторов: *Встреча прошла конструктивно. Правда, неясно, как понимать эти слова*.

Обмен мнениями (какими?) *прошел в напряженной обстановке*. <...> *Из-за бюрократической волокиты и несогласованности действий чиновников разного уровня* (в чем это проявляется?) *наши власти могут не успеть* (а могут и успеть?) *целиком освоить в этом году и без того не слишком большие средства* (какие же?), *выделенные на реализацию четырех национальных проектов*. (РГ. 2006. 5 июля). Читатель не получает никаких сведений, в чем же состоял обмен мнениями, какие вопросы конкретно обсуждались, какие недостатки выявлены и пр. Единственное, что узнает читатель из подобного сообщения, – это то, что встреча состоялась. Порой весь текст публикации содержит столь неопределенную информацию или предлагает столь неопределенное решение проблемы, что непонятно, зачем автор решился вынести на суд читателя такие неопределенные сведения: *В этой истории много загадок. В Роснедрах утверждают, что месторождение действительно гигантское, а в Министерстве природных ресурсов «Известиям» сообщили, что запасы не превышают 1,5 млрд кубометров. «Может, просто “Петромир” решил раздуть капитализацию перед возможной продажей?» – предположили в министерстве. Такое не исключено* (Изв. 2007. 1 февр.) И таким способом информация подается на протяжении всей публикации. Вот еще несколько цитат из нее: *То есть иностранцев по логике не должны туда пустить 22 раза; Нельзя сказать, насколько быстро они успеют это сделать; Эксперты считают, что Ковыкта и Ангарское место-*



рождение *могут стать* для Газпрома ключевой базой для будущих экспортных потоков в Китай и Корею (Там же).

Эффект неопределенности может объясняться и субъективными факторами, и, прежде всего, выбором автором языковых средств подачи информации: *Ведь то, что у нас сегодня есть и на что опирается Путин, – это все же не то, что называется осознанным патриотизмом образованной личности* (ЛГ. 2006. №27); *Конечно, жаль, что понимание пришло поздно, что пять-десять лет назад размышляли о чем-то не о том, над чем-то не тем задумывались* (ЛГ. 2007. №7). Малознаменательные местоименные слова, используемые журналистами, делают информацию несодержательной, «пустой», плохо понятной, а поэтому и неинтересной читателю.

Такую же роль играют и слова диффузные, имеющие очень широкую семантику, предельно обобщенные, формирующие так называемые «неясные высказывания»: Российская газета: *Дмитрий Николаевич, можно ли ожидать, что реформа местной власти действительно позволит повысить уровень жизни людей на Юге страны?* Дмитрий Козак: *В перспективе цель, к которой мы стремимся, вполне достижима – при твердой и последовательной реализации целого комплекса мер политического, экономического и организационного характера. Хочу подчеркнуть, что это должен быть комплекс мер, касающихся не только местной власти, а самых различных аспектов региональной политики* (РГ. 2006. 5 июля). Здесь ощущается стремление с помощью предельно обобщенных, неконкретных номинаций уйти от прямого ответа на вопрос.

Еще примеры неудачного выбора авторами точных номинаций для адекватной передачи информации: *Кроме того, на старых этикетках часто было написано, что алкоголь «не рекомендуется» определенной группе лиц. То есть выпить вроде бы и можно, но лучше не стоит* (Изв. 2007. 30 янв.); *Тема парламентских слушаний, состоявшихся вчера в Государственной Думе, сформулирована по-научному витиевато и непонятно – «О законодательном регулировании распространения культурных ценностей и формирования нравственных идеалов в средствах массовой информации».* В этом тяжеловатом по стилю наборе слов, как выяснилось, была запрятана тревога (РГ. 2005. 21 окт.). Вот еще пример подобного рода, касающийся антикризисной программы правительства. Политический обозреватель сетует на обилие в ней общих слов и фраз, таких как *смягчение региональной поляризации, сокращение дифференциации по уровню доходов: Если читать не только красивые общие слова, но и приведенные в приложении перечни конкретных мероприятий, то сначала создается впечатление какой-то огромной проделанной работы. Но если обращать внимание еще и на указанные там же объемы выделяемых средств, то контрасты уж*

очень разительны (ЛГ. 2009. №12–13). «Красивые общие слова» служат, оказывается, и для сокрытия истинного положения дел и, в конечном счете, для манипуляции читателем.

Причины появления таких неясных высказываний кроются, вероятно, с одной стороны, в непрофессионализме авторов публикаций, в их неумении кратко, предельно конкретно донести до читателя самое важное. С другой – это способ манипуляции читателем, стремление или уйти от прямого ответа (как это продемонстрировано в первом примере), или просто скрыть какую-то важную информацию: *Но Сурков по причинам, о которых можно догадываться* (почему бы не поделиться ими с читателем, если зашла об этом речь?), *напротив, размахивает журавлем оранжевой угрозы* (МК. 2006. 7 марта).

Поле неопределенности создается и весьма употребительными в текстах современной прессы существительными, прилагательными, местоимениями, наречиями с неопределенной семантикой, которыми пользуется журналист при освещении тех или иных событий. Вот примеры из одной только газетной публикации: *Их быстренько свернули и тихо утопили где-то...; А во-вторых, в любом случае что-то надо было делать. Как-то улучшить гражданам жизнь* (МК. 2006. 14 апр.). Еще два примера таких конструкций: *Возникло некоторое недопонимание по поводу перспектив развития бизнеса ТНК-ВР* (Изв. 2005. 28 июня); *С темпами продажи у «Столичной» дело пока обстоит не очень* (Изв. 2007. 30 янв.).

Эффект неопределенности создают и некоторые синтаксические конструкции, например конструкции с разделительными союзами, имеющими значение альтернативности, причем выбор варианта журналист оставляет читателю: *К счастью или к несчастью, Лукашенко не суждено стать союзником Запада* (Изв. 2007. 29 янв.).

Одним из очень активных средств создания модальности неопределенности в современной газете является использование многочисленных вопросительных предложений. Задается вопрос, на который по разным причинам автор ответа не дает. Нагнетание таких вопросов в тексте оставляет читателя в недоумении: как же все-таки будет решена заявленная проблема: *Действительно ли опасность так велика? Как водится, точного ответа не знает никто* (РГ. 2006. 14 марта); *Зачем это делалось? Просто бездумный и безответственный популизм власти? Или же целенаправленное разрушение экономики? Версии можно строить разные* (ЛГ. 2007. №1); *Но способен ли решиться на этот вариант наша власть? Ждать у моря погоды прощай* (ЛГ. 2009. №7).

Неопределенность создается также типом модальности, которая выбирается автором для построения текста. Большие возможности для создания эффекта неопределенности предоставляют конструкции субъективной модальности, с помощью которых журналист называет предпо-



сылки осуществимости сообщаемого события: его возможность, необходимость или желательность. Чаще всего он выбирает конструкции с одним из частных значений субъективной модальности – модальностью возможности. Как известно, с помощью конструкций со значением возможной модальности автор высказывает свои предположения о возможном пути развития описанных событий. Одновременно он подчеркивает неопределенность выбора пути и тем самым снимает с себя ответственность за неверные предположения. Он показывает, что возможность осуществления, как правило, зависит от действий представителей власти: *Положение настолько неопределенно, что глава страны может переломить ситуацию в ту или иную сторону. Президент может «вытоптать поляну» и загубить ростки нового. Но он же может дать им шанс на будущую жизнь* (МК. 2006. 5 июня); *Хотя тревога от этого вступления в общество витает: мало ли во что можно вступить слуга? Ведь за счет инвестиций экономический рост может ускориться, а может и нет* (ЛГ. 2007. №1).

Журналист в этих же целях использует языковые средства, формирующие значение возможной недостоверности сообщаемого: *Китай настолько важен, что, может быть, имеет смысл создать некий орган, занимающийся только этой проблематикой* (МК. 2006. 20 марта); *Может быть, к счастью, а может быть, нет, нынешняя власть никогда не переживала ее* (ЛГ 2009, № 3–4).

Выбор журналистом для передачи непроверенной, как правило, сенсационной информации речевого жанра «слухи» тоже создает в тексте поле неопределенности, возможной недостоверности. Автор выдает возможное за действительное, уходит от ответственности за достоверность такой информации: *Сами военные в частных разговорах утверждают, будто китайцы слили всю информацию об учениях все тем же американцам...* (МК. 2006. 20 марта). В качестве номинации источника передаваемой информации в таких текстах используются неопределенные местоимения, прилагательные с семантикой неопределенного количества: *один из, многие, большинство, одни... другие, некоторые и пр.: Большинство экспертов, прогнозируя итоги парламентских выборов в декабре, так видят следующую Госдуму...; Тем более что многие наблюдатели предрекают «единороссам» довольно ощутимую электоральную потерю* (ЛГ. 2007. № 1).

Эффект неопределенности создает один из типов односоставных предложений – неопреде-

ленно–личные. Сама структура этих предложений позволяет журналисту не называть точный источник информации, если он неизвестен или если автор сообщения не желает его называть намеренно. Часто об источнике информации адресат может узнать из содержания того же высказывания: номинация источника занимает позицию обстоятельного детерминанта места. Правда, это, как правило, достаточно обобщенная номинация – официальное название учреждения, откуда получена информация: *В центре общественных связей ФСБ РФ поясняют: если в анонимном послании изложены конкретные факты о преступлении с датами и именами, то эти сообщения будут проверяться; Нам официально подтвердили в ФСБ, что анонимки хранить не будут* (РГ. 2004. 20 марта).

Но чаще всего даже таких неопределенных указаний на автора сообщения неопределенно–личные предложения не содержат. Их структура позволяет полностью устранять любое упоминание об источнике информации. Такие высказывания увеличивают масштаб отдельного мнения, придавая ему характер общепризнанной точки зрения: *Правда, употребления зловещего слова «секвестр» стараются избегать. Уверяют также, что бюджетные сокращения не затронут социальную сферу* (ЛГ. 2000. №15).

Увлечение журналистов такими конструкциями с неопределенным субъектом, неопределенно–личными предложениями объясняется стремлением создать видимость фактографичности, документализма непроверенной информации. И у читателя, конечно, тоже нет возможности ее проверить². А такая фактически полная непроверяемость создает эффект неопределенности информации.

В целом, к сожалению, следует признать, что неопределенность по разным причинам становится довольно распространенным в современной прессе способом подачи информации и часто определяет общую тональность газетной публикации, никак не помогая читателю разобраться в сущности передаваемых фактов и обсуждаемых проблем.

Примечания

¹ Захарова Е.П. Типы коммуникативных категорий // Проблемы речевой коммуникации. Саратов, 2000.

² Кормилицына М.А. О некоторых активных приемах введения чужого слова в тексты современной прессы // Русский язык на рубеже тысячелетий. СПб., 2001.