

6. Поппер К.Р. Открытое общество и его враги. Т. 2: Время лжепророков: Гегель, Маркс и другие оракулы / К.Р. Поппер. М.: Феникс: Междунар. фонд «Культурная инициатива», 1992. 528 с.



Judicial linguistic expert operation of the disputable speech products containing signs of extremism

The article is devoted to the problems existing while producing judicial linguistic expert operations within the framework of the criminal deals wound according to the articles 280, 281 of the Russian Federation's Penal Code. The aim of the article is the theoretical motivation of the independence of the linguistic level of speech products containing signs of extremism.

Key words: *Judicial linguistics, judicial linguistic expert operation, extremism.*

Н.Н. ПАНЧЕНКО
(Волгоград)

ГАЗЕТНАЯ «УТКА» КАК РЕЧЕВОЙ ЖАНР

Анализируется газетная «утка» как речевой жанр информативного типа, функционирующий в массово-информационном дискурсе, характеризуемый недостоверностью информации, интенциональностью, установкой на сенсационность.



Ключевые слова: *речевой жанр, дискурс, достоверность, СМИ, ложность, слух.*

В прессе сегодня постоянно появляется и обсуждается недостоверная информация. Она может быть следствием невнимательности журналиста или непроверенности фактов, а также следствием его стремления преподнести публике сенсационные сведения, заведомо ложную информацию. Предметом рассмотрения данной статьи является газетная «утка» как специфический речевой жанр (РЖ) информативного типа, его речевая модель.

Согласно лексикографическим источникам, «утка» (газетная) – выдумка,

ложный сенсационный слух [6], выдумка, вымысел, известие не имеет оснований, лишено оснований, ни на чем не основано [1], преднамеренно ложная информация, опубликованная в средствах массовой информации с корыстной или иной целью [2]. В понятийном содержании выделяются следующие дифференциальные признаки: 1) известие; 2) ложность; 3) безосновательность; 4) сенсационность; 5) интенциональность. Нетрудно заметить, что в коммуникативном плане газетная «утка» является нарушением максимы качества – сообщается то, для чего нет достаточных оснований, подтверждений.

По сути газетная «утка» – зафиксированный в письменной форме слух, «средой обитания» которого является массмедийный дискурс. Очевидны дифференциальные признаки собственно слуха и газетной «утки»: слух циркулирует, в обыденном общении/СМИ в устной/письменной форме, характеризуется различной степенью достоверности, поскольку основывается на наличии какого-либо факта, который впоследствии обрастает мифической информацией; газетная «утка» является разновидностью слуха, имеет письменную фиксацию, характеризуется отсутствием фактических оснований, представляет собой мифотворчество в чистом виде, содержит явно недостоверную информацию. В этой связи газетная «утка» на оси 'правда – ложь' жестко противопоставлена правде и тяготеет к полюсу 'ложь': *Правда или газетная «утка»?; Факт или Вымысел; ... «газетную утку», которая оказалась как раз не «уткой», а правдой* (А.А. Игнатьев). Слухи могут располагаться в любой точке континуума от правды до вымысла, а в случае если информация, содержащаяся в слухе, в результате верификации квалифицируется как ложная, то слух получает «звание» газетная «утка»: *Слухи о возбуждении уголовного дела против Виктора Козлова – газетная «утка»; ... сообщение, появившееся в СМИ, не больше чем «газетная утка»; Алексей Кудрин назвал слухи о предстоящей отставке «газетной уткой».*

Любопытно отметить, что имя жанра имеет мифологические истоки. Утка вместе с другими птицами (лебедь, гусь)

является наиболее архаичным тотемическим образом, связанным в древнем мировоззрении с доиндоевропейскими мифами о первородном яйце и птице, творящей мир. По представлениям древних, закрепившимся в общемировой мифологической традиции, земля со дна первичного океана была добыта уткой [4].

Для анализа рассматриваемого жанра мы будем использовать предложенную Т.В. Шмелевой «анкету речевого жанра», состоящую из семи конститутивных (жанрообразующих) признаков: коммуникативной цели, образов автора и адресата, коммуникативного прошлого и будущего, событийного содержания и языкового воплощения [8]. Исследование в основном будет базироваться на материале газетной «утки», запущенной 11.04.08 газетой «Московский корреспондент» (Сергей Тополь. Владимир Путин женится на АLINE Кабаевой? «Москору» стали известны сенсационные подробности предстоящей свадьбы века). Основу содержания «утки» составляет новость о состоявшемся разводе В. Путина и предстоящей свадьбе с А. Кабаевой. В целях экономии процитируем лишь ключевые моменты: *Как стало известно «Москору» из кругов, близких к питерскому истеблишменту, среди столичных компаний, занимающихся организацией корпоративных праздников, объявлен закрытый тендер на право проведения свадьбы Владимира Путина и депутата Госдумы от фракции «Единая Россия» АLINE Кабаевой. <...> Владимир Путин вот уже как два месяца разведен и свободен от семейных уз, – сообщил наш информатор, близкий друг руководителя компании Арт-менеджмент центр Карнавал-стиль, которая участвует в закрытом конкурсе на право проведения свадьбы Владимира Путина. Соответствующий штамп в паспорте ему поставили в одном из загсов Санкт-Петербурга. Это произошло в феврале. Среди клиентов компании Арт-менеджмент центр Карнавал-стиль такие монстры бизнеса, как LG, ООО «Уральская Сталь», ОАО «ГМК «Норильский Никель», «Консультант+», «ВТБ», компания «Джонсон и Джонсон».*

Особенность содержания анализируемого речевого жанра – недостоверная информация сенсационного характера, порой граничащая с абсурдом (небыва-

лый урожай макарон в Швейцарии; активность нейрона саранчи во время просмотра эпизодов из фильма «Звездные войны»; большинство водителей, нарушающих правила дорожного движения, являются латентными гомосексуалистами (Newsland.ru); Слухи о нынешних «сколопендрах», свирепствующих по ночам, такая же «утка», как и появлявшаяся прежде информация о крысах-мутантах, якобы заполонивших подземные переходы (А.Столяров. «Звезда») и мн. др.). В подобных случаях при увеличении «количества» основного признака ‘несоответствие действительности’ недостоверность трансформируется в бессмыслицу, нелепость, бред, абсурд. Однако следует согласиться с И. Юдинцевым, который пишет, что современная газетная «утка» – отнюдь не всегда «грубая фальсификация, и по большому счету не фальсификация вовсе. Это мистификация, то есть создание текста или изобразительного материала, очень похожего на реальность, правдоподобного» [9].

Хорошо известно, что в массмедиа «ведущим прагматическим принципом является принцип интереса (сообщение должно быть интересным, содержать новую, неизвестную информацию)...» [7: 61]. В анализируемом жанре данный принцип предельно гиперболизирован. Новостная ценность газетной «утки» приравнивается к сенсационности – одному из факторов, которые влияют на значимость сообщения и с помощью которого СМИ пытаются завоевать максимальное внимание публики [5: 277 – 278]. Достоверность приносится в жертву сенсационности, привлечению внимания и развлекательности.

Интересы газетной «утки» могут распространяться на различные уровни жизни социума: международный, федеральный, региональный; «мишенями» могут стать политическая, бизнес-элита или VIP-персоны и представители сферы искусства, спорта и шоу-бизнеса: *М. Касьянов опроверг слухи об отставке Г. Грефа; Представители Абрамовича опровергают слухи о том, что губернатор Чукотки купил номера Папы Римского; ЦСКА опроверг слухи о ведении переговоров с Беном Гордоном – это грязная газетная «утка»; Звезда французского киноэкрана Жан Рено заявил, что новость о случившем-*

ся с ним инфаркте – очередная газетная «утка» и пр.

По коммуникативной цели газетная «утка» относится к РЖ информативного типа, поскольку набор типичных речевых интенций в рассматриваемом РЖ охватывает репрезентативные речевые акты: *сообщать, информировать* и т. д. Однако, на наш взгляд, можно утверждать, что эксплицитная цель информирования является средством маскировки таких целей, как регулятивная (манипулятивная) – средство внушения и влияния на формирование общественного мнения, дискредитация референта или, наоборот, его PR, обеспечение рейтинга печатного издания. «Авторы «уток» придумывают сюжеты и кадры, похожие на достоверные факты того же рода. В принципе, можно сказать, что они изучают ожидания аудитории и удовлетворяют информационный спрос. Действуют по принципу, «если бы такого факта не было, его бы следовало придумать» [9].

В структуре РЖ «утки» можно выделить три основные роли: автор (мифотворец), адресат (мифопотребитель) и референт (субъект/объект как «мишень» газетной «утки»). Автор газетной «утки», как правило, индивидуален. Творцом данного жанра выступает журналист, получающий в контекстах рефлексии негативно маркированные номинации себя и своей деятельности: *журналиста, борзописца, бумагомарателя, писака, шелкопер, король шантажа, газетной утки и скандала, создать мульку, (за)пустить утку, жареные факты, придумать байку*. Можно выделить варианты мифотворцев: 1) журналист – непосредственный автор «утки»; 2) ангажированный журналист (ретранслятор мифа), подлинный автор сенсации при этом либо остается неизвестен, либо в сознании адресата отождествляется с референтом. Не секрет, что знаменитости сами инициируют слухи различной степени достоверности для формирования определенного имиджа или поддержания собственного рейтинга, следуя девизу шоу-бизнеса: «Обо мне говорят, следовательно, я существую».

Кроме того, с автором сенсационного произведения может ассоциироваться газета, санкционировавшая «утку»: *Вче-*

ра чиновники правительства и администрации президента активно опровергали слух, запущенный «Независимой газетой» или ее владелец: Серьезный, однако, ... переполох получился. А все бестия Березовский (владелец «Независимой газеты») и его журналисты. Умеет, однако, Абрамыч создать проблему на ровном месте. Этого у него не отнять («Русская линия»).

Адресатом данного РЖ выступает так называемое «молчаливое большинство», которое характеризуется массовостью и диффузностью (*«нипл, который все схавает»*). Общедоступность канала информации обеспечивает неограниченную аудиторию. Адресат – объект информирования – в данном коммуникативном событии непосредственного дискурсивного участия, как правило, не принимает, а вступает в коммуникацию при устном или письменном интернет-обсуждении вброшенной «утки», переходя в другой РЖ – сплетничество.

Роль референта – субъекта «утки», напротив, дискурсивна, но несколько отсрочена во времени. Возможны два основных коммуникативных хода в зависимости от избранной тактики: тактика игнорирования, уход от комментирования (*Без комментариев*) и тактика опровержения: *«Первое, что я хочу сказать. В том, что Вы сказали, нет ни одного слова правды», – сказал Путин журналистке «Независимой газеты», попросившей его прокомментировать эту информацию. «Никому не позволено вмешиваться в частную жизнь, как простых людей, так и политиков», – сказал президент (В. Сварцевич).* Возможны и другие коммуникативные акты, например, осуждение, угроза и т. д., которые фиксируются прессой и представляют собой вторичные речевые жанры.

Поскольку специфической особенностью РЖ «утка» является сознательное мифотворчество, конструирующее вторичную, вымышленную реальность, то логично констатировать отсутствие у данного жанра какого-либо фактического прошлого. С учетом временного параметра возможно выделить газетные «утки», появившиеся впервые или возобновившиеся после определенного перерыва: *Получив от Беляева задание выдумать обо мне что-нибудь этакое, что*

поразит воображение избирателей, он всю ночь корпел за письменным столом, перебирал факты моей биографии и уже использованные другими газетные «утки» (А. Собчак. Дюжина ножей в спину).

«Утка» по сути своей провокационна, поэтому, несмотря на заявления типа: *Я не ожидал такого резонанса*, не может не прогнозировать определенную реакцию. Газетная «утка» инициирует последующее дискурсообразование, становится основой для дальнейшей когнитивной обработки сообщения массовым сознанием. Коммуникативное будущее газетной «утки» предполагает следующий сценарий развития событий: 1) ретрансляция «утки» другими СМИ с собственной интерпретацией, оценкой степени достоверности события и авторитетным комментарием; 2) рефлексия референтов «утки»; 3) комментарий рефлексии с оценкой правдивости / искренности заявлений референта (является факкультативным и зависит от степени важности содержания утки и «звездности» референта).

Подчеркнем, что первый шаг реализации сценария приобретает булыжную значимость по сравнению с собственно «уткой», способствует ее «долгожительству». Прежде всего, «смакование» печатными изданиями газетной «утки» мотивируется необходимостью установить истину: *Мы решили этот слух проверить, что называется, официально*. При ее дальнейшей редупликации неизбежны всевозможные искажения первоначального текста. Так, в различных СМИ варьируется дата вброса (11.04.08 / 12.04.08, середина апреля), дата предстоящей свадьбы (15 июня/15 июля), искажается оригинальный заголовок (*В середине апреля российская газета «Московский корреспондент» вынесла на первую полосу оглушительный заголовок: «Путин и Кабаева сочетаются на Троицу?»*), появляются новые сенсационные дополнения: *Сенсационное сообщение «Московского корреспондента» о тайном разводе Владимира Путина и его предстоящей жениху на олимпийской чемпионке по художественной гимнастике Алине Кабаевой продолжает электризовать российскую прессу. Хотя сама по себе публикация вызывает большие сомнения, она вызвала большой общественный резонанс и обрastaет все новыми подробностями.*

Марат Кабаев, отец известной гимнастки и депутата Госдумы Алины Кабаевой, был бы счастлив заполучить в зятя Владимира Путина. Но при этом будущий тесть не скрывает, что ничего конкретного ему о предстоящей (если это так) свадьбе дочери неизвестно. «Я об этом ничего не знаю. Видимо, я позже всех узнаю такие новости, несмотря на то, что я – лучшая подруга Алины», – сказала депутат Госдумы от «Единой России», олимпийская чемпионка по гимнастике Светлана Хоркина. Вместе с тем сайт *Ripor.info*, ссылаясь на «компетентные источники», утверждает, что «**план Путина в отношении Кабаевой на самом деле уже давно работает**». Издание приводит и ссылку на слова нескольких активистов партии «Единая Россия», которые заявили, что «не раз замечали, что Путин действительно равнодушен к спортсменке и, возможно, у них был роман». Однако поверить в то, что президент предложил гимнастке руку и сердце, так и не смогли («Обозреватель»). Попытки дать объективный комментарий газетной сенсации, выслушав различные мнения, предложить читателям квалифицированную оценку с точки зрения достоверности в действительности способствуют еще большему распространению и фиксации во времени первоначальной ложной информации.

Комментарии могут затрагивать анализ генетики, механизма и причин создания газетной «утки», предлагать разнообразные мотивации запуска «утки» и прогнозы ее последствий: 1) *приписывание президенту качеств «обычного, нормального мужика» только на общую пользу Путину* (С.Маркелов, политолог); 2) *Данный слух, как мне кажется, – это серьезная провокация... Видимо, кому-то надо развенчать Путина, причем в серьезной степени. Понятно, что сейчас он уходит на пост премьер-министра, его статус фактически снижается. Он будет сейчас заниматься хозяйственными вопросами, что тоже, в принципе, не способствует росту рейтинга. То есть, в принципе, есть такая возможность – понизить его рейтинг серьезно. Причем одно из самых серьезных средств – это вымазать его грязью* (С.Михеев, вице-президент Центра политических технологий); 3) *Могу сказать, что этот слух*

является разновидностью информационной операции, предпринятой противниками самого президента. Нужно обратить внимание на то, что сама эта информация появилась в тот день, когда он согласился возглавить партию «Единая Россия». Такие вещи не бывают случайными, поэтому очевидно, что этим занялась какая-то группа сил, возможно, даже и не российских политических сил, а скорее всего – геополитических противников (И. Панарин, политолог, проф. Дипломатической академии МИД России).

Переходя к описанию такого жанрообразующего признака, как ‘языковое воплощение’, следует отметить, что структура газетной «утки» сходна с новостным сообщением: заголовок сенсационного характера, концентрирующий суть информации и призванный привлечь внимание к публикации, и собственно «новость». Другими словами, газетная «утка» строится по тематическим, стилистическим и композиционным канонам, закрепленным за новостным сообщением. Одним из маркеров достоверности/недостоверности информации в СМИ является ссылка на ее источник. В РЖ «утка» указываемый источник, с одной стороны, наделен авторитетностью, стимулирующей доверие читателей, с другой стороны, носит завуалированный, латентный характер: *Источники «Независимой газеты» в администрации президента, Госдуме, Минобороны все настойчивее говорят о...; сообщают источники в окол Кремлевских кругах; В высших сферах также активно муссируется информация о возможных кадровых перестановках...; Как стало известно из источников, близких к правительству Подмосковья...; Говорят, что начальником департамента маркетинга «Газпрома» назначен...; сообщил Интерфаксу источник в компании; Как рассказал «Ведомостям» источник в финансовых кругах... и др.*

В контекстах метакоммуникативного комментария также содержатся маркеры, понижающие статус достоверности комментируемого сообщения. К ним относятся: 1) использование аппроксиматоров, квалификаторов неопределенности, лексических средств с расплывчатой семантикой, привносящих в сообщение семантику неточности: *вчера в НГ была опубликована статья, в которой со ссылкой на некие анонимные источники утверж-*

*далось; 2) выражающие мнимость, кажимость служебные слова будто, якобы: издание «Московский корреспондент», опубликовавшее материал о предстоящем бракосочетании и уже якобы оформленном разводе президента с Людмилой Путиной; «Московский корреспондент» десять дней назад опубликовал «сенсацию» о том, что якобы действующий президент женится на гимнастке и депутате Госдумы Алине Кабаевой; 3) эмотивно-окрашенная лексика, апеллирующая к эмоциональной сфере адресата и отрицательно оценивающая недостоверность вброшенной информации: Редакция **высосала эту сенсацию из пальца...**; 4) лексические средства, работающие на понижение доверия к печатному изданию: *Зато еще одно влиятельное немецкое издание Die Welt отнеслось к новости скептически, назвав женитьбу Путина абсурдом, поскольку о ней сообщила недавно созданная газета с сомнительной репутацией; Последняя газета, которую я регулярно читал, – «Аргументы и факты» стремительно желтеет, публикует слезливые истории и дешевые сенсации на потребу обывателя.**

Подводя итоги, заметим, что газетная «утка» – специфический жанр информативного типа, циркулирующий в массмедийном пространстве и характеризующийся отсутствием фактических оснований, недостоверностью информации, установкой на сенсационность. Возможна типология анализируемого жанра по имплицитной цели – дискредитирующая или рекламирующая; по степени важности и резонансности – международная, федеральная, региональная, индивидуальная; по характеру референта – политическая, экономическая, научная, шоу-бизнес.

Литература

1. Александрова З.Е. Словарь синонимов русского языка / З.Е. Александрова. М.: Рус. яз., 1975. 600 с.
2. Википедия.ру [Электронный ресурс]. URL: <http://slovari.yandex.ru/dict/>.
3. Гартиг В.О. «Утка» как культурная технология формирования имиджа города / В.О. Гартиг // Вестн. Удмуртского ун-та. 2005. № 12 [Электронный ресурс]. URL: http://www.vestnik.udsu.ru/2005/2005-12/vnu_05_12_14.pdf.
4. Пастухов А.Г. Какой текст становится медиатекстом: к проблеме отбора новостей / А.Г. Пастухов // Жанры и типы текста в на-

учном и медийном дискурсе: межвуз. сб. науч. тр. / отв. ред. А.Г. Пастухов. Орел: ОГИИК, ООО ПФ «Оперативная полиграфия», 2008. Вып. 6. С. 272 – 281.

5. Ушаков Д.Н. Толковый словарь русского языка: в 4 т. / Д.Н. Ушаков. М.: Гос. ин-т «Советская энциклопедия»; ОГИЗ; Гос. изд-во иностр. и нац. словарей, 1935 – 1940.

6. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса: монография / Е.И. Шейгал; Ин-т языкознания РАН; Волгогр. гос. пед. ун-т. Волгоград: Перемена, 2000. 368 с.

7. Шмелева Т.В. Модель речевого жанра / Т.В. Шмелева // Антология речевых жанров: повседневная коммуникация. М.: Лабиринт, 2007. С. 81 – 89.

8. Юдинцев И. «Утка» XXI века / АПН (Агентство политических новостей) [Электронный ресурс] / И. Юдинцев. Н. Новгород, 2006. URL: http://www.apn-nn.ru/diskurs_s/778.html.



Newspaper hoax as a speech genre

The analysis of newspaper hoax as a speech genre of informative type that functions in the informative discourse. It is characterized by false information and is oriented on sensation.

Key words: *speech genre, discourse, truth, Mass Media, falsity, gossip.*

В.В. ЧАЛЫЙ
(Краснодар)

ПРАГМАЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ПАРАМЕТРЫ ВЕРБАЛЬНОЙ МАНИПУЛЯЦИИ В ПРОИЗВЕДЕНИЯХ А.П. ЧЕХОВА

Рассмотрены приемы словесного воздействия одним собеседником на другого. Выявляются способы речевой манипулятивности, используемые персонажами прозы Чехова, описываются механизм их формирования и смысловые возможности дальнейшей реализации в диалоге.



Ключевые слова: *речевая ситуация, манипулятивность, говорящий, слушающий.*

Анализируя значение слова, которое использует писатель в своем рассказе или повести, исследователь обычно учитыва-

ет речевую ситуацию, интенции автора и интерпретационные возможности читателя. Как нам кажется, весьма сложно понять особенности коммуникативного процесса, происходящего в структуре литературного произведения, если изучать только грамматический уровень текста и совершенно не учитывать уровень его прагматики. Таким образом, чтобы всесторонне постичь многоплановость художественного слова, необходимо рассматривать весь контекст, совокупность разных языковых единиц, создающих особый прагматический эффект, т. е. все то, что способствует успешности высказывания для достижения основной цели речевого общения. П. Вацлавик, Д. Бивин и Д. Джексон категорично утверждают: «Невежеством или самонадеянностью покажется любая попытка систематизировать прагматику человеческой коммуникации, когда не сформулированы грамматические и синтаксические коды вербального общения, а возможность создания понятной структуры семантики человеческой коммуникации вызывает скепсис. Надежда на понимание форм отношений между коммуникацией и поведением остается прозрачной, т. к. в современной науке не существует удовлетворительного объяснения возникновения обычного языка» [2: 5].

Прагматика представляет собой ту сферу семиотики, в русле которой анализируются взаимоотношения между знаковой системой и воспринимающими ее субъектами, исследуется функционирование языковых знаний речи. По мнению А.Г. Баранова, «проникновение в закономерности коннотативного “языка” текста как особого знакового явления в дискурсивной деятельности должно пролить свет на высшие уровни организации семиотической личности, раскрывающие ее мотивационно-ценностную сферу» [1: 177] .

Среди множества речевых действий, которые применяет один собеседник по отношению к другому в беседе, на наш взгляд, наиболее интересным является вербальная манипулятивность. Представляется, что в прозе Антона Павловича Чехова именно манипуляция словом по-