

ББК 80.9

Ю.В. Явинская

Модель анализа PR-текстов в аспекте категорий определенности и верифицируемости (на материале текстов официальных сайтов)*

Yu.V. Yavinskaya

The PR-texts Analysis Pattern in the Aspect of the Certainty and Verification Categories (on the Material of Official Sites Texts)

Целью статьи является создание модели анализа PR-текстов в аспекте категорий определенности и верифицируемости. В результате исследования создана модель анализа PR-текстов, даны примеры использования неопределенной и неверифицируемой семантики, определены условия достижения коммуникативного баланса. Результаты могут быть использованы в PR-деятельности, журналистике.

Ключевые слова: определенность, верифицируемость, официальный сайт, PR-текст.

Среди требований к качеству массовой информации на первом месте стоят ее точность, определенность и достоверность. В СМИ функционирует большое количество PR-текстов, чьей функцией также является демонстрация принципа правды, ср.: «Public Relations — это искусство и наука достижения гармонии посредством взаимопонимания, основанного на правде и полной информированности» [1, с. 13].

В то же самое время журналистские и PR-тексты являются известными средствами манипулирования общественным мнением (работы Х. Вайнхриха, Р. Блакара, Д. Болинджера и др.). Основной инструмент манипуляций, по мнению исследователей, — «лживые высказывания», слова и словосочетания, не имеющие конкретной референции. Номинации типа *головокружительный успех, высокое качество, большой потенциал, инновационный подход, стремление к стабильности* являются основой властного дискурса, но при этом вызывают отторжение у «продвинутой» целевой аудитории: «Это — не правда, это — PR».

Неопределенность и неверифицируемость значений задает сам язык: «Прагматика повседневного общения несовместима с истиной, сам язык “лукав и неопределенен,, в нем много “туманных понятий,,» [2, с. 546]. Язык «социальной власти» целиком построен на абстракциях и без них существовать не может. Общие слова служат как для сокрытия истины, так и для выполнения ритуала официального высту-

The purpose of the article is to construe the PR-texts analysis pattern in the aspect of the definiteness and verification categories. As a result, the PR-texts analysis pattern is created, the examples of using indefinite and non-verified semantics are given and the conditions of communication balance are defined. The results of the work can be applied to the PR activity and journalism.

Key words: definiteness, verification, official site, PR-text.

пления. В связи с этим возникают вопросы: 1) Каким образом можно выявить неверифицируемые и неопределенные фрагменты PR-текстов? 2) Какие средства могут повысить доверие к PR-текстам?

Для решения этих вопросов необходимо построить модель анализа, объединив два основных подхода к проблеме — логико-семантический и дискурсивный.

Верифицируемость (истинность) высказываний будем понимать в значении соответствия высказывания действительности, что предполагает возможность верификации. Определенность — как известность, точность, ясность [3].

Уровень предложения (логико-семантический анализ)

Модальные слова и знаки приближенности. Модальная неопределенность создается в тексте за счет вводных слов: *навверное, навверняка, верно, по-видимому, должно быть, очевидно, точно, определенно, конечно, известно* и др. Попадая в позицию вводного слова, почти все предикаты истинности, необходимости, восприятия и знания получают значение предположительности, т. е. модальной неопределенности [2, с. 816]. Ср.: «*В рамках проекта “80x80,, возможно, будет капитально отремонтирован так называемый больничный городок*» [4].

К набору естественно-языковых средств уклонения от истины принадлежат многообразные и многочисленные знаки приближенности: *более или менее,*

* Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ, проект №12-13-22004а (р).

в основном, в целом, строго говоря, кто-то, странный, необычный, почти, примерно, около, вроде [2, с. 816]. Ср.: «В 2007 году с положительным финансовым результатом закончили год **около 90%** сельхозпредприятий, **в целом** получено 3 млрд рублей прибыли» [4].

Поле неопределенности создается словами с неопределенной семантикой: *неопределенный, неизвестный, определенный, известный, кто-то, что-то, где-то*; местоимениями всеобщности: *все, всегда, всюду, повсеместно, в общем, в целом, вообще, в принципе, вечно* и др. [2, с. 824]. Ср.: «На эти цели из бюджета фонда ОМС лечебные учреждения края в 2011–2012 годах **в общей сложности** получают более 45 млн руб.» [5].

Оценочная лексика. «Оценка может мотивироваться, но она не может верифицироваться, и это отличает ее от дескриптивных предикатов, отнесенных к действительному миру» [6, с. 58]. Аксиологические значения представлены в языке общеоценочными прилагательными (*хороший/плохой*) а также частнооценочными значениями (сенсорно-вкусовые, эстетические, утилитарные и др.). Оценка также реализуется в компаративах (*лучше/хуже, скорее, легче*), в диспозициональных предикатах (*любить, нравиться*) [2, с. 198].

Оценочные предикаты информативно недостаточны. Эту неполноту информации необходимо компенсировать дескриптивным развертыванием оценки, эксплицировать фактическое положение вещей [6, с. 81]. Ср.: «В работе секции будут участвовать руководители сельхозпредприятий региона, **эффективно** решающие вопросы социальной направленности для своих работников» [4]. В данном случае необходимо показать на конкретных примерах, что представляет собой **эффективное** решение вопросов.

Предикаты. Предикатные слова обладают «тенденцией к отрыву от денотата, неопределенностью и широтой экстенционала, субъективностью, употреблением в нереперентных позициях [2, с. 39]. Большая часть предикатов не поддается анализу на верифицируемость и определенность, поэтому в тексте предикаты необходимо сочетать с идентифицирующими дескрипциями (именами собственными, дейктическими¹ словами), способными обладать признаками истинности и определенности. Ср. примеры: «Приказом ОАО „Газпром“ Василий Подюк освобожден от должности на-

¹ Когда говорят о дейксисе, упоминают следующие классические дейктические слова: *здесь — там, сейчас — тогда, этот — тот, вот — вон, я — ты*. Здесь же следует учесть и их многочисленные семантические производные, ср. *сюда — туда, отсюда — оттуда, сегодня — вчера — завтра, текущий — прошлый — следующий*, а также производные второй степени *позавчера, послезавтра, позавчерашний* и т.п. [7, с. 272].

Департамента по добыче газа, газового конденсата, нефти **в связи с уходом на пенсию** (объем дескрипций равен объему недескриптивных предикатов → предложение воспринимается как определенное и истинностное). <...> *Василия Григорьевича отличают масштабность мышления, огромный опыт и умение грамотно и системно организовать самую сложную работу»* [8] (объем дескрипций меньше объема недескриптивных предикатов → предложение с трудом воспринимается как истинностное и определенное).

В текстах официальных сайтов встречаются предикаты на основе метафоры (*двигаться, развиваться, превращаться, расти, зарождаться, связывать, соотносить, мешать, нести* и т.п.), а также предикаты со значением причинности (*следовать, наступать, вытекать, выводить, вести к чему-либо, предшествовать*). Подобные предикаты характеризуются как пустые, «обесцвеченные» [2, с. 363] и потому для придания определенности и верифицируемости нуждаются в дескрипциях². Ср.: «В Алтайском крае **растут** основные экономические и социальные показатели» (что значит «растут»?); «Для привлечения инвестиций в Алтайский край **следует** активно развивать инфраструктуру» [4] (кому следует? как следует?).

Рекомендуется использовать в роли предикатов образные метафоры, которые обладают эвристической силой [2, с. 379], выделяются среди массы «обесцвеченных» предикатов. Ср.: «А многодетная семья — это уже **не островок, а целый континент**» [9].

Безличные конструкции. Безличность (отсутствие субъекта) и неопределенность (признаковая, референтная и модальная) образуют «некоторый комплекс взаимозависимых черт». Эти черты входят в ядро интегральной когнитивной модели русского языка [2, с. 793]. В PR-текстах предикаты с пустой позицией агенса встречаются часто: «**Данное направление диспансеризации включено** (кем?) в национальный проект „Здоровье“ с 2007 года»; «**Планируется** (кем?) **осмотреть 4800 детей** в возрасте от 0 до 17 лет» [5].

Таким образом, на уровне предложения мы выделили языковые единицы, способные быть неопределенными и неverified. Это модальные слова, имена с семантикой неопределенности, недескриптивные предикаты, предикаты оценки, безличные конструкции и др. Способы преодоления неопределенности и неverified в текстах, где необходимо использование таких знаков, — дескриптивное развертывание, описывающие реальное положение дел (имен конкретных субъектов, дейктических

² Дескрипции (от лат. *describere* — описывать) — описательные высказывания, способные быть истинными или ложными.

указателей, предикатов с «дескриптивными довесками», образных метафор).

Уровень высказывания (дискурсивный анализ)

Истинностное значение неизвестно. К этой группе относятся: высказывания о будущем: «Деятельность секции по стандартизации и вопросам организации обязательного медицинского страхования **будет** направлена на оказание содействия регионам СФО» [5]; непроверяемые высказывания (о внутренних ментальных состояниях человека, о недокументированных исторических фактах, о теориях прошлых состояний мира, о неосуществившейся альтернативе). Ср.: «Уверен, что те реформы, через которые страна прошла в конце 1980-х — начале 1990-х годов, **были бы** осуществлены с меньшими потерями и большей эффективностью, **если бы** мы аккуратнее относились к потенциалу и опыту наших отцов, больше уважали свое прошлое» [9]. Научные теории также могут быть фальсифицированы, быть примером истины, которая меняется в зависимости от идеологии [10, с. 649].

Истинностное значение размыто или относительно. В эту группу входят: «односторонние высказывания» (о сложных многопостасных объектах): «Между тем в становлении российского права Сперанский — **фигура исполинская**» [9]; высказываниях с гипостазированием: «Мы как-то незаслуженно мало изучаем кровавый и трагический период, когда Россия **встала на пути монгольских орд**» [9]; квазиколичественные высказывания: «В действиях региональных властей и сельхозтоваропроизводителей Сибири **стало больше согласованности и координации**, что позволило ставить перед федеральным центром актуальные и значимые вопросы» [4]; высказывания с нечетким квантором: «**В ряде субъектов** Сибирского федерального округа **значительное внимание** уделяется производству технических культур, таких как рапс, масличный лен и лен-долгунец» [4], а также: квазиточные высказывания: «**Протяженность** Сибирского федерального округа с севера на юг составляет 3566 километров, а с запада на восток — 3420 километров» [4]; высказывания с навязанной оценкой: «**Благодаря** людям — **основному ресурсу** российской избирательной системы — **выборы на Алтае проходят открыто и гласно**, в соответствии с действующим законодательством» [11]; модальные высказывания: «**Поэтому я уверен в вас**, дорогие земляки, что 2 марта на избирательных участках вы сделаете **правильный выбор** — **выбор в интересах своего будущего, будущего ваших детей**» [4]; оценочные высказывания: «**Тема улучшения жизни пенсионеров звучит с каждым разом все тверже и мощнее**» [12]; высказывания о должном — к этому классу относят высказывания, которые могут быть перефразированы в форме НАДО, чтобы А [10, с. 660].

Отдельно выделяются модельные высказывания — при их рассмотрении возникают такие понятия, как «условная истина», то, что в данном обществе (культуре) принимается за истину [10, с. 660]. Ср.: «**Владимир Путин отметил, и это принципиально важно, что тот уровень пенсий, который есть на сегодняшний день у большинства пенсионеров, не просто низкий, он не соответствует и европейским стандартам**» [12]. Большая часть таких «истин» воспринимаются нами «на основе доверия к авторитету» (данного человека, учебника, предания, вообще традиции) [10, с. 646].

Истинностное значение нерелевантно. Истинностное значение оказывается нерелевантным тогда, когда высказывание не несет информацию. Это происходит в ритуальном дискурсе, где весь смысл сосредоточивается именно в самом соблюдении ритуала [10, с. 662–663]. Ср. текст официального поздравления: «**Пусть в каждый дом придет благополучие, достаток и уверенность в завтрашнем дне, а взаимоотношения между Алтайским краем и Павлодарской областью с годами будут только крепнуть**» [4].

Оппозиция «истинное/ложное» теряет релевантность в тоталитарном дискурсе [12, с. 663], где центральное место занимают лозунги. Ср.: «**Будем достойны наших великих предков и ответственны перед потомками!**» (А. Б. Карлин) [4]; «**Служба закону — служим народу**»; «**Алтай — наш безопасный дом**»; «**Коррупции — нет!**» [13].

Истинностное значение отсутствует в высказываниях о несуществующем объекте: «**высокотехнологическая медицинская помощь**»; «**модернизация 2011–2012**»; «**пенсионная грамотность**»; «**инвестиционная привлекательность региона**»; «**социально-экономические преобразования**» и другие, а также у перформативов, основным условием эффективности которых является их выполнение: «**"И поэтому я заверяю, что строители сделают все возможное, чтобы 25 ноября задача была выполнена"**, — заявил Яков Ишутин» [4].

Таким образом, дискурсивный анализ позволяет обнаружить в тексте высказывания на определенную тему (о будущем, о прошлом, научные теории и др.), которые следует употреблять с осторожностью, не перегружать ими текст, а также определенные виды дискурсов — ритуальный, лозунговый, идеологический, где определенность и верифицируемость не релевантны.

Репрезентация

В современных СМИ господствуют два типа речи. Первый тип — «идеологическая речь», которая наиболее полно используется в официальных общественно-политических газетах и журналах, деловых изданиях. Ей свойственны: официальные отношения с читателем; доминирование событийной семантики и совсем в незначительной степени предметной семантики; доминирующие речевые действия — констатация фак-

та, информационное рассуждение, директива; одноканальность (визуальный ряд развит слабо) [14, с. 59]. С точки зрения логической семантики в «идеологической речи» преобладают недескриптивные предикаты, безличные конструкции, неverifiedируемые оценки и, как следствие, отсутствует ориентация на адресат.

Второй тип — «фатическая речь», репрезентация которой происходит в массовой, бульварной и глянце-вой прессе. Этому типу свойственны: ориентированность на адресата; экспрессивность; речевые действия, характерные для бытового диалога; многоканальность (фотографии, графика); различные формы проявления комического [14, с. 59]. С позиций логической семантики фатический дискурс — это тексты с преобладанием идентифицирующих дескрипций (дейксис, имена собственные, предметные), дескриптивные предикаты, об-разные метафоры, оценочные значения.

Анализ PR-текстов на уровне предложения и на уровне высказывания показал, что варьирование языковых средств «идеологического» и «фатического» типов способствует восприятию текста как verifiedируемого, определенного, учитывающего позицию адресата; создает коммуникативный баланс; позволяет PR-сообщениям выполнять двойную роль — быть носителями идеологической информации и в то же время представлять интерес, хорошо восприниматься, вызывать доверие.

Примером коммуникативного баланса определенной/неопределенной, verifiedируемой/неverifiedируемой семантики, фатического/идеологического начала может служить текст репортажа в официальной краевой газете. Рассмотрим первую часть текста, имеющего целью описать официальное событие — сварку первого шва городского газопровода в присутствии жителей города, официальных лиц, представителей СМИ.

«Посмотреть на церемонию сварки „первого шва“ народу собралось, словно в хороший базарный

день (воспринимается как определенное и verifiedируемое). Да и, что греха таить, нечасто выпадает нынче повод для значительного праздника (неопределенное, неистинное). Символический стык обозначен прямо в поле, рядом с проезжей частью, в прямой видимости города, подернутого влажной дымкой (определенное, verifiedируемое). Плеть из двух черных труб украшена российскими триколорами, удобно приподнята над почвой и покоится на бетонных блоках, будто мост на сваях.

— Мечта поэта! — похвалился сварщик Олег Шинкаренко из бригады ОАО „Сибтрубопроводстрой“ Бориса Борисова.

— Как блюдо на столе, бери не нагибаясь.

— Да, это не в яме на коленях ползать, — подхватил коллега-сварной Виктор Шаламов, нетерпеливо постукивая электродом по крутобокому трубному гляncy (определенные, verifiedируемые высказывания). — Скорей бы уже... Говорят, есть старая примета, что благое дело лучше всего удаётся, если его начинать в дождик.

Высокие гости ждать себя не заставили (неопределенные, неverifiedируемые). На импровизированном помосте глава администрации Белокурихи Александр Каменев уже встречал непременно "куратора газовых дел", заместителя главы администрации Алтайского края Якова Ишутина» (определенные, verifiedируемые высказывания) [15].

Мы видим, что определенность и verifiedируемость текста создается за счет идентифицирующих дескрипций (имена собственные, дейксис, предикаты с дескриптивной семантикой). Текст насыщен образными метафорами, зрительными подробностями, легко воспринимается. Диалог на основе дескрипций передает атмосферу праздника, в то же время позволяет тексту соответствовать идеологическому дискурсу официального торжества за счет неverifiedируемых предикатов и навязанных оценок.

Библиографический список

1. Блэк С. Паблик рилейшнз. Что это такое. — М., 1990.
2. Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека. — М., 1999.
3. Кормилицына М. А. Неопределенность как один из распространенных в современной прессе способов подачи информации // Научная электронная библиотека elibrary.ru [Электронный ресурс]. — URL: <http://elibrary.ru/download/57578713.pdf> (дата обращения: 10.08.2012).
4. Алтайский край : Официальный сайт [Электронный ресурс]. — URL: <http://altairegion22.ru/gov/administration/glava/blog/> (дата обращения: 15.08.2012).
5. Территориальный фонд обязательного медицинского страхования : сайт [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.tfoms22.ru/> (дата обращения: 13.09.2012).
6. Арутюнова Н. Д. Типы языковых значений. — М., 1988.
7. Апресян Ю. Д. Дейксис в лексике и грамматике и наивная модель мира // Сборник научных статей. — Вып. 35. — М., 1997.
8. Газпром : сайт [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.gazprom.ru> (дата обращения: 17.06.2012).

9. Блог губернатора Алтайского края // Алтайский край : Официальный сайт [Электронный ресурс]. URL: <http://altairegion22.ru/gov/administration/glava/blog/> (дата обращения: 15.08.2012).

10. Левин Ю.И. Избранные труды. Поэтика. Семиотика. — М., 1998.

11. Избирательная комиссия Алтайского края : сайт [Электронный ресурс]. — URL: <http://altai-terr.izbirkom.ru> (дата обращения: 21.09.2012).

12. Пенсионный фонд Российской Федерации. Отделение по Алтайскому краю : сайт [Электрон-

ный ресурс]. — URL: www.pfrf.ru (дата обращения: 13.09.2012).

13. ГУ МВД России по Алтайскому краю : сайт [Электронный ресурс]. — URL: <http://22.mvd.ru/> (дата обращения: 17.09.2012).

14. Русская речь в средствах массовой информации: стилистический аспект / под ред. В. И. Конькова. — СПб., 2007.

15. Исаев В. Сварен первый шов городского газопровода Белокурихи // Алтайская правда. — 2007. — 14 апр. (№ 109–110)