

## Информационные вбросы: стилистические особенности публикаций

Научный руководитель – Белая Ольга Петровна

*Акопян Нонна Артуровна*

*Студент (магистр)*

Северо-Кавказский федеральный университет, Факультет филологии, журналистики и межкультурной коммуникации, Кафедра средств массовой информации, Ставрополь, Россия

*E-mail: akopyan.nonna@bk.ru*

Развитие современных средств массовой информации характеризуется не только расширением технологических платформ, конвергенцией, жанровой трансформацией, но и расширением функционального поля. Картина мира, формируемая СМИ в информационном пространстве как особый тип реальности, выступает в свою очередь средством формирования поведенческих и ментальных реакций людей на события повседневности, способом производства и воспроизводства культуры, формой управления и самоуправления самой социальной системы. [1]

В этих условиях убеждающие коммуникации уступают место манипулятивным, основу которых составляет широкий спектр механизмов воздействия, встроенных как в традиционные способы подачи информации, так и в новые. Эффективность внушения идей аудитории СМИ или изменение мнений, оценок событий достигается посредством создания особого рода информации - информационных вбросов.

В научной среде пока нет емкого определения этого понятия. Так, анализируя информационные потоки в интернет-среде, И.С. Ашманов понимает под вбросом процесс искусственного раздувания информационных поводов. [4] В работе Д.П. Беляева информационный вброс рассматривается как технология создания и распространения скандальных историй. [2] В контексте нашего исследования под информационным вбросом будем понимать внезапное появление в СМИ заведомо ложной или искаженной информации, нарушающей привычное восприятие явлений с целью вызвать определенную эмоциональную, когнитивную или поведенческую реакцию аудитории.

Нами проведен анализ 50-ти текстов в СМИ, классифицируемых как информационные вбросы. Объектами информационных вбросов выступают события общественного, политического, экономического характера (42%) и/или известные общественные и политические деятели (58%).

Усиливают воздействующий потенциал вбросов различные стратегии и приемы организации текста, в том числе стилистические. Средства речевой выразительности в текстах информационных вбросов насыщенные, фактически как и в художественном произведении.

По мнению Т.А. Воронцовой, публицистическому стилю, адресованному массовому читателю, свойственно единство двух основных функций - информационной и воздействующей. «Взаимодействие этих двух функций проявляется в том, что публицистические тексты содержат, во-первых, объективную информацию, во-вторых, эмоционально-экспрессивную интерпретацию этой информации, позволяющую воздействовать на читателя или слушателя» [3].

Экспрессивная функция информационных вбросов реализуется через оценочный компонент (скрыто или явно), использование экспрессивных средств (например, языковой игры) и персонификацию, а информационная - через фактологическую точность и аргументированность.

В анализируемых текстах используются разнообразные тропы: метафоры, эпитеты, ирония, перифраз и др.

Метафора применяется как в тексте, так и в заголовках публикаций: «Золотая» пыль патриарха (информагентство «Росбалт»), «В Ставрополе появилось «гламурное озеро» (портал «Моя планета»), «Тщеславное безобразия» (НТВ). Заголовок предвосхищает восприятие идеи автора аудиторией, а метафора в свою очередь дополняет смысл статьи, способствует привлечению внимания.

В структуре текстов информационных вбросов, как правило, используются эпитеты. Они придают тексту художественность, выразительность и наполняют его дополнительным смысловым оттенком: «Золотые «наночастицы» Владимира Гундяева» (Агентство федеральных расследований), «Нехорошая квартира» (информагентство Stringer).

В построении текстов используется ирония, усиливающая полемический тон речи и ее эмоциональное воздействие. Заголовок и лид, содержащий элементы оценочно-экспрессивной лексики, передают читателю авторскую оценку до того, как будет прочтено все сообщение: «Как пойти уборщицей в «Газпром» и заработать на сумку Diog за 300 тысяч» (BFM.ru); «... вскоре после вылета команды футболисты отправились на отдых в Монте-Карло, где были замечены своей королевской щедростью в самом дорогом клубе города» (сайт телеканала «Звезда»).

В ходе исследования мы выявили использование в текстах перифраз. Этот вид тропа позволяет автору подать явление или объект с новой стороны, не применяя стандартных фраз. Также перифраз выполняет характеризующую функцию. Например: «Барак божественного предназначения» («Новая газета») или «Вирус на игле» («Российская газета»).

Вопросительные конструкции - не менее распространенный прием. Заголовки, содержащие вопрос, побуждают аудиторию прочитать следующий за ним текст. Например: «Почем пыль в квартире патриарха?» (газета «Труд»), «Уборщица «Газпрома» и Diog — что это было?» (dr.ru), «Близнец Ленина. Реальный факт или вымысел?» (портал «Большой вопрос»).

Документальность, убедительность и правдоподобность публикациям придает употребление числительных: «... возместили 20 миллионов за пыль в квартире» (Утро.ру), «... получил 20 миллионов компенсации за строительную пыль» (Лента.ру).

Отметим, что в анализируемых текстах используются языковые средства, свойственные научному, официально-деловому и разговорному стилю. Разговорная лексика позволяет автору продемонстрировать отношение к объекту. Как показывает практика, чаще всего негативное. Например, «Дуров не отвертелся: за рулем автомобиля, сбившего гаишника в Петербурге, был он» (Newsru.com).

Таким образом, информационные вбросы отличаются экспрессивностью, прагматической направленностью. В них «вскрывается» несопоставимое с общественными представлениями и нормами. С помощью стилистических приемов СМИ усиливают информационное воздействие на массовое сознание, эффективно вводят новые установки, разрушающие прежние стереотипы.

### Источники и литература

- 1) Белая О.П. Психологические особенности информационного поля личности // Вестник Северо-Кавказского федерального университета. - 2014. - №1. - С.215.
- 2) Блоговброс [Электронный ресурс] / Электрон.дан. — М.: интернет-портал «Российская газета», №5908 (235). 2012. — Режим доступа: <https://rg.ru/2012/10/11/blog.html>, свободный. — Загл. с экрана.
- 3) Воронцова Т.А. Элементарная стилистика. Учебно-методическое пособие. - Ижевск, 2009. - С. 67.

- 4) Прачечная для мозгов [Электронный ресурс] / Электрон.дан. — М.: интернет-портал «Российская газета», №5754 (81). 2012. — Режим доступа: <https://rg.ru/2012/04/12/intellekt.html>, свободный. — Загл. с экрана.