



Руженцева Н. Б. Феномен искажения информации в СМИ : версии фактов / Н. Б. Руженцева, Н. Н. Кошкарлова // Научный диалог. — 2021. — № 7. — С. 123—138. — DOI: 10.24224/2227-1295-2021-7-123-138.

Ruzhentseva, N. B., Koshkarova, N. N. (2021). Phenomenon of Information Misrepresentation in Mass-Media: Versions of Facts. *Nauchnyi dialog*, 7: 123-138. DOI: 10.24224/2227-1295-2021-7-123-138. (In Russ.).



Журнал включен в Перечень ВАК

DOI: 10.24224/2227-1295-2021-7-123-138

Феномен искажения информации в СМИ: версии фактов

Руженцева Наталья Борисовна¹
orcid.org/0000-0002-1208-1202
доктор филологических наук,
профессор
verbalis@mail.ru

Кошкарлова Наталья Николаевна²
orcid.org/0000-0001-8861-0353
доктор филологических наук,
профессор
nkoshka@rambler.ru

¹ Уральский государственный педагогический университет (Екатеринбург, Россия)

² Южно-Уральский государственный университет (национальный исследовательский университет) (Челябинск, Россия)

Благодарности:

Работа выполнена при финансовой поддержке РФФИ, грант № 19-012-00465/19 «Лингвополитическая персонология: дискурсивный поворот»

Phenomenon of Information Misrepresentation in Mass-Media: Versions of Facts

Natalia B. Ruzhentseva¹
orcid.org/0000-0002-1208-1202
Doctor of Philology, Professor
verbalis@mail.ru

Natalia N. Koshkarova²
orcid.org/0000-0001-8861-0353
Doctor of Philology, Professor
nkoshka@rambler.ru

¹ Ural State Pedagogical University (Yekaterinburg, Russia)

² South Ural State University (national research university) (Chelyabinsk, Russia)

Acknowledgments:

The work was carried out with the financial support of the RFBR, grant № 19-012-00465/19 “Linguopolitical personology: a discourse turn”



ОРИГИНАЛЬНЫЕ СТАТЬИ

Аннотация:

Статья посвящена феномену искажения фактической информации в популярных печатных СМИ. С точки зрения авторов, искажения обусловлены общей коммуникативной закономерностью — процессом искажения информации при ее передаче; идеологией конкретного издания и тенденциозностью СМИ в целом; стремлением к информационному приоритету и профессиональным ракурсом подачи информации. Понимая под искажением в дискурсе СМИ как подмену, ложь, вымысел, так и трансформацию фактической информации, авторы делают попытку обобщения путей перевода фактов (правдивой информации) в версии фактов. На материале «околополитического нарратива», входящего в периферийную зону политического дискурса и включающего тексты, посвященные родственникам или предкам политика, а также его личной и даже интимной жизни, авторы выделяют три основных направления, способствующих появлению версий фактов. Выявляются внетекстовые факторы; группа собственно текстовых способов; смена аксиологического модуса СМИ. Доказано, что субъективное начало современных СМИ детерминирует использование не столько ложной информации, сколько информации трансформированной, доля которой неуклонно увеличивается и начинает определять специфику современного публицистического текстообразования.

Ключевые слова:

информация; искажение; версия факта; СМИ; политический дискурс; околополитический нарратив; жанры.

ORIGINAL ARTICLES

Abstract:

The article discusses the phenomenon of factual information misrepresentation in popular print media. From the point of view of the authors, misrepresentation is determined by a general communicative pattern — the process of misrepresentation information during its transfer; the ideology of a particular edition and the tendentiousness of the media in general; striving for informational priority and a professional perspective of presenting information. Understanding the misrepresentation in the media discourse as a substitution, falsehood, fiction, and the transformation of factual information, the authors attempt to generalize the ways of translating facts (truthful information) into a version of facts. Based on the material of the “near-political narrative”, which is part of the peripheral zone of political discourse and includes texts dedicated to the politician’s relatives or ancestors, as well as his personal and even intimate life, the authors distinguish three main directions that contribute to the emergence of versions of facts. These are: extra-textual factors; a group of proper text methods; change of the axiological mode of the media. It is proved that the subjective mode of modern media determines the use of not so much false information as of transformed information, the share of which is steadily increasing and begins to determine the specifics of modern journalistic text formation.

Key words:

information; misrepresentation; version of the fact; mass-media; political discourse; near-political narrative; genres.



Феномен искажения информации в СМИ: версии фактов

© Руженцева Н. Б., Кошкарлова Н. Н., 2021

*Все, что мы слышим, — это мнение, а не факт.
Все, что мы видим, является перспективой, а не правдой.*

Марк Аврелий

1. Информация и причины ее искажения

Среди множества определений информации релевантным для исследования СМИ нам представляется следующее: «Под информацией ... понимается вся совокупность данных, фактов, сведений о физическом мире и обществе, вся сумма знаний — результат познавательной деятельности человека, которая в том или ином виде используется обществом в различных целях» [Онтология ..., 1983, с. 213]. В свою очередь, искажение фактической информации в СМИ — это исторически сложившийся феномен, который обусловлен, на наш взгляд, следующими причинами:

(1) общей коммуникативной закономерностью: процессом искажения информации при ее передаче: «сообщение — информация утрачена — информация добавлена — информация искажена» [Куницына и др., 2001];

(2) общей тенденциозностью СМИ;

(3) идеологической установкой: общей идеологической концепцией СМИ в советское время [Васильева, 1982] и идеологией конкретного издания — «приверженностью той или иной политической, экономической, культурной идее» [Коньков и др., 2007] в наши дни;

(4) склонностью СМИ к сенсациям, и в том числе к горячим новостям криминального и сексуального характера; О. В. Платонова, С. И. Виноградов указывают, что «поиск нетривиальной (сенсационной) информации, необходимость оперативной передачи сообщений нередко приводят к публикации материалов без проверки надежности источника и достоверности сообщаемых сведений» [Платонова и др., 1998, с. 252];

(5) профессиональным ракурсом подачи информации историками, психологами, врачами и др.

В целом под искажением в дискурсе СМИ мы понимаем не только *подмену* (ложь, вымысел), но и *трансформацию фактической информации* в нужном для автора направлении. Факты трансформируются с целью привлечения и удержания внимания адресата, формирования читательского или зрительского мнения, авторизации индивидуального дискурса.



2. Факт, мнение, суждение

Кратко остановимся на важных для целей данной работы понятиях: «факт», «мнение», «суждение (версия факта)».

Составители крупнейшей англоязычной философской энциклопедии «Routledge Encyclopedia of Philosophy» утверждают, что «факты — это информация, правдивость которой не вызывает сомнения. Однако ценность факта равна нулю, если он функционирует вне контекста, на основании этого факта не делаются какие-то выводы, этому факту не придается смысл и значение» [Routledge Encyclopedia ...].

Факты служат основой формирования *мнения*, которое представляет собой попытку сделать разумный вывод из фактических данных. С. Ламер-Хайндель дает следующее определение мнению: «Мнение — это убеждение, которое не было подтверждено или подкреплено доказательствами, чтобы считаться обдуманном суждением» [Lammer-Heindel, 2016]. Таким образом, мнения — это личные убеждения, которые могут отличаться у разных людей и обычно не подкреплены фактами, цифрами и доказательствами.

Суждения — это мнения, которые подразумевают одобрение или осуждение человека, предмета, ситуации или событий в прошлом, настоящем или будущем. К. Муис, Н. Этубаши, С. А. Дентон развивают концепцию эпистемических суждений, которые определяются как «оценка правдивости представленной информации, достоверности источника, точности сделанных утверждений, а также сложности и качества аргументов, приведенных в поддержку этих утверждений» [Muise et al., 2020]. Суждение — это неотъемлемый элемент эпохи пост-правды, когда «определение истины становится сложным явлением, и мы переходим от правды (вопроса предположительной объективности) к правдивости (вопросу договорного толкования): версии фактов постепенно множатся, и все, что мы можем сделать, это проследить пути их формирования (а также причины этих путей и эмпирические элементы, которые они включают), но мы не можем проверить их “соответствие” действительности» [Lorusso, 2020, с. 1009].

К речевому представлению искаженной информации обращался также целый ряд российских исследователей [Гришаева, 2017, Карасик, 2012, Степанов, 2012; Lewandowsky, 2017; Lovea, 2018; Salpado, 2018 и др.]. Нашей целью является попытка обобщения путей перевода фактов, связанных с политиками и их окружением, в «версии фактов», которые являются основой для формирования мнения реципиента информации СМИ.

Материалом для статьи послужил конгломерат текстов, который можно условно назвать «околополитическим нарративом», входящим в периферийную зону политического дискурса. «Это тексты, посвященные, главным образом: а) родственникам (предкам) политика; б) личной и даже



интимной жизни политика. Такие тексты имеют облегченно-развлекательный характер, свойственный глянцевым изданиям, ориентированным на разговорную модель общения» [Руженцева и др., 2020, с. 116]. Материал взят из популярной российской прессы за 2017—2020 годов («Аргументы и факты», «Аргументы недели», «Экспресс-газета», «Комсомольская правда», «Московский комсомолец») и электронных версий изданий.

Окополитический нарратив позволяет выделить 3 основных направления, способствующих искажению фактической информации и появлению версий фактов: а) внетекстовые факторы; б) группа собственно текстовых способов; в) смена аксиологического модуса. Попытаемся охарактеризовать корреляцию версий фактов с каждой из этих групп.

3. Внетекстовые факторы искажения информации

К внетекстовым факторам относится выбор дискурсивного формата; выбор типа издания; выбор типа словесного творчества (поэзия или проза); выбор направления в публицистике; выбор моносемиотичной или полисемиотичной (креолизованной) формы сообщения.

Сам выбор дискурсивного формата определяет возможность и частотность искажений фактической информации. Так, последние встречаются гораздо реже в медицинском, управленческом и юридическом дискурсе, нежели в развлекательном, потому что назначение последнего — «освобождение человека от детерминизма природы и себе подобных, речевое лицедейство, опрокидывание устоявшихся стереотипов восприятия и поведения» [Карасик, 2015, с. 251] — требует субъективной и свободной интерпретации окружающей действительности.

Что касается типа издания, то существует мнение, что в медиадискурсе «искажение тщательно маскируется с помощью неопределенности, избытия, неясностей, разрывов повествования и перестановок, фрагментарности, конвергенции жанров, стилового синкретизма, принципа монтажа как текстообразующего механизма» [Пром, 2020, с. 33]. Со своей стороны, мы считаем, что маскировка искажений происходит далеко не во всем дискурсе СМИ. Ее нет, например, в целой группе глянцевого издания, ориентированных на разговорную речь и использующих неофициальный информационный поток. Ее нет и в ряде газет (из использованных в статье материалов прессы наиболее ярким примером является «Экспресс-газета»), как нет и во всем окополитическом нарративе, предполагающем широкую свободу содержания и формы, и в том числе — наличие маркеров недостоверности информации.

В публицистике могут быть использованы как прозаический, так и поэтический тип словесного творчества. Поэзия — как в виде цитат, так и в виде оригинальных стихотворений — отражает индивидуализированную



картину мира человека и содержит гораздо меньше содержательно-фактуальной информации, чем проза, ср., строфу, в которой имеется лишь один бесспорный факт: Н. Назарбаев во время выпуска номера газеты — это глава государства Казахстан:

*Апа в халате скажет вам любая,
Чапан в чапане пробурчит в усы:
«Великий бай — товарищ Назарбаев,
Он в Казахстане явный елбасы»* [ЭГ, № 12 (1257), 25.03.2019].

Выбор направления в искусстве, литературе и публицистике может также способствовать появлению версий фактов. К таким направлениям относится, например, трэш, который «может принимать форму циничного или издевательского описания деяний знаменитостей, политиков или исторических деятелей или переложения исторических или эпических сюжетов» [Черняк и др., 2009, с. 142], ср., текст, в котором предложена версия фактической информации о статуе Д. Трампа, находящейся в гамбургском музее восковых фигур:

В Гамбурге в старейшем в Германии Музее восковых фигур ... сейчас все пытаются протиснуться поближе к Дональду Трампу. Может, думают, что недолго осталось здесь красоваться. Небось, в случае импичмента статую уберут в чулан, а стеклянные глаза выставят в стеклянном кабинете при музее <...> Музей восковых фигур расположен в Гамбурге на Репербане. Эту улицу красных фонарей в городе называют греховой милей. Статуе Трампа, известного своим сексизмом, там самое место. Восковой президент США будет как новенький — хоть сейчас можно идти на второй срок. По крайней мере в музее [Там же, № 5 (1302), 03.02.2020].

На появление версий фактов, несомненно, влияет и полисемиотичность текста. Полисемиотический (креолизованный) текст функционирует в печатных СМИ в двух основных жанровых вариантах — карикатуре и информационном сообщении. Взаимодействие двух семиотических рядов (вербального и визуального) дает широкую возможность иронически домысливать и тем самым искажать фактическую информацию на уровне реципиента. Примером могут служить подписи к фотографиям, сделанным на празднике «Вечер российского тенниса» и допускающим множественные варианты домысливания: *Приглядиись к Андрею, чем тебе не пара!* — *наставлял дочурку Валентин Юмашев* (на фото запечатлена лишь сцена разговора В. Юмашева с дочерью Полиной) [Там же, № 42 (1287), 21.10.2019].

4. Текстовые способы искажения информации

Текстовые способы искажения фактической информации в указанном конгломерате текстов преимущественно коррелируют с жанровой формой



текста; с его субъектной организацией; с текстовыми категориями экспрессивности, тональности (пафоса), субъективной модальности, неопределенности; со спецификой логографа текста и введением субъективизированной информации (домысливанием чужих действий или мотивов). Кроме того, возникновение версий фактов зависит от недостоверности используемой информации. К недостоверной можно отнести намеренную ложь, нерепрезентативность источников, использование неточных статистических данных, операторов *чаще — реже, больше — меньше*, объединение реальных и непроверенных фактов, пресуппозиции — стереотипы, сформировавшиеся в течение жизни. Попытаемся проиллюстрировать возможности текстообразования при конструировании версий фактов.

Жанровые формы печатных СМИ, коррелирующие с версиями фактов, — это виды представления комического (шутки, пародии, памфлеты, фельетоны, юмористические рассказы, анекдоты); виды, соотносимые с образом прошлого (легенды, мифы, воспоминания, старые истории, случаи) и с образом будущего (прогнозы). Это вероятностные жанры (слухи, версии); жанры, целью которых является расследование, разоблачение; аналитические жанры (комментарии); оценочные жанры (отзывы, рецензии); фантастические жанры (мистификации, байки, фальшивки), а также жанр интервью с провокационными вопросами и различные формы идеологических диверсий и спекуляций на актуальной теме. Со своей стороны, интернет-дискурс постоянно пополняется новыми жанрами, основой которых является версия фактов, например, фанфиками, использующими идеи, сюжетные линии, персонажи первичного текста. Приведем примеры указанных жанров, которые чаще всего входят в состав более крупных жанровых форм.

Слухи, версии, предположения, молва:

Преемники Брежнева, НАСКОЛЬКО ИЗВЕСТНО (здесь и далее выделено нами. — Н. К., Н. Р.), *не очень-то жаловали Галину Леонидовну. Андропов попытался посадить под домашний арест, Горбачев, по СЛУХАМ, курсирующим в СМИ, ВРОДЕ БЫ ХОТЕЛ конфисковать имущество и даже подарки Леонида Ильича* [МК, 09-16.10.2019].

Мистические истории:

Ребенок (И. Сталин) остался жить. Правда, был очень слабого здоровья ... И тогда решено было совершить ОБРЯД ЗАКЛАНИЯ. Семья отправилась в родовое святилище Джугаишвили Дзеры-дзуар, расположенное в ущелье возле села Геры. Принесли в жертву черного барашка, оставили три лепешки и черное пиво. Просили дать здоровье малышу Иосифу у Девы Марии, святого Георгия и ангелов-хранителей. Потом заказали в церкви благодарственный молебен. Возможно, древний осетинский обряд снял страшное проклятье [КП, 08-15.03.2017].



Прогнозы, предсказания:

Трампа ДОГОВОРИТСЯ с Путиным, а Порошенко ОСТАНЕТСЯ С НОСОМ, уверен профессор Борис Хигир.

— *Борис Юзикович, Владимир Путин сможет договориться с Трампом? Отношения между Россией и США станут лучше?*

— *Путин родился в год Дракона, а Трамп — в год Собаки. Вообще Дракон с собакой не очень уживаются. Но если брать по месяцам рождения (октябрь у Путина и июнь у Трампа), то здесь все замечательно. Они БУДУТ ВЕСТИ ДИАЛОГ И НАЙДУТ ОБЩИЙ ЯЗЫК [ЭГ, № 10 (1150), 06.03.2017].*

Расследование, разоблачение:

21 апреля на Украине пройдет второй тур президентских выборов, где за главный пост поборются комик и алкоголик. Доктор психологических наук, автор более 40 книг, посвященных вопросам психологического и сексуального портрета, Борис Хигир и кандидат медицинских наук, психиатр-сексопатолог Диля Еникеева РАСКРЫЛИ ВСЕ ТАЙНЫ КАНДИДАТОВ [ЭГ, № 15 (1260), 15.04.2019].

Байки, фальшивки:

— *... Пишут, что Коллонтай была членом общества нудистов:*

— *Эта ФАЛЬШИВКА придумана в фашистской Италии ... Кстати, кроме ФАЛЬСИФИКАЦИИ с нудистами, ходила БАЙКА о том, что супруга академика Шмидта держит детский дом в Москве, где с шести лет проводят уроки секс-воспитания. И будто бы там рос Василий Сталин [Там же, № 13 (1153), 27.03.2017].*

Воспоминания:

Троцкий РАССКАЗЫВАЛ, что однажды в 1917 году они с Владимиром Ильичом ехали по улице Петрограда мимо водочного завода. Его упоенно громили революционные матросы. Водка текла ручьями — в буквальном смысле. Прямо на глазах Ильича матросы слизывали огненную воду с земли. ЯКОБЫ тот эпизод намертво застрял в голове Ленина и навсегда отвалил его от крепкого спиртного [КП, 06-13. 05, 2020].

Экспрессивность. Она создается речевыми средствами, включающими не только содержательно-фактуальную, но и содержательно-концептуальную и содержательно-подтекстовую информацию [Гальперин, 1981], ср. экспрессивные именованья лиц в тексте об А. Навальном, способствующие трансформации факта в его версию:

Цирк «Шарите»!

КЛОУН АЛЕША И ЕГО СМЕРТЕЛЬНЫЙ НОМЕР!

ИНТЕРНЕТ-ШУТНИКИ резвоотреагировали на отравление Алексея Навального то ли самогоном, то ли наркотиками, после которого МАРГИНАЛЬНОГО ОППОЗИЦИОНЕРА срочно госпитализировали в берлин-



ский медиакомплекс «Шарите». И действительно: всерьез поверить в то, что СИСЯНА вывели из строя по приказу из Кремля, может только конченый ДЕБИЛ [ЭГ, № 35 (1332), 31.08.2020].

Тональность способствует искажению фактов вследствие функциональной специфики этой категории. Так, шутливая тональность, юмор имеет целью развлечь читателя, вызвать смеховую реакцию, а также релаксацию (снятие напряжения), ср., парадоксальное искажение факта: *выпивал не только со знатными гостями, но и с лакеями — первые ростки русской демократии:*

Пьющие правители

Петр III

Муж Екатерины II был не дурак выпить. По дошедшим до нас воспоминаниям современников, его дневной нормой были полтора литра беленькой. Он обожал шумные пиры, причем выпивал не только со знатными гостями, но и с лакеями. ВОТ ОНИ ГДЕ, ПЕРВЫЕ РОСТКИ РУССКОЙ ДЕМОКРАТИИ! [КП, 06-13.05.2020].

Субъективная модальность как отношение говорящего к сообщаемому способствует искажению информации вследствие своей категориальной функции — противопоставления концептуального начала нейтрально-информативному фону. В исследуемых текстах наиболее часто встречаются следующие типы субъективной модальности:

а) вероятностная:

**Что означает фамилия? «Дзуг» с осетинского — «отара». ВОЗМОЖНО, дальние предки вождя имели большие отары овец и были пастухами. Короче, Отаровы. Но Дзуга — это еще и осетинское имя. Так что Дзугаевы (Джугашвили) МОГЛИ ПОЙТИ от пращура Дзуги* [Там же, 08-16.03.2017];

б) неуверенности:

«Матрос» Дыбенко — нарком по морским делам — В САМОМ ДЕЛЕ имитировал самоубийство после того, как Александра Михайловна уличила его в измене? Рассказывают, что он заперся в комнате и выстрелил себе в сердце. Правда, удачно оттянул кожу, и пуля лишь задела ее [ЭГ, № 13 (1153), 27.03.2017] (выражение в самом деле является маркером неуверенности в контексте вопроса);

в) уверенности:

... В Букингемском дворце наконец решили избавиться от принца Гарри. А он стоял шестым в списке претендентов на престол. КОНЕЧНО, «мятежный принц» мог тихо отсидеться, как его дядя Эндрю. Но Гарри сам дал повод для своего изгнания из королевской семьи своей женитьбой на мулатке [АН, № 2 (696), 22.01.2020].



Категория неопределенности может репрезентироваться посредством лексических маркеров, снимающих с конкретного субъекта ответственность за истинность высказывания и приписывающих это высказывание абсолютно неопределенной совокупности людей: *репутация, претензии, нападки, слава, скандалы, подозрения* и т. п. В свою очередь, показателями неопределенности на грамматическом уровне чаще всего являются бессубъектные конструкции:

Действительно, экс-президент Николя Саркози ПОЛЬЗОВАЛСЯ РЕПУТАЦИЕЙ ТРЕЗВЕННИКА. ГОВОРЯТ, что даже на его свадьбе с Карлой Бруни вместо традиционного шампанского подавали свежесвежыжатый апельсиновый сок. Как-то совсем не по-французски [МК, 22-29.01.2020].

«Леонид Ильич — тот да, обращал внимание на женщин, водились за ним любовные интрижки, но вот за Косыгиным такой СЛАВЫ не было», — сказал КП Мусазьян (личный фотограф Л. И. Брежнева) [КП, 01-08.01.2020].

Есть ПОДОЗРЕНИЕ, что президент (гарант Конституции) как зритель хочет некоторых гарантий — хотя бы качества текста, поэтому и выбрался посмотреть Грибоедова, Островского и Чехова. Что ж, это вполне роднит его с массовым театральным зрителем, который тоже хочет гарантий [АН, № 50 (694), 25.12.2019].

Субъектная организация текста предполагает анонимную атрибуцию субъекта — источника информации (референциальную неопределенность). С такого источника анонимность снимает часть ответственности за истинность фактов, предоставляя автору публикации возможность свободного отбора информации.

НЕКОТОРЫЕ ЭКСПЕРТЫ считают, что Большой террор Сталин устроил из-за проблем с психикой [КП, 18-25.12.2019].

ЗЛЫЕ ЯЗЫКИ утверждают, что без мужа-мэра она (Елена Батурина, жена Ю. М. Лужкова) не заработала бы своих капиталов [Там же, 18-25.12.2019].

КАКОЙ-ТО УМНИК выложил в Интернет коллаж, на котором сравниваются две пары — Болсонару с его симпатичной 37-летней супругой Мишель и Макрон с 66-летней Брижит. АВТОР подписал их так: «Теперь понимаете, почему Макрон преследует Болсонару, он ему просто завидует» [ЭГ, № 35 (1280), 2020].

Логограф текста, коррелирующий с версиями фактов, строится с опорой на категорию оценки. Он может включать, например:

— неверифицированный оценочный тезис:

Борис Ельцин

Увлечение алкоголем первого Президента России развивалось по мере его продвижения по карьерной лестнице [КП, 6-13.05.2020].



— оценочный тезис, верифицированный оценочными аргументами:

Леонид Брежнев

18-летнее правление дорогого Леонида Ильича назовут эпохой застоя, а в шутку — эпохой застоля. Любое событие он любил отмечать банкетом — хоть митинг, хоть охоту. Даже во время парада Победы на трибуне Мавзолея были оборудованы незаметные со стороны столики, чтобы руководство страны могло принять для сугреву [Там же, 06-13.05.2020].

— оценочный тезис, оценочные аргументы, оценочный вывод:

С. М. Буденный

Папа маму поначалу никуда с собой не брал — боялся. Он же в отношении женщин был битый-перебитый. Первая жена его случайно застрелилась, вторая в тюрьму попала. Вот он и оберегал свое семейное счастье [АИФ Урал, № 9, 2019].

Кроме того, логическая структура текста может включать разного рода домысливания и крайне субъективную интерпретацию фактической информации:

Виктория (внучка Л. И. Брежнева) вынуждена была поместить маму в больницу ЦЕБ. Она отгородила ее ото всех, от нас. ДУМАЮ, сестра боялась, что Галина Леонидовна узнает, как она доверилась одному непорядочному человеку, его убили потом, и в результате утекли сквозь пальцы картины, антиквариат. СОМНЕВАЕМСЯ, что это произошло без ведома ее гражданского мужа Дмитрия — с ним она прожила 30 лет [МК, 09-16.10.2019].

Наконец, недостоверность информации может быть репрезентирована лексическими операторами типа *чаще* — *реже*, *больше* — *меньше*, подчеркиванием стереотипов восприятия и объединением реальных и непроверенных фактов:

Женщины-политики ВСЕ ЧАЩЕ плюют на обновление гардероба [КП, 28.08. — 04.09.2019].

Однако в текстах околополитического нарратива особенно частотны указания на недостоверность информации, сделанные самим автором, который тем самым снимает с себя ответственность за возможные искажения фактов.

Любопытно, что самый первый революционный псевдоним молодого Иосифа — Бесошвили. «Если только считать его корень русским, а суффикс грузинским, означает “сын беса”, — с ходу расшифровывал партийную кличку исследователь А. Абрашкин. НО ЭТО ЗАБЛУЖДЕНИЕ [КП, 08-15.03.2017].

С указаниями на недостоверность соотносится жанр опровержения недостоверной информации (лексические маркеры *сомнение*, *заблуждение*,



ерунда, чушь и т. п.). Опровержение возможно и посредством разного рода требований.

Н. Сванидзе: Приходилось читать, что Сталин вовсе не был аскетом. Например, заводил романы с балеринами Большого театра...

Е. Спицын: ДА ПРЕКРАТИТЕ! У него даже времени на это не было. Этот человек был целиком и полностью нацелен на работу [КП, 18-25.12.2019].

5. Смена аксиологического модуса

Смена аксиологического модуса в СМИ может происходить посредством ухода от правды, которая базируется на фактах, в связи с общей авторизацией дискурса. Ценность «правда» всегда занимала важнейшее место в аксиологической сетке россиян, ср.: «Л. Б. Савенкова, подробно изучив систему русских паремий, выявила, что на первом месте в русской пословичной картине мира находится ценность “семья”, а второе почетное место занимает ценность “правда”» [Цит. по: Абакумова, 2019]. СМИ для россиян долгое время считались носителями правды, то есть трансляторами неискаженных фактов. Однако в настоящее время увеличенный отбор «отрицательного» материала вызвал сдвиг аксиологического модуса СМИ в сторону трансляции неverified мнений: от «правды» (неискаженного факта) к субъективной интерпретации — версии факта. Но при этом СМИ не ставят своей целью ввести читателя в заблуждение и используют прием конвергенции целого набора речевых средств — указателей на то, что факты могут быть искажены, ср.:

— Принц Гарри и его жена Меган Маркл — агенты российской разведки?! — УДИВИЛСЯ ведущий рубрики «Мир шпионажа». — НО КТО ПОВЕРИТ В ТАКУЮ ЧУШЬ?

— Но ведь многие верят, что президент США Трамп — ставленник Путина и русский агент, — усмехнулся Андрей Петрович. — Вот и про эту парочку распускают нелепые СЛУХИ.

МОЛ, канадский особняк, где принц Гарри, его супруга Меган Маркл и их сын Арчи провели рождественские каникулы, МОЖЕТ ПРИНАДЛЕЖАТЬ российскому миллиардеру. Об этом сообщает газета The Times со ССЫЛКОЙ НА ЖИТЕЛЕЙ СОСЕДНИХ ДОМОВ И БЫВШЕГО КОЛЛЕГУ АГЕНТА ПО НЕДВИЖИМОСТИ, который в 2014 году занимался продажей собственности.

«Владельцем особняка является российский бизнесмен», — пишет издание. Речь идет о вилле Mille Fleurs, которая, ПО ПРЕДПОЛОЖЕНИЮ СОБЕСЕДНИКОВ ГАЗЕТЫ, принадлежит венчурному инвестору Юрию Мильнеру. ПО ДАННЫМ ЖУРНАЛИСТОВ, миллиардер останавливается



на вилле в течение нескольких лет. Компания Towner Bay Country Club, которая юридически владеет особняком, НЕ РАСКРЫВАЕТ ЕГО ФАКТИЧЕСКОГО ХОЗЯИНА [АН, № 2 (696), 22.01.2020].

Сдвиг аксиологического модуса в СМИ может происходить и в связи со сменой статуса политика. После смены статуса снимаются конвенциональные ограничения, в частности ограничение обсуждения частной жизни политика. Этим обусловлен сдвиг модуса от ценности «семья» к антиценности «внебрачные связи» в публикации «Любовницы Назарбаева». Но и в этом случае авторы подчеркивают непроверенность фактической информации и возможные искажения действительности:

Нурсултан Абишевич всегда нравился женщинам и отвечал им взаимностью. Назарбаеву ПРИПИСЫВАЮТ десятки любовных похощений. И СУДАЧАТ о его щедрости к фавориткам.

ГОВОРЯТ, что глава республики однажды положил глаз на певицу из Китая, казашку по национальности.

Это не единственная королева красоты, удостоенная высочайшего внимания. Политическому титану ПРИПИСЫВАЮТ связь также с Айнур Толеуовой «Мисс Казахстан — 2011» [ЭГ, № 12 (1257), 25.03.2019].

6. Заключение

Таким образом, версии фактов обусловлены самой природой публицистики. Т. И. Попова утверждает: «Публицистические тексты имеют ряд общих черт: все они носят воздействующий характер ..., пишутся в соответствии с определенной идеологической системой и опираются на систему определенных идеологических ценностей; отличаются тенденциозностью, то есть журналист сознательно ставит свой текст на службу той или иной идее, обладают ярко выраженным субъективным началом» [Попова, 2006, с. 128—129].

В свою очередь, субъективизм СМИ, с нашей точки зрения, детерминирует использование не столько ложной (и тем самым способной попасть под действие юрисдикции) информации, сколько информации искаженной, версий фактов. Такая информация сопровождается разнообразными речевыми маркерами и даже прямыми указаниями на ее недостоверность. Как следствие — конструирование информации в текстах СМИ должно являться предметом междисциплинарного изучения, дающего реципиенту практическую возможность отделять достоверную информацию от недостоверной, дифференцировать типы искажения действительности, устанавливать этические границы между фактом и его публицистической версией.

Источники и принятые сокращения

1. АиФ — *Аргументы и факты*. 2019 год.



2. АН — *Аргументы* недели. 2019—2020 годы.
3. ЭГ — *Экспресс-газета*. 2017—2020 годы.
4. КП — *Комсомольская правда*. 2017—2020 годы.
5. МК — *Московский комсомолец*. 2019—2020 годы.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Абакумова О. Б.* Правда, как ценность в русских пословицах в сопоставлении с английскими / О. Б. Абакумова // Лингвокультурные ценности в языковом сознании и коммуникативной практике. — Тяньцзинь : Тяньцзиньский университет иностранных языков. — Волгоград : ПринТерра-Дизайн, 2019. — С. 96—101. — ISBN 978-5-98424-244-8.
2. *Васильева А. Н.* Газетно-публицистический стиль / А. Н. Васильева. — Москва : Русский язык, 1982. — 198 с.
3. *Гальперин И. Р.* Текст как объект лингвистического исследования / И. Р. Гальперин. — Москва : Наука, 1981. — 138 с.
4. *Гришаева Л. И.* «Сказка — ложь, да в ней намек...», или О принципах конструирования политической медиареальности / Л. И. Гришаева // Политическая лингвистика. — 2017. — № 4 (64). — С. 18—27.
5. *Карасик В. И.* Субъектное оценочное позиционирование / В. И. Карасик // Лингвистика речи. Медиастилистика. — Москва : Флинта, 2012. — С. 152—164. — ISBN 978-5-9765-1466-9, 978-5-02-037813-1.
6. *Карасик В. И.* Языковое проявление личности / В. И. Карасик. — Волгоград : Парадигма, 2015. — 450 с. — ISBN 978-5-94244-055-8.
7. *Коньков В. И.* Стилеобразующая концепция в средствах массовой информации / В. И. Коньков, А. Н. Потсар // Русская речь в средствах массовой информации : Стилистический аспект. — Санкт-Петербург : СПбГУ, 2007. — 272 с. — ISBN 978-5-288-04362-8.
8. *Куницына В. Н.* Межличностное общение / В. Н. Куницына, Н. В. Казаринова, В. М. Погольша. — Санкт-Петербург : Питер, 2001. — 544 с. — ISBN 5-8046-0173-3.
9. *Онтология языка как общественного явления.* — Москва : Наука, 1983. — 312 с.
10. *Платонова О. В.* Средства массовой информации и культура речи / О. В. Платонова, С. И. Виноградов // Культура русской речи. — Москва : НОРМА-ИНФРА, 1998. — С. 238—280. — ISBN 5-89123-186-7.
11. *Попова Т. И.* Жанровая дифференциация : отбор языковых средств в публицистике. Речевая агрессия и речевая манипуляция в СМИ / Т. И. Попова // Русский язык и культура речи. — Москва : Юрайт-Издаг, 2006. — С. 129—129.
12. *Пром Н. А.* Фактуализация реальности в медиадискурсе : характеристика. типы, способы выражения : автореферат диссертации ... доктора филологических наук : 10.02.19 / Н. А. Пром. — Москва, 2021. — 40 с.
13. *Руженцева Н. Б.* Лингвополитическая персонология : коммуникативные портреты / Н. Б. Руженцева, Е. А. Нахимова, М. В. Никифорова. — Екатеринбург : УрГПУ, 2020. — 142 с.
14. *Степанов В. Н.* К вопросу об эмоциогенной коммуникации / В. Н. Степанов // Иностранные языки в высшей школе. — 2012. — Выпуск 1 (20). — С. 12—34.
15. *Черняк В. Д.* Базовые понятия массовой литературы / В. Д. Черняк, М. А. Черняк. — Санкт-Петербург : Изд-во РГПУ им. А. М. Герцена, 2009. — 167 с. — ISBN 978-5-8064-1437-4.
16. *Lammer-Heindel C.* Facts and Opinions [Electronic resource] / C. Lammer-Heindel. — Access mode : https://philosophynow.org/issues/115/Facts_and_Opinions (accessed 23.11.2020).



17. Lewandowsky S. Beyond Misinformation : Understanding and Coping with the “Post-truth” Era / S. Lewandowsky, U. R. Ecker, J. Cook // *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*. — 2017. — Volume 6. — Issue 4. — Pp. 353—369.

18. Lorusso A. M. Between Truth, Legitimacy, and Legality in the Post-truth Era / A. M. Lorusso // *International Journal for the Semiotics of Law*. — 2020. — 33. — Pp. 1005—1017. — DOI: 10.1007/s11196-020-09752-3.

19. Lovea P. Debunking fake news in a post-truth era : The plausible untruths of cost underestimation in transport infrastructure projects / P. Lovea, D. Ahiaga-Dagbuib // *Transportation Research*. — 2018. — Part A. — № 113. — Pp. 357—368. — DOI: 10.1016/j.tra.2018.04.019.

20. Muis K. R. The catcher in the lie : The role of emotions and epistemic judgments in changing students’ misconceptions and attitudes in a post-truth era [Electronic resource] / K. R. Muis, N. Etoubashi, C. A. Denton // *Contemporary Educational Psychology*. — 2020. — № 62. — Access mode : <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0361476X20300631> (accessed 25/11/2020).

21. *Routledge Encyclopedia of Philosophy* [Electronic resource]. — Access mode : <https://www.rep.routledge.com/articles/thematic/facts/v-1> (accessed 28.11.2020).

22. Salpado S. Online media impact on politics. Views on posttruth politics and postpost-modernism / S. Salpado // *International Journal of Media & Cultural Politics*. — September 2018. — № 14 (3). — Pp. 317—331. — DOI: 10.1386/macp.14.3.317_1.

MATERIAL RESOURCES

AIF — *Arguments and facts*. (2019) (In Russ).

AN — *Arguments of the week*. (2019—2020) (In Russ).

EG — *Express-newspaper*. (2017—2020) (In Russ).

KP — *Komsomolskaya Pravda*. (2017—2020) (In Russ).

MK — *Moskovsky Komsomolets*. (2019—2020) (In Russ).

REFERENCES

Abakumova, O. B. (2019). Pravda, as a value in Russian proverbs in comparison with English proverbs. In: *Linguocultural values in linguistic consciousness and communicative practice*. Tianjin: Tianjin University of Foreign Languages. Volgograd: PrinTerra-Design. 96—101. ISBN 978-5-98424-244-8. (In Russ).

Chernyak, V. D., Chernyak, M. A. (2009). *Basic concepts of mass literature*. St. Petersburg: Publishing house of the Herzen State Pedagogical University. 167 p. ISBN 978-5-8064-1437-4. (In Russ).

Galperin, I. R. (1981). *Text as an object of linguistic research*. Moscow: The science. 138 p. (In Russ).

Grishaeva, L. I. (2017). “A fairy tale is a lie, but there is a hint in it...”, or about the principles of constructing political media reality. *Political Linguistics*, 4 (64): 18—27. (In Russ).

Karasik, V. I. (2012). Subjective evaluative positioning. *Linguistics of speech. Media journalism*. Moscow: Flint. 152—164. ISBN 978-5-9765-1466-9, 978-5-02-037813-1. (In Russ).

Karasik, V. I. (2015). *Linguistic manifestation of personality*. Volgograd: Paradigm. 450 p. ISBN 978-5-94244-055-8. (In Russ).



- Konkov, V. I., Potsar, A. N. (2007). Stylistic concept in the mass media. In: *Russian speech in the mass media: Stylistic aspect*. St. Petersburg: St. Petersburg State University. 272 p. ISBN 978-5-288-04362-8. (In Russ).
- Kunitsyna, V. N., Kazarinova, N. V., Pogolsha, V. M. (2001). *Interpersonal communication*. St. Petersburg: Peter. 544 p. ISBN 5-8046-0173-3. (In Russ).
- Lammer-Heindel, C. *Facts and Opinions*. Available at: https://philosophynow.org/issues/115/Facts_and_Opinions (accessed 23/11/2020).
- Lewandowsky, S., Ecker, U. R., Cook, J. (2017). Beyond Misinformation: Understanding and Coping with the “Post-Truth” Era. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 6 (4): 353—369.
- Lorusso, A. M. (2020). Between Truth, Legitimacy, and Legality in the Post-truth Era. *International Journal for the Semiotics of Law*, 33: 1005—1017. DOI: 10.1007/s11196-020-09752-3.
- Lovea, P., Ahiaga-Dagbuib, D. (2018). Debunking fake news in a post-truth era: The plausible untruths of cost underestimation in transport infrastructure projects. *Transportation Research. Part A*, 113: 357—368. DOI: 10.1016/j.tra.2018.04.019.
- Muis, K. R., Etoubashi, N., Denton, C. A. (2020). The catcher in the lie: The role of emotions and epistemic judgments in changing students’ misconceptions and attitudes in a post-truth era. *Contemporary Educational Psychology*, 62. Available at: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0361476X20300631> (accessed 25/11/2020).
- Ontology of language as a social phenomenon*. (1983). Moscow: The science. 312 p. (In Russ).
- Platonova, O. V., Vinogradov, S. I. (1998). Mass media and culture of speech. In: *Culture of Russian speech*. Moscow: NORMA-INFRA. 238—280. ISBN 5-89123-186-7. (In Russ).
- Popova, T. I. (2006). Genre differentiation: selection of language means in journalism. Speech aggression and speech manipulation in the media. In: *Russian language and culture of speech*. Moscow: Yurayt-Izdat. 129—129. (In Russ).
- Prom, N. A. (2021). *Factualization of reality in the media discourse: characteristics, types, methods of expression*. Author’s abstract of Doct. Diss. Moscow. 40 p. (In Russ). *Routledge Encyclopedia of Philosophy*. Available at: <https://www.rep.routledge.com/articles/thematic/facts/v-1> (accessed 28.11.2020).
- Ruzhentseva, N. B., Nakhimova, E. A., Nikiforova, M. V. (2020). *Linguopolitical personology: communicative portraits*. Yekaterinburg: USPU. 142 p. (In Russ).
- Salpado, S. (2018). Online media impact on politics. Views on posttruth politics and post-postmodernism. *International Journal of Media & Cultural Politics. September*, 14 (3): 317—331. DOI: 10.1386/macp.14.3.317_1.
- Stepanov, V. N. (2012). On the question of emotionogenic communication. *Foreign languages in higher school*, 1 (20): 12—34. (In Russ).
- Vasilyeva, A. N. (1982). *Newspaper and journalistic style*. Moscow: Russian Language. 198 p. (In Russ).