

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
(Н И У « Б е л Г У »)

На правах рукописи

Белоедова Анна Викторовна

**КАТЕГОРИЯ ДОСТОВЕРНОСТИ
В СОВРЕМЕННЫХ ЖУРНАЛИСТСКИХ ТЕКСТАХ
(теоретический и практический аспекты)**

10.01.10 - Журналистика

Диссертация

на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Научный руководитель:
доктор филологических наук,
профессор М. Ю. Казак

Белгород - 2017

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
Глава I. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ КАТЕГОРИИ ДОСТОВЕРНОСТИ.....	14
1.1. Категория достоверности в философии и эпистемологии.....	14
1.2. Категория достоверности в теории журналистики.....	33
1.2.1. Информативность.....	41
1.2.2. Точность.....	48
1.2.3. Объективность.....	53
1.3. Категория достоверности в лингвистике.....	62
1.3.1. Понятие модальности и модуса.....	63
1.3.2. Шкала категории достоверности.....	66
1.3.3. Достоверность и смежные модусы.....	72
1.3.4. Категория достоверности в соотношении с эвиденциальностью.....	75
1.3.5. Языковые показатели достоверности.....	86
Глава II. СОВРЕМЕННЫЕ МЕДИАТЕКСТЫ КАК ОБЛАСТЬ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ КАТЕГОРИИ ДОСТОВЕРНОСТИ.....	94
2.1. Журналистский текст в аспекте категории достоверности.....	94
2.1.1. Медиакартина мира и проблемы отражения реальной действительности.....	95
2.1.2. Вербальная репрезентация значения достоверности в журналистских текстах.....	113
2.2. Слухи и фейки на шкале достоверности.....	128
2.3. Рефлексия журналистов-практиков о достоверности журналистской информации.....	147
2.4. Способы оценки журналистской информации с точки зрения достоверности.....	169
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	187
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	192
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ.....	219
ПРИЛОЖЕНИЕ.....	226

ВВЕДЕНИЕ

Категория достоверности и связанные с нею проблемы отражения и социального конструирования медиареальности занимают важное место в современных исследованиях. Диапазон подходов к возможности адекватного отражения действительности в журналистских текстах чрезвычайно многообразен и порой полярно противопоставлен – от признания за журналистикой способности консолидировать общество и изобразить жизнь во всей ее сложности и полноте до провозглашения полной «потери смысла» в пространстве СМИ. Эти взгляды опираются на философские доктрины, которые можно объединить в два больших лагеря – реалистов, признающих познаваемость реального мира, и конструктивистов, исходящих из того, что образ мира является конструкцией человеческого сознания. Мы следуем концепции В.А. Лекторского, предложившего свой вариант конструктивного реализма, согласно которому субъект в своей познавательной деятельности имеет дело с тем миром, который конструирует, при этом сконструированный мир является не фантастической конструкцией, а проекцией реального мира.

Достоверность сообщаемой информации – одна из наиболее острых тем, обсуждаемых на различных корпоративных площадках. Журналистика сегодня получила немало негативных номинаций – журналистика «секонд хэнд» (А.П. Короченский), фейковая журналистика (С.Н. Ильченко), журналистика постправды (Mediakritika.by). Все эти определения так или иначе связаны с категорией достоверности журналистского текста, а точнее – с нарушением базовых принципов и постулатов теории и практики журналистики, таких как достоверность, объективность, точность, полнота информации. Неслучайно, в ответ на вызовы времени появляются различные профессиональные и гражданские проекты под именем «фактчекинг», главная цель которых – верификация информации СМИ. В свете сказанного **актуальность исследования** обусловлена необходимостью теоретического

осмысления категории достоверности в сфере массмедиа и выявления ее специфики в практической деятельности журналистов. Актуальным представляется также междисциплинарный подход к проблемам достоверности журналистского текста, опирающийся на такие области научного знания, как философия, логика, эпистемология, лингвистика, журналистика, медиаправо, профессиональная этика.

Степень разработанности проблемы. В журналистике понимание достоверности опирается на традиционное представление о мире, сформированное в философии XIX в. и оценивающее образ реальности с точки зрения схожести объекта отображения самому описанию. Именно этот подход отражен в классических учебниках по теории журналистики, медиаправу, в деонтологических нормах российской и зарубежной журналистики, где требование к достоверности информации связывается с самой сущностью журналистики как вида социальной деятельности, предназначение которой – создать «адекватную картину мира», «панораму текущей жизни общества», «образ современности» (Е.Л. Вартанова, С. Н. Ильченко, С.Г. Корконосенко, А.П. Короченский, Г.В. Лазутина, Б.Н. Лозовский, В.В. Тулупов, Е.И. Пронин, Е.П. Прохоров, Л.Г. Свитич; J. Willis, Th. Willet).

Новые философские концепции привносят в понимание категории достоверности элементы субъективного и иррационального, расширяя границы реального и обнаруживая новые явления и характеристики. В новых подходах к образу мира, представленному в журналистских текстах, на первый план выдвигается субъект, ибо любая картина реальности – это результат интерпретации мира человеком, поэтому исследователи предпочитают говорить не об отражении действительности, а о создании реальности или ее конструировании (И.В. Анненкова, В.В. Богуславская, Н. Луман и др.). Журналистская картина мира – специальный объект исследования в докторской диссертации В.Д. Мансуровой, где разрыв между реальностью и медиасобытием объясняется появлением новых

информационных технологий, создающих условия для расширения предметной области СМИ. Исследование В.Д. Мансуровой демонстрирует плодотворность концепции В.Д. Лекторского, согласно которой признание журналистской картины мира конструктом, не тождественным реальности, отнюдь не отрицает самой реальности.

Значение достоверности в лингвистике непосредственно связано с субъективной, или эпистемической, модальностью и модусными смыслами, позволяющими не просто описывать мир «как он есть», но представлять образ мира, пропущенный через призму сознания говорящего. Исследованием модальных значений занимались и продолжают активно заниматься отечественные и зарубежные ученые (Н.Д. Арутюнова, Ш. Балли, А.В. Бондарко, Е.И. Беяева, Т.В. Булыгина, А. Вежбицкая, В.В. Виноградов, Г.А. Золотова, И.М. Кобозева, Г.В. Колшанский, Е.В. Падучева, В.З. Памфилов, В.А. Плунгян, А.Д. Шмелев, Т.В. Шмелева; L.P. Anderson, F.R. Palmer, Th. Willet), на чьи разработки мы опираемся при выявлении языковых/речевых маркеров достоверности.

Концептуально значимой для нашего исследования является монография Н.Н. Панченко «Достоверность как коммуникативная категория», посвященная характеристике достоверности как интердискурсивного явления, имеющего свои особенности в различных видах дискурса (политическом, научном, юридическом, художественном, массмедийном).

В последние несколько лет появилась целая серия научных публикаций, обращенных к проблемам достоверности, объективности, точности журналистской информации, в которых признается относительность журналистских «истин», «правд» и вариативность картин мира, представленных в медиатекстах (А. Васильева, Н.Н. Довнар, Л.Р. Дускаева, В.В. Зубец, И.В. Ильина, Е.Ю. Ильинова, Е.А. Кожемякин, Л.М. Майданова, Е.А. Мельникова, Мультимедийная журналистика-2017, В.А. Салимовский, Е.В. Сарафанникова, А.С. Смолярова, Т.А. Туркова,

В.В. Хорольский, Г.В. Чевозерова, Э.В. Чепкина, М.Г. Яковлева). Вместе с тем отсутствуют монографические исследования, целенаправленно изучающие специфику категории достоверности в журналистских текстах.

Гипотеза. Исследование базируется на предположении о том, что через призму категории достоверности и тесно связанных с ней категорий информативности, точности и объективности можно выявить специфику журналистских текстов в аспекте соответствия объекта отображения самому описанию. Создаваемая журналистикой картина мира, с одной стороны, беднее, проще, схематичнее реальной действительности, а с другой – шире и сложнее ее, поскольку в пространстве СМИ материализуются явления, не имеющие аналогов в самой действительности (фактоиды, газетные «утки», фейковые новости, «симулякры»). Поэтому журналистика в разных своих форматах и жанровых формах не только отражает реальность, но и конструирует особую действительность.

Объектом исследования выступает междисциплинарная категория достоверности и связанные с ней частные категории точности, информативности, объективности, преломленные в журналистском дискурсе.

Предмет исследования – репрезентация этих категорий в журналистских текстах и журналистских практиках, а также способы проверки журналистской информации с точки зрения ее достоверности.

Эмпирическую базу исследования составили:

- российские печатные газеты и журналы: «Комсомольская правда» (2011, 2013-2016), «Российская газета» (2013-2017), «Аргументы и факты» (2013-2017), «Московский комсомолец» (2014-2017), «Коммерсант-Деньги» (2014), «Огонек» (2014), «Русский репортер» (2014), «Новая газета» (2015-2017), «Завтра» (2015-2016), «Известия» (2015-2016), «Ведомости» (2016), «Спорт-Экспресс» (2016), «Жить-быть. Белгород» (2016) и др.;
- интернет-СМИ: «Эксперт» (2013), «РБК» (2015-2016), «Медуза» (2015-2017), «Fonar.tv» (2015), «Republic» (2015), «Коммерсант.ru» (2016),

«Лента.ру» (2016-2017), «Газета.Ру» (2016-2017), «Сноб» (2016), «БелПресса» (2016), интернет-канал «Это Белгород» (2016) и др.;

- телевизионные каналы: ВГТРК «Белгород» (2015), «360» (2015), «Первый канал» (2016), НТВ (2016), «LifeNews» (2016), «Эхо Москвы» (2016), «Мир Белогорья» (2016);

- информационные агентства: ИТАР-ТАСС (2014-2015), «Российское информационное агентство» URA.RU (2014), ТАСС (2016), РИА Новости (2016), Russia Today (2017);

- зарубежные СМИ: «The New York Times» (2014-2016), UNN (2014), BBC (2014), «Українська правда» (2014), «The Guardian» (2016), «New York Magazine» (2016);

- интернет-ресурсы, посвященные фактчекингу: FakeCheck, FactCheck.org, PolitiFact.com, The Fact Checker, First Draft, HARO, HackPack.press, Pressfeed, «МастерСМИ», портал для родителей «Научи хорошему», «Газета о газетах», «Понимание медиа» (спец. выпуск журнала «ОНОНАС», № 09 (33), 2016).

С целью исследования специфики репрезентации категории достоверности в современных медиатекстах проанализированы материалы российских и зарубежных СМИ, освещавших следующие события: 1) катастрофу пассажирского самолета Boeing 777 в Донецкой области (2014); 2) нападение мигрантов на женщин в Кельне (2016); 3) убийство пациента белгородским врачом (2016), 4) допинговый скандал (2015-2017). Всего в эмпирическую базу вошли более 2 000 публикаций различных жанров.

Теоретико-методологической основой исследования послужили труды российских и зарубежных ученых в области:

- ✓ *теории журналистики, правовых основ журналистики и профессиональной этики:* С.Г. Корконосенко, А.П. Короченский, Г.В. Лазутина, Б.Н. Лозовский, Л.М. Майданова, Е.П. Прохоров, В.И. Сапунов, Л.Г. Свитич, В.В. Тулупов; J. Willis, Th. Willet и др.;

✓ *философии, логике, эпистемологии*: А.А. Ивин, И.Т. Касавин, В.А. Лекторский, Н. Луман, Л.А. Микешина, А.Л. Никифоров, С.В. Никоненко, А.В. Панин, В. М. Пивоев, А.Г. Спиркин, А. И. Уемов и др.;

✓ *эпистемической модальности*: Н.Д. Арутюнова, Ш. Балли, Е.И. Беляева, А.В. Бондарко, Т.В. Булыгина, И.Т. Вепрева, В.В. Виноградов, Н.А. Козинцева, Е.В. Падучева, В.З. Панфилов, А.Д. Шмелев, Е.И. Шейгал; L.P. Anderson, F.R. Palmer, Th. Willet и др.;

✓ *теории медиатекста и медиадискурса*: М.Р. Желтухина, Е.Ю. Ильинова, С.Н. Ильченко, М.Ю. Казак, В.И. Карасик, Е. А. Кожемякин, Н.И. Клушина, А.В. Олянич, Н.Н. Панченко, А.В. Полонский, В.В. Хорольский, Т.В. Чернышова и др.;

✓ *картины мира и медиакартины мира*: И.В. Анненкова, В.В. Богуславская, М.Н. Володина, Е.Н. Ежова, М.А. Кормилицына, И.В. Рогозина, О.Б. Сиротинина, Г.Я. Солганик и др.;

✓ *теории речевых и журналистских жанров*: М.М. Бахтин, В.В. Дементьев, Л.Р. Дускаева, Л.Е. Кройчик, В.А. Салимовский, А.А. Тертычный, Т.В. Шмелева и др.

Цель исследования – выявление специфики категории достоверности в современных журналистских текстах в теоретическом и практическом аспектах. Эта цель предполагает решение следующих **задач**:

1. Определить природу достоверности как междисциплинарной категории, имеющей свою специфику в философии, эпистемологии, лингвистике, журналистике.

2. Охарактеризовать достоверность как многоаспектную категорию, которая проявляется в журналистских текстах во взаимоотношении с категориями информативности, точности и объективности.

3. Классифицировать языковые / речевые показатели достоверности, репрезентированные в журналистских текстах, и соотнести их со шкалой достоверности.

4. Выявить специфику журналистских текстов в аспекте отражения / конструирования действительности.

5. Описать на шкале достоверности такие речевые жанры, как слухи и фейки.

6. Осуществить мониторинг медиакритических оценок достоверности современной журналистики со стороны профессионального сообщества.

7. Разработать способы оценки журналистской информации с точки зрения ее достоверности.

Научная новизна исследования заключается в том, что:

- выявлена специфика категории достоверности, которая предстает в журналистских текстах в тесном взаимодействии с частными категориями информативности, точности и объективности, объединенных понятием факта;

- установлено, что в журналистском дискурсе вырабатываются относительные величины, базирующиеся на тесном взаимодействии разных типов информации, точности / приблизительности, объективности / субъективности, которые нуждаются в оценке достоверности;

- определены особенности вербальной репрезентации значений достоверности в журналистских текстах;

- охарактеризованы слухи и фейки как речевые жанры, занимающие позиции проблематической достоверности и абсолютной недостоверности;

- описаны фактчек-проекты, которые разрабатываются авторитетными СМИ и популярными интернет-ресурсами для разных целевых групп;

- разработаны способы оценки журналистской информации с точки зрения ее достоверности.

Методика исследования носит междисциплинарный характер. В работе используется *метод научного описания*, построенный на приемах сбора информации, наблюдения, обобщения, сопоставления и классификации эмпирического материала. *Дискурсивный анализ* важен при осмыслении экстралингвистических основ репрезентации категории достоверности. С целью выявления качественно-количественной специфики репрезентации

медиасобытий применялся *контент-анализ*. С помощью *лингвостилистического анализа* определялись языковые и речевые маркеры достоверности в текстах. При уточнении семантики слов и выражений использовались приемы *анализа словарных значений*.

Положения, выносимые на защиту:

1. Достоверность как общенаучное понятие используется для обозначения обоснованности и доказательности знания. Являясь относительным понятием, достоверность существует в рамках определенной картины мира, градуируется по степени полноты истинной информации, требует верификации и подтверждения практикой. Новые философские воззрения, привносящие в понимание категории достоверности элементы субъективного и иррационального, позволяют объяснить механизмы отражения мира в журналистике. С одной стороны, медиакартина мира не может быть точной копией самой действительности, поскольку отраженная реальность всегда упрощается и схематизируется, преломляясь через субъективно-личностную позицию журналиста. С другой стороны, медиакартина мира включает в себя явления, не имеющие аналогов в самой действительности (фактоиды, газетные «утки», фейки и т. д.). Поэтому можно констатировать, что создаваемая журналистикой картина мира не только отражает, но и конструирует особую социокультурную реальность.

2. Являясь многомерной категорией, достоверность проявляется через частные категории информативности, точности и объективности. Критериями достоверности в журналистских текстах считаются ссылки на источники информации, цитирование участников, свидетельства очевидцев событий, использование документально подтвержденных сведений. К критериям точности относят даты, числовые номинации, статистические данные, терминологию, специальную лексику, собственные имена (названия лиц, топонимы, хрононимы, наименования учреждений и т. п.). Показатели объективности опираются на непредвзятое освещение событий, плюрализм мнений, аргументированность позиции журналиста, обращение к

авторитетным источникам информации и их ранжирование по степени надежности. Все эти маркеры (тип информации, точность, объективность) пересекаются и взаимодействуют как в семантическом пространстве достоверности, так и в качестве самостоятельных категорий.

3. Языковые/речевые маркеры достоверности распределяются на единой модальной шкале, где крайними точками выступают значения нейтральной (безусловной, имплицитной) достоверности и абсолютной недостоверности. Между ними градуировано размещаются значения категорической достоверности и проблематической достоверности. Многоуровневые средства выражения достоверности позволяют дифференцировать знания и мнения, утверждения и предположения, гипотезы и прогнозы.

4. Категорическая и проблематическая достоверность выводит на первый план человека, осуществляющего рациональную оценку истинности сообщаемого. Через модальную рамку категорической достоверности репрезентируется субъект, берущий на себя ответственность за высказывание, человек справедливый, открытый, уверенный или нетерпимый, агрессивный. Вербальные показатели проблематической достоверности (вероятность, видимость, возможность, кажимость, сомнительность, неуверенность) могут репрезентировать субъекта, снимающего с себя ответственность за сообщаемое, человека, сомневающегося в источниках информации или полноте своих знаниях. Вместе с тем смягченная достоверность формирует в тексте толерантную тональность.

5. Слухи как речевой жанр занимают позицию проблематической достоверности, они могут быть достоверными / недостоверными, правдоподобными / неправдоподобными, преднамеренными / непреднамеренными, серьезными / шутивными. Фейки, как правило, связываются с возможностями новых медиа фальсифицировать, мистифицировать, пародировать, разыгрывать аудиторию. Наряду со

значением недостоверной и непроверенной информации, в понятие фейка закладывается способность аудитории сравнивать и квалифицировать настоящие и «ненастоящие» новости.

6. Мониторинг печатных и электронных изданий за 2015-2017 гг. выявил отношение журналистов-практиков к качеству информации, предлагаемой современными СМИ. К основным факторам, деформирующим главные постулаты журналистики, журналисты относят: (1) объективную невозможность отразить во всей полноте реальную действительность, (2) коммерциализацию прессы, (3) нацеленность СМИ на развлечение, (4) тенденцию современных СМИ к раздуванию сенсаций и конфликтов, (5) приоритет оперативности над точностью, (6) использование анонимных источников и непроверенной информации, (7) фейковость современной информационной среды, (8) снижение профессионализма в среде журналистов. Среди причин распространения дезинформации называют также пропаганду, политическое влияние на СМИ, личную выгоду.

Теоретическая значимость работы состоит в определенном вкладе в описание общенаучных категорий достоверности и объективности с проекцией на теорию журналистики. Результаты исследования уточняют медиакритические практики и техники оценки достоверности информации в журналистских текстах.

Практическая значимость исследования заключается в том, что результаты и выводы диссертации могут быть использованы на факультетах журналистики в практике преподавания дисциплин, таких как «Основы теории журналистики», «Основы журналистской деятельности», «Профессиональная этика», «Современные медиатексты», «Язык и стиль СМИ», дисциплин медиакритической направленности. Результаты исследования могут применяться журналистами-практиками для проверки информации на истинность.

Апробация работы. Основные положения и выводы исследования были изложены в докладах на 5 международных и 2 всероссийских научных

конференциях в Белгороде (2014, 2015, 2016, 2017), Москве (2016), Воронеже (2016), Ставрополе (2016).

Результаты исследования нашли отражение в 15 публикациях, в том числе в четырех статьях в изданиях, входящих в перечень Высшей аттестационной комиссии при Министерстве образования и науки Российской Федерации. Общий объем публикаций 7,8 п. л. (авт. 6,45 п. л.).

Структура работы. Диссертация состоит из Введения, двух глав, Заключения, Списка научной литературы, Списка источников, Приложения.

Глава I. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ КАТЕГОРИИ ДОСТОВЕРНОСТИ

1.1. Категория достоверности в философии и эпистемологии

Понятие «достоверность» функционирует в различных сферах научного знания, таких как философия, логика, эпистемология, лингвистика, а для теории и практики журналистики выступает принципиально важным понятием. Одной из актуальных задач нашего исследования является определение содержания термина «достоверность» в качестве как универсального общенаучного понятия, так и специфического его проявления в массмедиа. В связи с этим необходимо выяснить, как объективируется категория достоверности в различных системах знания, описать взаимоотношения между истиной, достоверностью и знанием.

Проблема истины и истинности. В философии понятие «достоверность» всегда было тесно связано с понятиями «истина» и «знание» и часто употребляется в одном ряду синонимичных слов¹. Истина относится к важнейшим понятиям в общей системе мировоззренческих проблем и стоит в одном ряду с концептами «справедливость», «добро», «смысл жизни» [Алексеев, Панин 2003: <http://>]. Любая концепция истины так или иначе опирается на классическое определение, данное Аристотелем в «Метафизике»: «В самом деле, говорить, что сущее не существует или не сущее существует, это – ложь, а говорить, что сущее существует, и несущее не существует, это – правда» [Тарский 1972: 137-138]. Аристотелевское определение истины приложимо к высказываниям, которые сообщают о том, «что это есть» или «что этого нет», поэтому истинность высказывания состоит в «соответствии познающей мысли реальности» [Куликов 2004: 4]. Этим толкованием закрепляется связь истины с познающим ее субъектом.

¹ «Достоверный – не подлежащий сомнению, истинный» [Кондаков 1971: 144]; «Достоверность – правильное, точное, не вызывающее сомнений, отображение мыслью предметов и явлений окружающего мира; проверенное практикой знание» [Кондаков 1971: 144].

Обычно истину определяют как соответствие между нашей мыслью и действительностью или как соответствие знания объекту. В философских исследованиях истина есть *«адекватная информация об объекте, получаемая посредством его чувственного или интеллектуального постижения либо сообщения о нем и характеризуемая с точки зрения ее достоверности»*. Соответственно, истина существует не как объективная, а как субъективная, духовная реальность в ее информационном и ценностном аспектах [Сpirкин 2005: 419; Постовалова 2008: 51]. В энциклопедии «История философии» истина трактуется как «универсалия культуры субъект-объектного ряда, содержанием которой является оценочная характеристика знания в контексте его соотношения с предметной сферой, с одной стороны, и со сферой процессуального мышления – с другой» [История философия 2002: 393].

Современная трактовка истины, которую разделяют большинство философов, включает в себя несколько аспектов: (1) понятие «действительность» понимается как объективная реальность, существующая до и независимо от нашего сознания, как состоящая не только из явлений, но и из сущностей, скрывающихся за ними; (2) в понятие «действительность», наряду с объективной, входят также субъективная действительность и духовная реальность; (3) познание и его результат – истина, а также сам объект понимаются как неразрывно связанные с предметно-чувственной деятельностью человека, с практикой; объект задается и проверяется через практику; (4) истина есть не только статичное, но и динамичное образование, соответственно, истина есть и результат, и процесс [Алексеев, Панин 2003: <http://>].

Тот факт, что «истина есть адекватное отражение реальности в динамике ее развития», придает ей особую ценность, ибо «истинные знания дают людям возможность разумно организовывать свои практические действия в настоящем и предвидеть грядущее» [Сpirкин 2005: 421]. Следовательно, истина есть «объективно верное идеальное воспроизведение действительности в сознании человека», истина – не только достигнутый результат в виде суждений, понятий, теорий, но и «процесс движения от

незнания к знанию, от менее глубокого ко все более глубокому знанию». Поэтому истина не может рассматриваться как что-то застывшее или неизменное отображение действительности [Кондаков 1971: 188].

В работах по философии выделяют несколько видов истины: абсолютную и относительную, объективную и субъективную, вероятностную, аксиологическую [Кондаков 1971; Пивоев 2008; Спиркин 2005].

Абсолютной истиной называют недостижимый для человеческого познания идеал. Тем не менее абсолютные истины существуют, к ним относят достоверно установленные факты, даты событий, рождения и смерти и под. Абсолютная истина – максимально объективная, точная, полная информация об объекте, не ограниченная областью ее применения [Кондаков 1971: 189]; *«это такое содержание знания, которое не опровергается последующим развитием науки, а обогащается и постоянно подтверждается жизнью»* [Спиркин 2005: 426].

Научные знания, в том числе точные и достоверные, носят относительный характер, т. к. любой объект познания неисчерпаем и постоянно изменяется. «Относительность знаний заключается в их неполноте и вероятностном характере. Истина относительна, ибо она отражает объект не полностью, не целиком, не исчерпывающим образом, а в известных пределах, условиях, отношениях, которые постоянно изменяются и развиваются. *Относительная истина есть ограниченно верное знание о чем-либо»* [Спиркин 2005: 424]. По мере прогресса познания человек преодолевает относительность истины, хотя полностью ее не устраняет.

Объективная истина определяется в специальных словарях как «верное и подтвержденное практикой отражение предметов и явлений действительности» [Кондаков 1971: 189], независимое от человека и человечества содержание знания. К объективной истине ученые приходят в результате многократных проверок ее достоверности. Вместе с тем абсолютная объективность недостижима даже в научном познании, и следует

говорить скорее не об абсолютизации объективного и субъективного, а их взаимодействии [Макаров 2003: 45].

Больше всего сложностей возникает при характеристике субъективной истины, с которой связывают следующее: (1) истина выражается в актах человеческой психики, (2) содержание истины неточно на разных этапах овладения истиной, (3) субъективность истины состоит в ее неполноте, (4) истина ограничена условиями ее значения [Кондаков 1971: 189].

Вероятностной называют истину, «достоверность <степень веры или уверенности> которой может быть оценена в процентах или иных условных количественных показателях». В обыденной жизни люди чаще пользуются вероятностными истинами, в науке стараются использовать только те истины, «чья достоверность оценивается в 100 процентов. Однако в гуманитарных науках вероятностные истины вполне могут использоваться, например, в аксиологических исследованиях» [Пивоев 2008: 73].

Аксиологические истины связаны с ценностной картиной мира, потребностями индивидов и социальных групп.

Истина и правда. В русле аксиоматики важное значение приобретает соотношение понятий «истина» и «правда», исследованием которых занимались Н. Д. Арутюнова, Т. В. Булыгина, И. Б. Шатуновский, А. Д. Шмелев и др. Понятие «истина» имеет различное наполнение в зависимости от контекста (научное знание, житейское знание, религиозное сознание, художественная сфера и др.). Рациональную истину узнают или открывают, она должна быть доказана, она создает «мир понятий и фактов, законов и моделей, находящихся в регулярном отношении к действительности и определяемых ею» [Арутюнова 1991: 24].

Понятие «правда» является ключевым понятием русской культуры [Арутюнова 1995: 7], которая определяется как «истина человека», неотделимая от этических коннотаций [Человеческий фактор в языке 1992: 19]. Являясь нравственным понятием, правда объединяет в себе истинностную и этическую оценки, ср.: правда – это ‘искренность’ + ‘истинность’ [Шатуновский 1991: 35].

Ученые отмечают, что во всех употреблениях слова «правда» присутствует человеческий фактор, поэтому говорят – *объективная истина*, но не говорят – *объективная правда*. «Правда» обозначает такие смыслы, которые связаны не с объективными, а с субъективными причинами, связаны с действиями людей, «искажающих, скрывающих или не смеющих сказать истину. Поэтому наука ищет истину, независимую от человека, в то же время искусство показывает (если показывает) нам правду жизни» [Шатуновский 1991: 35]. Истина соотносится с гносеологической категорией, характеризующей содержание знания, в то время как правда – с онтологической категорией, отражающей отношение человека к истинному знанию. Поэтому правдивость – «ценностная характеристика языковой личности», истинность – «ценностная характеристика суждения» [Панченко 2010: 83]. Истина «у всех одна», правда же есть градуированное понятие, распределенное между множеством сфер жизни. Концепты истины и правды локализованы в принципиально разных пространствах: «Истина <с большой буквы> относится к Божественному миру, истина и истинность – к эпистемическому пространству, правда – к миру человека» [Арутюнова 1991: 30].

Другие оппозиции, которым уделяют внимание в философских исследованиях, – это противопоставление *истины* и *заблуждения*, *истины* и *лжи*. Как свидетельствует история познавательной деятельности, человек может достичь истины только путем проб, крайностей, заблуждений, ошибок. В отличие от истины, заблуждение есть «несоответствующее, неправильное, одностороннее отражение предметов, явлений в сознании человека» [Кондаков 1971: 155]. Заблуждение имеет реальный источник, «земное» основание, поэтому оно «представляет собой нежелательный, но правомерный зигзаг на пути к истине [Спиркин 2005: 421]. Заблуждение нельзя отождествлять с ложью, т. е. с намеренным, сознательным извращением, искажением подлинного положения вещей, имеющим целью ввести кого-либо в обман [Кондаков 1971: 279]. Ложью может быть как измышление о том, чего не было, так и сознательное сокрытие того, что

было; источник лжи возможен в логически неправильном мышлении и выводах. С нравственной точки зрения заблуждение есть «добросовестная неправда», обман – «недобросовестная неправда», однако немало примеров, когда «ложь во спасение» выступает нравственно оправданным действием [Спиркин 2005: 423].

Концепции истины. В разные периоды развития философской мысли возникали различные концепции истины (см. историю вопроса: [Лебедев, Коськов 2014; Лекторский 2009; 2012; Никоненко 2003; Спиркин 2005]). Представим эти подходы суммарно (терминологические обозначения далеко не всегда совпадают).

В *корреспондентской теории* под истиной понимается абсолютное и полное соответствие (или «тождество») содержания знания об объекте самому объекту (его «копия»). Данную концепцию также называют аристотелевским пониманием истины в честь ее создателя. К основным представителям теории относятся Аристотель, Дж. Локк, французские материалисты XVIII в.

В понимании *когерентной теории* истина есть логическое соответствие некоторого высказывания другим высказываниям, уже принятым за истинные. Процесс логического выведения одного высказывания из других, принятых за истинные, называется логическим доказательством истинности. К основным представителям и разработчикам данной теории могут быть отнесены Г. Лейбниц, Б. Рассел, Л. Витгенштейн.

В рамках *конвенционалистской теории* истина понимается как конвенция, условное соглашение об адекватности (истинности) некоторого высказывания своему предмету. К представителям данной теории относятся А. Пуанкаре, П. Дюгем, Р. Карнап.

Истина в *прагматистской теории* есть высказывание, теория, концепция, принятие которых приносит практическую пользу, эффективное решение имеющихся проблем. К основным представителям относятся Ч. Пирс, Дж. Дьюи, Р. Рорти.

В *инструменталистской теории* истина есть знание, представляющее собой описание некоторой совокупности действий (операций), ведущих к достижению определенной (конкретной) цели или решению конкретной задачи. Основные представители данной теории – П. Бриджмен, Ф. Франк.

В *консенсуалистской теории* истина есть результат длительных когнитивных коммуникаций (или «переговоров») между представителями определенного сообщества, результатом которых является достижение когнитивного консенсуса между членами данного сообщества о признании определенных высказываний в качестве истинных. Основными представителями данной теории являются М. Малкей, Г. Лаудан, С. Уолгар.

С точки зрения *интуитивистской теории* истина есть такое знание, содержание которого интуитивно очевидно опытному исследователю и не нуждается в каком-либо дополнительном эмпирическом обосновании или логическом доказательстве. Приверженцами данной теории были Р. Декарт, Г. Галилей, И. Кант, А. Гейтинг, А. Бергсон.

В *эмпиристской теории* истина понимается либо как констатация данных наблюдения, либо как общее знание, следствия которого подтверждаются данными наблюдения и эксперимента. К представителям данной теории относятся Ф. Бэкон, И. Ньютон, Э. Мах, Г. Рейхенбах.

Трактовка истины в рамках *психологистской теории* достаточно проста: истина есть такое знание, в адекватность которого верят. Основные представители данной теории – М. Планк, М. Фуко, Т. Кун.

В *постмодернистской теории* истина понимается как знание, которое временно и условно принимается за адекватное, определенное и безусловное. Ее представители Ж. Деррида, Ж. Лакан, Р. Барт.

Как следует из философских установок, для разграничения, с одной стороны, истины, а с другой – мнений, гипотез и заблуждений, выдвигались очень разные критерии: *адекватность, эмпирические данные, логические доказательства, уверенность/вера в достоверности, реализуемость на практике, ясность и отчетливость мыслимого, общезначимость,*

полезность, конвенциональность как результат переговоров и др. В современных исследованиях для ответа на вопрос об истинности знания важным оказывается тип познания (научное, житейское, художественное), сфера знаний (естественные науки, гуманитарные и социальные науки), соотношение знания и веры, объективных и субъективных факторов, роли человеческого фактора и интуитивных методов в познавательных процессах. На эти и другие методологически важные вопросы могут предлагаться радикально противоположные ответы.

Дискуссия о достоверности. В процессе обсуждения философами и логиками вопросов о том, что есть истина и каким образом можно получить истинное знание об окружающей действительности, возникла дискуссия о достоверности и ее отношении к истинному знанию. Категория «достоверность» впервые появилась в творчестве Сократа и софистов. Признавая недостижимость универсального знания, Сократ создает учение о логическом определении, выражающем чистое значение слова (истину), которое является исключительно логическим и не доступным чувственному восприятию [Лебедев 2008: 33]. Под влиянием идей Сократа, Платон проводит теоретический анализ достоверности. В его понимании, достоверность вторична по отношению к высказыванию, так как она содержит только мнение, а не знание. Таким образом закрепилась второстепенность, «служебность» достоверности по отношению к истинности. И только в XIX в. Гегель переосмысливает концепцию достоверности Платона. В своей теории диалектической логики он говорит о достоверном знании как необходимом этапе развития идеи, понимая достоверность как субъективную категорию, а деятельность мышления в поисках истины как «снятие» этой субъективности. Прогрессивная идея Гегеля стала толчком для развития логических исследований истины и достоверности. Вследствие гегелевских идей доказывалось существование степеней истины [Милль 1914; Фреге 1987], а достоверность из разряда служебных категорий становится частью логического объема категории

«истина». В философии начала XX в. проблема достоверности тесно связывается с эпистемологической проблематикой и провозглашается важной категорией теории познания и логики.

Особый интерес для современного понимания категории достоверности представляет концепция, предложенная австрийским философом и логиком Л.О. Витгенштейном в заметках его последних лет, которые впоследствии были опубликованы под общим названием «О достоверности». Именно с именем Л.О. Витгенштейна философы связывают окончательное укоренение категории «достоверность» в качестве первичной по отношению к категории «истина».

Отправной точкой размышлений Л. О. Витгенштейна стало его участие в дискуссии Д. Мура и Н. Малкольма. Поводом для дискуссии послужила публикация статьи Д. Мура «Защита здравого смысла», в которой утверждалось, что субъект может сам судить о том, что он знает на уровне саморефлексии, и выражать свое знание утверждением «я знаю». Именно это утверждение попытался опровергнуть Л. О. Витгенштейн: «Нам неясно как раз то, насколько специализированно употребление слов «Я знаю» <...> Ведь кажется, будто «Я знаю...» описывает некое положение дел, как бы удостоверяющее, что то, о чем знают, есть факт. При этом постоянно забывают о выражении «Я полагал, что знаю» <...> То есть неверно, будто из высказывания другого человека «Я знаю, что это так» можно умозаключить: «Это так» <...> Сначала нужно доказать, что он это знает. Должно быть *доказано*, что исключена ошибка» [Витгенштейн 1991: 68].

По Витгенштейну, сообщение можно признать достоверным, во-первых, в том случае, если показана процедура его получения и условия, при которых оно будет считаться достоверным (факт должен быть установлен объективно). Во-вторых, уверенность субъекта познания в достоверности сообщаемого, выраженная в языке формулой «я знаю», демонстрирует лишь то, что субъект верит в то, что сообщает. Утверждения о действительности делаются с различной степенью уверенности [Витгенштейн 1991: 72]. В-третьих, категория достоверности существует в рамках определенной картины мира, которую

субъект обретает путем социокультурного опыта. Именно с опорой на этот опыт происходит подтверждение и опровержение неких предположений субъекта, в том числе и на уровне языка. В-четвертых, категория достоверности всегда сопровождается процедурой проверки и доказывания, что выводит на проблему субъективной и объективной достоверности. Объективная сторона достоверности тяготеет к логике и процедуре верификации в целом, а субъективная сторона тесно связана с самой природой познания. Таким образом, по отношению к истине и истинностному знанию категория достоверности проходит путь от признания ее второстепенности (Платон), затем трансформации в часть логического объема истины (Гегель) до первичности по отношению к истине (Витгенштейн) и статуса важнейшей категории эпистемологии, логики, философии.

В рамках гносеологического подхода различают объективную и субъективную достоверность. В. М. Пивоев связывает объективную достоверность с рациональным естественнонаучным и техническим знанием, которое выводится через детерминированность, проверяемость на практике, объективность, общезначимость, универсальность, дифференцированность, материальную предметность, практическую полезность. Причем подтвердить такое знание могут незаинтересованные свидетели. Субъективная же сторона достоверности связывается с духовной субстанцией, иррациональным знанием, критериями которого являются синхронная обусловленность, убедительность, вероятностный релятивизм, уникальность или оригинальность, целостность, идеальный характер, ценностный смысл, в котором выражена опосредованная связь с потребностями. Особенность такого знания в том, что его не могут подтвердить посторонние [Пивоев 2010: 68].

Истинность и достоверность: общее и особенное. Проблема разграничения понятий «истинность» и «достоверность» часто поднимается в современных эпистемологических исследованиях. Исследователи устанавливают следующие различия:

1. Истинность очевидна, достоверность же всегда требует проверки.

2. Истинность соотносима с адекватностью знаний реальности, достоверность – с соответствием знаний реальности.

3. Истинность объективна, достоверность – всегда относительна.

4. Истинность относится к пространству реальности, достоверность тяготеет к когнитивной вере.

5. Истинность всегда самодостаточна, достоверность всегда требует верификации.

6. Истинность несомненна, достоверность же оставляет возможность сомнения.

7. Истинность можно приравнять к априорности, достоверность – к телеологичности [Пивоев 2010: 69-70].

Сущность данных понятий исследуется в работе [Панченко 2010: 80-91], где устанавливаются следующие различия между истинностью и достоверностью:

- истинность – «сугубо логическая категория, не соотносимая с прагматическими факторами», достоверность – прагматическая категория, обусловленная «фактором присутствия в коммуникации носителя истины» (с.с. 84-85);

- истинность – понятие поляризованное (либо истинно, либо ложно), достоверность подвергается градуации от нуля или минимальной степени до максимальной степени достоверности;

- истина может существовать независимо от субъекта как носителя истины; истинность информации не подлежит верификации и не требует дополнительных доказательств; достоверность же должна быть установлена, верифицирована, подтверждена эмпирически и практикой;

- истинность – категория теоретического мышления, достоверность важна для практического мышления, связанного с чувственным восприятием, опытом и интуицией. В понятии достоверности совмещаются два плана – «соответствие реальному положению вещей в

мире» и субъективная уверенность говорящего в адекватной интерпретации данного соответствия.

Итак, категория достоверности всегда связана с человеком, носителем истины; с соответствием сообщаемых сведений реальности и уверенностью говорящего в адекватности сообщаемого. Поэтому достоверность градуируется «по степени полноты истинной информации», она должна быть установлена, верифицирована, подтверждена практикой и теорией.

Проблемы достоверности в эпистемологии. В теории познания, иначе – гносеологии (греч. *gnosis* ‘познание, знание’) или эпистемологии (греч. *episteme* ‘знание, умение’), термин «достоверность» используется для обозначения бесспорности и доказательности знания, для разграничения знания и мнения. Понятия знания и истины тесно взаимосвязаны: «знание – это то, что оценивается как истина, а истина – это необходимый атрибут знания» [Кудашов, Петров 2012: 113], при этом критерием, который отличает знание от гипотезы и мнения, выступает достоверность [Пивоев 2008: 72].

Приведем высказывание Н. О. Лосского (1870-1965), одного из наиболее плодовитых русских философов, в 1922 г. высланного из России в числе других идеологически неугодных представителей науки и искусства: «Если нам скажут, что такого знания, постигающего действительную жизнь, нет, что наше знание имеет только *символический* характер, что мы познаем не самую вещь, а лишь *действие ее* на нас, или если нам скажут, что познаваемый нами мир есть только *мир наших представлений*, мир явлений, разыгрывающихся по законам нашего ума, то этого рода знание нас не удовлетворит: нам душно в узкой сфере Я, мы хотим выйти в безбрежное море действительности, как она существует независимо от свойств нашего Я» [Лосский 1906; цит. по: Спиркин 2005: 379]. В этих словах сфокусированы основные проблемы теории знания и познания: способны ли мы постичь окружающий мир или вынуждены довольствоваться миром субъективных переживаний, фактами собственного сознания, фантомами и симулякрами.

Начиная с Платона, знание наделяется характеристиками, такими как истинность (т.е. соответствие реальному положению дел), обоснованность, верифицируемость, мнение определяется негативно, «как то, что не удовлетворяет критериям знания» [Дмитровская 2003: 47]. Знание «есть истинная информация об объективном положении дел, полученная из надежного источника. Иными словами, знание относится к той или иной реальности, существующей независимо от познания» [Лекторский 2012: 22]. Истинное знание в гносеологическом понимании должно обладать рядом признаков, которых нет у ложного: *простотой, красотой, ясностью, отчетливостью, внутренней непротиворечивостью* [Левин 2010: 64]. В более поздних исследованиях границы между знанием и мнением становятся зыбкими и размытыми (теория К. Поппера) или более тесными, как в аналитической философии, где знание включает в свой состав мнение либо содержит чувство уверенности – общий с мнением компонент [Дмитровская 2003: 47].

Философские доктрины, рассматривающие возможности постижения реальности и сущности знания, чрезвычайно многообразны (о чем уже шла речь в начале раздела), однако условно их можно сгруппировать в два или три больших лагеря. Так, в работе [Спиркин 2005: 385] характеризуются три основных подхода: оптимизм, скептицизм и агностицизм. Если оптимисты утверждают принципиальную познаваемость мира, то агностики ее отрицают, в то время как скептики, выражая сомнение в достоверности знания, не отрицают познаваемости мира в целом. В исследованиях Лекторского Владислава Александровича, российского ученого в области неклассической эпистемологии, чьей точки зрения мы придерживаемся, философские доктрины делятся на два больших лагеря – реалистов (позитивистов) и конструктивистов.

Представители реалистического направления, идущего от Платона, исходят из того, что образ мира, воссоздаваемый в сознании и речи, дает нам адекватную картину реальности. Критерием истинности знания выступает соотнесение вербальных высказываний с реальными событиями, при этом

«дискурс может быть истинным или ложным, с помощью дискурса коммуниканты могут транслировать объективные факты, вводить друг друга в заблуждение или заблуждаться» [Дубровская, Кожемякин 2015: 113].

Представители конструктивизма настаивают на том, что образ мира является конструкцией человеческой чувственности и разума. С точки зрения радикального конструктивизма, о реальности вообще говорить бессмысленно и от истины (в ее классическом понимании) следует отказаться. Основная идея конструктивизма состоит в том, что «знание что» может быть сведено к «знанию как»: вы знаете нечто о каком-либо предмете в том случае, если можете его построить [Лекторский 2009: <http://>].

В настоящее время конструктивизм пользуется широчайшей популярностью. Многие агностические идеи – от неопозитивизма до феноменологии, экзистенциализма, прагматизма и др. – восходят к философии Д. Юма и И. Канта [Спиркин 2005: 385]. В современной философии выделяют несколько разновидностей конструктивизма:

✓ конструктивизм как направление социологии и психологии. К нему относят работы Ж. Пиаже, Дж. Келли, Дж. Брунера, П. Бергера, Т. Лукмана, в которых прослеживается центральная идея этого направления – познание рассматривается не как отражение и репрезентация, а как активное построение образа познаваемых предметов в сознании субъекта: «События не приходят к нам и не говорят, что и как надо делать, – они просто идут своим чередом. Если что-то и управляет нашими мыслями и действиями, так это созданная нами структура» [Келли 2000: 185];

✓ радикальный конструктивизм, опирающийся на теорию чилийских биологов Ф. Варелы и Р. Матураны, признает, что познаваемый мир является целиком продуктом деятельности нашего мозга;

✓ социальный конструкционизм, ключевой идеей которого является понимание того, что конструирование мира происходит не субъективно в сознании каждого индивида, а осуществляется коллективно в процессе коммуникации и социальных практик. К влиятельным

конструктивистам относят представителей постмодернизма и постструктурализма. Важнейшей работой в конструктивистской теории является «Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания» П. Бергера и Т. Лукмана (1995).

Активное распространение идей конструктивизма и его популярность в современных научных течениях объясняется тем, что, выражая особенности современных наук о человеке, конструктивизм «схватывает ряд важнейших характеристик познавательной деятельности...» [Лекторский 2009: <http://>]. Исследователи отмечают, что классическая теория познания, идущая от античности, сформировалась в истории философии как «некий абстрактно-понятийный конструкт, предписывающий видеть и интерпретировать деятельность людей в субъектно-объектном ракурсе, опираясь на метафоры ума, зеркала, окуляра, исходя из идей отражения и репрезентации» [Микешина 2002: 29]. За ее пределами осталась огромная область иррационального, не соответствующая критериям объективности естественно-научного знания. Сегодня интерпретация познания как зеркального копирования считается неточной, более того, ошибочной. Философы отмечают, что «понимание отражения исключительно в смысле «зеркального отображения» в содержании сознания предметов и явлений внешнего мира сильно сужает значение этого понятия. Отражение не ограничивается воспроизведением реальности в содержании сознания, но предполагает размышление об этой реальности, направлено к ее активному отрицанию или защите» [Основы теории познания 2000: 186]. И хотя наука постоянно стремится к объективным истинам, тем не менее «объективное и субъективное, знание и вера в ней существенным образом переплетены ... Знание всегда подкрепляется интеллектуальным чувством субъекта, и предположения не становятся частью науки до тех пор, пока что-то не заставит в них поверить» [Философия: Энциклопедический словарь 2004]. Кроме того, предметом изучения становятся разные формы познания (научное, теоретические, практическое, гуманитарное, художественное, обыденное, специализированное), различные типы «вненаучного», дологического знания,

предзнания, интуиции [Ким 2009: 56; Микешина 2002: 56; Свитич 2003; Спиркин 2005], которые в классических концепциях рассматривались как не соответствующие надежным критериям обоснованности.

По В. А. Лекторскому, следует разрабатывать такую форму реализма, которая учитывала бы изменения в науках XX-XXI столетий, вбирала бы в себя новейшие результаты психологии, философии языка и когнитивных наук. Ученый соглашается с тем, что критика утилитарного понимания рационализма справедлива, так как представления о мире и способах его постижения, принимаемые ценности оказываются исторически и культурно обусловленными. Поэтому рациональность античной эпохи изменяется вместе с изменением ее научных и культурных оснований. Свой вариант реализма автор называет конструктивным реализмом, который, с точки зрения автора, «в определенном смысле снимает противостояние конструктивизма и реализма» [Лекторский 2009: <http://>; Лекторский 2012].

Принципы логики, являясь в большей или меньшей степени неизменными, образуют ядро рационального познания, и отказ от ядра рациональности означает погружение человека в хаос и лишение его свободы [Лекторский 2012]. Ученый расширяет область того, что можно отнести к реальному: «Реальность не только познается по-разному разными существами и одним и тем же существом в разное время. Существуют такие сферы реальности, которые в данное время не познаются никем, а возможно, никогда и никем не будут познаваться». Реальность представляет собой многослойное и многоуровневое явление, существуют «разные миры», каждый из которых реален (физический и субъективный мир, числа, теории, идеи) [Лекторский 2009: <http://>].

В концепции В. А. Лекторского проводится разграничение между реальными (существующими в пространстве и времени) и идеальными («квази-реальными») объектами. Последние «конструируются с помощью специальных процедур», и хотя не являются реальными, однако существуют «только по отношению к реальному существованию других объектов, как

наблюдаемых, так и ненаблюдаемых: материальная точка по отношению к реальному телу, идеальный газ в отличие от реального газа, идеальный атом в отличие от атома реального и т.д.» [Лекторский 2009: [http://](#)]. Ученый подчеркивает, что познание выявляет необходимые связи, присущие самой познавательной реальности, конструкции же (классификации) возможны лишь в том случае, если определенные свойства существуют реально: «Задача познания вообще и научного в частности и в особенности состоит в том, чтобы классификация опиралась на знание естественных необходимых связей между признаками» [Лекторский 2009: [http://](#)].

Важнейшим моментом в теории В. А. Лекторского является следующее положение. Познаваемая реальность не дается непосредственно познающему субъекту, она извлекается, и таким средством извлечения является «активная деятельность познающего», связанная как с чувственным опытом, так и с конструированием теорий. В своей познавательной деятельности субъект имеет дело с тем миром, который конструирует, но **этот сконструированный мир является частью, срезом, проекцией реального мира, а не фантастической конструкцией.** «Для того, чтобы обнаружить, открыть нечто реально существующее, исследователь должен знать его характеристики, знать, где и как его искать. Эти характеристики формируются («конструируются») с помощью теории». Реальные объекты, на любых уровнях абстракции, «не конструируются, а открываются» [Лекторский 2009: [http://](#)]. В рецензии на книгу В. А. Лекторского «Философия, познание, культура» (М., 2012) подчеркивается: «По сути дела, В. А. Лекторский задает некоторую программу дальнейшей разработки эпистемологии – программу, опирающуюся на два принципиальных положения: познание дает нам адекватную картину мира; но этот мир не абстрактная объективная реальность прежней эпистемологии, а мир человека, именно человека, а не муравья или собаки» [Никифоров 2013: [http://](#)]. По В. А. Лекторскому, «любая конструкция предполагает реальность, в которой она осуществляется и которую она выявляет и пытается

трансформировать. С другой стороны, реальность выявляется, актуализируется для субъекта только через его конструктивную деятельность». Что касается социальных институтов, субъективного мира человека, мира идеальных предметов, то все они являются продуктами человеческой деятельности, и поэтому «в некотором смысле конструкциями», что отнюдь не означает их нереальности. «Человек вообще создает такие предметы (как материальные, так и идеальные), которые как бы выходят из-под его контроля и начинают жить вполне самостоятельной реальной жизнью» [Лекторский 2009: <http://>].

Эпистемологический реализм, считает В. А. Лекторский, предстает в современных исследованиях в своих различных вариантах – «прямой реализм», критический реализм, «гипотетический реализм», научный реализм, референциальный реализм, конструктивный реализм, концепции экстернализма, реляйэбилизма и др. [Лекторский 2009: <http://>]. Так, основная идея эстернализма (Х. Патнэм) исходит из того, что содержание когнитивных состояний человека и социума определяется «не их субъективной переживаемостью, а отношением к внешней реальности» [Патнэм 2011, Лекторский 2009: <http://>]. В отличие от классического понимания знания, реляйэбилизм (от лат. «надежный») разводит понятия обоснованности и надежности знания: «Надежность определяется только отношением знания к реальности. Знание может быть надежным и тогда, когда владеющий им субъект не имеет объективных средств его обоснования. Это относится, например, к значительной части тех знаний, которыми мы пользуемся на уровне здравого смысла. ... На практике мы пользуемся достаточно надежными средствами получения знания, которые не являются абсолютно несомненными, но в нормальных условиях хорошо ориентируют нас в объективном мире» [Лекторский 2009: <http://>].

Реалистические предпосылки, по мнению В. А. Лекторского, присутствуют в некоторых вариантах социального конструкционизма, например, «массмедийной реальности» Н. Лумана [Луман 2005], концепции

«публичных арен» С. Хилгартнера и Ч. Л. Боска [Хилгартнер, Боск 2008: 73-94], теории общественного мнения Ж.-П. Пажеса [Пажес 1991: 107-115], теории «спирали молчания» Э. Ноэль-Нойман [Ноэль-Нойман 1996]. Проблемы истинности и знания оказываются в центре внимания когнитивных наук, объясняющих адекватность человеческого поведения. Здесь концептуально важной представляется мысль о том, что «правильная реакция на происходящее возможна лишь тогда, когда человек изоморфно воспринимает действительность, умеет отобрать релевантные признаки, правильно их структурировать и соразмерить, соотнести с прежним опытом, концептуализировать и, если нужно, сделать истинное сообщение, ориентирующее его в движении событий и служащее ориентации другого» [Человеческий фактор в языке 1992: 6].

Итак, мы опираемся на идеи конструктивного реализма, признающего принципиальную познаваемость действительности, в которой существуют разные миры, реальные и идеальные объекты. Идеальные миры конструируются с помощью специальных процедур, и хотя не являются реальными, тем не менее существуют только по отношению к реальным объектам, как наблюдаемым, так и ненаблюдаемым. Познание выявляет необходимые связи, присущие самой познавательной реальности, конструкции же возникают лишь в том случае, если определенные свойства изучаемых объектов существуют реально. Задача познания как раз и состоит в том, чтобы логические конструкции опирались на знание естественных связей между явлениями. В своей познавательной деятельности субъект имеет дело с тем миром, который конструирует, но этот сконструированный мир является частью, срезом, проекцией реального мира, но не фантастической конструкцией. Мир идеальных предметов, субъективный мир человека, социальные институты – все они являются продуктами человеческой деятельности, поэтому «в некотором смысле конструкциями», но при этом они предполагают реальную действительность.

В следующем параграфе мы обращаемся к характеристике достоверности, преломленной в работах по журналистике.

1.2. Категория достоверности в теории журналистики

Категория достоверности, наряду с семантически близкими или тождественными понятиями истинности, подлинности, правдивости, адекватности, объективности, точности, полноты, относится к важнейшим постулатам и принципам в теории и практике журналистики.

Требование к достоверности информации связывают с самой сущностью журналистики как вида социальной деятельности, предназначение которой – создать «адекватную картину мира», панораму текущей жизни общества, «образ современности» [Прохоров 2012: 367]. Журналистика, как отмечают исследователи, – это «умение изображать жизнь во всей ее сложности» и внутренней достоверности [Свитич 2003: 101]; необходимость опираться на факты, точность в отражении действительности – «той панорамы современности, которую рисует пресса» [Корконосенко 2004: 72]. «Мы, <прим. журналисты> должны обеспечить аудиторию достоверными фактами и широким спектром взвешенных мнений» [Черникова 2012: 24].

Под достоверной информацией понимается ее «*точность* (степень приближенности к реальному прототипу сообщения) и *полнота* (раскрытие смысла и значения происходящего)» [Корконосенко 2004: 69]; «максимально точное представление *фактов* жизни» [Прохоров 2012: 117]; «подлинность сообщения, подтвержденная в тексте комментариями, отсылками к источникам информации, заслуживающим доверия» [Мельникова 2014: 95]. Словарь Б. Н. Лозовского «Журналистика: краткий словарь» фиксирует в словарной статье «достоверность информации» три значения: «1. Информация, не вызывающая сомнений, подлинная, реальная. 2. В ст. 57 ЗРФ «О СМИ» речь идет о сведениях, соответствующих действительности,

т. е. фактах, наличие которых при необходимости можно подтвердить юридически корректными процедурами (с использованием документов, свидетелей, экспертных заключений и т. д.). 3. В практике журналистики достоверными считаются сведения, публикуемые с *обязательной ссылкой на источник*» [Лозовский 2004]. В учебниках и учебных пособиях по журналистике в качестве синонима достоверности используется термин «правдивость», который, в неразрывной связи с объективностью, признается ведущим принципом журналистской деятельности [Прохоров 2012: 117], определяющим глубину и достоверность анализа социальных фактов и представляющим собой особый исследовательский подход к социальной действительности [Корконосенко 2004: 233-235].

Согласно теории социальной ответственности, основные требования к прессе включают в себя следующее: «правдивый, исчерпывающий и вдумчивый отчет о событиях дня, данный в контексте, который делает их значимым»; сообщение правдивых фактов и правду об этих фактах (необходимо «искать “всю правду”»); «пресса должна служить “форумом для обмена замечаниями и мнениями”, выступать средством общественной дискуссии, представлять все существенные точки зрения, давать слово всем группам, которые составляют общество; представлять и разъяснять задачи общества и его ценности; обеспечивать гражданам полный доступ к сведениям, полученным за день; переводить социальные конфликты из плана насилия в план обсуждения» [Лозовский 2004].

Достоверность как неременный атрибут факта является центральным понятием для медиаправа и этических кодексов, регулирующих профессиональные нормы в сфере массмедиа. Основным источником права в сфере СМИ является ФЗ РФ «О СМИ». Понятие «достоверность» фигурирует в статьях 47 (права журналиста) и 49 (обязанности журналиста) в виде требования «проверять достоверность сообщаемой информации» [ФЗ «О СМИ»: <http://>]. Следовательно, проверка распространяемой информации на

ее соответствие реальности является одновременно как правом журналиста, так и его обязанностью.

Апелляция к достоверности и требование проверки информации прямо или косвенно присутствует во многих статьях этических кодексов. Ср.:

«Уважение правды и право общества знать правду – первоочередный долг журналиста» (Декларация принципов поведения журналистов, принятая на Втором Всемирном Конгрессе Международной Федерации журналистов в Бордо в 1954 г.).

«Первейшая обязанность журналиста – гарантировать людям получение правдивой и достоверной информации посредством честного отражения объективной реальности...» (Международные принципы профессиональной этики журналиста, 1983).

«Журналист распространяет и комментирует только ту информацию, в достоверности которой он убежден и источник которой ему хорошо известен. Он прилагает все силы к тому, чтобы избежать нанесения ущерба кому-либо ее неполнотой или неточностью, намеренным сокрытием общественно значимой истинной информации или распространением заведомо ложных сведений.

Журналист отвечает собственным именем и репутацией за достоверность всякого сообщения и справедливость всякого суждения, распространенного за его подписью, под его псевдонимом либо анонимно, но с его ведома и согласия» (Декларация Московской хартии журналистов, 1994).

Журналист обязан *«проверять достоверность информации, поступающей из любого источника, и избегать непреднамеренных ошибок»* (Кодекс этических норм Общества профессиональных журналистов, 1996).

В «Хартии телерадиовещателей» достоверной информации посвящен отдельный раздел, где под достоверностью понимается проведение четких различий между сообщениями о фактах, комментариями и предположениями. Отмечается необходимость незамедлительного исправления допущенных в сообщении ошибок и неточностей; возможность

опубликования информации, полученной только из надежных источников, в случае сомнения в их надежности – требуется делать необходимые оговорки (Хартия телерадиовещателей российской Федерации, 1999).

В «Кодексе журналистов Белгородчины» (разработчик А.П. Короченский) вопрос достоверности рассматривается в разделе «Точность и достоверность журналистских публикаций» [Кодекс ... 2007: <http://>]. Сформулированные нормы и правила охватывают следующий круг вопросов:

- ✓ журналистский текст должен опираться на факты, быть точным, достоверным, непредвзятым, недвусмысленным;

- ✓ журналист в публикации имеет право использовать только те сведения, достоверность которых установлена и подкреплена проверенными фактами;

- ✓ факт в журналистском произведении не может подменяться домыслом, мнениями, догадками, предположениями и слухами. Сами же факты в тексте должны быть изложены журналистом точно, добросовестно, с сохранением их подлинного смысла;

- ✓ преднамеренное искажение фактов, фальсификация новостей, документов, разного рода изображений относится к грубым профессиональным проступкам;

- ✓ журналист обязан оперировать только той информацией, источник которой ему известен. Об источнике информации должен знать и читатель, чтобы самостоятельно делать вывод о степени доверия к этому источнику;

- ✓ необходимо корректно использовать цитаты (с учетом контекста цитируемого высказывания) и результаты опросов (должно быть обозначено кто, когда, в течение какого времени и по чьему заказу проводил опрос).

Многие редакционные коллективы, отмечает В. В. Тулупов, разрабатывают собственные концепции (миссии), предписывающие журналистам соблюдение этических, эстетических, коммуникативных, речевых норм [Тулупов 2009: 29].

Вопросы профессиональной честности приобрели обостренное звучание в эпоху Интернета, цифровых массмедиа, новых источников информации и мультимедийных инструментов сбора контента (социальные сети, блогосфера, краудсорсинг, интернет-комментарии пользователей, интерактивная связь, фрилансерство). «Обширные “сливы” в СМИ данных из многообразных спецслужб ... – это факт, ставший характерной приметой современной истории, – пишет В. Д. Мансурова. – Соответственно, расследование превратилось в один из самых дискредитированных жанров российской журналистики: после ненадежных по источнику публикаций реже обсуждается их содержание, чаще же – предполагаемые заказчики, предоставившие материалы, и стоимость заказа. Результатом следования этим «традициям творчества», часто понимаемым как право на имитацию реальности, является снижение доверия к конкретной публикации и к прессе вообще» [Основы журналистской деятельности 2013: 109]. Наряду с этим действуют процессы коммерциализации СМИ, обуславливающие появление политико-развлекательных массмедийных моделей, бульварно-желтой и асоциальной прессы. Корни этих процессов – прежде всего в небывалой тенденциозности, вытесняющей объективную информацию, подменяющей анализ манипулированием, гласность и свободу – скрытой рекламой и т.п. [Социология журналистики 2014: 129].

Большое значение в журналистской практике уделяется процедуре верификации информации, достоверность которой устанавливается путем сопоставления ее с данными, полученными из других источников, а также другими приемами. Так, наиболее распространенными способами проверки высказываний в журналистском тексте являются: (а) прямой способ – непосредственное сопоставление медиасобытия с реальными событиями; (б) сравнение с высказываниями других участников события; (в) приведение дополнительных данных, в том числе из нескольких независимых источников (так наз. принцип разведки) [Леонтьев 2008: 155].

Другие аспекты, позволяющие верифицировать материалы, связаны с методами поиска и критики документального источника; специального анализа формы и содержания документа (например: [Мельник, Ким 2006: 144-148; Лазутина 2004: 158-164; Основы журналистской деятельности 2013: 99]). Согласно правилам, принятым при проверке документальных данных, необходимо отличать описание события от его интерпретации (факты и мнения); определять первичность/вторичность документа; выявлять намерения, которыми руководствовался составитель документа; учитывать обстоятельства, при которых составлялся документ. В сомнительных моментах следует обращаться к специалистам и экспертам – историкам, текстологам, криминалистам [Лазутина 2004: 160-164].

Анализ теоретических работ свидетельствует, что достоверность опирается на «максимально точное представление *фактов* жизни» [Прохоров 2012: 117]. Факт, как и ключевые для журналистики категории (достоверность, объективность, точность, знание), заимствован журналистикой из философии, поэтому трактовка термина «факт», представленная в работах по журналистике, сопрягается с философскими определениями. Ср.: факт (лат. *factum* – «сделанное, свершившееся») – «событие, результат; знание, достоверность которого доказана. Факты в журналистике – основа для выводов, оценок, анализа и обобщений в материалах любого жанра» [Лозовский 2004]; это проверенное, достоверное знание о реально происшедшем в действительности, к тому же существенно значимом; это «сведения, которые отражают действительно свершившееся», допускающее верификацию [Прохоров 2012: 117, 296].

Для теории журналистики важным является разграничение онтологического и гносеологического планов факта. В онтологии факт – элементарное свершившееся событие, явление действительности, «единица реальности, доступная наблюдателю, но существующая независимо от сознания человека». В гносеологическом смысле фактом называют суждение, высказывание, сообщение, единицу текста, обоснованное знание, «фрагмент

сознания, отражающий единицу реальности» [Лазутина 2004: 63; Пронин 1980: 69]. Характеризуя факт в качестве результата «переработки информации о действительности», А. А. Леонтьев объясняет психолингвистический механизм «перевода» знаний о фрагменте действительности в суждение, или верифицированную истинную оценку этого фрагмента. Как описывает ученый, сначала журналист в реальности вычленяет определенный фрагмент, который рассматривает под определенным углом зрения, затем превращает свои знания в совокупность вербальных суждений или высказываний об этом фрагменте. Если суждение в процессе верификации оказывается истинным, оно превращается в *достоверный факт*; если суждение не соответствует действительности, то «это вообще не факт»; если же в силу объективных обстоятельств верифицировать высказывание невозможно, то «мы имеем дело с *оценочным суждением* или *оценочным высказыванием*» [Леонтьев 2008: 153-157]. Таким образом, факт есть «наследник и представитель не любой пропозиции, а только верифицированной и получившей оценку “истинно”» [Арутюнова 1988: 158].

Как отмечается в исследованиях по журналистике, для установления фактических данных достаточными являются ответы на четыре вопроса *кто? что? где? когда?* – именно они выражают описательную информацию, полученную журналистом в результате точного установления границ интересующего его «атома действительности» [Лазутина 2004: 88]. Эти четыре вопроса достаточны для установления факта, ответы же на вопросы *почему?* и *зачем?* вводят в текст «мнение участников или очевидцев событий» [Прохоров 2012: 118].

Множественность источников сведений и широкий диапазон фактических данных требуют от журналиста «четкого разделения меры достоверности» и необходимости эксплицитного засвидетельствования того, что он «сам видел», «сам слышал», «присутствовал», «документировал», «предполагает» или получил информацию «из вторых рук» [Прохоров 2012:

296]. А эти требования приводят к необходимости ранжировать факты по степени достоверности, точности, полноты, масштабности, значимости.

Е. П. Прохоров предлагает делить фактическую информацию на «факты» (объективно значительные данные), «фактики» (реальные, но малозначимые данные) и «фактоиды» («факты третьего порядка», предположение о наличии фактов). Если фактом обычно называют существенные, значимые, характерные события, заявления и поступки, то «фактики» образуют группу несущественных сведений, годных лишь для упоминания «между прочим». Ученый отмечает, что первостепенное значение имеют те сведения, которые журналист получил непосредственно из реальной жизни и которые имеют документальное подтверждение (зафиксированы в письменной форме, на фото-, фоно-, видеопленке «с очевидными доказательствами подлинности»). Информация, предлагаемая аудитории, должна сопровождаться ссылками на источник сведений, при этом желательно наличие завизированного текста интервью, должным образом сделанной копии документа, точной отсылки на книгу или статью и т. п. Если же сведения документального подтверждения не имеют, то такого рода информацией «следует пользоваться с осторожностью», эти сведения могут оказаться преувеличенными, могут быть незначительными, случайными, несущественными [Прохоров 2012: 117-118; 296].

Термин «фактоид» чаще используется в значении «недостоверное или ложное утверждение», «непроверенная, неверная или сфабрикованная информация». Сам термин был введен американским писателем Норманом Мейлером, который понимал его как «факты, не существовавшие до того, как они появились в журнале или газете» [цит. по: Щелкунова 2004: 129]. В «Словаре иностранных слов» Н. Г. Комлева фактоид определяется следующим образом: «информация, публикация, недостойная доверия, или событие сомнительной ценности» [Комлев 2006: <http://>]. В этом понимании фактоид оказывается рядоположенным с такими информационными явлениями, как «газетная утка», сплетня, слухи, молва, толки.

Журналист имеет дело с социальными фактами, стремясь «отыскать в действительности устойчивые, носящие статистический характер явления». Социальный факт в науке «превращается в факт социологический», в СМИ – становится «журналистским фактом». Дорога исследования ведет ученого «через поиски множества сходных единичных следов к всеобщему понятию, журналиста – от собственного неведения и единичности следа – к описанию единичного факта, за которым, быть может, скрывается всеобщее. Другими словами, смысл творчества журналиста – в проницании единичного, без которого для него нет постижения всеобщего» [Социология журналистики 2014: 94].

Являясь сложной многомерной категорией, достоверность проявляется через частные по отношению к ней категории, о чем свидетельствуют взаимообусловленные толкования терминов *достоверность – правдивость – подлинность – объективность – точность – полнота (информации) – факт – знание*. В работах Н.Н. Панченко к ядру категории достоверности относятся такие субкатегории, как точность, объективность и информативность [Панченко 2010: 35-75]. Следуя этой концепции, мы попытаемся рассмотреть специфику категории достоверности в медиадискурсе через субкатегории информативности, точности и объективности.

1.2.1. Информативность

Основное предназначение информации в публичной сфере – обеспечение своей аудитории актуальными, своевременными, достоверными сведениями практически из всех форм и видов человеческой деятельности (политика, экономика, наука, идеология, религия, искусство, моральные ценности и т. д.).

Журналистика работает исключительно с информацией – «социально значимой информацией во всех ее смысловых проявлениях – от фиксации факта до его чувственного отображения, от рационального суждения интеллектуала до аффективных криков толпы, от кропотливого поиска

значимых составляющих действительности до их массового тиражирования по каналам СМИ» [Социология журналистики 2014: 90].

Под информацией в широком смысле понимается вся совокупность вербальных и невербальных сведений, распространяемых с помощью средств массовой коммуникации для определенной аудитории. В информационных потоках присутствуют *событийная, публицистическая, научная, комментированная, художественная, справочная* и др. типы информации [Лазутина 2004: 39; Прохоров 2012: 43]. Выделяется целый ряд свойств информации, к ведущим из которых относят следующее: информация не исчезает в процессе употребления, а наоборот, увеличивается количественно и улучшается качественно; она способна расширяться и сжиматься; способна заменять другие ресурсы; при обмене делится без потерь; легко распространяется; обычно имеется в избытке, а не в дефиците; сама становится источником для создания новой информации; увеличивает знания человека, уменьшает энтропию; существует в пространстве, которое ученые называют *инфопространством* [Кривоносов 2001: 22; Почепцов 2015: 380; Щелкунова 2004: 19].

Базисными для теории журналистики являются понятия социальной информации и ее разновидностей – массовой и журналистской информации. Журналисты имеют дело главным образом с социальной информацией, которая *«производится в процессе человеческой деятельности, отражает факты с точки зрения их общественной значимости и служит для общения между людьми и достижения ими своих целей, обусловленных их социальным положением»* [Корконосенко 2004: 75].

Массовая информация как часть социальной информации предназначена для всех социальных групп (количественный параметр), а потому является общезначимой и общедоступной (качественный параметр) [Лазутина 2004: 29; Прохоров 2012: 41].

Подробная характеристика журналистской информации, «самой социальной» по своей значимости и распространенности, осуществлена

С. Г. Корконосенко. По словам ученого, журналистская информация «соединяет в себе документальную обоснованность сведений, их осмысление с позиций социальных интересов и свидетельства личного восприятия автором наблюдаемых событий». К основным ее свойствам относят документализм в отражении действительности; актуальность материалов СМИ; идейную насыщенность; аналитичность подхода; популярность изложения сложных тем; регулярность информации; коллективность труда [Корконосенко 2004: 81-85]. Эти свойства учитываются в совокупности критериев отбора информации (новизна, достоверность, доступность, своевременность, релевантность и т.д.) [Лазутина 2004; Самарцев 2007; Шостак 1998 и др.], в соответствии с которыми журналистская информация «эффективна тогда, когда отражает тенденции общественного прогресса и способствует ему» [Корконосенко 2004: 79-80].

Важной стороной социальной/массовой/журналистской информации является ее деление на потенциальную (информация до соприкосновения с потребителем), принятую (информация, воспринятая аудиторией) и реальную (информация, использованная аудиторией) [Прохоров 2012: 45]. Это деление, по сути, отражает этапы информационного процесса, сопряженные с отображением действительности, созданием текста и его освоением аудиторией. Следует заметить, что на этом пути потери информации неизбежны. Аудитория подключается к интерпретации предложенной информации, воспринимая ее не «один к одному», а в собственном осмыслении. Если знаки в журналистских текстах не наполнены адекватным содержанием, то индивиды понимают и трактуют их произвольно. И если содержание журналистских текстов, сопоставленное аудиторией с ее реальным опытом, перестает совпадать с ним, «конкретное средство массовой информации утрачивает доверие тех, для кого оно действует» [Социология журналистики 2014: 96].

Выделяются количественная и качественная стороны понятия «информация» – информационность и информативность. Под

информационностью понимается степень количественной наполненности текста содержащейся в нем информации [Панченко 2010: 48] или наличие в тексте такой потенциальной информации, которая подготовлена в расчете на высокую эффективность [Прохоров 2012: 45]. Информативность текста подразумевает степень его содержательной новизны и важности для читателя [Стилистика ... 2005: 451], максимальную реализацию потенций текста при «столкновении» с аудиторией [Прохоров 2012: 45]. Информационность является показателем свойств самого текста, способного с помощью одинакового числа языковых знаков передавать разную по количеству и качеству информацию. Информативность характеризует отношение информации текста к знаниям аудитории и ее информационным запросам. Чем больше новой, интересной, понятной, полезной информации содержит текст, тем он более информативен и востребован аудиторией [Стилистика... 2005: 452].

В группе коммуникативных правил, разработанных Г. Грайсом, максима качества предписывает сообщать истину, а максима количества – сообщать ровно столько информации, сколько требуется для осуществления целей общения, не меньше и не больше: «Твое высказывание должно быть достаточно информативным», «Оно не должно содержать лишней информации» [Грайс 1985]. Соответственно, в тексте необходимо дозировать информацию, поскольку количественная избыточность или, напротив, недостаточность сообщения оценивается отрицательно.

Информативная недостаточность соотносится с неопределенностью смыслов, возникающих в сообщении: неясность, неоднозначность, неизвестность, некорректность, неполнота, неоднозначность, многозначность, противоречивость. При этом, отмечают исследователи, «неточность и неопределенность – факторы, присущие практически всем параметрам реальных объектов. Полное описание определенного отрезка действительности признается невозможным» [Панченко 2010: 46].

Информативная избыточность объясняется через возможность предсказать последующие элементы текста [Лотман 1996: 49] и может

возникать в тексте за счет использования вводных слов и конструкций, речевых клише, излишней детализации, чрезмерного многословия, приемов информационной перегрузки или демагогической риторики, уводящей от темы разговора [Панченко 2010 47]. Вместе с тем далеко не все указанные приемы оцениваются негативно. В журналистских текстах, отмечает Е.П. Прохоров, для достижения семантической и прагматической адекватности текста должно быть реализовано требование «необходимой избыточности» информации (или «правило необходимого разнообразия информации и ее избыточности»), которое достигается путем использования внешне «лишних» сведений, повторов, опоры на освоенное, постепенность передачи знаний, идей, ценностей [Прохоров 2012: 49-50]. «Необходимая избыточность» может уменьшать смысловую энтропию при восприятии медиатекстов, когда нет возможности уточнить, переспросить, снять двусмысленность и непонимание.

Важным является понятие информационной/информативной насыщенности («общее количество информации» [Валгина 2003]), которое характеризует разную степень глубины, объема, точности/неопределенности текста [Олянич 2007: 115]. Существуют разные пути репрезентации информации: экономные или избыточные, что зависит от многих факторов: замысла и коммуникативных целей автора, избранной стратегии свернуть или развернуть информацию, предельно детализировать изложение или репрезентировать ее обобщенно. Так, понятие информационной насыщенности в массмедийном дискурсе применимо «к его ядерному жанру – жанру новостей» [Панченко 2010: 50]. Степень информативности текста, как уже упоминалось, зависит от воспринимающего субъекта, его коммуникативной компетентности, багажа знаний, навыков декодирования и интерпретации текста, что свидетельствует о сложном взаимодействии объективного и субъективного в информационном устройстве медиатекста.

В работе Е. С. Яковлевой «Фрагменты русской языковой картины мира» качество информации (полнота/неполнота) и количество

информации (достаточность/недостаточность) соотносится со степенями достоверности информации. Свойством объективной полноты обладает информация, полученная при непосредственном восприятии («сам видел», «сам слышал») или «на основе безусловной истинности логических предпосылок и строгости логического вывода» (*квадрат гипотенузы равен сумме квадратов катетов*) [Яковлева 1994: 213]. Неполная или недостаточная информация сопровождается специальными языковыми показателями, свидетельствующими о разной степени достоверности, например, *кажется, как будто, вроде, может быть, кто знает, как знать, показалось* (о языковых маркерах в параграфе 1.3).

Механизмы отражения действительности и их речевое воплощение в журналистских текстах обычно соотносят с разными типами информации (Л. Р. Дускаева, М. Н. Ким, М. Н. Кожина, В. Г. Костомаров, Л. Е. Кройчик, Г. В. Лазутина, Б. Я. Мисонжников, Е. И. Пронин, Е. П. Прохоров, М. И. Стюфляева, В. В. Ученова, М. И. Шостак и др.). Так, А. А. Тертычный выделяет шесть типов информации, комбинирование которых позволяет журналисту осветить широкий спектр событий реального мира:

- фактологическая информация (достоверные сведения, устанавливающие реальность существования каких-либо явлений в настоящем или прошлом);
- вероятностная информация (предположения, прогнозы, гипотезы, версии. Этот тип информации может опираться на достоверную информацию, но может быть лишен подобных оснований);
- превентивная информация (сообщения о событиях, которые «запланированы» и с большой долей вероятности должны произойти в ближайшее время. Этот тип информации занимает промежуточное положение между фактологической и вероятностной);
- оценочная информация (отношение субъекта к оцениваемому предмету);

- нормативная информация (различного рода требования, адресованные обществом социальным группам, отдельным личностям; законы, постановления, указы органов власти т.д.);
- программная информация (разработанная журналистом совокупность действий, ведущая к желаемому результату; советы, рекомендации) [Тертычный 2011: 53-58].

Содержание журналистского текста в работах Е. П. Прохорова представляет собой единство четырех типов информации: дескриптивной, прескриптивной, валюативной, нормативной (d, p, v, n). Дескриптивная (описательная) информация опирается на факты, знание «того, что есть», предоставляя аудитории «все богатство окружающего мира – событий, явлений, законов, процессов и человеческих отношений, характеров, судеб». Прескриптивная информация (представление о «желаемом будущем») являет собой осмысление фактов в свете того социального идеала, которого придерживается журналист. Валюативная (ценностная, оценочная) информация возникает в результате сравнения имеющихся данных с социальным идеалом, что позволяет журналисту оценить происходящее событие, наметившуюся тенденцию или установленные закономерности. Оценка бывает эксплицитной и имплицитной [Клушина 2008: 101], журналист может открыто высказать свою точку зрения на происходящее или, «наоборот, как можно беспристрастнее «подать» факт. Однако в обоих случаях уйти от ценностного подхода ему не удастся» [Прохоров 2012: 49-51]. Нормативная информация дает ответ на вопрос «что делать?».

Теория «элементарных выразительных средств журналистики» Е. И. Пронина, получившая развитие в учебнике Г. В. Лазутиной «Основы творческой деятельности журналиста», базируется на трех типах информации: фактологической (служащей для раскрытия темы), образной (для передачи «опорной идеи») и нормативной (для передачи «рабочей идеи») [Пронин 1980: 82; Лазутина 2004]. Диалогическая концепция газетных речевых жанров,

разработанная Л. Р. Дускаевой, также опирается на три вида информирования читательской аудитории, которое осуществляется в направлении информирования, оценочного диагностирования и стимулирования социальной активности [Дускаева 2012: 11].

Итак, обзор научной литературы позволяет констатировать, что в журналистских текстах используются разные типы информации (факты, оценки и нормативы, факты и мнения, гипотезы, прогнозы, версии, факты и фактоиды, фейки, непосредственная и опосредованная информация, информация «из вторых/третьих рук» и т. п.), занимающей на шкале достоверности разные позиции (безусловной или проблемной достоверности). Выделение разнотипной информации в журналистском тексте (имеются в виду предметно-логические и оценочные слои текста) отражает специфику творческой деятельности журналиста, направленной на информирование и воздействие. Творчество журналиста, пишут авторы «Социологии журналистики», движется по некой траектории: происходит фиксация знаков социального факта – затем устанавливается его сущность – определяется социальное противоречие – осуществляется постановка социальной проблемы – вырабатываются предложения по ее решению [Социология журналистики 2014: 97-98]. В текстовом изложении событий возникают сложные переплетения объективного и субъективного начал, фактологии и ее интерпретации. Вместе с тем главной функцией журналистской информации является обеспечение целевой аудитории актуальными, своевременными, новыми, достоверными сведениями, которые соответствуют запросам потребителей информации.

1.2.2. Точность

Точность как понятие логики и гносеологии характеризует степень (меру) соответствия научного знания реальности. В современных философских подходах отмечается, что «точность знания не может быть

абсолютной, она исторически изменчива и относительна», при этом даже в формализованных теориях методы, лежащие в основе уточнения научного знания, обнаруживают свою ограниченность [Касавин 2009].

Определение точности в журналистике опирается на философское понимание этой категории: точность – «степень приближенности к реальному прототипу сообщения» [Корконосенко 2004: 69]; «соответствие содержания новостного события действительности» [Ильинова 2012: <http://>]; «высокая степень релевантности отражения события на лексико-смысловом уровне текста» [Мельникова 2014: 95]. В исследованиях подчеркивается:

✓ во-первых, сам реальный мир сложен, ему в большей степени присущи неточность, неопределенность, приблизительность, нежели абсолютная точность;

✓ во-вторых, для коммуникативных нужд в большинстве случаев оказывается достаточным приблизительное или грубое очерчивание реальных ситуаций: «можно просто наметить некоторое развитие ситуации, чтобы адресат сообщения оказался способным домыслить детали и дополнительные дескрипции ситуации» [Олянич 2007: 127];

✓ в-третьих, абсолютная точность исключена на языковом уровне, поскольку естественный язык опирается на нечеткие, весьма размытые понятия и обладает значительным количеством неточных знаков и номинаций на всех языковых уровнях, например, *беловатый, некто, какой-то, как бы, едва ли, почти, человек восемь, может быть, не то – не то, то ли – то ли*.

Н. Д. Арутюнова пишет о том, что языку «трудно выразить истину», «в нем много туманных понятий», средств «уклонения от истины». К многочисленным знакам приблизительности относятся модальные слова (*возможно, по-видимому*), приблизительность градуирования (*более или менее, довольно, в основном, по большей части, преимущественно*), приблизительность обобщения (*вообще, в целом, в общем, вообще-то*), приблизительность способа речи (*строго говоря, грубо говоря, вообще говоря*), приблизительность сравнения (*как если бы, как будто бы*),

приблизительность, создаваемая знаками неопределенности (*как-то, какой-либо, какой-нибудь, кое-какой*), приблизительность оценочных и неконкретных значений (*странный, особенный, необычный*), количественная неопределенность (*около, примерно, километра с два*) [Арутюнова 1995: 6-7].

Учитывая названные обстоятельства, ученые выделяют объективные и субъективные факторы, обуславливающие использование языковых единиц разной степени точности. К объективным факторам относят саму реальную действительность, в разной степени познannую и в разной степени познаваемую; не всегда непосредственно наблюдаемую и далеко не всегда поддающуюся точной номинации. К субъективным факторам можно отнести точность / неточность знаний человека, его уверенность / неуверенность в достоверности передаваемой информации, желание утаить точную информацию или предложить заведомо ложную, нежелание нести ответственность за сообщаемое; намерение сгладить резкие номинации и под. [Арутюнова 1995: 5; Олянич 2007: 120; Панченко 2010: 37-42]. Лингвистическая неточность обусловлена существованием в языке единиц с широкой и неопределенной семантикой, связана с тенденцией к округлению дробных чисел, с явлениями полисемии, синонимии, омонимии, с процессами генерализации, редукции, эвфемизации, метафоризации, экспрессивизации.

Точность считается одним из главных достоинств речи. В учебнике Б. Н. Головина «Основы культуры речи» эта категория охарактеризована как коммуникативное качество речи, возникающее на основе связи речи с действительностью и мышлением. Различается два вида точности – предметная и понятийная. Предметная точность опирается на связь речи с действительностью и состоит в соответствии содержания высказывания тому фрагменту действительности, который отображен речью. Понятийная точность существует как соответствие семантических компонентов речи содержанию и объему выражаемых ими понятий. Основные условия, способствующие созданию точной речи, – это знание предмета речи, знание языковой системы и прочные речевые навыки [Головин 1988: 125-130].

Важное место в создании речевой точности выполняет словоупотребление, связанное с пониманием значений многозначных слов, выбором слов в синонимическом ряду, разграничением омонимов, паронимов, знанием семантики иноязычных, профессиональных, архаичных слов [СЭС 2006: 555]. Речевая точность/неточность зависит от ситуации общения, прагматических целей и интересов коммуникантов. В коммуникации может отсутствовать необходимость быть точным, так как, например, не имеет практического смысла указывать точное количество людей, собравшихся на митинг, или в контексте бытового общения с точностью до секунды обозначать скорость ветра. Наряду с этим, «необходимо учитывать фактор личности самого говорящего, его забывчивость, небрежность вербализации, психическое и эмоциональное состояние в момент говорения» [Панченко 2010: 36, 40]. Как отмечает А. В. Олянич, стандартное использование языка предполагает активизацию языковых единиц приблизительной номинации; при нестандартном же использовании языка задействуются слова точной номинации [Олянич 2007: 119].

Точность речи в значительной степени зависит от функционального стиля и сферы общения. В публицистическом стиле такие особенности речи, как объективность и точность выражения, соотносятся в первую очередь с действием информационной функции. На текстовом уровне точность проявляется в использовании терминологии, специальной лексики из разных областей знания и профессий; употреблении собственных имен (географические названия, наименования учреждений и организаций, аббревиатуры и словосложения) [Кожина 2010: 357]. Сюда же следует отнести данные, выраженные через число, числовые номинации и статистику. Как показало исследование Е. А. Мельниковой, точность представления события верифицирована в таких речевых средствах, как имена собственные, названия должностей и профессий, учреждений и организаций, топонимы, хрононимы, даты, цифры, статистические данные. Чем выше процент подобных средств, тем выше точность новостного текста. По наблюдениям автора, в зависимости

от стратегий, новостные тексты могут быть точными и достоверными или только достоверными. При этом точность предстает в номинировании участников событий, топонимах, хрононимах, статистике, терминах, использовании журналистских клише, достоверность подтверждается ссылками на источники информации, свидетельства очевидцев, цитацией, комментариями [Мельникова 2014: 95-97].

В соответствии с прагматическими целями и задачами автор может стремиться к (1) максимально точному, детальному описанию события (и тогда факты будут поданы хронологически точно, названы все главные участники события и место действия); (2) фрагментарному описанию события (при этом избранный ракурс изображения события может нарушать хронологию или привести к намеренной подмене точного описания события детализацией второстепенных фрагментов и обстоятельств); (3) эмоциональному представлению события (что будет затруднять объективность восприятия новостного сообщения, провоцировать эмоциональную реакцию читателя) [Ильина 2012: <http://>].

В журналистике требования к точности речи высоки, поскольку нет непосредственного контакта с массовым адресатом [Головин 1988: 137], однако абсолютной точности журналист достичь не может по многим причинам. Реализация в речи единиц с разной степенью точности связана с объективными и субъективными факторами, точностью знаний говорящих, их уверенностью в достоверности передаваемой информации, ситуацией общения, коммуникативными намерениями утаить точную информацию или предоставить заведомо ложную [Олянич 2007: 120; Панченко 2010: 37; СЭС 2006: 555].

Итак, категория точности в журналистских медиатекстах опирается на предметную точность (меру соответствия содержания высказывания фрагменту действительности) и понятийную точность (меру соответствия семантических компонентов речи содержанию и объему выражаемых ими понятий). Если первый вид точности отражает результат познавательной деятельности журналиста, полноту и глубину знания о происходящем, то

второй – предполагает владение языковыми и речевыми навыками. Точность описываемого события исследователи в первую очередь соотносят с новостными материалами и действием информационной функции [Ильина 2012: <http://>; Мельникова 2014; Кожина 2010]. Представляется, однако, что демаркационная линия между точностью и приблизительностью задается не столько оппозицией между группами жанров, сколько определяется ситуацией общения, прагматическими целями и интересами, необходимостью обобщенно или детализировано репрезентировать отображаемое явления.

1.2.3. Объективность

Теоретическое осмысление категории объективности можно отнести к непростым задачам журналистики. Исследователи отмечают, что добиться объективности в изображении действительности еще более сложно, чем добиться достоверности сообщаемых фактов. Отвечая на принципиальный для журналистики вопрос, возможна ли абсолютная объективность, Е. П. Прохоров пишет: «... и в гносеологическом смысле (трудности познания) и в социальном (влияние позиции) абсолютной реализации этого принципа добиться невозможно» [Прохоров 2012: 117]. Тем не менее, требование объективности информации (как и достоверности) занимает первую строку в учебниках, этических кодексах, нормативных документах по журналистике: *Объективность – главное требование к журналистскому материалу; Журналист обязан работать с объективными фактами; Объективность и честность – главные принципы журналистского творчества* и т. д. Искажение реальной действительности в угоду авторской фантазии «идет вразрез с законами и этикой журналистики», приоритетным является право аудитории на объективную информацию [Корконосенко 2004: 83, 122].

Традиционно категория объективности соотносится с научным знанием, которое верифицируется с помощью регламентированных

процедур, а в журналистике отождествляется с правдивым, точным, исчерпывающим, непредвзятым освещением событий. «Объективная журналистика» – это «непредвзятая журналистика фактов, “фотографирующая” реальность» [Яковлева 2016: <http://>]. Объективный материал в журналистском представлении – «это тот, который основан на фактах, а не на домыслах, вымыслах или фантазиях», опирающийся на эмпирические свидетельства, логические обоснования и независимость суждений [Кожемякин 2011: 188]. Подобное понимание объективности, нацеленное на отражение вещей «такими, какие они есть», сближает журналистику с наукой и классической философией.

В журналистских исследованиях представления об объективности группируются в три основных подхода [Кожемякин 2011]. Первый из них – фактуалистский (позитивистский) исходит из того, что «действительность такова, какой она нам кажется». Надежное знание – это «знание неизменных фактов», и, чтобы получить истинное знание, необходимо использовать правильные методы или правильно организовать опыт познания [Энциклопедия эпистемологии 2009: 1027]. Именно эта концепция, именуемая объективной журналистикой, лежит в основании абсолютного большинства отечественных и зарубежных профессионально-этических документов.

Второй подход – теоретистский опирается на тесную связь фактов с теорией, от которой они зависят. Наше знание опосредовано инструментами познания, системами образов, естественным языком и др. системами кодификации. Объективность предстает как совокупность различных субъективных точек зрения [Энциклопедия эпистемологии 2009: 1027]. Этот подход встречается реже, например, в работах Е.П. Прохорова, где объективность определяется через такие свойства журналистского текста, как аргументированность и логическая стройность. Ср.: «Если проблема правдивости – это проблема фактической основательности (точности и полноты фактов), то собственно проблема объективности это также и вопрос

верной трактовки каждого из отобранных фактов, их связей и взаимосвязей; это и вопрос аргументированности и убедительности интерпретации, высказанных на основе анализа фактов, выводов, суждений и предложений» [Прохоров 2012: 118-120]). Теоретический подход реализуется также в учебнике «Социология журналистики», где автор раздела В. И. Кузин утверждает, что сами по себе факты не раскрывают истины, поскольку все зависит от концепции, выбора системы координат, методов и способов интерпретации: «Факты укладываются в систему на основе теории, определенных гипотез и взглядов. Этот вывод действует и в области прессы. Журналистская информация опосредуется социальными факторами, теориями, принятыми в обществе, а также мышлением и взглядами автора» [Социология журналистики 2014: 136].

Третий подход реализуется в смешанной трактовке объективности, которая предстает как сочетание полноты и точности фактов и как плюрализм мнений [Кожемякин 2011: 192]. Именно этим путем идет Б.Н. Лозовский, определяя объективность как «один из принципов профессиональной деятельности работников печати, радио и телевидения, предполагающий полное, всестороннее, исчерпывающее описание события, явления с использованием необходимого и достаточного количества фактических сведений. Объективность являет собой также и способ предъявления информации, который исключает эмоции, отделяет факты от мнений, беспристрастно описывает, обеспечивает точность сведений и сбалансированность мнений, представляет конкурирующие точки зрения с тщательным использованием знаков цитирования, излагает информацию в разумной последовательности» [Лозовский 2004]. Как следует из определения, наряду с требованиями информационной точности и сбалансированности мнений, Б. Н. Лозовский соотносит объективность с приемами предъявления информации в тексте – беспристрастностью и эмоциональной нейтральностью освещения события. Стандарт объективности, который сложился в зарубежных исследованиях, также

учитывает комплексный подход. Формула объективности (*there seems to be a basic formula for objectivity*) включает в себя такие требования, как точное отображение реальности (*snapshot of reality*), нейтральность (*avoid becoming involved in the event*), беспристрастность (*form no prejudicial friendships with actors in the event*), достоверность, которая достигается через обращение к авторитетным источникам, разделение факта и комментария, сбалансированность позиций и др. [Willis 1991: 7; Hiles, Hinnant 2014].

В последние несколько лет появилась целая серия научных работ, обращенных к проблемам объективности/субъективности в деятельности журналистов [Мансурова 2014; Мультимедийная журналистика 2017; Смолярова 2014; Туркова 2014; Хорольский 2016; Чевозерова 2016; Яковлева 2016]. Ведущей мыслью этих исследований является относительность журналистских «истин» и вариативность журналистских картин мира. М. Г. Яковлева считает, что в современных условиях объективная журналистика – это, скорее, нормативная декларация, нежели существующая практика: «Журналистика – это и бизнес, с его ориентацией на прибыль и интересами владельца; духовное производство, воспринимаемое как инструмент влияния на сознание аудитории; особая социальная практика с собственными стандартами и закономерностями деятельности. В итоге объективная журналистика – это своеобразная декларация, которая постулируется, но не может быть достигнута» [Яковлева 2016: <http://>]. По мнению Г. В. Чевозеровой, журналистский текст является носителем *объективно-субъективной истины* о предмете своего отражения [Чевозерова 2016: <http://>], поскольку пространство истинного в медиатекстах включает в себя не только факты, подтвержденные документами и свидетельствами, но и гипотезы, прогнозы, версии, художественные истины, догадки и т. п. Принцип объективности в журналистике не предполагает абсолютной объективности, поскольку «быть объективным по-настоящему журналисту мешают формат и технологические ограничения, налагаемые тем видом СМИ, в котором выходит материал» [Мультимедийная журналистика 2017: 112]. В своих

публикациях журналисты упрощают сложные и неоднозначные явления, предлагая аудитории простые формулы и отражая только полярные мнения [Смолярова 2014], они что-то сглаживают или, напротив, акцентируют, креативно работают с текстовым временем и пространством, цитатным материалом. Журналистика новостей представляет собой «перманентное движение к поиску правды», когда каждый последующий материал позволяет иначе взглянуть на проблему и таким образом продвинуться на пути к истине (Б. Ковач, Т. Розинстил) [Мультимедийная журналистика 2017: 111].

В журналистике, опирающейся на интуитивные методы познания действительности, ассоциативное мышление, признанные авторитеты, приемы аналогии [Социология журналистики 2014: 97-100], субъективное начало проявляет себя особенно ярко. Как отмечает В. Д. Мансурова, «журналистское познание имеет антрополого-онтологический характер, то есть реальность репрезентируется, в основном, в сопряжении с бытием человека» [Мансурова 2003: [http://](#)]. И даже если автор стремится к соблюдению объективности, полностью реализовать этот принцип вряд ли удастся, так как отражаемая действительность ограничивается многими факторами: идеологией конкретного издания, мировоззренческими убеждениями, профессиональной подготовкой журналиста, функционирующей моделью журналистики, целями и задачами медиатекстов. Поэтому социальный факт становится журналистским «только в процессе осмысления и органического его «вживления» в систему личного социального опыта журналиста» [Социология журналистики 2014: 97]. А это дает основания утверждать, что «журналистский факт всегда субъективно окрашен, идейно или тенденциозно представлен и имеет семиотическую природу» [Мансурова 2003: [http://](#)] и что субъективность СМИ начинается с отбора фактов и завершается их подачей и интерпретацией [Кормилицына 2017: 12]. Добавим, что объективное начало в журналистских текстах может существовать лишь потому, что есть субъекты, способные генерировать идеи и смыслы, выявлять их, воспринимать, понимать и интерпретировать.

Как уже отмечалось, категория объективности соотносится с такими способами предъявления информации в тексте, которые базируются на стилистической нейтральности, обезличенности и бесстрастности. Подобными свойствами обладают информационные сообщения, представляющие собой объективную или относительно объективную версию происходящих в мире событий [Мельникова 2014: 92; Ильинова 2012; Сарафанникова 2006]. Все остальные жанровые формы, считают исследователи, оказываются в «ловушке субъективности» (например, комментарии) или «выходят за рамки беспристрастного описания» (аналитические материалы). Опираясь на критерий объективности, Н. Н. Панченко вычленяет в журналистских текстах три варианта изложения события: (а) информирование, в котором реализуется беспристрастное описание события, (б) квалификацию – описание, содержащее оценку события с точки зрения его социальной значимости, (в) интерпретацию – всестороннее обсуждение с обоснованием собственной точки зрения. «Последний тип характеризуется крайней степенью субъективности изложения» [Панченко 2010: 54]. Вместе с тем субъективная окрашенность журналистских текстов не обязательно сопровождается грубой тенденциозностью или подменой факта [Корконосенко 2004: 84]. И напротив, подчеркнутая объективность как стилистическая тональность текста вполне может выступить *«способом скрытого убеждения»* и манипулятивным приемом [Клушина 2008: 179].

О необходимости переосмыслить категорию объективности пишут многие исследователи. Например, Е. А. Кожемякин предлагает несколько возможных решений. Согласно первому, следует «отказаться от философской рефлексии над базовыми категориями журналистики» и продолжать использовать их в режиме «здравого смысла», что, по мнению автора, отнюдь не решает проблемы объективности. Второй путь, сформулированный Розенталем Алвесом, профессором Школы журналистики Университета Техаса, предлагает отказаться от самой

категории объективности: *«Объективность – журналистская ценность прошлой эры. В цифровую эру ее место занимает транспарентность. Новостные организации должны быть транспарентными, читатели должны видеть и знать журналистов, контактировать с ними»*. Третий – рассматривает объективность как свойство сознания аудитории СМИ («эффект, возникающий в сознании аудитории»). Эта позиция сформулирована редактором отдела культуры журнала «Огонек» Андреем Архангельским: *«из совокупности разных точек зрения и получается возделенная объективность. Она, объективность, однако рождается именно в твоей голове – никто не может тебе принести ее на блюдечке»*. И, наконец, в соответствии с четвертым способом, предложенным Е. А. Кожемякиным, объективность следует рассматривать как аксиологическую категорию, как высшую ценность журналистики, которая не достижима в реальных условиях. *«Признание объективности не обязательным требованием или методом, а идеальной целью ... могло бы помочь сохранить основания журналистики как института и творчества и в то же время «освободить» журналистов от невыполнимого обязательства *быть* объективным в каждом конкретном акте познания»* [Кожемякин 2011: 193].

Несомненно, категория объективности в журналистике имеет свою специфику: является относительным понятием и не может соответствовать тем требованиям, которые предъявляются к этой категории в естественных науках. Представляется, что «освободить» журналиста от непосильной ноши *«быть объективным в каждом конкретном акте познания»* помогают современные философские и социогуманитарные изыскания, где общепризнанной является мысль о том, что **абсолютная объективность недостижима ни в одной области, включая научное познание**. Ученые отказываются от жесткого противопоставления объективного мира субъективному, поскольку объективное не может не зависеть от субъекта. Сама форма, в которой предстает истина, является субъективной, т. к. выступает свойством человеческого знания [Лекторский 2006: 161].

Информационно-коммуникативной деятельности свойственно тесное взаимопроникновение объективного и субъективного начал. Наряду с предъявлением фактов, в медиатекстах устанавливаются существенные связи между фактами, вскрываются глубинные причины проблем, что требует проявления авторских оценок. Это «чрезвычайно сложно», отмечает Е.П. Прохоров, но «эта трудность не должна быть причиной отказа от изображения и оценки горячих событий, наоборот, она должна повышать ответственность за суждения, вести к осторожности и осмотрительности» [Прохоров 2012: 293].

В журналистике, при решении многих теоретических проблем, опираются не только на строгие законы формальной логики, но и на сложившуюся профессиональную практику, социальный опыт, здравый смысл. Журналистская наука не может существовать в отрыве от практической деятельности ее работников, поэтому вряд ли является теоретическим изъяснением опора на укоренившиеся в сознании журналистов-практиков представления об объективности. Формула объективности должна включать в себя комплекс показателей: полноту и точность фактических сведений, непредвзятое освещение событий, представленность и сбалансированность различных точек зрения, разделение фактов и мнений, доказательность и аргументированность позиции журналиста, обращение к авторитетным источникам информации и их ранжирование по степени надежности, введение в тексты личных свидетельств, ссылок на авторов.

Требование объективности как непредвзятого, правдивого освещения события должно оставаться ведущим принципом журналистики и составлять ее высшую ценность. Категория объективности встроена в нравственную парадигму журналистики, она повышает социальную значимость профессии, меру ответственности журналистов и качество журналистских материалов.

Подведем итоги концептуально важного для нас раздела. В журналистике понимание достоверности опирается на традиционное (позитивистское)

представление о мире, сформированное в философии XIX в. и оценивающее образ реальности с точки зрения схожести объекта отображения самому описанию. Именно этот подход отражен в классических учебниках по теории журналистики, медиаправу, в деонтологических нормах российской и зарубежной журналистики. Новые философские концепции, в частности эпистемологический реализм (неклассическая эпистемология) В. А. Лекторского, приносят в понимание категории достоверности элементы субъективного, иррационального, виртуального, расширяя границы реального и обнаруживая новые явления и характеристики. Образ мира, представленный в журналистских текстах, не является точной копией реальной действительности, поэтому современные исследователи предпочитают говорить не об отражении действительности, а создании или конструировании медиареальности (феномен журналистской картины мира будет рассмотрен в разделе 2.1).

Достоверность является сложной, многомерной категорией, вбирающей в себя более частные понятия – информативности, точности и объективности. Эти категории взаимопроникают друг в друга, обнажая теснейшую семантическую связь, а порой, неразрывность понятий. Вместе с тем каждая из них может проявлять себя самостоятельно (степень достоверности, точность и полнота, количество и качество информации, соотношение объективного/субъективного). Исследование категории достоверности и ее субкатегорий позволяет констатировать, что в медиадискурсе нет абсолютных величин (абсолютной истины, абсолютной точности, абсолютной объективности, точного знания), здесь вырабатываются относительные величины, базирующиеся на тесном взаимодействии разных типов информации, точности / приблизительности, объективности / субъективности, которые нуждаются в оценке достоверности.

1.3. Категория достоверности в лингвистике

В лингвистике значение достоверности непосредственно связано с субъективной (или эпистемической) модальностью и модусными смыслами, позволяющими описывать мир не только «как он есть», но представлять субъективный образ мира, пропущенный через призму сознания и восприятия говорящего [Плунгян 2003: 309].

Исследователи исходят из того, что семантика достоверности/истинности базируется на рациональной (интеллектуальной) оценке, указывающей «на степень достоверности мысли», которая отражает реальную ситуацию [Панфилов 1977: 39]. Достоверность, отмечают ученые, есть «оценка степени правдоподобности (или степени вероятности) данной ситуации со стороны говорящего» [Плунгян 2003: 311]; «представление чего-л. как подлинного или неподлинного, соответствующего или несоответствующего действительности» [РГ-80, т. II: 217; Беляева 1990: 157]. Достоверность трактуется и как самостоятельный тип модальности (Е. И. Беляева, А. В. Бондарко, Т. В. Шмелева), и как частное значение субъективной модальности (В. А. Белошапкина, И. А. Нагорный, В. А. Плунгян, РГ-80). Терминологически субъективно-модальное значение достоверности обозначают также по-разному: персуазивная модальность (В. А. Белошапкина, И. А. Нагорный, В. З. Панфилов) или модус персуазивности (Т. В. Шмелева), эпистемическая модальность (Е. В. Падучева, М. А. Петрова, Дж. Лайонз, Ф. Р. Палмер) или эпистемическая оценка (В. А. Плунгян), модальность достоверности (Е. И. Беляева) или модальность истинности (М. О. Грепл). Вслед за Н. Н. Панченко, мы предпочитаем говорить о категории достоверности, понимая ее как квалификационную характеристику (оценку) полноты знания говорящего о действительности и степень его уверенности в истинности сообщаемой информации.

Рассмотрим подробнее сферу модальности и типы модальных значений, выделяемых в лингвистической литературе.

1.3.1. Понятие модальности и модуса

Впервые понятие «модальность» возникло в логике для отражения познавательной деятельности человека и характеристики суждения в зависимости от его истинности и достоверности². Лингвистика заимствовала классификацию суждений на ассерторические (суждения действительности), проблематические (суждения возможности) и аподиктические (суждения необходимости), а также деление суждений на достоверные и вероятные (например: [Ивин, Никифоров 1997; Кондаков 1971]). Однако в отличие от логики, где модальные отношения задаются формальными операциями и очерчены довольно четким кругом явлений, в лингвистической науке термин «модальность» охватывает обширную область разноплановых языковых явлений, что делает описание модальности особенно трудным³. Обширный пласт отечественных и зарубежных работ по теории модальности свидетельствует, что спорными остаются многие ключевые вопросы, связанные с объемом и границами зоны модальности, количеством и типом модальных значений, способами членения этих значений на группы, терминологическим аппаратом и т. п. (Н. Д. Арутюнова, А. В. Бондарко, Е. И. Беляева, Т. В. Булыгина, В. В. Виноградов, В. Г. Гак, Г. А. Золотова, И. М. Кобозева, Г. В. Колшанский, П. А. Лекант, Т. П. Ломтев, И. А. Нагорный, Е. В. Падучева, В. З. Панфилов, В. А. Плунгян, Н. В. Шведова, А. Д. Шмелев, Т. В. Шмелева; Ш. Балли, А. Вежбицкая, Ф. Данеш, Дж. Лайонз, Ф. Палмер, П. Перкинс и мн. др.).

² В «Логическом словаре» Н.И. Кондакова модальность – это «характеристика суждения в зависимости от характера устанавливаемой им достоверности, т.е. от того, утверждается ли в нем возможность, действительность или необходимость чего-либо о чем-либо» [Логический словарь 1971: 312].

³ Формальный аппарат, принятый в логике, не исчерпывает инструментарий, необходимый для описания естественного языка [Булыгина, Шмелев 1997: 193]; «логическая истинность не имеет дела с прагматическими факторами; в естественном языке они не могут не приниматься во внимание» [Человеческий фактор в языке ... 1992: 7].

Отечественную теорию модальности во многом определила концепция акад. В.В. Виноградова [Виноградов 1950], согласно которой модальность выражает разные виды отношения высказывания к действительности с точки зрения говорящего. Наиболее устоявшейся точкой зрения в русской грамматике можно считать деление модальных значений на (1) объективную модальность, отражающую отношение сообщаемого к действительности в плане реальности / ирреальности, и (2) субъективную модальность, базирующуюся на отношении говорящего к сообщаемому.

Стандартным средством оформления объективно-модальных значений являются грамматические формы наклонений (изъявительное, сослагательное, повелительное и т. д.). Круг же субъективно-модальных значений очень широк, и сами эти значения, почти всегда экспрессивно окрашенные, не во всех случаях могут быть строго и однозначно определены [РГ-80: 215-217]. Так, частными значениями субъективной модальности признают персуазивность (категория достоверности/вероятности суждения), эвиденциальность (категория, указывающая на источник сведений говорящего относительно описываемого события), эмоциональную оценку (категория, указывающая на эмоциональное отношение говорящего к высказыванию), логическую модальность (категория истинности/ложности и утверждения/отрицания суждения), бытийную модальность (категория, указывающая на отношение к бытию в плане возможного/невозможного, случайного/необходимого) [Нагорный 2001]. При этом главным модально-оценочным значением большинство исследователей называют значение достоверности/вероятности, которое имеет «наиболее интенсивные связи с другими значениями как в сфере модальности, так и за ее пределами» [Плунгян 2003: 309].

В западноевропейской науке ведущая роль в создании концепции модальности принадлежит швейцарскому ученому Шарлю Балли, который выделял в содержании любого предложения две части – диктум и модус. Диктум (фактическое содержание мысли) и модус (выражение позиции

мыслящего субъекта к этому содержанию) противопоставлены друг другу как объективное и субъективное, как внешний мир внутреннему миру человека, как «я» и «не-я». Модальность («душа предложения», по Ш. Балли) представляет собой активную ментальную операцию, производимую говорящим над представлением, содержащимся в диктуме [Балли 2001: 44]. Сопоставляя диктум с реальной действительностью, мыслящий субъект констатирует или отрицает ее существование, судит о ценности, выражает свое волеизъявление и др.

Большинство ученых исходят из того, что категории модальности и модуса не тождественны друг другу, хотя и то и другое базируется на факторе субъективности. Модус – более широкое понятие, включающее в себя модальность: «модус – это любое проявление субъективного начала в высказывании, модальность же представляет собой лишь один из аспектов модуса, а именно актуализационно-квалификативный аспект» [Нагорный 2000: 192]. Модусная семантика включает в себя широчайший круг значений, поскольку каждое модальное слово может обладать собственными оттенками значений [Падучева 2014]. Так, в работах Т. В. Шмелевой модусные смыслы, связывающие высказывание с говорящим, делятся на:

- актуализационные (время, лицо, реальная модальность),
 - квалификативные (авторизация, персуазивность, оценочность, ирреальная модальность),
 - метасмыслы (манера речи, образ автор, интересы адресата),
 - социальные (официальность, нейтральность, фамильярность)
- [Современный русский язык 2014: 261-292].

В теории Т.В. Шмелевой модус персуазивности (категория достоверности) является квалификативной характеристикой полноты знания субъекта речи.

1.3.2. Шкала категории достоверности

Значение достоверности описывают в научной литературе в виде градуальной шкалы, на которой фиксируется место модальных показателей в соответствии со степенью достоверности (*наверное, по-видимому, очевидно, вероятно, может быть, кажется, вроде, бесспорно, безусловно* и др.). Градуальность этих единиц «отражает меру субъективной уверенности говорящего в правильности сделанного утверждения» [Яковлева 1994: 200].

Традиционно выделяют три степени достоверности содержания высказывания: нейтральную (в других терминах – простую, имплицитную, безусловную), категорическую (подчеркнутую, полемическую) и проблематическую (В. А. Белошапкова, В. Н. Бондарко, В. З. Панфилов, Т. В. Шмелева и мн. др.).

Е. И. Беляева в поле достоверности выделяет два микрополя: вероятности и истинности. Вероятностная оценка базируется на выводном знании (вывод, прогноз, предположение, допущение) и может квалифицировать ситуацию как маловероятную (*вряд ли*), возможную (*может быть*) или высоковероятную (*скорее всего*). Приведем примеры: **Видимо**, тележурналистам следует во избежание подобных <спорных> случаев проходить специальный курс «Создание видео-доказательств для суда», **возможно**, с привлечением специалистов из МВД (Коммерсант.ru, 15.07.2016); **Может ли** Россия выиграть когда-то чемпионат мира по футболу? (КП, 11.07.2016). Истинностная оценка содержит степень уверенности говорящего в том, что высказывание соответствует действительности (*правда, действительно, верно; кажется, вряд ли, как будто, как бы*) [Беляева 1990: 163-166]. Например: *В самый разгар допингового скандала в распоряжении редакции оказался некий доклад, подготовленный группой специалистов, вполне вероятно, для информации политического руководства страны. Правда, попал ли текст по адресу, мы не знаем* (Нов. газета, 20.07.2016).

Широкое понимание категории достоверности предлагает Н. Н. Панченко, выделяя на шкале три зоны: безусловной достоверности (соответствие действительности, верифицированный факт, знание, объективность, истина), безусловной недостоверности (несоответствие действительности, результат добросовестного заблуждения или злонамеренной лжи) и относительной достоверности (возможное соответствие/несоответствие действительности, видимость, вероятность, неуверенность, сомнительность, субъективность) [Панченко 2010: 121-137].

По нашим наблюдениям, общим для всех классификаций выступает следующее:

(1) признание модально-оценочной сущности достоверности, являющейся универсальной общефилософской научной классифицирующей категорией;

(2) сложная семантика категории достоверности, отражающая оценку положения дел ('Это – так – есть') и личностные оценки говорящего ('Я – так – говорю') [Lyons 1977: 804], т. е. количественную оценку имеющихся у говорящего знаний о предмете и субъективное ощущение истинности [Беяева 1990: 163; Панченко 2010: 33];

(3) градуированный характер оценки говорящим полноты его знания и степени уверенности в истинности сообщаемого;

(4) вариативность достоверности – «то, что является бесспорно достоверным для одного субъекта, может быть недостаточно достоверным для другого» [Панченко 2010: 111];

(5) асимметричный способ выражения достоверности: «стандартная уверенность не требует показателей», в то время выражение собственной уверенности или неуверенности требует вербальных сигналов [Современный русский язык 2014: 265];

(6) включенность значения достоверности в сложную систему связей и взаимодействий с другими модальными значениями [Плунгян 2003: 309; РГ-80].

Для нашего исследования можно воспользоваться традиционной модальной шкалой, на которой крайними точками выступают значения нейтральной достоверности ('Я знаю/уверен, что Р') и ее антипода – недостоверности ('Я знаю/уверен, что не Р'). В промежуточной зоне градуально размещаются значения категорической достоверности ('Я подчеркнуто уверен, что Р') и проблематической достоверности ('Я не знаю/не уверен, что Р или не Р').

Охарактеризуем частные значения категории достоверности.

I. Нейтральная (простая, имплицитная, безусловная) достоверность опирается на модальное значение реальности⁴ и выражается с помощью повествовательных предложений в изъявительном наклонении, в котором что-либо утверждается или отрицается. Ядром сферы реальности являются ситуации настоящего и прошедшего времени, в будущем же времени «всегда присутствует та или иная мера потенциальности» [Бондарко 1990: 73]. Поэтому отнесение факта к будущему осложняет оценку достоверности элементами вероятности. Приведем пример: *На моих глазах полиция Марселя разгоняет участников беспорядков в Старом порту при помощи водомета* (фрагмент из репортажа). *Матч чемпионата Европы по футболу между сборными России и Англии начнется через два часа, в 22.00 по московскому времени* (Нов. газета, 11.06.2016). В первом высказывании представлена ситуация настоящего актуального времени с признаками наблюдаемости и конкретной референции всех участников ситуации. Во втором высказывании положение дел отнесено к будущему времени ('матч начнется через два часа'), которое еще не стало реальностью, но практически неизбежно осуществится ('через два часа'). Содержание и первого, и второго высказывания оценивается говорящим как существующее в действительности, в котором нет элементов, связанных с недостоверностью.

⁴ Признак «реальности» рассматривается как «отражаемое в языковых значениях представление говорящего о существующем в действительности» [Бондарко 1990: 72].

Повествовательные предложения, в которых содержание соответствует действительности, имеют значение констатации факта и являются немаркированным элементом системы, «относительно которого определяются другие оттенки достоверности» [Беляева 1990: 157]. Ирреальные наклонения (сослагательное, условное, желательное), в сравнении с реальными, обладают меньшей степенью достоверности [Плунгян 2003: 312; ТФГ 1990 и др.]. Для побудительных предложений модальность достоверности не свойственна, а у вопросительных высказываний «противопоставление по степени достоверности распространяется лишь на те типы вопросов, которые ... содержат пропозитивную часть» [Беляева 1990: 158].

Значение нейтральной достоверности выражается имплицитно, «самим фактом отсутствия показателей недостоверности» [Современный русский язык 1999: 773], при этом отсутствие маркеров достоверности «читается как сигнал авторской уверенности в достоверности сообщения» [Современный русский язык 2014: 265]. Значение достоверности/недостоверности информации может вводиться синтаксическими конструкциями типа «эта точка зрения / информация соответствует / не соответствует действительности» [Панченко 2010: 125]. Ср.: *В пятницу состоится заседание Арбитражного суда Москвы по иску компании «Роснефть» к медиахолдингу РБК на 3,124 млрд руб. Почему эта цифра ... не имеет отношения к реальности и может быть похожа на сведение счетов с независимым СМИ – в редакционном материале РБК* (РБК.ru, 09.11.2016).

Само понятие нейтральной/имплицитной достоверности отнюдь не является простым и однородным, отмечает Е.С. Яковлева, поскольку отсутствие специальных эпистемических показателей может быть связано как с объективной, так и с субъективной характеристикой содержания высказывания. Например: (а) *Иван внимательно посмотрел на меня* (информация получена при непосредственном восприятии); *Дважды два равно четыре* (безусловная истина); (б) *Николай едва заметно кивнул головой. Встреча закончилась*

(высказывание допускает включение в своей состав любой показатель достоверности); *За дверью кто-то прячется* (у говорящего не полная информация). В примерах (а) имплицитная достоверность связана с фактуальной информацией и основана на знании говорящего, она может включаться в модальную рамку 'Я знаю'. Достоверность в высказываниях (б) соотносится с нефактуальной или неполной информацией, обладает субъективным статусом и опирается на меру уверенности говорящего (модальная рамка 'Я уверен/полагаю/думаю') [Яковлева 1994: 212-218].

II. Категорическая достоверность отражает подчеркнутую, намеренную уверенность говорящего в достоверности сказанного: *бесспорно, безусловно, несомненно, естественно, конечно, в самом деле, действительно, разумеется, само собой разумеется, правда, верно, да, впрямь, точно, явно, определенно, уверен, не сомневаюсь* и др. Эта группа модальных слов и выражений проявляется в высокой степени достоверности. Исследователи называют подобные лексемы показателями «повышенной уверенности автора», при помощи которых «автор прогнозирует реакцию адресата и соглашается с ней» [Современный русский язык 2014: 265], говорящий по каким-то причинам «настаивает на своей оценке информации, заключенной в предложении» [Современный русский язык 1999: 773]. Например: ***Безусловно**, когда с рынка уходит крупный игрок, кто-то из туроператоров, ... поток туристов распределяется на другие средства размещения, на другие регионы* (Изв., 14.07.2016); *... по крайней мере, я **совершенно точно уверена**, что в итоге мы получим именно кинотеатр, а не что-то иное* <о реставрации старейшего кинотеатра Москвы> (Изв., 15.12.2016); *Эксперты «Премии РБК Петербург 2016» кратко обрисовали картину деловой жизни в уходящем году – **бесспорно**, сложном, но не провальном для компаний-лидеров; **Действительно**, в 2015 году мы столкнулись с тем, что постоянный страх перед девальвацией заставлял клиентов нести рубли и тратить их на автомобили, апартаменты и т.д.* (РБК плюс, 18.12.2016).

Показатели категорической достоверности образуют семантически и стилистически разнородную лексическо-тематическую группу, часть из которых «явно обозначает соответствие действительности» (*истинно, достоверно, подлинно, поистине*), а другая часть – лишь повышает статус достоверности [Панченко 2010: 137-138]. В отличие от типичных представителей категорической достоверности (*бесспорно, несомненно, безусловно*), другая группа может употребляться независимо от наличия или отсутствия у говорящего полной информации. К ним относят слова *действительно, конечно, естественно, разумеется* [Яковлева 1994: 252-253]. Например: *Конечно же, это именно то, чего запрещенное в России «Исламское государство» и террористы добиваются: чтобы возникли антиисламские чувства ...* (Коммерсант.ru, 15.07.2016). Употребление модального слова «конечно» позволяет говорящему сообщить, что на основе своих знаний о мире он квалифицирует сообщение ('разжигание конфликта') как типичное явление.

III. Наиболее сложным оказывается семантическое пространство проблематической достоверности, вбирающее в себя личностные и количественные оценки, значения видимости, вероятности, неуверенности, сомнительности, колебания и др. По наблюдениям Н. Н. Панченко, к безусловной достоверности тяготеют значения уверенности, очевидности, несомненности, к недостоверности – сомнительность, неуверенность, в то время как зону проблемной достоверности составляют значения вероятности, видимости, возможности, кажимости [Панченко 2010: 137]. К этому списку можно добавить значение колебания, которое отражает нечеткость позиции говорящего в ситуации выбора [Долженкова 2014].

С помощью проблематической достоверности выражается неполнота знания говорящего и невысокая степень его уверенности в истинности сообщаемого: *Он мог уехать в Москву; Возможно, он уехал в Москву; Может быть, он уехал в Москву; Правила жизни Габриэля Гарсиа Маркеса:*

«**Возможно**, в этом мире ты всего лишь человек, но для кого-то ты – весь мир» (КП, 18.04.2014). Оценка события как возможного или вероятного возникает тогда, когда «у говорящего нет точных знаний о ситуации, когда не исключаются разные ее исходы», когда существует свободный выбор вариантов («возможно А или Б, или В, или не-А; но я не знаю точно») [Беляева 1990: 163]. В предложении это значение выражается модальными словами и частицами с семантикой, отражающей недостаточную степень знания говорящего в сообщаемом и его неуверенность в достоверности сказанного: *вероятно, кажется, по-моему, видимо, похоже, возможно, пожалуй, как видно* и др.; глаголами *не уверен, сомневаюсь* и др. Например: *Что же касается тарифов на коммунальные услуги, они, как мне кажется, неоправданно завышены* (КП, 03.05.2016); *А буквально на прошлой неделе Hyperloop One сообщила, что планирует провести первые испытания своей технологии на скоростях выше 1000 км/ч в первом квартале 2017 года. Однако это стало, похоже, последней хорошей новостью от компании* (Коммерсант.ру, 14.07.2016); *Спустя несколько часов выяснилось, что к преступлению, возможно, причастен родной сын погибших. <...> – Может, кто подтолкнул его на это? – рассуждает одноклассник Алексей. – Мы с ребятами сейчас вспоминали, вроде в последнее время он связывался с готами* (МК, 13.12.2016).

1.3.3. Достоверность и смежные модусы

Значение достоверности включено в сложную систему взаимодействий с другими субъективно-модальной оценками сообщаемого. Наиболее тесные связи прослеживаются со значениями эмоциональной оценки, рефлексивами и значением эвиденциальности.

Главной функцией знаков категорической достоверности признается экспрессивная [Современный русский язык 1999: 773; РГ-80]. Ср.: *Для нас третье место – это результат, к которому мы стремились, и мы его*

завоевали. *Могло, конечно, быть и лучше, но в целом добились того, что планировали* (КП, 11.07.2016). Эмоционально-экспрессивные коннотации могут радикально менять значение достоверности. Так, стилистически нейтральная лексема *действительно* характеризует высказывание в терминах «реальности» (фактов, событий, происшествий, конкретных свойств), но ее многочисленные экспрессивные синонимы (*поистине, истинно, подлинно, буквально, просто, вправду* и др.) сдвигают описываемое из плана реальности в план «справедливости оценок», их эталонности (*Он поистине/истинно/подлинно француз*). Слова *суций, этакий, буквально, прямо(-таки)* (*Он суций француз*) подразумевают «не тождество фактам, а некое подобие им, сходство с ними», в отличие от утверждений *Он, действительно / наверное / бесспорно, француз, устанавливающих фактическое соответствие* [Яковлева 1994: 200-207]. Однако, отметим, и эти наблюдения требуют коррекции в каждой конкретной ситуации. Так, в высказывании: *Премьер-министр выступил в Государственной думе с отчетом о работе правительства. А буквально накануне этого выступления он встретился с президентом Путиным и доложил ему о значительных успехах* (Советская Россия, 20.04.2017) – маркер «буквально» синонимичен словам «точно», «действительно» и характеризует реальность событий («выступление в Госдуме», «встреча с Президентом»).

Тесные пересечения категории достоверности прослеживаются с **рефлексивами** (метасмыслами, метатекстом, метаязыковым комментированием), суть которых состоит в оценочном отношении говорящего к собственному высказыванию. Появление метаязыковых комментариев «вызвано ощущениями автора, что его могут неправильно понять, неверно оценить его выбор тех или иных языковых средств, речевой манеры (*мягко говоря, проще говоря, если говорить всерьез*)» [Современный русский язык 2014: 267]. Они помогают преодолеть смысловую неопределенность в журналистском тексте.

Существует широкое и узкое понимание метаязыковой рефлексии (работы [Васильев 2003; Вепрева 1998; Кобозева, Лауфер 1994; Сперанская 2009; Старикова 1991; Шейгал 2002 и др.]). Если понимать рефлексивы как анализ собственных речевых поступков, как коррекцию сообщения с целью приближения к истине, то нельзя не заметить их важную роль в качестве показателя достоверности. Вербально выраженный комментарий в тексте ориентирует аудиторию издания на восприятие информации как соответствующей действительности, убеждает в искренности говорящего (*честно скажу, признаюсь, буду откровенен, скажу прямо*) или служит индикатором искажения информации, ее недостоверности (*точно не могу сказать; не знаю наверняка, но*). В качестве сигналов интерпретации в текстах могут использоваться такие слова и обороты, как: *на самом деле это означает; то, что называют; смысл в том, что; точнее, фактически* и др. Например: *Налаживание диалога является центральной идеей, лежащей в основе Международного дискуссионного клуба «Валдай». **Что же в действительности подразумевается под термином «диалог» и можно ли с помощью диалога сгладить фундаментальные политические разногласия? С одной стороны, научные дебаты ведут специалисты, что является естественным и здоровым процессом. Но является ли этот академический спор диалогом в прямом смысле слова? Скорее, это традиционный обмен мнениями между интеллектуалами*** (РГ, 06.11.2013).

В статье [Белоедова 2014] рефлексивы делятся на три группы, указывающие на (а) достоверность информации: *То, что научная основа правотворчества до сих пор нуждается в укреплении, **очевидный факт**, несмотря на то, что в государственных органах есть экспертные и консультативные органы* (РГ Неделя, 27.02.2014); (б) недостоверность информации: *Такое предложение **представляется нам ошибочным*** (РГ, 06.11.2013); *Там черным по белому указаны «жертвователи» на храм – это Металлинвест Алишера Усманова и ВТБ. Так что говорить о том, что деньги (а это не менее 150 миллионов рублей только на здание часовни)*

собирает община – это ложь (Русский репортер, 28.11.2013); (б) проблемную достоверность: *Велика вероятность, что на их основе будет выведен новый сорт* (Белгородская правда, 06.11.2013); *Точнее сказать, политико-экономический мир России расколот в своих ответах на эти вопросы* (Эксперт, 01.12.2013); *Может и бог с ней, с культурой, – будем пить, есть* (АиФ, 06.11.2013).

1.3.4. Категория достоверности в соотношении с эвиденциальностью

Наиболее тесно категория достоверности пересекается с понятием эвиденциальности, служащим для указания на источник получения информации говорящим, а точнее – для обозначения «пути доступа к сообщаемой информации» [Падучева 2014: <http://>] (см. работы Н. Д. Арутюновой, Г. А. Золотовой, Н. А. Козинцевой, Е. В. Падучевой, В. А. Плунгян, В. А. Храковского, А. Д. Шмелева, Т. В. Шмелевой и др.; L. Anderson, F. Palmer, Th. Willet). Наряду с эвиденциальностью используются и другие термины: «авторизация», «засвидетельствованность», «пересказывательность».

Данное явление находит отражение в любом языке, однако не во всех языках эвиденциальное значение образует самостоятельную грамматическую категорию. Для носителей русского языка этот тип модальных значений может показаться непривычным, так как говорящие по-русски указывают на источник сведений только в том случае, если эта информация представляется им необходимой [Плунгян 2003: 302]. Главными показателями эвиденциальности в русском языке считаются лексемы, репрезентирующие чужую речь: *говорят, слышать, слышно, кажется, как будто, вроде, якобы, дескать, мол, де* и др. Информация, принадлежащая автору, может иметь указания на собственные наблюдения говорящего (*я видел, я слышал*), его умственную деятельность, жизненный опыт (*я писал, я догадался, помню и*

т. п.). Ср.: *На моих глазах за одного из избитых вступился его товарищ, пытаюсь объяснить хулиганам, что избитый – сам немец; Первая серьезная драка в Марселе случилась в ночь с 9 на 10 июня. Она началась у меня на глазах; Некоторые англичане рассказали мне потом, что драка началась из-за того, что на них «прыгнули» местные фанаты. Но я этого не видел* (Из репортажей Романа Анина, рассказывающих о стычках футбольных фанатов на Евро-2016. Нов. газета, 12.06.2016).

Несмотря на различные подходы к истолкованию эвиденциальности, ее границ и средств выражения, общепризнанным является понимание того, что в основе этой категории находится личный опыт говорящего, личное свидетельствование или цитирование полученной информации. Учет способа получения информации позволяет ученым выделить следующие типы эвиденциальности:

- прямое свидетельство (attested evidence), или прямая непосредственная эвиденциальность, при которой источником информации является сам говорящий, получающий сведения с помощью зрения, слуха, осязания или всех чувств сразу («Я вижу/слышу, как...»);

- косвенное свидетельство (inferring evidence), или косвенная непосредственная эвиденциальность, при которой говорящий, не являясь свидетелем, восстанавливает ситуацию путем логического рассуждения или построения гипотез, основанных на личном знании мира («Я думаю, что...»);

- косвенное свидетельство (reported evidence), или косвенная опосредованная эвиденциальность, при которой информация получена «из вторых рук» (иначе – цитатив, пересказывательность) («Он сказал мне, что...») [Willett 1988: 57; Золотова и др. 1998: 75; Козинцева 1994: 92; Плунгян 2003: 322].

Эвиденциальность и достоверность тесно связаны между собой, поскольку любой тип информации может оцениваться с позиции ее достоверности/недостоверности. Так, недостоверность источника

информации может возникнуть в результате ошибочного восприятия или в связи с ненадежностью источника, сомнительности информации, полученной из вторых, третьих и даже четвертых рук. Вследствие близости этих значений эвиденциальность иногда включают в состав категории достоверности (например: [Palmer 2001: 8]). Вместе с тем указание на источник сведений говорящего не обязательно содержит в себе информацию об уровне достоверности информации, и, как замечает Е. В. Падучева, «эвиденциальность сама по себе не подразумевает недостоверности» [Падучева 2014: <http://>]. Поэтому более признанной считается точка зрения, согласно которой эвиденциальность и достоверность представляют собой разные модусы, при этом один и тот же источник может оцениваться как достоверный или недостоверный разными говорящими и слушающими [Козинцева 1994]. Однако верно и то, что данные модусные значения, теснейшим образом переплетаясь, могут быть репрезентированы одними и теми же языковыми средствами.

В этой части диссертации мы сосредоточимся на знаках косвенной опосредованной эвиденциальности («информация из вторых рук»), которые частотны и наиболее востребованы в медийной речи [Белоедова 2017]. Журналистские медиатексты относят к полифоническим текстам, для которых доминантным является постоянное взаимодействие «своего» и «чужого» слова. Именно в медиасфере активизируются словесные перепалки, полемика, споры о мнениях и нравственных позициях тех или иных социальных групп, личностей [Арутюнова 1999: 668]. Косвенная опосредованная информация присутствует в текстах СМИ в виде ссылок на государственные структуры, официальные органы и представительства, мнения и оценки социальных групп и отдельных лиц и т. д., что свидетельствует, по словам Т. В. Шмелевой, об отработанной технике «включения чужого голоса, которое делает авторское начало менее или более сложным» [Шмелева <http://>]. Точное указание на источник сведений

формирует объективность, достоверность журналистской информации, повышает доверие со стороны аудитории.

Наш анализ приемов включения чужой речи в газетные тексты свидетельствует, что источником информации может быть конкретный, обобщенный или неопределенный субъект (лицо, социальная группа, организация, государство, канал СМИ и под.):

✓ конкретный источник: **Бах** <Томас Бах, глава МОК> **сказал**, что он не отвечает за форс-мажор, устроенный в канун Олимпиады -2016 (Нов. газета, 03.08.2016); **Двукратный серебряный призер Олимпийских игр в Рио-де-Жанейро в плавании брассом россиянка Юлия Ефимова заявила**, что не держит зла на американских пловцов, которые негативно высказывались в её адрес (МК, 16.08.2016);

✓ обобщенный источник (базируется на одновременном использовании нескольких мнений, представленных обобщенно или обезличенно): **По версии следствия**, осенью 2015 года подозреваемому перепала крупная денежная сумма за помощь одному из призывников уклониться от армии (Нов. газета, 15.08.2016); **Таким образом, поступить в иностранные вузы с минимальными затратами – вполне реально. Главное – поставить цель и планомерно идти к ней, считают эксперты** (РБК, 02.09.2016); **Сирийские оппозиционные СМИ заявили**, что бомбардировку больницы осуществила сирийская или российская авиация (РБК, 03.05.2016);

✓ неопределенный источник: **Но собеседники корреспондента «Российской газеты» в спецслужбах и правоохранительных органах считают**, что могут появиться ужесточения в правилах регистрации короткоствольного оружия. Более того, уже не раз звучали и предложения вообще запретить так называемую травматику (РГ, 15.08.2016); **В историческом центре города все спокойно и открыто для прохода и туристов, однако сегодня их там практически нет. «Всем не до того», – говорит собеседник РБК** (РБК, 03.09.2016); **Разговоры о строительстве подобного училища в**

Петрозаводске ведутся не первый год. О том, что строительство все-таки начнется ближе к ноябрю, говорилось на одном из весенних заседаний Госкомиссии по 100-летию Карелии в Москве (МК, 04.09.2016).

Если журналисту надо обосновать достоверность информации, но при этом сохранить конфиденциальность самого источника или канала, по которому получена информация, то «на первый план выдвигается не субъект речи, а результат его речевой активности» [Золотова 1998: 290]. Проиллюстрируем речевые приемы, которыми пользуются журналисты: *По версии следствия, осенью 2015 года подозреваемому перепала крупная денежная сумма за помощь одному из призывников уклониться от армии (Нов. газета, 15.08.2016); По информации, которую нам удалось получить от членов кооператива, мужчине задолжали уже более 150-200 тысяч рублей (МК, 09.01.2015); Тем не менее, источники издания на условиях анонимности признали факт того, что иранские переговорщики «хотели бы получить что-то материальное», освобождая заложников. И этим «материальным» были наличные средства (РГ, 03.08.2016); Знакомый человека, занимающегося приватизацией, подтвердил «Ведомостям» информацию «Интерфакса» (Ведомости, 04.08.2016); В региональных центрах МЧС не верят, что этот год им удастся закончить без долгов перед личным составом – средства взять неоткуда. Одновременно растут долги перед коммунальными службами. «Идут суды, нам блокируют счета», – подтвердили «Новой» на условиях анонимности в одном из региональных центров (Нов. газета, 01.06.2016).*

По нашим наблюдениям, подобный способ предъявления информации используют СМИ различных типов и достаточно часто. Может ли такого рода информация претендовать на достоверность и объективность? Согласно деонтологическим постулатам, «журналист распространяет и комментирует только ту информацию, в достоверности которой он убежден и источник которой ему хорошо известен» («Кодекс профессиональной этики российского журналиста Союза журналистов России», 1994). Если журналист

убежден в том, что источник надежен, но по объективным причинам желает остаться анонимным, автор текста имеет право включить такую информацию в свой материал. Более того, в ФЗ РФ «О СМИ» в ст. 49.3 говорится следующее: «Журналист обязан сохранять конфиденциальность информации и (или) ее источника» [ФЗ «О СМИ»: <http://>]. Сохранение анонимности источника, который предоставил информацию на условиях конфиденциальности, в деонтологическом плане составляет профессиональную тайну, и принудить к ее нарушению и раскрытию источника никто не может. В кодексах профессиональной этики российского журналиста оговорен ряд исключительных случаев, когда анонимность источника может быть нарушена: 1) когда имеется подозрение, что источник искажил истину; 2) когда упоминание имени источника представляет собой единственный способ избежать тяжкого и неминуемого ущерба для людей. Конфиденциальными также остаются источники, информация которых может повлечь угрозу их жизни и здоровью.

Зачастую об анонимности просят те, кто сообщает действительно социально важную информацию, которую хотели бы скрыть органы власти или другие властные структуры, например: *Повесившийся пилот прошёл освидетельствование во врачебной лётно-экспертной комиссии (ВЛЭК), и был признан годным к лётной работе в качестве пилота, – сообщил источник, пожелавший быть неназванным* (МК, 04.02.2015); *Среди возможных кандидатов на его место – замминистра экономического развития Игорь Рева и руководитель департамента имущественных отношений Минобороны Дмитрий Куракин. Об этом рассказывают три федеральных чиновника* (Ведомости, 02.08.2016); *Как пояснил чиновник, пожелавший остаться неизвестным, участникам тренинга предоставляется информация о действующих сегодня экстремистских группировках* (Лента.ру, 08.07.2016).

Ссылка на анонимный источник может использоваться журналистами, чтобы ввести в поле общественного обсуждения сенсационные и спорные

мнения и суждения, которые нельзя считать в полном смысле достоверными и объективными. Ср.: *Прежде всего поэтому и не кажутся достоверными слова «анонимного источника» в МЧС, которые с подачи FlashSiberia пошли гулять по СМИ: «Есть задача – не допустить прошлогодних пожаров. Вот их и отправили, хотя экипаж сопротивлялся, говорил, что видимость никакая. Но руководство посчитало иначе и заставило парней лететь»* (Нов. газета, 05.07.2016).

В русском языке с категорией эвиденциальности в узком понимании обычно соотносят специфическое употребление частиц *мол*, *де*, *дескать*, которые информируют о том, что автор пересказывает чьи-то данные или мнения: *Брат Панова предполагает, что Евгения похитили с территории Украины. Дескать, Евгений – человек достаточно грамотный, понимает, что с новехоньким удостоверением УБД («участник боевых действий») появиться в российском Крыму было бы подобно самоубийству* (МК, 12.08.2016); *После 12 предварительных заездов 19-летняя виндсерфер делила первое место с итальянкой Тарталини. Итальянец пожал плечами: мол, она совсем молодая и не факт, что справится с давлением в решающей медальной гонке* (РГ, 15.08.2016); *Французы, правда, уверяют, будто выкупили права на слово «Простоквашино» у автора – Эдуарда Успенского. Информировывают, что инвестиции их в российскую экономику составляют \$2 млрд, что у них де 18 предприятий на территории России* (Ведомости, 21.06.2016). Н.Д. Арутюнова называет эти лексемы ксенопоказателями, т. е. «знаками чужого голоса, отчуждаемой речи, чужого мира» [Арутюнова 2000: 437]. Эти частицы указывают на границу между «своей» и «чужой» речью, они как бы «маскируют квазипрямую речь» [Булыгина, Шмелев 1997: 304].

Чужая речь может обозначаться лексемами типа *вроде*, *кажется*, *как будто*, *якобы*, *как говорят*, *по слухам*, *за что купил...*, *слыхать*, *слышно* и др., содержащими в своей семантике компонент неуверенности говорящего в достоверности информации, полученной от других лиц. Используя эти маркеры, говорящий/пишущий ставит целью сообщить адресату, что автор

не является очевидцем события и что он не вполне убежден в достоверности предлагаемой информации. Тем самым говорящий как бы снимает с себя ответственность за сообщаемое [Плунгян 2003: 302; Шмелева <http://>]. Отметим, что традиционно эти маркеры относят к проблематической достоверности [Беляева 1990]. В работе [Булыгина, Шмелев 1997: 298-304] лексемы *кажется, как будто, вроде, говорят* включены в пространство эвиденциальности. По наблюдениям авторов, указанные лексемы используются тогда, когда говорящий «располагает непосредственной информацией об интересующем его положении дел» или «опирается на информацию, полученную от других лиц», хотя не вполне убежден в ее достоверности. Например: *99 процентов граждан имеют весьма смутное представление, что это такое: администрация Президента России. Ну вроде бы и что-то привычное, на слуху, но чем именно в точности, в конкретности она занимается – знают немногие* (Нов. газета, 15.08.2016); ***Журналисты намекают на манипуляции с пробами на допинг единственной российской легкоатлетки, допущенной до Олимпийских игр в Рио-де-Жанейро*** (МК, 15.08.2016); – *А землю здесь взяли бы? – Землю? – Ну да. Про бесплатный гектар слышали? – Кое-что, краем уха* (РГ, 24.02.2015).

Эти языковые средства манифестируют тесную связь модальных значений достоверности и эвиденциальности. Такую же семантическую близость демонстрируют вводные слова *по-моему, по-нашему, на мой взгляд*, которые не столько указывают на источник сообщения, т.е. говорящего, сколько предлагают неуверенную оценку, при этом субъект речи не настаивает на своей позиции [Булыгина, Шмелев 1997: 300]. Например: *Где наши спортивные тренеры? У нас 14 спортивных высших учебных заведений. В одном только бобслее, по-моему, семь иностранцев работает* (АиФ, 21.07.2016); ***Мое сугубо личное мнение, что никогда стрельба не мешала вопросу обмена пленными, это вопрос совершенно другого характера. Удастся нам договориться или нет, я в этом не уверена*** (РИА Новости, 21.07.2016).

В толковых словарях *якобы* (союз и частица) имеет значение недостоверности или ложности сообщаемого: *Во всемирной паутине обнаружился двойник сайта Минздрава России. Его создали мошенники, чтобы продавать неизвестный препарат от паразитов. Ссылкой на это чудо-лекарство заканчивается статья, где **якобы** главный инфекционист страны рассказывает о том, что Карелия – лидер по заражению населения паразитами* (МК, 16.08.2016); *В волгоградскую полицию поступило сообщение о взрывчатке, **якобы** заложенной в городском торговом центре «Гурман»* (РГ, 13.08.2016).

Наряду со свернутыми ксенопоказателями (*мол, де, дескать*), журналисты активно вводят в тексты авторизованные конструкции, с детализацией персон и организаций. Частотными в журналистских текстах оказываются специальные конструкции как *сообщил нашему корреспонденту советник президента, по заявлению официального представителя, по словам очевидцев* и др. Например: ***Как рассказывали очевидцы**, автомобиль успел проехать два километра со скоростью 60–70 км/ч* (Нов. газета, 16.07.2016); ***Но собеседники корреспондента «Российской газеты» в спецслужбах и правоохранительных органах считают, что могут появиться ужесточения в правилах регистрации короткоствольного оружия. Более того, уже не раз звучали и предложения вообще запретить так называемую травматику*** (РГ, 15.08.2016); ***При крушении вертолета Ми-2 в Краснодарском крае 7 августа погибли два человека. Об этом заявил официальный представитель Южного следственного управления на транспорте СК РФ Сергей Бойко*** (Медуза, 07.08.2016).

Для медийной речи характерны высказывания с усложненной модусной рамкой [Шмелева <http://>], расширяющейся за счет использования нескольких субъектов в качестве источников информации. Например: ***Международная федерация футбола (ФИФА) выразила полное неприятие проявлений насилия в ходе чемпионата Европы во Франции, сообщает Интерфакс со ссылкой на сообщение Федерации*** (Нов. газета, 12.06.2016);

Как сообщает ВВС, представитель ЮНИСЕФ в Сирии Ханаа Сингер предупреждает, что ситуация в заблокированных районах города создает серьезный риск для оставшихся там детей, и требует немедленно восстановить водоснабжение (Ведомости, 09.08.2016); Два эксперта по правам человека ООН призвали президента Филиппин Родриго Дутерте прекратить массовые убийства, связанные с масштабной кампанией по борьбе с наркотиками, передает Reuters (РБК, 21.08.2016). Иногда весь материал может быть построен на пересказе и компиляции высказываний из различных источников (дайджесты, обзоры СМИ, обозрения). Ср.: *Власти Турции опровергли информацию о взрыве в центре Анкары, передает Sky News Arabia. По словам неназванного чиновника, в одной из квартир произошел пожар. Однако он отказался рассказать подробности и назвать причину пожара. Одновременно турецкая газета Hurriyet подтверждает, что СМИ начали распространять в соцсетях слухи о взрыве после того, как очевидцы опубликовали фотографии клубов дыма, поднимающихся над местом происшествия. Как передает специальный корреспондент «Новой газеты», пожар произошел в бедном районе Анкары, где находятся трущобы. Ранее Sky News сообщил о мощном взрыве, прогремевшем в столице Турции (Нов. газета, 19.07.2016).*

В ходе подобной неоднократной пересказывательности выстраивается сложная цепочка отсылок, и читателю бывает непросто отследить первоисточник высказывания. В этом случае на первый план выходит такая категория, как «авторитетность»⁵ источников информации, известных плюрализмом мнений и оценок, которым можно доверять. Сама диалогичность коммуникации, ее включенность в деятельность человека влечет за собой необходимость разделения ролей акторов по степени их

⁵ Под авторитетностью в «Словаре русского языка» понимается: «1. Общепризнанное значение, влияние, общее уважение. 2. Лицо, пользующееся влиянием, признанием» [Ожегов 1990: 25]. Авторитет есть «культурное понятие, под которым имеется в виду форма осуществления власти, общеизвестный ориентир (член группы, мнения и высказывания которого являются общепризнанными, или популярная тема), который существует среди членов микросоциальной группы и который является эталоном для подражания» [Темнева 2010: 248-249]. В теории журналистики понятие авторитета часто связывают с риторическим приемом аргументации и убеждения читателей путем ссылки на известную медиальность.

влияния на эту деятельность. Авторитетный источник в журналистике – это источник, заслуживающий безусловного доверия. Среди основных маркеров авторитетности источника в политическом дискурсе, который близок медиадискурсу и с ним пересекается, В.Б. Кашкин выделяет (1) прямые, или статусные маркеры, к которым относит имена и титулы, и (2) косвенные – цитирование лидеров общественного мнения [Кашкин 2007: 15]. Ср.: (1) *Глава Международной ассоциации легкоатлетических федераций (IAAF) Себастьян Коу заявил, что необходимо вернуть российских спортсменов на международные соревнования. Об этом в воскресенье, 21 августа, сообщает РИА Новости»* (Лента.ру, 21.06.2016); (2) *Стоимость строительства стадиона футбольного клуба ЦСКА составила 350 миллионов долларов. Об этом в субботу, 20 августа, сообщил президент ЦСКА Евгений Гинер. Его слова приводит ТАСС* (Лента.ру, 20.06.2016).

Традиционным объектом цитирования в массмедиа являются не только политики, деятели культуры, спортсмены, но и сами СМИ. На уровень цитирования одних изданий другими влияет категория авторитетности. Чаще всего российские СМИ цитируют различные отечественные и зарубежные информационные агентства: Reuters, РИА Новости, Интерфакс, ТАСС и др., а также разнообразные печатные и интернет-издания. Стоит отметить, что в поле цитируемости чаще попадают те издания, которые можно отнести к качественной прессе. Считается, такие издания при описании политических, экономических, культурных событий стремятся предложить объективную оценку.

Однако ссылка на источник информации не всегда означает ее достоверность, особенно тогда, когда источником выступает фейк⁶ или «липовый» эксперт. В журналистике эксперт – лицо значимое, чье авторитетное мнение повышает доверие к изданию или публикации. Но есть случаи, когда и эксперт может оказаться фейком. Например: *Чаще всего в роли экспертов выступают политические фрики и скандальные личности.*

⁶ Фейк (от англ. *fake*) - «подделка, фальшивка».

Например, о секретном плане «Белуга», организованном западными спецслужбами для подрыва авторитета Путина и всей России, сообщил «известный французский эксперт по вопросам безопасности» и «шеф контрразведки правительства Франции» Поль Барриль. На деле же он офицер национальной жандармерии и член антитеррористической бригады, участник событий в Руанде (после которых обвинялся в участии в геноциде), вербовщик наемников для поддержки африканского диктатора Мобуту, не раз оказывавшийся в центре скандалов, связанных с заказными убийствами, вымогательством и клеветой (Газета.ru, 16.04.2016). Другим примером может служить британский спортивный журналист Саймон Раунтри, твиттер которого стал источником новостей для некоторых британских и российских СМИ. В своем твиттере он якобы описывал нюансы агрессивного поведения английских фанатов во время и после матча сборных России и Англии. Ср.: На его твиты в своих новостях ссылаются RT, «Чемпионат.com», РИА «Новости», «Аргументы и факты», «Лента.ру», «Взгляд», «Комсомольская правда» и другие СМИ (Медуза, 15.06.2016).

Итак, достоверность излагаемых в журналистских медиатекстах фактов соотносится с оценкой того, каким образом они были получены и могут ли они претендовать на истинность. Информация «из вторых рук» составляет значительную часть массива информации, циркулирующей в современных СМИ. Она позволяет журналисту передать оценки и мнения на события или проблемы конкретных лиц (политиков, лидеров мнений), сослаться на сообщения информационных агентств, других СМИ и тем самым повысить объективность и достоверность сообщаемого (если источник надежен), снять с себя ответственность перед аудиторией (если источник вызывает сомнения).

1.3.5. Языковые показатели достоверности

Значение достоверности реализуется в системе разноуровневых языковых средств (лексических, морфологических, синтаксических), часто

экспрессивно окрашенных, которые «не во всех случаях могут быть строго и однозначно определены» [РГ-80, т. II: 214-236]. Эти разноуровневые средства выражения тесно взаимодействуют между собой и другими модусами, дополняя, уточняя, усиливая, расширяя семантику достоверности. Н. Н. Панченко пишет о том, что «все показатели достоверности составляют целостную, структурированную систему коммуникативно значимых средств, взаимодействующих и взаимодополняющих друг друга, влияют на истинностную оценку высказывания, участвуют в формировании его иллюкативной силы и связаны с коммуникативным намерением говорящего» [Панченко 2010: 139].

Языковые показатели достоверности относят к классу слов-верификаторов, которые позволяют установить соответствие сказанного действительному положению дел «в плоскости “да” / “нет”; “реализовано” / “не реализовано” содержание предложения в действительности» [Яковлева 1994: 2000]. Необходимо отметить, что состав модальных слов и частиц в разных исследованиях может не совпадать, поскольку «язык устроен так, что одна и та же лексема может обозначать и факт, и впечатление, и мнимый мир» [Апресян 2009: 96]. На примере слова *точно*, которое одновременно принадлежит к трем частям речи – наречиям (*точно знать*), частицам (типа *вроде, как будто*) и союзам (*точно с неба свалился*), Ю. Д. Апресян продемонстрировал способность одной лексемы быть повернутой к фактам (*точно известно*), указывать на неуверенность, предположительность события, на сомнение в достоверности (*точно где-то видел*), или вводить в рассмотрение мнимый мир (*она сидела точно мертвая*) [Апресян 2009: 99]. Таким образом, многозначность модальных показателей предопределяет их рассредоточенность не только по разным лексическим группам, но и по разным модусам.

Опираясь на работы [Апресян 2007; Арутюнова 1999; Беляева 1990; Виноградов 1972; Булыгина, Шмелев 1997; Дмитровская 2003; Падучева 2014; Панченко 2010; Человеческий фактор в языке 1992; РГ-80; Яковлева 1994 и

др.], мы суммировали языковые показатели с проекцией на шкалу достоверности.

1. Специализированным средством выражения достоверности являются модальные слова и модальные частицы с семантикой уверенности, сомнения, предположения, неуверенности, возможности, вероятности, колебания, кажимости, объединенные значением достоверности.

В работе [Беляева 1990: 159-170] модальные слова и частицы сгруппированы в два микрополя:

(1) **микрополе вероятностной оценки:** высокая вероятность: *видимо, по-видимому, очевидно, наверное, видно, как видно, должно быть, должен и др., средняя вероятность:* *мочь, можно, должен, вероятно, возможно, вполне вероятно, весьма вероятно и др., невысокая вероятность:* *может быть, может, пожалуй, поди, небось и др.,*

(2) **микрополе истинности:** категорическая достоверность: *правда, действительно, на самом деле, верно, да, впрямь, точно, вот те крест (прост.), ей-богу (прост.); явно, определенно, конечно, безусловно, не может быть, несомненно, бесспорно; проблематическая достоверность:* *кажется, вроде (бы), как будто, что ли, вряд ли, едва ли, ну уж и др.*

2. Глагольные конструкции с модусом знания и модусом мнения: *Я знаю* и *Я считаю/думаю/полагаю/рассматриваю/нахожу*. Знание и мнение отличаются друг от друга по параметру истинности пропозиции. В случае знания имеет место истинностная оценка (*Я знаю, что он уже приехал = То, что он приехал, истинно*); в случае мнения имеет место вероятностная оценка (*Я думаю / считаю / полагаю / мне кажется, что он уже приехал = То, что он приехал, вероятно*) [Дмитровская 2003: 50].

3. Глаголы, выражающие неуверенность, колебание, кажимость, и их дериваты: *выглядеть, казаться, колебаться, решаться, сомневаться, предполагать, мниться, колебание, колеблющийся, сомнение, предположение* и др.

4. Концепты ПРАВДЫ и ЛЖИ и семантическое поле слов, указывающих на отношение «содержания текста к действительности»: *версия, легенда, сказки, фантазия, миф, вымысел, бред, чепуха, ерунда, глупости, домысел, выдумка, рассказы, сплетни, навет, извет, клевета, фальшивка, фальсификация, дезинформация, полуправда, частичная (усеченная) правда* и др. [Человеческий фактор в языке ... 1992: 34], *фейки* (нов.).

5. Лексика, называющая «обманные действия» и результаты воображения: *воображать, грезить, мечтать, фантазировать, завышать, занижать, лакировать; врать, говорить неправду, клеветать, лгать, плести небылицы, сочинять; аффектированный, деланный, наигранный, напускной, нарочитый, натянутый, показной, притворный, фальшивый, лживый; мимикрия, ханжество*; названиями результатов «работы воображения» *басни, воздушные замки, выдумка, вымысел, домысел, миф, побасенки, сказки; фантазии, фантом, химера, разг.-сниж. купиться, попасться на удочку, принять за чистую монету, проглотить наживку* и др. [Апресян 2009: 82].

6. Существительные *факт, правда*, организующие пропозицию (*правда, что*), выражения *истинно, что; достоверно, что* – прямые индикаторы «безусловной достоверности или соответствия истинному положению дел». Повышают статус достоверности выражения *точно, что; безусловно, что; очевидно, что; несомненно, что* [Панченко 2010: 128].

7. Метатекстовые рефлексивы: *честно скажу, признаюсь, буду откровенен, скажу прямо, точно не могу сказать, не знаю наверняка, но; на самом деле это означает; то, что называют; смысл в том, что; точнее; фактически* и др.

8. Опосредованная эвиденциальность (цитативы) – лексемы, репрезентирующие чужую речь: *говорят, слышать, слышно, кажется, как будто, вроде, якобы, дескать, мол, де* и др.

9. Специальные конструкции, указывающие на источник информации: *как сообщил нашему корреспонденту советник президента, по заявлению*

официального представителя, по словам очевидцев, по версии следствия, по предварительной информации и др.

10. Вводные слова: *по-моему, по-нашему, на мой взгляд*, которые не столько указывают на источник сообщения, сколько предлагают неуверенную оценку субъекта речи.

11. Неопределенные местоимения: *кое-кто, кое-что, некто, нечто, некоторые, кто-нибудь, кто-то, какой-то, какой-нибудь*, изъяснительные союзы с соответствующей семантикой (*почему-то показалось, кажется, будто*), которые усиливают значение недостоверности [Булыгина, Шмелев 1997: 211].

12. Морфемы: *лже-, ложно-* однозначно маркируют несоответствие действительности, недостоверность; *квази-, псевдо-* выражают сомнительность [Панченко 2010: 121].

13. Экспрессивные синтаксические конструкции, выражающие отрицание (*Поедет он, как же! Разве он согласится? А кто же мне запретит? Станет она с тобой разговаривать!*) или риторические вопросы (*И какой же русский не любит быстрой езды?*) «могут передавать значение уверенности» [Беляева 1990: 161].

14. Изъяснительные конструкции, в главной части которых заключен модус высказывания (*можно сказать, что; хочется думать, что; не думаю, что; боюсь, что; надеюсь, что; ощущение, что; думаю, что; чувствую, что; уповаю на то, что*), инфинитивные конструкции со значением уверенности (*Тебе этого не понять*), вопросительные конструкции разных типов (*правда ли, что...; верно ли, что...*) и др.

15. К средствам выражения категории достоверности совершенно справедливо относят различные стилистические средства, используемые для намеренного искажения действительности: эвфемизмы, образные сравнения, метафоры, приемы цитирования и др. «В принципе любые стилистически маркированные элементы ассоциируются в языковом сознании с идеей субъективности изложения и, следовательно, работают на понижение достоверности. <...> ... наоборот, устранение личностного, субъективного

начала маркирует тенденцию к повышению достоверности информации» [Панченко 2010: 131].

16. К средствам выражения категории достоверности следует отнести языковые средства, распределенные на шкале точности/приблизительности. Точность события проявляется при использовании терминологии, специальной лексики из разных областей знаний, в именах собственных (названия лиц, должностей и профессий, учреждений и организаций, географических названиях), числовых номинациях, датах, статистике. К многочисленным знакам приблизительности или средств «уклонения от истины» относятся лексические единицы с широкой и неопределенной семантикой, с оценочными и неконкретными значениями. Лингвистическая неточность связана с тенденцией к округлению чисел, с явлениями полисемии, синонимии, омонимии, с процессами генерализации, редукции и др. (см. раздел 1.2.2 диссертации).

Многоуровневые средства языка/речи действуют в журналистских текстах совместно, подчиняясь коммуникативной ситуации, прагматическим целям, задачам, интересам коммуникантов, а также точностью знаний говорящих, их уверенностью в достоверности передаваемой информации.

ВЫВОДЫ

Термин «достоверность» используется для обозначения бесспорности, обоснованности и доказательности знания, для разграничения знания и мнения. Достоверность является прагматической категорией, обусловленной присутствием в коммуникации субъекта; градуированной величиной, относительным понятием, требующим верификации, подтверждения практикой и эмпирикой. По отношению к истине и истинностному знанию категория достоверности прошла путь от признания ее второстепенности (Платон), трансформации в часть логического объема истины (Гегель) до первичности по отношению к истине (Витгенштейн) и статуса важнейшей категории философии, логики, эпистемологии. Новые философские

концепции приносят в понимание категории достоверности элементы субъективного, иррационального, виртуального, расширяя границы реального и обнаруживая новые явления и характеристики. Теория конструктивного реализма В.А. Лекторского, в определенном смысле снимающая противостояние конструктивизма и реализма, признает познаваемость реальных и идеальных объектов. Согласно теории В.А. Лекторского, субъект, познающий мир, имеет дело с тем миром, который конструирует, но этот сконструированный мир является частью, срезом, проекцией реального мира, но не фантастической конструкцией.

Как ведущий принцип и постулат журналистской деятельности достоверность закреплена в законодательных документах о СМИ и профессионально-этических кодексах. Являясь сложной многомерной категорией, достоверность проявляется через частные по отношению к ней категории информативности, точности и объективности (Н.Н. Панченко). Критериями достоверности в журналистских текстах считаются ссылки на источники информации, цитирование участников, свидетельства очевидцев событий, использование документально подтвержденных сведений. К критериям точности следует отнести цифры, числовые номинации, статистику, терминологию, специальную лексику из разных областей знания и профессий; употребление собственных имен (географические названия, наименования учреждений и организаций, аббревиатуры и словосложения). Показатели объективности опираются на факты, констатирующий тип речи, непредвзятое освещение событий, разделение фактов и мнений, доказательность и аргументированность позиции журналиста, плюрализм мнений, обращение к авторитетным источникам информации и их ранжирование по степени надежности, введение в тексты личных свидетельств, ссылок на авторов. Все эти маркеры (тип информации, точность, объективность) тесно пересекаются и взаимодействуют, функционируя как в пространстве достоверности, так и самостоятельно.

В лингвистике значение достоверности базируется на рациональной оценке, указывающей на степень истинности мысли. Достоверность представляет собой квалификационную характеристику полноты знания говорящего о действительности и степень его уверенности в истинности сообщаемой информации. Значение достоверности включено в сложную систему связей с другими значениями субъективно-модальной квалификации сообщаемого (эвиденциальности, субъективной оценки, метаязыковой рефлексии), подчиняясь в тексте экстралингвистическим задачам (замысел, целеполагание, идеологические парадигмы субъектов коммуникации). Языковые показатели достоверности, представленные на разных уровнях языка (лексическом, морфологическом, синтаксическом), образуют систему взаимодействующих средств (Н.Н. Панченко), действующих в комплексе и влияющих на истинностную оценку высказывания.

Глава II. СОВРЕМЕННЫЕ МЕДИАТЕКСТЫ КАК ОБЛАСТЬ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ КАТЕГОРИИ ДОСТОВЕРНОСТИ

2.1. Журналистский текст в аспекте категории достоверности

Соотнести свойства журналистского текста с категорией достоверности и ее субкатегориями – значит ответить на ряд вопросов, связанных со степенью адекватности и точности отображения действительности в журналистских текстах, а также с особенностями вербальной репрезентации значения достоверности.

Для освещения этих проблем мы обратились к теме допинга в российском спорте. Материалом исследования послужили 1144 публикации из пяти изданий, имеющих различную редакционную политику, периодичность и аудиторную направленность: «Российская газета» (278 материалов), «Аргументы и факты» (264 материала), «РБК» (248 материалов), «Новая газета» (230 материалов), «Завтра» (124 материала). Хронологические рамки исследования – с января 2015 г. по март 2017 г.

Известно, что широкое исследовательское поле для анализа языковых и дискурсивных средств выражения представляют собой события, привлекающие повышенное внимание журналистов и массовой аудитории. К таким темам обычно относят события, так или иначе сопряженные с политикой, и, конечно же, медиаскандалы, обладающие актуальностью, живостью, зрелищностью, протяженностью во времени и пространстве. Общественную значимость темы допинга подтверждают показатели рейтингов событий года и общественный резонанс в мировом сообществе. Ср.: *«Компания «Медialogия» проанализировала самые упоминаемые события 2016 года в федеральных СМИ и в соцмедиа. В ТОП-5 событий в федеральных СМИ по заметности вошли: допинговый скандал в российском спорте (13 894,66), победа Дональда Трампа на выборах президента США (12 620,75), попытка военного переворота в Турции (11 338,27), Brexit: граждане*

Великобритании проголосовали за выход из ЕС (9 392,08) и военные действия в Сирии (8 468,28)» («Пресс-выпуск», № 3295 от 27 января 2017).

2.1.1. Медиакартина мира и проблемы отражения реальной действительности

Термин «картина мира» был введен Л. Витгенштейном в «Логико-философском трактате», а в семиотику и другие науки пришел из трудов немецкого ученого Л. Вайсгерберга. Картина мира определяется как «система интуитивных представлений о реальности» [Руднев 1997: [http://](#)]; глобальный образ мира [Ежова 2011: 132], содержательная интерпретация окружающей действительности [Володина 2008: 6]. Исследователи отмечают, что в силу своей многозначности этот термин используется в современных работах по крайней мере в трех значениях: а) глобальный образ мира, б) инструмент познания, в) теоретический конструкт-модель [Ежова 2011: 133].

В теорию журналистики данное понятие пришло относительно недавно, однако сразу стало востребованным: роль реальности, создаваемой в массовой коммуникации, настолько велика, что «понимание механизма ее образования и функционирования может быть отнесено к формированию стратегии выживания человечества в информационном веке» [Мансурова 2003: [http://](#)]. В медиаисследованиях термин «картина мира» расширяется за счет уточнения сферы коммуникации, каналов СМИ или аспектов исследования, ср.: *информационная* (М. Н. Володина, М. А. Кормилицына, О. Б. Сиротинина), *журналистская* (В. Д. Мансурова), *публицистическая* (Л. Р. Дускаева, В. А. Салимовский, Г. Я. Солганик), *телевизионная* (Е. А. Абросимова, Е. Г. Малышева), *медиакартина* (И. В. Анненкова, И. В. Рогозина), *медиа-рекламная картина мира* (Е. Н. Ежова). Содержательное наполнение этих номинаций зависит от философских и социогуманитарных теорий, которыми руководствуются авторы и которые объясняют механизмы отражения реальности в человеческом сознании и медиатекстах. Так, публицистическая

картина мира «отражает некоторый срез действительности – жизнь индивида в обществе. Это главным образом социально-политическая картина» [Дускаева, Салимовский 2012: <http://>; Солганик 2000: 15].

В новых подходах к медиакартине мира на первый план выдвигается субъект, ибо любая картина реальности – это результат интерпретации мира человеком, поэтому исследователи предпочитают говорить не об отражении действительности, а о создании реальности или ее конструировании. Ср.: «Журналисты создают скорее виртуальную реальность, чем изображают происходящее. Никакое эмпирическое явление по сути дела не является тем, что предъявляет журналист человеку» [Богуславская 2008: 38, 50]; СМИ «создают особого рода *символический* продукт, своеобразную *квазиреальность*, которая начинает постепенно вытеснять, а затем и подменять собою реальность» [Анненкова 2011: 74]; СМИ создают свою *мифологическую реальность*, призванную «упорядочивать» картину мира [Луман 2005]. Журналистская картина мира – специальный объект исследования в докторской диссертации В.Д. Мансуровой, где «разрыв между реальностью и медиасобытием» объясняется появлением новых информационных технологий, создающих условия для расширения предметной области СМИ. Журналистская картина мира, по Мансуровой, отражает «вещнособытийную реальность», но не является ее копией или зеркальным отражением. Одновременно с отражением, она «создает особый тип социокультурной реальности. Именно в нем реальностью становятся знаки и информация, текст и гипертекст, «симулякры» культуры, которые опосредуют социальные процессы в обществе» [Мансурова 2003: <http://>].

Исследование В. Д. Мансуровой демонстрирует плодотворность идей неклассической эпистемологии. Признание журналистской картины мира конструктом, не тождественным реальности, отнюдь не отрицает самой реальности. Картина мира, создаваемая журналистикой, является «проекцией реального мира» (В. А. Лекторский), не точной копией действительности, а сконструированным миром, что позволяет находить в медиакартине не

только «следы» вещнособытийного мира, но и «новые схемы понимания реальности». Реальность как таковая, с ее живыми людьми и ситуациями, перестала быть единственным объектом и предметом отображения СМИ. Журналистская картина мира, с одной стороны, содержит общие, устойчивые принципы «для онтологизации наших представлений о мире», но, с другой, она «создает новые схемы понимания реальности, создает невиданные ранее причудливые модели соотнесения представлений и образов мира с объективной реальностью» [Мансурова 2003: <http://>].

При исследовании картины мира, создаваемой журналистикой, важными являются следующие положения. Первое – это мозаичность, дробность, фрагментарность, разрозненность, дискретность, незаконченность, незавершенность картины мира. Ср.: «Мозаичная по своему характеру, современная публицистическая картина не может быть целостной и статичной по природе и определению, ибо создается, дополняется, меняется каждодневно» [Солганик 2000: 11; Анненкова 2011: 77; Ежова 2011 и др.]. Второе – множественность описаний и интерпретаций одного события, вариативность картин мира в массовой коммуникации (И. В. Анненкова, Л. Р. Дускаева, Е. Н. Ежова, Н. И. Клушина, В. Д. Мансурова, В. А. Салимовский, Г. Я. Солганик, Т. В. Чернышова). Вариативные картины мира имеют общие и различающиеся элементы. Общие элементы картин мира – «отражение одних и тех же наиболее важных социальных событий», различные элементы – «критерии фиксации и оценки фактов, объективируемые ценности, реализуемые поведенческие установки, поскольку они обусловлены разными идеологиями» [Дускаева, Салимовский 2012: <http://>]. Как отмечает Е.П. Прохоров, в соответствии с направлением каждого издания создается своеобразная картина жизни и даются свои оценки, различающиеся как в нюансах, так и в целом, «поэтому важно, чтобы каждое СМИ отмечало, чем отличается представленная им картина от остальных» [Прохоров 2012: 293].

Допинговый скандал – это продолжающееся событие, которое дано не в завершенном виде, а в противоречивой динамике становления и развития. Оно прочно вошло в повестку дня СМИ в 2015-2016 гг. Нельзя не отметить, что этот период явился крайне сложным не только для российского спорта, но и для российского общества в целом, так как происходило переосмысление допинговой проблемы от полного отрицания предъявленных результатов зарубежных антидопинговых лабораторий и однозначных обвинений в их адрес – до признания допинговых злоупотреблений в российском спорте и первых шагов, направленных на урегулирование ключевых моментов на законодательном уровне. Сложный путь переосмысления допинговой темы, естественно, нашел массивное отражение в медийном пространстве российских и зарубежных СМИ.

Общим для публикаций из пяти газет являются ключевые даты и наиболее значимые моменты реального события, отражающие последовательность разгорающегося допингового скандала. Приведем хронику событий, составленную на основе опубликованных в СМИ материалов («Допинг. Хроника». Спорт Экспресс, 19.07.2016; «Исчадие ВАДА». АиФ, 14.12.2016; Мутко назвал фильм о допингах в российском спорте «борьбой за власть». РБК.ru, 02.08.2015 и др.).

2 декабря 2014 г. немецкий канал *ARD* показывает разоблачающий фильм об использовании допинга в российской легкой атлетике режиссера Хайо Зеппельта, в котором главными информаторами и свидетелями являются супруги Юлия и Виталий Степановы.

1 января 2015 г. Всемирное антидопинговое агентство (ВАДА) под руководством Ричарда Паунда объявило о начале расследования по мотивам фильма, ставшего пусковым моментом допингового скандала и началом информационной войны.

9 ноября 2015 г. Р. Паунд представил широкой общественности первую часть доклада, в котором сделаны сенсационные заявления о масштабах допинговой проблемы в российской легкой атлетике, а также даны

рекомендации отстранить российских спортсменов от международных соревнований.

1 августа 2015 г. вышел второй документальный фильм, в котором немецкий телеканал *ARD* обвинил четырех российских бегуний (Анастасию Баздыреву, Екатерину Поистокову, Татьяну Мязину и Кристину Угарову) в нарушении антидопинговых правил.

10 ноября 2015 г. подает в отставку Григорий Родченков, руководитель Московской антидопинговой лаборатории и впоследствии один из значимых фигурантов допингового скандала.

18 ноября 2015 г. ВАДА лишает аккредитации Российское антидопинговое агентство (РУСАДА).

14 января 2016 г. Независимая комиссия ВАДА под руководством Ричарда Паунда представила вторую часть своего доклада, где шла речь о коррупции в международной федерации ИААФ.

12 мая 2016 г. Американская газета *New York Times* опубликовала интервью с Григорием Родченковым, в котором прозвучали шокирующие сведения об употреблении допинга российскими чемпионами Сочи-2014 и о подмене проб во время Игр-2014.

19 мая 2016 г. ВАДА объявило о создании новой независимой комиссии во главе с канадским профессором Ричардом Маклареном, расследующей показания экс-главы московской антидопинговой лаборатории Григория Родченкова,

17 июня 2016 г. Совет ИААФ оставил в силе решения приостановить членство ВФЛА и не допустить российскую команду до Игр-2016.

18 июля 2016 г. Публикация первой части доклада Р. Макларена, посвященного расследованию показаний Родченкова.

24 июля 2016 г. Президент Международного олимпийского комитета (МОК) Томас Бах объявил, что сборная России сможет принять участие в Играх-2016.

9 декабря 2016 г. Публикация второй часть доклада Ричарда Макларена, где утверждается, что более тысячи российских спортсменов участвовали в манипуляциях с допинг-пробами с 2011 г.

Приведенная хронология событий отражает определенное положение дел в мире, она образует пласт фактологической информации, которую можно отнести к объективной или относительно объективной информации, очищенной от субъективно-модальных оценок. Если соотнести данный содержательный слой медиатекстов со шкалой достоверности, то он займет позицию нейтральной (безусловной) достоверности (знания, истины, факты).

Нейтральная достоверность, отражающая полноту знания говорящего о действительности и уверенность в подлинности сообщаемой информации, не требует вербального подтверждения истинности информации. Она реализуется в констатирующей речи, в новостных жанрах может занимать позицию лида или все пространство текста. Ср.: *Международный олимпийский комитет (МОК) в течение семи дней примет решение о допуске или недопуске российских спортсменов на Олимпийские игры 2016 года в Рио-де-Жанейро. Такие сроки были озвучены главой департамента по связям с общественностью МОК Эммануэль Моро. Пока из наших легкоатлетов к Олимпиаде допущена только прыгунья в длину Дарья Клишина* (РГ, 20.07.2016). Фактологическая информация, сообщающая о событии и отвечающая на вопросы *что? где? когда произошло? кто участник события*, локализует событие во времени и пространстве, сообщает об участниках события, приводит источники информации, цитирует участников и экспертов. Фактологическая информация формирует документальную основу медиатекстов, поэтому привязывать ее только к конкретным текстотипам (хроникам, новостям) не вполне корректно. И напротив, даже в хроникальных заметках журналисту сложно оставаться абсолютно беспристрастным, особенно при освещении резонансной темы. Например: *В субботу, 1 августа, немецкий телеканал Das Erste показал новый фильм, обвиняющий российских спортсменов в употреблении допинга.*

В ленте называются имена легкоатлетов, которые якобы принимали запрещенные препараты (РБК.ru, 02.09.2015). Частица «якобы» позволяет автору не только высказать сомнение в достоверности передаваемого сообщения, но и дистанцироваться от этой информации.

Главными параметрами журналистской картины мира являются субъект (человек), время и пространство [Дускаева, Салимовский 2012; Солганик 2000]. Событие становится со-бытием в ходе изменения и движения бытия в присутствии человека, отмечает В.Д. Мансурова. Массовая коммуникация «многократно усиливает эффект этого хронотопа, укрупняя или уменьшая топоры, «дробя» или «растягивая» время и тем самым создавая особое коммуникативное пространство. Метрика этого пространства детерминирована сущностными характеристиками субъектов коммуникации: тем, кто создает, и теми, кто «потребляет», экстерииоризирует воспроизведенную реальность. В результате одновременно сосуществуют разные пространственно-временные единства с неодинаковыми масштабами событий и их длительностью для каждого коммуниканта» [Мансурова 2003: <http://>].

Вариативность картин мира зависит от идеологических доктрин, которыми руководствуются субъекты речи (редакционный коллектив, журналист как человек социальный и частный) и которые обуславливают концепцию субъекта, особенности текстового пространства и времени: «Диалогически, часто полемически разнонаправленные «лучи» социальной оценки на одно и то же событие делают пространственно-временные характеристики картины мира в массмедиа вариативными. Так модусная рамка, которая фокусирует взгляд на мир, определяя смысл информирования, оказывается важнейшей в смысловой организации публикаций». Именно с позиции идеологической установки субъект речи «конструирует и конституирует свою картину мира, осуществляя отбор предметов окружающей действительности» [Дускаева, Салимовский 2012: <http://>].

Рассмотрим освещение событий в российских федеральных изданиях, с учетом их идеологических концепций.

Ежедневная «**Российская газета**». Освещая тему допинга в российском спорте, «Российская газета» опирается на государственную идеологию, определяющую взгляд издания на внутренние и внешние события. Выделим основные **смысловые (идеологические) доминанты**, проявляющиеся в оценочном модусе текстов:

- отсутствие в докладе главы независимой комиссии Всемирного антидопингового агентства (WADA) Ричарда Макларена доказательств вины российских спортсменов в применении допинга: *В докладе главы независимой комиссии Всемирного антидопингового агентства (ВАДА) Ричарда Макларена нет ни фактов, ни фамилий, что подрывает его достоверность; «Нового мало, фамилий нет; Все дело, как нам кажется, шито белыми нитками ...» – сказал Дегтярев (РГ, 09.12.2016); Время от времени упоминается так называемый «список Макларена» – якобы дополнительная информация к докладу, которая до сих пор не была представлена широкой общественности. <...> При этом никаких конкретных доказательств вины атлетов как не было, так и нет!* (РГ, 21.08.2016);
- незаслуженное отстранение российских легкоатлетов и других олимпийцев от ОИ-2016: *Всплывали имена российских спортсменов якобы виновных в употреблении допинга (РГ, 26.09.2016); И почему ВАДА прямо накануне Совета ИААФ в Вене вылило ушат грязи на наших спортсменов? Многие из них бездоказательны, однако эти русофобские порывы не были обсуждены как типичный образец недобросовестной игры одного из идеологов ВАДА – канадца Ричарда Паунда, всегда, везде и во всем выступавшего сначала против СССР, а теперь и против России (РГ, 19.06.2016);*
- опровержение выводов WADA о существовании системы государственной допинг-программы в РФ: *Честно признаться, Макларен вновь разочаровал. ... Первая часть была обнародована в июле, и можно было предположить, что за последующие четыре месяца Макларен проведет серьезную работу и наконец популярно объяснит, за что же именно пострадали чистые российские спортсмены, не допущенные до ...*

Игр в Рио. Однако, судя по всему, пустословие – отличительная черта господина Макларена (РГ, 09.12.2016); *Якобы Григорий Родченков описывал американцам некий «инструмент», которым пробирки с пробами В вскрывали сотрудники ФСБ. Стоит ли верить такому «свидетельству» – большой вопрос* (РГ, 09.12.2016);

- русофобские настроения, царящие в WADA и определяющие выводы и оценки агентства: *Даже беглый взгляд на публикации в немецкой прессе показывает, какой поток негатива, не имеющего ничего общего с объективной спортивной аналитикой, обрушился на олимпийскую сборную РФ с того момента, как МОК допустил участие россиян до Игр в Рио* (РГ, 08.08.2016); *«История с расследованием о российском допинге – это густой и очень противный коктейль, в котором 80% политики, а 20% – самого допинга», – сказал Дмитрий Анатольевич* (РГ, 23.08.2016); *Но ИААФ явно не решилась пренебречь теми провокационными методами, которые весьма оперативно и явно по плану применялась русофобски настроенными организациями и органами печати, требующими покарать россиян* (РГ, 19.06.2016);

- провокационные выступления со стороны западных СМИ: *The Times не постыдилось опубликовать письмо с призывом МОК отстранить Россию от Олимпиады, громко утверждая, что на предыдущих Играх многие медали были украдены у британских спортсменов* (РГ, 27.07.2016); *Апофеозом русофобии ... в немецких СМИ стало, мягко говоря, странное с точки зрения профессионализма решение редакции таблоида «Бильд» ... не публиковать в своей таблице олимпийских наград медали сборной России* (РГ, 08.08.2016);

- цинизм по отношению к паралимпийцам, не допущенным к участию в ОИ-2016, устранение в их лице сильных соперников: *Принимавших решение, очевидно, не волновал тот факт, что речь шла о спортсменах-зимниках, тогда как отстранена была сборная по летним видам спорта. То, что Макларен не представил никаких внятных доказательств в подтверждение своих слов, также, судя по всему, не*

смутило руководство Международного паралимпийского комитета (МПК), которое с готовностью лишило членства Паралимпийский комитет России (РГ, 06.08.2016).

Главная интенция журналистов «Российской газеты» – опровергнуть результаты расследования Всемирного антидопингового агентства (ВАДА) и создателей разоблачительных фильмов, обвинить российских «перебежчиков» и «предателей» и зарубежные СМИ в несправедливых претензиях к российским спортсменам.

«Аргументы и факты». Еженедельная общественно-политическая газета «Аргументы и факты» демонстрирует близкие к «Российской газете» оценки событий, что вполне понятно, поскольку издание в настоящее время принадлежит мэрии Москвы. Идеологическая позиция газеты прочитывается в семантике заголовков: *«Исповедь беглецов». Кто поливает грязью российский спорт?; Не надо, WADA. Могла ли Россия победить в Сочи-2014 без допинга и ФСБ?; Война за власть. Как Россия поссорила МОК и ВАДА; Россияне считают отстранение спортсменов от ОИ политическим заказом; ВАДАлиск. Хакеры узнали о допинге у олимпийских чемпионов из США и Британии; Медали по рецепту. Как ВАДА оправдывает применение запрещенных препаратов; «Непреложные доказательства». Ричард Макларен вынес приговор России?; Исчадие ВАДА. К чему готовиться нашему спорту?; «Проиграть мошеннику – нет!» Кто и почему травит российских биатлонистов.*

Отметим выявленные **смысловые (идеологические) доминанты:**

- сомнительность выводов главы независимой комиссии WADA Р. Макларена, на основании которых российские спортсмены обвиняются в применении допинга: *С фактологией там слабовато* (АиФ.ru, 21.12.2016); *Члены WADA пытаются утвердить следующий тезис: без допинга и массовой фальсификации подобный результат россиян был бы невозможен* (о Сочи-2014); *Можно было бы, конечно, заявить, что россияне объелись допинга, чтобы «разорвать» всех в эстафете, но дело в том, что*

выступили они в тот день в свою обычную силу. <...> Однако обвинения комиссии Макларена тоже **не снабжены неопровержимыми доказательствами** и базируются на показаниях одного **весьма сомнительного человека** (АиФ.ru, 19.07.2016);

- отрицание выводов WADA о существовании системы государственной допинг-программы в РФ: *Расследование Макларена якобы доказало существование в нашей стране государственной допинг-программы; до Олимпийских игр уже не допущено более сотни российских спортсменов, вина которых в использовании допинга **не доказана и доказана быть не может*** (АиФ.ru, 20.07.2016);

- наличие проблем, в том числе этических, в деятельности WADA: *... серьезных решений после этих разоблачений, **скорее всего, не последует**; Хакерские разоблачения подняли серьезный этический вопрос; во Всемирном антидопинговом агентстве **не все так хорошо и гладко**, как его руководители хотят представить* (АиФ.ru, 15.09.2016);

- российские информаторы WADA – перебежчики, «стукачи» и «предатели»: *России грозит олимпийский скандал. И все благодаря нашим же **стукачам**. Как получилось, что люди, работающие в системе российского спорта, сейчас этот спорт **поливают грязью?*** (АиФ.ru, 25.05.2016);

- неэффективность действий российских чиновников от спорта, необходимость проведения кардинальных мер с целью оздоровления российского спорта: *Есть ли у России сегодня аргументы для защиты? **Очень трудно сказать что-то определенное. Да, России удалось сохранить право на участие в Олимпиаде-2016, пусть и неполным составом, у нас пока не отобрали право на проведение чемпионата мира по футболу. Но тот факт, что Россия вообще оказалась в положении «Главного зла мирового спорта», свидетельствует о том, что действия отечественных спортивных чиновников крайне неэффективны*** (АиФ.ru, 09.12.2016).

Несколько меняют прогосударственную интерпретацию событий в «АиФ» критические оценки в колонке Вячеслава Костикова «О чистых и

нечистых. Прозвучит ли в России команда «Покончить с нечистью?» (АиФ.ru, 03.08.2016), где автор пишет о систематическом применении допинга российскими спортсменами, высказывая надежду, что в России действительно будут приняты кардинальные меры для оздоровления спорта. По мнению автора, допинговый скандал вскрыл глубокое и укоренившееся неблагополучие в российском спорте; допинг в нашей спортивной среде был секретом Полишинеля. Причины «заговора молчания» журналист усматривает в двух обстоятельствах – в том, что: (1) в спорте (и в России, и во всем мире) крутятся гигантские деньги (в том числе и теневые), спорт превратился в отмывочный цех, налоговую лазейку, в гигантскую торговую площадку; (2) спорт стал для государства мощным пропагандистским средством, частью той самой «мягкой силы», которая широко используется для расширения политического влияния (АиФ.ru, 03.08.2016).

Газета «Завтра». Особый взгляд на допинговые проблемы представлен в еженедельной национально-патриотической газете «Завтра», главным редактором и владельцем которой является Александр Проханов. Девиз издания – «Газета Государства Российского». Газета не раз меняла свою мировоззренческую ориентацию, по словам главного редактора, «Завтра» – *«специфическая оппозиционная газета. Направленность её оппозиционности в разные годы была разная. Сегодня мы уже не требуем смены режима и власти – это идеологическая оппозиционность. Всё менее политическая и всё более идеологическая. Это так называемая имперская идеология сегодняшней России»* (Частный корреспондент, 17.02.2010). На сайте издания в разделе «О нас» в настоящее время размещен настоящий панегирик, где А. Проханов пытается объяснить идеологию издания так: *«Мы провозгласили концепцию мистического сталинизма, где Сталин является в двадцатый век как могучий творческий миф, создающий Государство российское. <...> Мы возвестили о Русской Победе: неизбежной, неистребимой, которая уже одержана в будущем и, словно бриллиантовая звезда, – сияет, сверкает среди сегодняшних сумерек, управляя поступками вождей,*

государственников, патриотов, повергая в смятение наших врагов...» (<http://old.zavtra.ru/about/>).

Обсуждение допинговой темы в газете «Завтра» выносятся в блоги журналистов, публицистов и редакторские блоги, размещенные на официальном сайте издания. Основные **смысловые (идеологические) доминанты** можно сгруппировать следующим образом:

- Запад развязал против российского спорта «холодную войну»: *Действия западных политиков абсолютно понятны: нужно нанести России как можно больший вред на как можно больших направлениях* (Завтра, 24.03.2016), *Всем было понятно: идёт политическое судилище, нелепейший фарс, словно судят “поджигателей Рейхстага”* (Завтра, 21.07.2016); *России объявили спортивную войну* (Завтра, 18.01.2017); *Источники в околоправительственных кругах рассматривают «допинговую травлю» российских спортсменов, которая уже затронула легкоатлетов, фигуристов и теннисную «звезду» Марию Шарапову, как кампанию по тотальной диффамации «всего русского» в западном обществе* (Завтра, 10.03.2016);
- в докладе Макларена отсутствуют доказательства: *Ключевой момент доклада, как и ожидалось – никаких доказательств предоставлено не было. Всё базируется на показаниях одного Родченкова Поэтому обсуждать что-то с правовой точки зрения, по крайней мере, наивно. Наверное, для приличной части масс-медиа на Западе и для либеральных в России есть повод поговорить на тему «нехороших русских». Не более того. Конечно, в этом мире всё возможно, но я сильно сомневаюсь, что такое «хозяйство» может быть передано к реальному рассмотрению* (Завтра, 21.07.2016); *ВАДА стоит нанять кого-то из наших трэшевых детективчиков* (Завтра, 21.07.2016);
- за сложившуюся ситуацию должны отвечать «функционеры от спорта», министр спорта должен уйти в отставку: *Меня интересует, как будут наказаны все эти люди, несущие угрозу государственной и*

национальной безопасности РФ?! Российские спортивные чиновники, которые категорически, принципиально отказываются исполнять свои базовые служебные обязанности?! (Завтра, 24.03.2016); Почему же вы допустили присутствие в центральной лаборатории РУСАДА такого персонажа, как Родченков? Так почему же теперь «плохишом» объявлять только его?; Из-за «поганых овец» в российском спортивном стаде страдают все спортсмены, которым приходится отвечать по общим обвинениям против российского спорта. В такой ситуации министр спорта любой страны уже ушёл бы в отставку (Завтра, 14.07.2016);

- в России создана система применения допинга в спорте, в отличие от СССР, где достижений в спорте добивались трудом и длительными тренировками: Сложившаяся ситуация показывает **очевидный и прискорбный факт**. Вот уже не первое десятилетие достижения большого спорта практически во всём мире так или иначе связаны со столь же большой химией... **Именно** в такой ситуации оказалась в последние годы Россия, чьи спортсмены уже регулярно попадали в центр допинг-скандалов начиная с 2000-х годов. То, что СССР добивался без использования допинга, опираясь на тяжёлый труд талантливых тренеров и спортсменов, на широчайшую пропаганду спорта в обществе и разветвленную сеть спортивных школ и секций – **российские «функционеры от спорта»** решили получить самым простым путём, с использованием **магической «волшебной палочки» допинга** (Завтра, 30.06.2016);

- Россия должна бойкотировать Игры-2016: Пока Мутко будет продолжать писать покаянные письма в международные инстанции – **показательная порка российского спорта продолжится**. Вялый, трусливый, сугубо оборонительный характер действий российского чиновничества не даёт шанса победить в этой беспощадной «спортивной» войне, новая фаза которой уже началась (Завтра, 18.01.2017).

Высокий эмоционально-экспрессивный накал текстов передается через оценочную лексику, часто – через маркеры категорической достоверности и

другие средства, демонстрирующие наступательно-агрессивную позицию редакционного коллектива. Ср., например, заголовки на тему допингового скандала: *Допинговый удар* (Завтра, 24.03.2016); *Не хватает майора Пронина* (Завтра, 21.07.2016); *Под ярмом* (Завтра, 21.07.2016); *Спорт, ты не мир!* (Завтра, 17 декабря 2016); *ВАДА из ада* (Завтра, 18.01.2017).

«Новая газета». Модус изложения в либеральной «Новой газете» имеет в целом обличительный характер, что становится очевидным при знакомстве со **смысловыми (идеологическими) доминантами** медиатекстов (отметим, что оценочные тексты размещаются в рубриках «Мнение» или «История»):

- критика российских спортивных чиновников, функционеров, министра спорта РФ: *Прогнозировать развитие событий не решаются даже самые компетентные лица. Криков «обложили, гады!» уже поменьше, тон комментариев в основном устало-печальный, министр спорта Виталий Мутко в промежутках между раундами успел даже повиниться перед мировым спортивным сообществом за спортсменов-нарушителей, но все телодвижения по срочному исправлению имиджа слишком судорожные, чтобы убедить остальной мир в искренней чистоте помыслов и дел* (Нов. газета, 20.05.2016); *На каждое положение доклада есть универсальный ответ: «В суде не докажете!» На обширное приложение в виде переписки экс-руководителя Московской антидопинговой лаборатории Григория Родченкова с рядом спортивных чиновников можно заявить, что это бред воспаленного воображения или даже фальсификация* (Нов. газета, 12.12.2016);

- признание системных ошибок в российском спорте, касающихся применения допинга: *Тысяча спортсменов, так или иначе задействованных в махинациях с допинг-пробами, – миф. 500 положительных проб, выданных при помощи манипуляций за отрицательные, – недостоверные сведения. «Институциональная стратегия завоёвывания медалей» – вывод недобросовестных расследователей, основанный на отрывочных сведениях сомнительных информаторов. Все эти аргументы уже пошли в ход,*

включая главный, – о **всемирном антироссийском заговоре**. Это ответ универсальный, не требующий разъяснений и обоснований. <... > Грядущий неизбежный пересмотр итогов сочинской Олимпиады российская власть, **естественно**, постарается свести к минимуму. Признание собственной вины исключено – это удел слабых, Россия своих героев не сдает, мы победим (Нов. газета, 12.12.2016); **Но мне и в страшном сне не могло присниться, что история отдельных, признанных выдающимися побед творилась не по дням, а по ночам. Не спортсменами, а драмоделами** (Нов. газета, 16.05.2016);

- чрезмерная политизация спорта в России: **Для России спортивные достижения все больше и больше становятся символом возрождения могущества и престижа страны** (Нов. газета, 24.07.2016); Пусть предмет переживаний – всего лишь спортивные состязания, которые **вроде как** вне политики, но которые давно в ней **по самые уши** (Нов. газета, 06.08.2016);

- лояльное отношение к применению допинга в сознании российского общества и нетерпимость к применению допинга в западных странах: **Допинговые скандалы в США традиционно становятся ведущей темой новостей и вызывают широкий резонанс; Расследование американского минюста – не столько «заговор англосаксов против России», как выразилась одна известная российская спортсменка, сколько отражение отношения американского общества к допингу в спорте – отнюдь не толерантного; «Предатели», – отвечают на этот вопрос депутаты и спортивные чиновники, журналисты федеральных СМИ. Российская версия истории: все началось с того, что обиженная на страну спортсменка, пойманная на допинге, решила отомстить «обидчикам». Главный посыл их разоблачений: «отрабатывают американскую прописку»** (Нов. газета, 19.05.2016).

Автором большинства публикаций в «Новой газете» является спортивный обозреватель Владимир Мозговой, и лейтмотив его материалов – мысль, что российскому спорту необходимо меняться, как и российским функционерам: **Спорт, который поднимал Россию в глазах цивилизованного**

мира, оказался слабым звеном; ... до сих пор российские спортивные чиновники не смогли выработать эффективную тактику активной защиты. Огрызаться, сводить все к желанию внешних врагов унижить страну – это да, вплоть до желания патриотически настроенной общественности послать все карающие органы куда подальше и самим объявить бойкот (Нов. газета, 24.06.2016); Пока Россию вытолкали только в прихожую, но вектор понятен – дальше будет только хуже; обструкция не на пустом месте возникла... (Нов. газета, 03.08.2016).

С некоторыми оценками, представленными в «Новой газете», перекликается позиция «РБК», хотя материалы негосударственного медиахолдинга чаще бывают стилистически нейтральными, что соответствует канонам деловых СМИ. Большая часть публикаций подается в виде хроникальных сообщений, заметок, расширенной информации. Заголовки, которые использует РБК, констатируют факты и события, ср.: *Мутко отказался уходить в отставку на фоне допингового скандала; Российские легкоатлеты пропустят зимний чемпионат мира 2016 года; CAS пожизненно дисквалифицировал российского врача из-за допинг-скандала; WADA подтвердило массовое применение допинга россиянами на Играх в Сочи; Мутко назвал правильным решение WADA смягчить позицию по мельдонию.* Показатели достоверности встречаются в разных жанрах, однако эксплицитное присутствие автора ярко представлено в комментарийных жанрах, размещенных в разделе «Мнение». Отметим основные **смысловые (идеологические) доминанты:**

- в России сформирована государственная допинговая система как часть внутренней и внешней политики: *Казалось бы, после «болотного дела», Крыма, сбитого «Боинга», Новороссии, череды репрессивных законов, «Панамагейта» уже ничто не может испортить внешний имидж России, дно нащупано. Однако со дна постучала комиссия Ричарда Макларена, выявившая факт государственной поддержки и планирования кормления допингом российских спортсменов. Сегодняшний*

российский политический режим потерпел очень серьезное внешнеполитическое поражение (РБК.ru, 19.07.2016);

- *Россия должна участвовать в ОИ-2016: **На мой взгляд**, решение МОК, позволившее России выступить в Рио под национальным флагом, и есть тот самый ничейный результат, минимально устраивающий российское руководство с политической точки зрения. Отсутствие всей сборной России на Играх нанесло бы удар не только по спортсменам, но и по правящей элите, так как сделало бы Россию своеобразным изгоем, не приглашенным на главный спортивный праздник, что **почти автоматически означало бы поражение российской спортивной дипломатии и страны в целом**. Бойкот Игр политические дивиденды тоже **вряд ли бы принес** – расколоть спортивный мир по аналогии с 1984 годом **явно не удалось бы**, а вот настроить против себя как внутрироссийскую, так и международную общественность – легко (РБК.ru, 01.08.2016).*

Медиакартины мира формируются также ньюсмейкерами, которых в качестве экспертов или комментаторов привлекают издания. Так, «Российская газета» предоставляет слово председателю правительства РФ Дмитрию Медведеву, председателю Совета Федерации РФ Валентину Матвиенко, президенту Олимпийского комитета России Александру Жукову, главе комитета Госдумы по физической культуре и спорту Михаилу Дегтяреву, члену российской комиссии по взаимодействию с Международной федерацией легкой атлетики (ИААФ) Николаю Долгополову. Позиция газеты «Завтра» поддерживается выступлениями журналистов, публицистов, литераторов, общественных деятелей, разделяющих великодержавную идеологию, например, Михаил Делягин, доктор экономических наук, член партии «Справедливая Россия», Алексей Анпилов, блогер и политический деятель, участник движения в поддержку Новороссии, Дмитрий Лекух, писатель и публицист, Денис Тукмаков, журналист «Завтра».

В медийной коммуникации разнородные картины мира могут находиться между собой в диалогических, конфронтационных или нейтральных

взаимоотношениях [Дускаева, Салимовский 2012: <http://>]. В соответствии с принципом дополнительности эти картины мира коррелируют друг с другом в процессе восприятия действительности и, представляя ракурсные взгляды на одно и то же явление, позволяют субъектам приблизиться к сущности отображаемой действительности [Ежова 2011: 134]. Нельзя не заметить, что подобное понимание механизмов отображения и восприятия реальности соотносится с нормативными требованиями в профессионально-этических кодексах журналистики, предписывающих обращаться к независимым источникам информации с целью установления истины, служить форумом для обмена мнениями, представлять наиболее значимые точки зрения, давать слово всем группам, которые составляют общество.

2.1.2. Вербальная репрезентация значения достоверности в журналистских текстах

Вербальная репрезентация достоверности как рациональной оценки истинности сообщаемого осуществляется с помощью разноуровневых языковых/речевых знаков, часто экспрессивно окрашенных и повернутых одновременно к разным модусам. Использование в текстовой ткани показателей достоверности выводит на первый план субъекта – уверенного или неуверенного в сообщаемой информации, сомневающегося или колеблющегося, категоричного или осторожного в своих оценках. В текстах на тему допингового скандала мы встретили широчайшую палитру оценок достоверности информации на лексическом, морфологическом, синтаксическом, графическом уровнях, что свидетельствует, во-первых, о субъективизации языка СМИ как одной из ведущих тенденций его развития; во-вторых, о тесной спаянности средств выражения категории достоверности, образующих целостную систему; в-третьих, о сложности описания темы допингового скандала – продолжающегося события, которое журналист должен интерпретировать, оценить, предложить прогноз и версию развития.

Рассмотрим шкальную репрезентацию достоверности в проанализированных публикациях.

Ядром **категорической достоверности** являются вводные слова и словосочетания (*правда, действительно, на самом деле, верно, да, точно, явно, определенно, конечно* и др., описанные в 1.3.5), которые используются автором, убежденным в своей правоте. Вербальные маркеры категоричности – частотные средства в медиатекстах, поскольку журналисту приходится полемизировать, доказывать собственную позицию. Уверенность в сообщаемом, авторская открытость означает, что журналист берет на себя ответственность за сказанное «с точки зрения соответствия его содержания действительности» [Панченко 2010: 139]. Подчеркивая свою уверенность, автор прогнозирует реакцию адресата (*На самом деле никто не против того, что нужно нести ответственность за употребление допинга, но необходимы факты. АиФ.ru, 27.01.2017*), соглашается с ней (*Да, в нем <спортивном мире> тоже хватает лицемерия и фальши. Да, кое у кого рыльце в пушку не меньше нашего. Да, поверить словам Крейга Ридди о полном отсутствии в новом деле о российском допинге политической составляющей может только наивный. Нов. газета, 16.05.2016*) или, напротив, настаивает на своей оценке информации (*Конечно же, сейчас можно назначить «мальчишами-плохишами» Родченкова и семейную чету Степановых. Завтра, 24.03.2016*).

Следует заметить, что показатели категоричности – сильные знаки, повышенная категоричность может свидетельствовать не только о справедливости заявлений автора, но и о его нетерпимости к взглядам других и/или речевой агрессии. Так, в тексте «*О, спорт, ты что?*» (РГ, 19.06.2016) маркеры категорической достоверности помогают автору сделать нелегкое для российской стороны признание о том, что проблемы с допингом в России есть: *Да, легкая атлетика, в том числе и наша, не самый чистый вид спорта. Были и серьезные допинговые нарушения, и попытки скрыть их.*

Честное признание допущенных ошибок формирует доверительное пространство между создателем текста и его читателем.

В обозрении «Флаг в обмен на карьеру» (АиФ.ru, 27.01.2017) автор критикует российских «чиновников от спорта» за пассивность и неторопливость в сложившейся ситуации, от которой страдают спортсмены-олимпийцы: *А куда спортсмену податься? Тихо и гордо похоронить свою карьеру во славу России? **Бесспорно**, это достойный выбор. Но точно ли лет через пять об этом мужественном выборе кто-то вспомнит?* Подчеркивая позицию автора, вводное слово «бесспорно» приобретает дополнительные оттенки иронии (по отношению к спортивным функционерам) и сочувствия (к спортсменам).

Осложнение функционирующих знаков достоверности дополнительными коннотациями наблюдается довольно часто. Ср.:

- семантика достоверности + ирония: ***Правда**, допингом пробаиваться **вряд ли** перестанем даже на любительском уровне. Есть у меня такое подозрение* (НГ, 29.05.2016); ***Чем печально знаменит** Макларен, **едва ли** есть необходимость напоминать* (РГ, 20.02.2017); ***Честно признаться**, Макларен вновь разочаровал; **судя по всему**, пустословие – отличительная черта господина Макларена* (РГ, 09.12.2016);

- семантика достоверности + опасение: ***Как бы** всю команду **не дисквалифицировали** скопом* (НГ, 29.05.2016);

- семантика достоверности + сарказм: *Орден у него <министра спорта РФ> целых четыре. **Видимо**, больше, чем выговоров* (Нов. газета, 21.10.2016); *Впрочем, если в мировом спорте будут господствовать **паунды** (Ричард Паунд – глава независимой комиссии ВАДА), **то дело может принять и иной оборот**: вообще не допускать «этих русских» до Олимпиады* (РГ, 23.07.2016);

- семантика достоверности + сожаление: *Для кого-то торжественное открытие Олимпийских игр с проходом делегаций – всего лишь парад нарядов, спортивное дефиле, но сводить действие только к этому, **наверное**, несправедливо и слишком узко. **Да, конечно**, основные олимпийские идеи*

давно уже переформатированы под изменчивый мир, и их изначальная чистота являет себя миру, **пожалуй**, лишь в предстартовом торжестве. Но хотя бы так (НГ, 06.08.2016);

- семантика достоверности + предостережение: **Пожалуй**, стоило британцам промолчать, чтобы не позориться (РГ, 23.07.2016);

- семантика достоверности + недоумение: **Как получилось, что люди, работающие в системе российского спорта, сейчас этот спорт поливают грязью?** (АиФ.ru, 25.05.2016).

Особую эмоциональную тональность с оттенками сочувствия, сопереживания, возмущения приобретают маркеры достоверности в материалах о российских паралимпийцах, отстраненных от ОИ-2016. Ср.: ...спортсмены не виноваты – я бы вообще «вину» паралимпийцев вывел за скобки; **На мой взгляд**, главное в паралимпийских соревнованиях – преодоление себя, а не обеспечение триумфа страны. Обеспечение в Сочи, **похоже**, было, и получилось чрезмерным. Я, естественно, не спортивную подготовку имею в виду; **Я не могу судить ни одного человека, для которого просто сама жизнь – преодоление. Я, правда, не знаю, применимы ли обычные требования к человеку, который не может существовать, к примеру, без сильнодействующих обезболивающих** (Нов. газета, 08.08.2016); Валентина Матвиенко: «... **не вызывает сомнений и то, что подобные действия наносят ущерб олимпийскому и паралимпийскому движению, которые становятся заложниками аморальных и разрушительных по сути политических игр**» (РГ, 11.08.2016); Владимир Лукин: «... допинговые сюжеты, извините, на уровне одной страны не возникают и не исчезают. И если они в какой-то стране есть, значит, они вообще есть. **И не надо дурить друг друга**» (РГ, 17.08.2016).

Показатели достоверности могут менять инвариантное значение, как это наблюдается, например, в комментарии «Допинг-проба власти: кто должен ответить за олимпийский скандал» (РБК.ru, 19.07.2016). Для сообщения о позиции официальных СМИ журналист использует

несобственно-прямую речь, где показатели достоверности приобретают саркастический смысл: ***Нет, конечно-конечно, это заговор против России, еще один. Для чего? Для того чтобы мир не увидел наших побед не только в конференц-залах, где витийствуют наши пресс-секретари, как сказал бы поэт, «обвиняя министров в косности», и в сирийской пустыне, но и на спортивных полях. Но это как никогда слабая конструкция.***

Категоричность суждений автора, обращенная на события и факты, является эффективным средством воздействия на аудиторию, поскольку открыто выражает позицию говорящего, убежденного в своей правоте. М. А. Кормилицына и О. Б. Сиротинина пишут: «Такая категоричность, как правило, не воспринимается как давление на него <читателя> с целью склонить на свою сторону, заставить принять авторскую точку зрения, потому что авторское мнение по поводу многих, особенно важных событий, происходящих в стране, обычно совпадает с мнением, преобладающим в обществе» [Кормилицына 2017: 59].

Семантика категоричности, как показывает наш материал, формируется не только и не столько отдельными вводными словами и словосочетаниями, но всем многоуровневым комплексом выражения значений достоверности – очевидности, уверенности, несомненности (*знаю, думаю, уверен, согласен; верно*), отрицательными местоимениями и наречиями, эмоционально маркированными конструкциями, графическими выделениями, знаками пунктуации и др., которые могут повышать или понижать категоричность высказываемого. Ср: *Пока железобетонные факты не убедят меня в обратном, будучи хорошо знакомым с главным героем всего перформанса – Григорием Михайловичем Родченковым, я нахожусь в полной уверенности, что перед нами образчик особого литературного жанра – поэтического хулиганства. Григорий Михайлович занимается вселенского масштаба троллингом* (АиФ.ru, 25.05.2016); *Вне всяких сомнений, сейчас последует новая волна подобных инициатив* (АиФ.ru, 09.12.2016).

В основе комментария «Допинговый удар» (Завтра, 24.03.2016) находится решение WADA о включении медицинского препарата мельдония в список запрещенных средств. Гнев журналиста направлен не столько против Запада (*Действия западных политиков абсолютно понятны: нужно нанести России как можно больший вред на как можно больших направлениях*), сколько против российских чиновников, которые *категорически, принципиально отказываются исполнять свои базовые служебные обязанности?! Автор недоумевает: Почему они <представители России> не протестовали, если это опасно для российского спорта? ... Мол, да, я голосовал «за» по таким-то и таким-то причинам, но это абсолютно не выгодно для РФ; или – я голосовал «против», но мой голос не играл никакой роли, готовьтесь...* По мнению журналиста, любая спортивная делегация – это в первую очередь *разъевшиеся спортивные чинуши, спортсмены всегда где-то позади. ... Меня интересует, как будут наказаны все эти люди, несущие угрозу государственной и национальной безопасности РФ?! Завершается текст утверждением: К сожалению, главной угрозой России является российская бюрократия, которая не считает, что она что-то должна России.* Анализируемая публикация подчеркнута категорична (*абсолютно понятны; категорически, принципиально; да; абсолютно невыгодны*), она усиливается приемами навешивания ярлыков (*разъевшиеся спортивные чинуши, российская бюрократия*), вопросно-ответным конструированием текста, повторами, экспрессивными знаками препинания. Интеграция этих средств формирует агрессивную тональность текста. Нельзя не заметить, что смещение описания с фактов и событий на группы лиц и тем более конкретные лица (*спортивные чиновники, российская бюрократия*) форсирует интолерантность высказывания, нарушая принятые правила коммуникации. Ученые справедливо замечают, что компетентные журналисты стараются смягчить категоричность своих утверждений, поскольку «излишняя категоричность, граничащая с безапелляционностью,

ультимативностью, может вызвать у читателей впечатление давления на них и привести к коммуникативной неудаче» [Кормилицына 2017: 60].

При использовании показателей **проблематической достоверности** (вероятности, видимости, возможности, кажимости, колебания, сомнительности, неуверенности) автор текста может:

(1) смягчать категоричность: *Развязать все узлы не сможет, пожалуй, и сотня комиссий* (Нов. газета, 20.05.2016); *Правда, допингом пробавляться вряд ли перестанем даже на любительском уровне. Есть у меня такое подозрение* (Нов. газета, 20.05.2016); *Россия на спортивном празднике – не чужая. Хотя вполне могла таковой оказаться* (Нов. газета, 06.08.2016); *На мой взгляд, решение МОК, позволившее России выступить в Рио под национальным флагом, и есть тот самый ничейный результат, минимально устраивающий российское руководство с политической точки зрения* (РБК.ru, 01.08.2016); ... в число нарушителей за последнее десятилетие попали **практически** все мировые "спортивные державы". Кроме, **пожалуй**, США. У которых просто лучше химическая промышленность и медицинская наука (Завтра, 30.06.2016);

(2) проявлять толерантность и уважение к другим: *У него <Рио-де-Жанейро> куча проблем, он не скрывает своих недостатков, он, как порой кажется, даже не пытается их исправить, он с ними живет, предлагая и нам с вами принять олимпийский Рио таким, какой он есть* (Нов. газета, 06.08.2016); *«Я не могу судить ни одного человека, для которого просто сама жизнь – преодоление. Я, правда, не знаю, применимы ли обычные требования к человеку, который не может существовать, к примеру, без сильнодействующих обезболивающих»* (Нов. газета, 10.08.2016);

(3) высказывать собственное мнение, не в ущерб другим взглядам и мнениям: *Похоже, что обещание будет выполнено: слишком уж высокими оказались имиджевые и политические ставки. «Нечистые» медали и рапорты и победах оказались непомерно дорогими и, похоже, с долгоиграющими последствиями. Будем надеяться, что зачистка будет*

серьезной (АиФ.ru. 03.08.2016); ... в самый разгар допингового скандала в распоряжении редакции оказался **некий** доклад, подготовленный группой специалистов, **вполне вероятно**, для информации политического руководства страны. **Правда**, попал ли текст по адресу, мы не знаем (Нов. газета, 20.07.2016); **Бойкот Игр политические дивиденды тоже вряд ли бы принес** – расколоть спортивный мир по аналогии с 1984 годом явно не удалось бы, а вот настроить против себя как внутрироссийскую, так и международную общественность – легко (РБК.ru, 01.08.2016); **«Думаю, что все-таки Шарапова сыграет на Олимпиаде. Хотя надо смотреть, как будут развиваться события»**, – сказал он <президент Федерации тенниса России Шамиль Тарпищев > ТАСС» (РБК.ru, 07.03.2016);

(4) демонстрировать сомнение в истинности произносимого: ... время от времени упоминается **так называемый «список Макларена»** – **якобы** дополнительная информация к докладу, которая до сих пор не была представлена широкой общественности. <...> **При этом никаких конкретных доказательств вины атлетов как не было, так и нет!** (РГ, 21.08.2016); **Казалось бы**, человека с такой репутацией <о Г. Родченкове> на дух американский нельзя к пробам подпускать, однако он без проблем трудоустроился (АиФ.ru, 25.05.2016);

(5) снимать с себя ответственность за высказывание: **На мой взгляд**, именно проверка анализов через долгое время – это отличная возможность для политических манипуляций (АиФ.ru, 27.01.2017); **Можно предположить**, что дальше дело будет развиваться по схеме, уже примененной к легкой атлетике. **Вплоть** до лишения России права проводить чемпионат мира по футболу. А вот что будет дальше с российским спортом, покрыто **тяжелым мраком неизвестности** (Нов. газета, 05.08.2016).

Отметим, что функциональное предназначение тех или иных показателей достоверности не делится без остатка между теми или иными группами и выполняет обычно комплекс функций, совмещая в себе несколько прагматических ролей.

Степень достоверности сообщаемого может повышаться или понижаться за счет использования различных маркеров: ссылок на источники информации, метатекстовых конструкций (типа *честно скажу, признаюсь, буду откровенен, скажу прямо, точно не могу сказать, не знаю наверняка, но; на самом деле это означает; то, что называют; смысл в том, что; точнее; фактически*), модусов знания или мнения, знаков из семантического поля ПРАВДЫ или ЛЖИ.

В разделе 1.3.4 была предложена классификация отсылок к источникам информации (конкретные, обобщенные, неопределенные, анонимные, конфиденциальные источники). Здесь мы проиллюстрируем высказывания с усложненной модусной рамкой, т.е. с несколькими субъектами в качестве источников информации, один из которых остается неназванным. Например: ***Как сообщает телеканал «Матч ТВ» со ссылкой на свой источник, наша команда допущена до Олимпиады»*** (РГ, 24.07.2016); ***Об этом сообщила газета The New York Times со ссылкой на два неназванных источника*** (Нов. газета, 20.05.2016); ***Заседание Спортивного арбитражного суда (CAS), на котором рассматривался вопрос о допуске российских паралимпийцев к Играм в Рио-де-Жанейро, прошло в «достаточно позитивном ключе». Об этом агентству Р-Спорт сообщил знакомый с ситуацией источник*** (АиФ.ру, 23.08.2016); ***Российские спортсмены не будут принимать участие в чемпионате мира по легкой атлетике в помещении в марте следующего года, сообщает Reuters со ссылкой на источник, знакомый с соответствующим решением*** (РБК.ру, 19.11.2015); ***Еще один российский волейболист провалил допинг-тест. Об этом сообщает портал Worldofvolley со ссылкой на источник, знакомый с ситуацией*** (РБК.ру, 17.03.2016); ***Телеканал «360» со ссылкой на собственные источники в пятницу опубликовал материал, из которого следует, что Родченков также был фигурантом уголовного дела по факту торговли запрещенными препаратами*** (РБК.ру, 14.05.2016). Традиционно считается, что с помощью подобных номинаций авторы сообщений уходят от ответственности за

достоверность сообщаемого. Однако в наших примерах с неназванными или обобщенными источниками информации скорее поддерживается необходимость их конфиденциальности. В некоторых примерах источник скрывается намеренно: *Тем не менее авторитетное издание The Times заявило, что ряд этих положительных проб был выявлен у россиян. Правда, не приведено никаких имен, равно как и количества «российских» проб. Откуда появилась такая информация, британское издание также не считало нужным сообщить* (РГ, 23.07.2016).

В текстах о допинге наиболее полно представлено семантическое поле с концептом ЛОЖЬ, что в целом связано с неприятием российским обществом обвинений в адрес российских спортсменов. «Обманная лексика» представляет собой объемный класс знаменательных частей речи: *ложь, вранье, выдумки, абсурд, бред, чепуха, ерунда, глупости, миф, фантазия, вымысел, домысел, фарс, клевета, фальшивка, пустышка, фальсификация, дезинформация, фейк (нов.), трэши (нов.); жулик, провокатор, манипулятор, жульничество; поставить под сомнение, объявить сфальсифицированным, наивно полагать, голословно признавать, душить кого-л., запутаться, отбрехиваться, стучать, мудрить, покрывать, намекать, раскалываться, подсуеетиться, выглядеть неправдоподобно, придумать, троллить (нов.)* и др. Например: «**Я УСТАЛ ОТ БОЛЬШОГО СПОРТА. Я устал от всеобщей лжи**» (Завтра, 17.12.2016); *Министр спорта России Виталий Мутко назвал информацию о применении четырьмя спортсменами допинга в Сочи домыслами* (Нов. газета, 13.05.2016); *Спорт, если ему придается государственное значение, начинает заимствовать все пороки этого самого государства. Он строится на жульничестве и вранье, ложном пафосе, истерическом патриотизме, чрезмерной обидчивости, ищет источники поражений в ком и чем угодно, только не в себе* (РБК.ru, 19.06.2016); *Позже появилась еще более бредовая версия. Причем источников новой порции клеветы в адрес российской спортсменки стал неугомонный немецкий журналист, автор документальных фильмах о допинге в нашей легкой атлетике, с которых все и началось – Хайо*

Зеппельт (АиФ.ru, 15.08.2016); *Всем было понятно: идёт политическое судилище, нелепейший фарс ... Не отдельные спортсмены, не сборная и не функционеры от спорта, а, по сути, целая страна была оговорена в мошенничестве, коррупции, воровстве, в «государственной допинг-программе»* (Завтра, 28.07.2016); *В следующий раз для таких прекрасных историй, ВАДА стоит нанять кого-то из наших трэш-детективчиков; Это такой трэш, что даже комментировать неудобно»* (Завтра, 21.06.2016); *Не захотевшие быть «козлами отпущения» Степанова и Родченков теперь добросовестно «стучат» на Западе, макая головой в нечистоты и правых, и виноватых, и неплохо себя чувствуют* (АиФ.ru, 19.01.2017); ... *были ли на самом деле какие-либо российские организации замешаны в неправомерных манипуляциях, или же это не больше, чем фантазии канадца* (РГ, 25.02.2017). Носители языка охотно используют эти и другие обозначения, когда считают необходимым отметить низкую или нулевую степень достоверности сообщений, не соответствующих реальности.

Довольно часто для оценки достоверности используются фразеологизмы: *Такой ход западных СМИ можно легко списать на желание подать невыгодную информацию под как можно более острым соусом* (АиФ.ru, 27.07.2016); *«Все дело, как нам кажется, шито белыми нитками...»* (РГ, 09.12.2016); *<ВАДА> на скорую руку состряпала сомнительный доклад, не содержащий ни одного достоверного факта* (Завтра, 18.01.2017); *Не раз и не два словно с потолка назывались фамилии атлетов, которые якобы были упомянуты в докладе, но в реальности этих списков никто не видел и вряд ли увидит* (РГ, 25.02.2017); *Ну вот и до Сочи-2014 добрались, а это более чем серьезно. Полгода ходили вокруг да около* (Нов. газета, 16.05.2016); *Они Григория Родченкова, между прочим, на чистую воду в прошлом году и вывели* (Нов. газета, 16.05.2016); *Нам надо понять, что исправляться все-таки придется. Ну, хотя бы старательно делать вид, что Россия очень хочет измениться в лучшую сторону* (Нов.

газета, 05.08.2016); *А тут и небезызвестный Григорий Родченков зачерпнул из ушата с компроматом* (Нов. газета, 10.08.2016).

К лексике, называющей «обманные действия», следует отнести профессионализмы (газетная утка, информационный вброс, утечка информации и др.): *Изначально все это выглядело, как очередной информационный вброс, как новая газетная утка – новый этап информационной войны, которая активно ведется против российского спорта* (АиФ.ru, 15.08.2016); *Имена Зубкова и Воеводы ранее уже неофициально фигурировали в утечках, основанных якобы на данных из «доклада Макларена»* (АиФ.ru, 09.12.2016); *кампания по тотальной диффамации «всего русского» в западном обществе, создание образа «плохих парней»* (Завтра, 10.03.2016).

Нельзя не отметить, что тема допингового скандала обогатила публицистический фонд серией новых слов и выражений, ср.: *чистый спорт, чистые спортсмены / олимпийцы / чемпионы / атлеты / медали; грязный спорт, грязные спортсмены, «нечистые» медали; допинг-скандал, допинг-коктейль, допинговые сюжеты, допинговое прошлое, «допинговая история», допинговые практики, допинговая истерия; антидопинговая борьба, объелись допинга; нулевая терпимость к допингу*. Появилось окказиональное слово «ВАДАликс» (заголовок «*ВАДАликс. Хакеры узнали о допинге у олимпийских чемпионов из США и Британии*». АиФ.ru, 15.09.2016), отсылающее к персонажам европейских комиксов, мультфильмов, художественных фильмов – Астериксу и Обеликсу. Представляя собой контаминацию слов *ВАДА, Астерикс* и *Обеликс*, окказионализм *ВАДАликс* имеет ироническую окраску как намек на проблемы, существующие в Антидопинговом агентстве.

В полном объеме семантика и прагматика языковых единиц со значением достоверности выявляется лишь в контексте, с опорой на коммуникативные намерения говорящего и идеологические константы издания. В качестве иллюстрации можно предложить фрагментарный анализ

двух статей, опубликованных в газете «Аргументы и факты» («*Война за власть. Как Россия поссорила МОК и ВАДА*». 27.07.2016) и «Новой газете» («*Бах не выдаст – WADA съест*». 05.08.2016). В основе этих публикаций – тема конфликта между влиятельными спортивными организациями – Международным олимпийским комитетом (МОК) и Всемирным антидопинговым агентством (ВАДА).

В обеих публикациях используется фактологическая информация, сообщающая об информационном поводе, участниках конфликта, его сути. На заседании 129-сессии МОК решил допустить к участию в Олимпийских играх Рио-2016 «чистых» российских спортсменов, вопреки требованиям ВАДА *тотально не допускать не только к Олимпиаде, но и ко всем международным соревнованиям* (Нов. газета, 05.08.2016). *МОК отказался следовать рекомендациям ВАДА. В качестве причин такого решения было названо нежелание наказывать «чистых» атлетов и логичное желание следовать принципам презумпции невиновности.* По словам представителя МОК, *не все, что написано в докладе Ричарда Макларена, базируется на реальных фактах* (АиФ, 27.07.2016). Таким образом, причиной конфликта явилась «сшибка из-за России».

Журналист «АиФ» с помощью системы маркеров достоверности оценивает сложившуюся ситуацию в российском спорте: *до Олимпийских игр уже не допущено более сотни российских спортсменов, вина которых в использовании допинга не доказана и доказана быть не может. Без суда и следствия отстранили не только сборную России по легкой атлетике, за исключением одной Дарьи Клишиной, но и спортсменов, которые ... отбыли свое наказание и встали на путь исправления, как пловчиха Юлия Ефимова.* Результаты расследования комиссии ВАДА автор размещает в семантическом поле недостоверности и сомнительной достоверности: *расследование комиссии во главе с профессором Ричардом Маклареном ... якобы доказало существование в нашей стране государственной допинг-программы; сфабрикованные доказательства*

против России в докладе ВАДА; **какая еще правда вскроется**, если, например, будет назначена независимая комиссия МОК; **скомпрометированный доклад, пресловутый доклад Макларена**. Объясняя противостояние между двумя организациями, автор использует маркеры категорической достоверности, позволяющие подчеркнуть не только личную уверенность автора, но и справедливость сказанного: **Естественно, МОК не мог потерпеть такого вмешательства в свои дела; На самом же деле ни о какой марионеточной роли Томаса Баха и речи быть не может; Нет, МОК ни в коем случае не борется за права «чистых» атлетов такими кровожадными методами**. Суть конфликта журналист «АиФ» усматривает не в попытке МОК восстановить справедливость по отношению к российским спортсменам, а в желании поставить на место подчиненную себе организацию ВАДА, дав понять ее руководителям, где заканчивается их сфера влияния и начинаются полномочия МОК и спортивных судов. По прогнозу автора, противостояние двух влиятельных организаций впоследствии **может привести к расколу во всей мировой спортивной семье** (АиФ.ru, 27.07.2016).

Журналист «Новой газеты» предполагает, что противостояние международных спортивных организаций на сегодняшний момент – неразрешимо. Оно, **похоже, надолго**. Конфликт между МОК и ВАДА автор рисует в вероятностном микрополе, осложненном ироническими коннотациями: *WADA не просто затаило обиду. Организация, созданная МОК ради очищения мирового спорта от допинга как самого страшного зла, ныне претендует на роль вершителя судеб.* <...> **Полномочий, правда, не хватает** (Нов. газета, 05.08.2016). Журналиста, однако, занимает не столько ссора МОК и ВАДА, сколько будущее российского спорта, т. к. **компромата на Россию – завались. Не успели наши патриоты возликовать и воспарить, как Крейг Риди <глава ВАДА> пообещал очень скоро назвать конкретные имена «грязных» чемпионов и призеров «жарких, зимних, твоих» Игр в Сочи**. Маркеры проблематической

достоверности автору требуются для прогностической информации, касающейся российских спортсменов, в частности футболистов, уличенных в применении допинга: *Можно предположить, что дальше дело будет развиваться по схеме, уже примененной к легкой атлетике. Вплоть до лишения России права проводить чемпионат мира по футболу.* Текст завершается довольно мрачным прогнозом: *А вот что будет дальше в российском спорте, покрыто тяжелым мраком неизвестности.* Адресатами этого прогноза являются «они» (Запад, спортивные организации) и «мы» (российские спортивные функционеры): *Им надо понять, что WADA нас не исправит. Нам надо понять, что исправляться все-таки придется. Ну, хотя бы старательно делать вид, что Россия очень хочет измениться в лучшую сторону.* Текст насыщен оценочными конструкциями, метафорами, сравнениями, аллегориями: *в олимпийской семье оказалось не без уродца (о России); WADA пыталось доказать, что «уроду» в ней не место; чистые спортсмены, «грязные» чемпионы; история приобрела эпический размах; в Россию агентство вцепилось мертвой хваткой и др.* (Нов. газета, 05.08.2016). Вероятностная семантика, формирующаяся с помощью модальных слов (*пожалуй, можно предположить, похоже*), позволяет несколько смягчить утверждения автора о том, что ВАДА имеет «как прямые доказательства многочисленных нарушений антидопингового законодательства конкретными лицами, так и частично подтвержденные косвенные доказательства вины государственных российских институтов». Модальные показатели переводят суждения в ранг мнений, что позволяет журналисту избежать судебных исков, но отнюдь не лишает публикацию высокого эмоционального заряда и воздействующей силы.

Итак, создатели текстов располагают богатым набором разнородных средств реализации своих интенций в конкретных коммуникативных условиях, а также разными способами верификации содержания высказывания с точки зрения соответствия или несоответствия реальной действительности. Вербальные обозначения категории достоверности

(лексические, грамматические, графические, пунктуационные) обладают сложной семантикой и структурой, богатым функциональным потенциалом и разветвленными связями с другими модусами.

2.2. Слухи и фейки на шкале достоверности

Обращаясь к медиажанрам, мы оказываемся в области не только традиционных подходов к системе жанров журналистики, но и в области неолингвистики, или теории речевых жанров. Понятие жанра, восходящее к поэтике Аристотеля, получает в гуманитарных науках XXI в. иную интерпретацию, становясь понятием, необходимым для осмысления всякого общения и речи вообще. Несмотря на относительную «молодость» теории речевых жанров, в России уже сформировалось несколько центров (Волгоград, Екатеринбург, Краснодар, Красноярск, Москва, Новосибирск, Омск, Орел, Пермь, Санкт-Петербург, Саратов, Тверь), где осуществляется описание и систематизация речевых жанров, а также разрабатывается специальный метаязык для их описания [Дементьев 2010: 7]. Такое количество научных школ, изучающих речевые жанры, может быть объяснено междисциплинарностью самого явления.

Изменения в научных приоритетах конца XX столетия обсуждаются как обретение лингвистикой жанрового мышления, которое связывается с отрефлексированной способностью «видеть речевую деятельность сквозь призму речевого жанра», осознавать речевое произведение на фоне модели жанра [Шмелева 1997: 88]. Исследователи отмечают, что жанровые формы, или фреймы, во многом определяют характер мышления и дискурсивного поведения языковой личности, существуя в его сознании в виде имманентных структур, моделей, в виде интуитивного представления о жанровых канонах речи, обеспечивая нормативное продуцирование своих мыслей и адекватное восприятие чужих высказываний [Салимовский 2006: 354]. По словам К. Ф. Седых, «в ходе своего социального становления

личность «вращается» в систему жанровых норм. В свою очередь эта система «вращается» в сознание говорящего индивида по мере его социализации, определяя уровень его коммуникативной (жанровой) компетенции, влияя на характер его дискурсивного мышления» [Седых 2007: 13].

Исследование жанров – как в теории журналистики, так и в неолингвистике – берет начало из идей М.М. Бахтина, согласно которым жанры речи связывают социальную реальность с реальностью языковой, характеризуются как «относительно устойчивые тематические, композиционные и стилистические типы высказываний» и делятся на первичные и вторичные [Бахтин 1986: 255]. Определяющим признаком речевого жанра признается его диалогичность (по Бахтину), проистекающая из функциональной предназначенности жанра; соответственно, речевой жанр есть типизированная модель речевого взаимодействия коммуникантов, при этом в центр понимания жанра ставится адресат [Дементьев 2007: 49].

Вопрос о том, каким образом соотносятся жанры журналистики и речевые жанры, только выносятся на повестку научного обсуждения (например, работы Л. Р. Дускаевой; материалы III международного семинара «Речевые жанры в массмедиа», проведенного 21 марта 2014 г. под эгидой Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» Санкт-Петербургского государственного университета). Мы разделяем идею о том, что речевые жанры являются «составными кирпичиками» журналистского жанра (Л. Р. Дускаева, Е. С. Кара-Мурза).

В исследовании Н. Н. Панченко представлен один из первых опытов описания речевых жанров и речевых поступков на шкале достоверности, в соответствии с их базовой установкой на достоверное / недостоверное коммуникативное поведение. Речевые жанры, ориентированные на недостоверное коммуникативное поведение, Н. Н. Панченко объединяет в две большие группы в соответствии с базовыми намерениями говорящего:

- *гедонистическая группа* – установка на развлечение адресата, радость, удовольствие от совместного общения: *враки, байки, небылицы, выдумки,*

балагурство, житейская история и др. Являясь своего рода обманом или выдумкой, эти жанры представлены в основном в сфере устной разговорной речи и служат главным образом для развлечения публики;

- *утилитарная группа* – установка на извлечение определенной выгоды. Эта группа речевых жанров делится на две подгруппы: 1) *донос, клевета, газетная «утка», диффамация*, реализующие коммуникативную стратегию дискредитации и «игры на понижение лица», и 2) *лесть, комплимент, бахвальство, имидж, притворство*, «работающие» на повышение лица (адресата или своего) [Панченко 2010: 224-227].

В пространстве медиадискурса ученым рассматривается лишь газетная «утка» – недостоверная информация, являющаяся следствием невнимательности или непроверенности фактов, а также стремлением предложить аудитории заведомо ложную информацию [Панченко 2010: 249]. Ср.: *утка* – «Разг. Ложный сенсационный слух» [БТС 2004]. В СМИ словосочетание газетная «утка» является эквивалентом лжи, например:

(1) *Ранее с аналогичным докладом выступала организация Human Rights Watch. Как сообщали правозащитники, российские авиаудары по части провинции Хомс привели к жертвам среди мирного населения. По данным HRW, после первого авианалета погибли 46 гражданских, после второго, тоже по территории провинции Хомс, – 13. В свою очередь, пресс-секретарь президента Дмитрий Песков приравнял доклад HRW к газетным «уткам»* (Нов. газета, 23.12.2015);

(2) *Информация о якобы имевших место контактах сотрудников избирательного штаба Дональда Трампа с российской разведкой обезличена и не основана на фактах, отмечают в Кремле. «Не читайте утренних газет», – дал совет, перефразировав Булгакова, пресс-секретарь президента РФ Дмитрий Песков. «Давайте не верить газетным сообщениям, ибо очень сложно сейчас настоящее от подделок, от «уток» отличить», – добавил он* (РГ, 15.02.2017).

Далее сосредоточим внимание на двух речевых жанрах – слухах и фейках, широко представленных в современном журналистском дискурсе.

Слухи как специфический журналистский контент

В словаре под **слухом** понимается «весть, известие о чём-л.; молва, толки» [БТС 2004]. Близкими по значению словами являются *слушок*, *молва*⁷, *толки*⁸, *разговоры*⁹, *пересуды*¹⁰, *перетолки*¹¹, в словарях их значения тесно переплетены и практически приравнены друг к другу. Примеры каждого из них можно встретить в СМИ:

(1) *Слухи об отречении королевы Елизаветы II оказались неверными* (РГ, 04.05.2017);

(2) *Слушок об уходе из Администрации Петербурга Виктора Кононова прошел еще 24 мая. На следующий день чиновник официально покинул Смольный. И... «запил»* (КП, 30.05.2016);

(3) *Судьба нынешнего главного тренера ЦСКА будет решена на попечительском совете клуба. А пока молва сватает на место Квартальнова легендарного армейца Вячеслава Быкова. Но сам специалист, как и ЦСКА, эти слухи не подтверждает* (РГ, 21.03.2017);

(4) *... молва приписывала ей особые тёплые отношения с миллиардером Романом Абрамовичем, который однажды запросто приехал в московский клуб на презентацию её альбома* (АиФ, 24.08.2016);

(5) *Чтоб не тратить свою единственную жизнь на пересуды о том, как пилят офисы в Ратуше Бургомистр и Генрих ...* (Нов. газета, 19.04.2017);

(6) *Бывший глава муниципального образования «Хохряковское» Николай Суворов весной 2016 года переехал в Америку, оставив государственную службу в Удмуртии. Это вызвало много ехидных пересудов среди чиновников ...* (МК, 30.01.2017).

⁷ Молва – «слухи, толки» [БТС 2004].

⁸ Толки – «разговоры, пересуды» [БТС 2004].

⁹ Разговоры – «слухи, молва, толки» [БТС 2004].

¹⁰ Пересуды – «недоброжелательное обсуждение чьего-л. поведения, поступков и т.п.; толки, сплетни» [БТС 2004].

¹¹ Перетолки – «Разг. Сплетни, пересуды» [БТС 2004].

Рассмотренные примеры подтверждают мысль о том, что слухи имеют широкий диапазон значений от правды до лжи.

Слухи как информационное явление, вовлеченное в стихийную и институционально организованную коммуникацию, оказывается в центре исследовательского внимания психологов, политологов, лингвистов, журналистов, имиджмейкеров, специалистов военного дела. И это не случайно, так как слухи являются действенным орудием, способным изменить расстановку сил на международной арене, низвергнуть одних политических лидеров и возвеличить других. Опираясь на множественные определения, можно отметить следующие константные признаки слухов: (1) информация, новость, сообщение; (2) сведения, достоверность которых не установлена; (3) стихийное коммуникативное явление, передающееся устно в неформальной коммуникации; (4) информация, специально создаваемая и целенаправленно распространяемая через СМИ политическими, финансово-экономическими, военными кругами; (5) эффективное средство формирования общественного мнения, конструирования информационной ситуации в целых странах и регионах; (6) средство психологического воздействия на людей (А. К. Караян, Д. В. Ольшанский, Е. В. Осетрова, Р. Ронин, А. Т. Хлопьев и др.).

По степени достоверности слухи бывают достоверными и недостоверными, с элементами правдоподобия или неправдоподобия [Караян 2003: <http://>]. Эта двойственная природа слухов «оборачивается для журналистов серьезной заботой: если ты пренебрегаешь слухом, – рискуешь пройти мимо заслуживающей общественного внимания ситуации; если открываешь ему путь в средства массовой информации, не успев проверить, – можешь допустить серьезную ошибку». В журналистике выявить соответствие слуха реальному событию – значит придать ему статус факта [Лазутина 2004: 157].

Сегодня СМИ вполне сознательно впускают непроверенную информацию на свое поле, в результате чего специалисты «квалифицируют слухи, сплетни, молву, рассказы, кривотолки как устойчивую форму

массового поведения, а средства массовой информации как проводники неавторизованного “контента”» [Ольшанский 2001: 274]. Для иллюстрации данного тезиса несложно найти примеры: *С наступлением осени многие белгородцы, кто с нетерпением, а кто с содроганием, ждали, когда с городских маршрутов уберут все «ПАЗики». Ведь разговоры об этом ходили давно. Причем это были не просто слухи* (КП. Белгород, 25.09.2014); *Говорят, что курортный сезон-2014 рухнул: всего 30% туристов из тех, кто приезжал сюда раньше, выбрали Крым в этом беспокойном году* (МК. Черноземье, № 35, 2014); *В Орле активно обсуждается информация, что экс-губернатор Орловщины, почетный сенатор РФ Егор Строев намерен судиться с музыкантами рок-группы* (МК. Черноземье, № 35, 2014); *Однако в настоящее время в столице ДНР относительно спокойно. При этом висящее в воздухе напряжение выражается в постоянно возникающих и циркулирующих слухах. Народная молва быстро создаёт из одного увиденного бронетранспортёра колонну танков, на всех парах несущуюся к жилым кварталам* (АиФ, 21.05.2014); *Разговоры о необходимости введения портфолио с внеучебными достижениями выпускников школы идут давно* (МК. Черноземье, № 35, 2014); *Какое-то время назад часто говорили о том, что выросло непоротое поколение, которое не боится ни власти, ни черта <...> Сейчас говорят о том, что нынешние 20-летние не так уж внутренне свободны, как представлялось* (АиФ, № 39, 2014). Журналисты используют специфический арсенал коммуникативно-текстовых технологий, в составе которых присутствует не только неавторизованная информация, но и хорошо знакомые приемы наклеивания ярлыков, приписывания персонажу каких-либо недостатков или, напротив, достижений и мн. др.

В настоящее время, благодаря информационным технологиям и новым медиа, территория использования слухов стремительно расширяется. Так, достаточно популярны в официальных СМИ отсылки к частной информации, размещенной в социальных сетях: *Глава Минобороны России Сергей Шойгу и глава Чечни Рамзан Кадыров договорились, что чеченцы возобновят службу*

в армии. *Об этом в своем Instagram написал сам Кадыров* (МК. Черноземье, № 35, 2014).

Слухи как информационно-коммуникативное и когнитивно-психологическое образование оказывается сложным и многофункциональным феноменом. По наблюдениям психологов, слухи могут использоваться для создания определенного мнения о событии, подготовки окружающих к намеченным изменениям в обществе, выяснения отношений людей к сообщаемому, возможности избежать официальной цензуры, инициации недоверия или разжигания смуты, страха, неуверенности и т. п. (А. Г. Караяни, Р. Ронин). В средствах массовой информации функциональная нагрузка специальных рубрик и речевых жанров, подпадающих под определение слухов, имеет свою специфику. Для журналистов наиболее привлекательна в слухах актуальность, которая предполагает живой интерес аудитории к данной теме, относительная анонимность или непроверенность информации, которые деонтологически предопределяют профессиональное вмешательство журналиста, наглядную верификацию событий. Кроме того, работа со слухами – эффективный способ акцентирования контента, привлечения внимания, установления контакта со своей аудиторией. Е. В. Осетрова к медийным функциям слухов относит следующее: «сенсационность позволяет удовлетворить информационный интерес аудитории; актуальность ведет к утолению информационной потребности; непроверенность информации делает необходимой оценку ее достоверности; анонимность позволяет снять редакции с себя ответственность за распространенную информацию и завуалировать ее источник» [Осетрова 2010: 30]. М. Р. Желтухина объясняет практическое использование слухов в журналистских публикациях силой их суггестивного речевого воздействия через спектр информационных факторов, таких как актуальность, неопределенность, доступность, многократность повторения (или мультипликацию) информации [Желтухина 2003: 95-96].

В современных подходах слухи трактуются и как речевой акт (Г. Е. Крейдлин, М. В. Самохин), и как речевой жанр (И. С. Веселова,

И. В. Утехин, В. В. Максимов), коммуникативный канал (Е. В. Осетрова) или вид массовой коммуникации. Одна из форм предъявления слухов – специальные рубрики в печатных или электронных СМИ. Среди них можно назвать:

1. Рубрики «О чем говорит страна», «Об этом говорят» и «По слухам и авторитетно» в газете «Комсомольская правда».
2. Рубрики «Рейтинг слухов» и «Лаборатория слухов» в газете «Московский комсомолец».
3. Рубрики «Молва» и «Говорят, что» в газете «Аргументы и факты».
4. Рубрика «Говорят, что...» в издании «Коммерсантъ-Деньги».
5. Рубрика «Карта слухов» в журнале «Огонек».
6. Рубрика «О чем говорят» в газете «Российская газета. Неделя».
7. Рубрика «Отборные слухи о лучших людях России», с подзаголовком «Не бойтесь слухов, правда – страшнее» в «Российском информационном агентстве» URA.RU.

Обычно за преамбулой «говорят, что...» или «по слухам» в журналистском тексте следует комментарий или ответ эксперта, в котором он либо подтверждает, либо опровергает непроверенную информацию. Через этот прием журналистам удается обсудить острые темы, интересующие аудиторию «здесь и сейчас». Например, в газете «Комсомольская правда» центральная тема номера заявляется в рубрике «Об этом говорят», номинация которой подчеркивает, что по поводу определенной ситуации нет одного, единственно правильного ответа. Аналогично функционирует рубрика «О чем говорят» на страницах «Российской газеты».

Принцип репрезентации информации в форме слухов во всех названных изданиях схож. Так, рубрика «Рейтинг слухов» в газете «Московский комсомолец» занимает три четвертых газетной полосы и включает в себя подрубрику «Цитатник», содержание которой составляют три коротких сообщения, оформленных в виде прямых цитат. Интерес вызывает и рубрика «Лаборатория слуха», которая просуществовала в «Московском комсомольце»

до начала 2002 г. Она выстраивалась по принципу: презентация слуха и его комментарии различными экспертами в той области, которой слух касается: *Экономика, если верить слухмейкерам, вообще похожа на мину замедленного действия и может рвануть как раз в 2002-м. Доллар растет, цены на нефть и ВВП падают... Что из этого флакона слухов может оказаться реальностью, а что – выдумкой?* Комментируют наши эксперты (МК, 14.01.2002). Вместе с тем нельзя не отметить, что неавторизованная информация может использоваться в текстах многих жанров.

Следуя концепции Н.Н. Панченко, можно разграничивать слух и газетную «утку» как соотношение проблемной (возможной) достоверности и абсолютной недостоверности информации в СМИ. В основу разграничения закладываются такие дифференциальные параметры, как форма существования, сфера бытования, наличие факта, степень достоверности. В отличие от слухов, которые могут существовать в обыденном общении и массовой коммуникации (в устной и письменной формах), газетная «утка» всегда имеет письменную фиксацию и сферу бытования в СМИ. Этот жанр характеризуется отсутствием фактических оснований, представляет собой мифотворчество в чистом виде, содержит явно недостоверную информацию [Панченко 2010: 250].

В коммуникативном плане и слух, и газетная «утка» являются, по сути, фактоидом, нарушением максимы качества информации, так как сообщают то, для чего нет достаточных оснований. В качестве примера назовем публикацию «Рогозин: Россия и Иран не будут создавать совместную ПРО» (КП, 30.09.2011): *Россия не ведет переговоры с Ираном о создании совместной ПРО, а вся информация об этом – газетная «утка». Об этом заявил постпред РФ при НАТО Дмитрий Рогозин. По словам Рогозина, новость об этом он прочитал в иранской газете.* Если газетная «утка» является явно ложной информацией, то слух может маскироваться под правдоподобие, что придает сообщению намек на надежность ее источника: *С подачи одной из газет активно циркулирует слух, будто власти*

прорабатывают вопрос об отключении «в случае чего» нашей страны от интернета (Русский репортер, № 37. 2014); Он говорит о том, что в КИРФ обсуждается вопрос выдвижения своих кандидатов на пост председателя горсовета. Кстати, **по словам депутата**, на должность главы муниципального совета претендует, **по слухам**, бывший депутат Госсовета РК Валерий Косарев (МК, 25.09.2014).

Фейки в журналистике

Функционирование фейков в медиапространстве обсуждается исследователями СМИ. Обращает на себя внимание целый ряд работ С.Н. Ильченко, посвященных исследованию фейков в медиадискурсе [Ильченко 2015; 2016; 2017]. В рамках авторского семинара «Фейк в практике аудиовизуальных СМИ» исследователь предложил методику работы с фейками. Соответственно, фейк из профессионального жаргона интернет-пользователей перешел в научный и учебный дискурсы.

С понятием «фейк» (от англ. *fake* – «подделка, фальшивка») связывают жанр, форму, способ предъявления информации, «имитирующей сообщение о факте, которого на самом деле не было» [Познин 2014: <http://>]; «конкретный формат работы с информацией и ее источниками», главной характеристикой которого является «намеренное введение аудитории данного фейка в заблуждение» [Ильченко 2015: 99].

В современном словоупотреблении чаще всего фигурирует в значениях *trick* – ‘хитрость, обман’, ‘подделка, фальсификация, подлог’, но также и *swindle* – ‘шутка, шалость’» [Иссерс 2014: 113]. Многозначность фейка позволяет связывать с термином не только обман и подделку (фальшивые новости), но различные случаи мистификаций, пародий, что предполагает «альтернативную» ценность и значимость [Нигматуллина 2016: 156]. Соответственно, в понятие фейка закладывается способность аудитории сравнивать и квалифицировать настоящие и «ненастоящие» новости. Понятие достоверности информации становится связанным не только с возможностями ее проверки, но и с самой познавательной деятельностью

аудитории СМИ. В связи с этим исследователи выделяют новый речевой жанр – Fake News [Соловьев 2017; Грищенко 2014; Иссерс 2014]. А. Соловьев дает широкое понимание «фейковых новостей»: 1) Fake News – фальшивая информация, которая производится намеренно и затем умышленно распространяется, она составлена так, чтобы использовать всю широту возможностей медиа; 2) существуют как хорошо замаскированные «фейковые новости», так и откровенно неуклюжие «фейки»; 3) «фейковые новости» распространяются вследствие экономических, коммерческих, финансовых либо, чаще всего, политических интересов; 4) Fake News никто не может запретить, так как часто неизвестен создатель фейка; 5) не все, что ложно, является «фейковыми новостями» как таковыми, иногда это следствие ошибки редакции в верификации сообщений и их источников [Соловьев 2017: 299-301].

Прилагательное «фейковый» имеет синонимы в русском языке: *бредовый, лживый, «липовый», ложный, ненастоящий, обманчивый, поддельный, фальсифицированный, фальшивый* [Соловьев 2017: 296-297]. «Фальшивки» зачастую настолько правдоподобны, что даже не вызывают сомнения. Например, нашумевший случай создания специального выпуска газеты The New York Times, тиражом один миллион экземпляров, который разошелся по всей стране 12 ноября 2008 г. и который был фальшивкой от первой до последней страницы. Специальный выпуск представлял собой 14-страничную газету, ее дизайн и стиль написания материалов полностью повторяли издание The New York Times. Но издание было датировано 4 июля 2009 г., а неизменный слоган вверху первой полосы «Все новости, которые заслуживают внимания быть напечатанными» был изменен на «Все новости, которые мы надеемся напечатать» [Портякова 2008: <http://>]. Среди таких новостей были настоящие сенсации, воспринятые читателями как правдивые сведения: война в Ираке закончилась; Джордж Буш отдан под суд за государственную измену; здравоохранение в США теперь бесплатное для всех жителей страны; образование в государственных университетах

бесплатное; крупнейшие нефтяные компании национализированы государством и др. Эта «газета» раздавалась бесплатно на улицах городов США, аудитория с радостью поверила в опубликованные в ней «новости», не сразу заметив очевидный розыгрыш. Глобальную мистификацию устроила организация The Yes Men, которая называет себя «свободной ассоциацией примерно 300 самозванцев», цель ее создания – обличать «пошлость власть имущих нечестивцев» [Портякова 2008: <http://>]. Причины подобного рода мистификации понятны, это своеобразная попытка привлечь внимание общественности к насущным проблемам. Но остается открытым вопрос о пределе подобной мистификации.

Содержательно фейк сближается с газетной «уткой» и фактоидом. Основное отличие фейка в том, что он не выполняет серьезных разоблачительных задач, поскольку является «частью виртуализованной постмодернистской коммуникации, где информация постепенно утрачивает свою чисто референциальную функцию и все чаще выполняет развлекательную, игровую функцию» [Ширяева 2012: 114]. Впервые такой способ предъявления информации стало использовать американское агентство сатирических новостей «Онион» (*The Onion*), которое с 1998 г. выпускает собственный сайт и газету тиражом 400 тыс. Это СМИ не только комментирует и освещает реальные события, но и вымышленные, что не мешает ему иметь несколько миллионную аудиторию [Фабрика газетных «уток»: <http://>].

Аналогичные издания существуют и других странах. Например, в России в январе 2012 г. появилось РИА FogNews (букв. «туманные новости»), которое само себя называло «агентством придуманных новостей». В разное время придуманные новости данного агентства транслировали вполне реальные и авторитетные издания. Одним из самых громких фейков, запущенных FogNews, стало интервью с телеведущим Владимиром Познером о том, что он навсегда уезжает во Францию. Это псевдоинтервью стало одним из наиболее обсуждаемых в российской блогосфере, его прокомментировали и официальные СМИ, например, «Новая газета» (№ 127.

2012). Деятельности РИА FogNews давали разные оценки, среди которых преобладали следующие: ... *агентство «FogNews», без сомнения, открыло золотую жилу. Оно, откликаясь на запросы блогосферы, придумывает фейки, которые трудно отличить от правды, талантливо пародируя саму реальность, производящую новости, которые как раз кажутся чистым фейком. Немудрено, что люди путают уже, где правда, а где фальшивка* [Петровская 2012: <http://>]. Несмотря на первоначальный успех, в 2015 г. FogNews на своем официальном сайте сделали такую пометку: «мы сменили формат, теперь только реальные новости в сатирическом ключе» (<http://fognews.ru/o-redakcii>), окончательно попрощавшись с деятельностью сознательного производства фейков.

Фейк не всегда запланирован журналистом или изданием заранее, фейк не всегда можно приравнять к обману, часто публикация фейков является следствием заблуждения. К примеру, фейком оказывается эксперт. В журналистике эксперт – лицо значимое, на его авторитетное мнение ссылаются для подтверждения информации. Но есть случаи, когда и эксперт может оказаться фейком. Примером такого «липового» эксперта может служить британский спортивный журналист Саймон Раунтри, твиттер которого стал источником новостей для некоторых британских и многих российских СМИ. В своем твиттере он якобы описывал нюансы агрессивного поведения английских фанатов во время и после матча сборных России и Англии. *На его твиты в своих новостях ссылаются RT, «Чемпионат.com», РИА «Новости», «Аргументы и факты», «Лента.ру», «Взгляд», «Комсомольская правда» и другие СМИ* (Медуза, 15.06.2016). Или еще один пример: *Чаще всего в роли экспертов выступают политические фрики и скандальные личности. Например, о секретном плане «Белуга», организованном западными спецслужбами для подрыва авторитета Путина и всей России, сообщил «известный французский эксперт по вопросам безопасности» и «шеф контрразведки правительства Франции» Поль Барриль. На деле же он офицер национальной жандармерии и член*

антитеррористической бригады, участник событий в Руанде (после которых обвинялся в участии в геноциде), вербовщик наемников для поддержки африканского диктатора Мобуту, не раз оказывавшийся в центре скандалов, связанных с заказными убийствами, вымогательством и клеветой (Газета.ru, 16.04.2016).

Почему «фейковые новости» стали неотъемлемой частью современного медиапространства? Еще недавно публикация разнообразных сенсаций и «уток» была уделом таблоидов и «желтой» прессы. Сегодня фейк стремительно входит в информационное пространство вполне уважаемых СМИ. Причина этого видится в том, что Интернетом как источником информации пользуются все СМИ, отследить же достоверность в потоке цитирования сенсационного инфоповода зачастую невозможно, и СМИ, стремясь быть максимально оперативными, попадают в ловушку сенсационной информации – фейка. Часто фальшивые новости представляют собой информацию, которую можно назвать «из ряда вон выходящие». Примером может служить громкое дело о групповом изнасиловании арабскими мигрантами в Германии девочки Лизы «из семьи переселенцев из России» в январе 2016 г. Этот случай, благодаря официальным российским СМИ, стал обсуждаться на уровне международных отношений. *Глава МИД России Сергей Лавров обвинил тогда немецкую сторону в попытках затушевать скандал и пообещал, что Родина не останется безучастной к судьбе «нашей девочки» (Нов. газета, 04.03.2017).* Но это сообщение оказалось фейком, моментально превратившимся в «жареный факт». Сенсационность, сулящая международный резонанс, не оставила шансов для тщательной проверки фактов.

Оперативность требует от СМИ сократить до минимума процесс верификации информации. Сегодня главное – быть первым, и в этой погоне зачастую проигрывает читатель. Например, информация о мнимом разводе Хиллари и Билла Клинтон, опубликованная на портале The Christian Times Newspaper, была разоблачена The Huffington Post в скором времени: *Как*

пишет *Huffington Post*, СМИ, ставшее первоисточником публикации, это сайт выдуманных новостей. При этом название он скопировал у другого издания – *The Christian Times* (АиФ, 14.11.2016).

Иногда издания сами фабрикуют «лживую» информацию, запуская фейки в информационное пространство. Примером такой сфабрикованной новости может служить выпуск программы «Познер» на «Первом канале» Казахстана, который вышел в эфир 17 декабря 2016 г.: *Героем фейкового выпуска стала шеф-редактор информационного вещания Первого в Казахстане Аймира Шаукентаева. Авторы сюжета взяли реальные вопросы, которые задавал Познер в одном из интервью, и добавили к ним кадры с ответами Шаукентаевой. Ролик длился около минуты* (Медуза, 19.12.2016). Сам Владимир Познер заявил о ложной информации в комментарии изданию *Kazday*.

СМИ могут использовать фейк в качестве шутки, однако аудитория и другие издания воспринимают такие истории вполне серьезно. В преддверии 1 апреля Центральное телевидение Китая (ССТV) разыграло своих зрителей, сообщив в Twitter, что пес по кличке Кабосу, известный в сети как Доге, умер. Этот пес долгое время оставался мемом в сети Интернет и был чрезвычайно популярен: *«Новость подхватили СМИ, а хозяйке Кабосу начали поступать соболезнования. Она поспешила опровергнуть смерть питомца»* (Lenta.ru, 04.04.2017). Шутку в Сети назвали несмешной.

Иногда появляется фейк не в полном смысле этого слова. Факт, который кажется журналисту несколько сухим, эмоционально окрашивается и подается аудитории в более «аппетитном», порой шокирующем виде. Вспомним недавнюю историю об одиноком японце, который якобы погиб после падения на него пачки порножурналов. История была запущена газетой *Daily Mail* 3 марта 2017 г. и разошлась по мировым СМИ, таким как *The Mirror*, *The Toronto Sun*, *CBS Philly* и *Sky News Australia*. Эта новость оказалась частично фейковой. 29 февраля 2017 г. сайт *Nikkan Spa* сообщил о смерти одинокого жителя Японии, в материале поднималась острая для данной страны проблема –

большое количество одиноких людей, которым в экстренных случаях некому помочь. В оригинальной новости говорилось о том, что одинокий мужчина умер в своей квартире в результате сердечного приступа. В статье приведены несколько фотографий его квартиры: стены увешаны эротическими плакатами, а на полу валяются журналы и прочий мусор (Lenta.ru, 06.03.2017). Журналистов Daily Mail такая причина смерти не устроила.

Фейки сложно отследить, они напоминают правду иногда больше, чем сама правда, так как материалы подтверждаются фотоснимками или видео, которым сложно не поверить. Но и такие материалы, как позже становится известно, оказываются фейковыми. Так, совсем недавно на слуху была несанкционированная акция феминисток на одной из башен Кремля – Арсенальной: 8 марта многие СМИ опубликовали шокирующий снимок: две девушки с горящими фаерами на среднем уровне Арсенальной башни разворачивают баннер: «Национальная идея – феминизм» (РГ, №7216 (50). 2017). Эта акция оказалась банальным фейком – фотография была создана с помощью фотомонтажа: Никакого баннера на башне не было, это фотомонтаж (РГ, 09.03.2017). Другой пример. Видеоролик-фейк о разрушении строящегося Керченского моста, который свяжет Крым с материковой России, циркулировал в социальных сетях этой зимой. Эта запись, якобы сделанная строителями моста, привлекла внимание только второстепенные украинские интернет-порталы, а ведущие СМИ его проигнорировали, и не зря: Поиск в интернете позволил найти оригинал видео, который выдали за «разрушение Керченского моста». Эти съемки были сделаны в Сочи в 2009 году, когда действительно был буквально смыт строящийся грузовой порт «Имеретинский», являвшийся одним из важнейших инфраструктурных объектов большого строительства к Олимпиаде-2014 (АиФ, 31.01.2017).

Основные мистификации, как показывают примеры, сосредоточены в новых медиа. К их числу относится и создание фейковых страниц в социальных сетях известных персон и политических деятелей: В популярных

соцсетях появились фейковые страницы уфимского мэра Ирека Ялова, сообщает пресс-служба муниципалитета. Так, мошенники завели поддельные аккаунты в «ВКонтакте» и Facebook. В мэрии горожан просят быть предельно внимательными: если градоначальник заведет страничку в соцсетях, то сообщение об этом непременно появится на сайте горадминистрации (МК, 19.04.2017). Имитируются официальные сайты учреждений и компаний: Напомним, что сообщение о фейковой странице посольства России в Чехии в Facebook было опубликовано на сайте МИД РФ в середине апреля. Тогда в ведомстве заявили, что расценивают это как изоциренный метод гибридного воздействия на граждан Чехии (АиФ, 04.05.2017). Такие фейки часто создаются для публикации дискредитирующей информации от уполномоченного лица или медийного известного лица.

В настоящее время наиболее «популярными» являются фейки, связанные с политической сферой. В условиях информационной войны слово «фейк» используется для того, чтобы подчеркнуть абсурдность публикуемой информации. В этих условиях аудитория вынуждена верить средствам массовой информации «на слово», так как доказать факт или опровергнуть фейк очень сложно: 1) В Москве опровергли сообщение информагентства Рейтер о том, что на египетскую авиабазу на границе с Ливией якобы прибыл российский спецназ. «Мы не располагаем такой информацией», – заявил журналистам пресс-секретарь президента РФ Дмитрий Песков (РГ, № 7219 (53). 2017); 2) Представленный Дональду Трампу доклад о влиянии России на президентские выборы в США был составлен на основании фейков, запущенных анонимными шутниками на интернет-форумах. Об этом сообщает международный медиа-портал BuzzFeed и интернет-издание The Gateway Pundit (РГ, 11.01.2017).

Не удивительно, что власть тоже включилась в борьбу с фейками. 20 февраля на сайте министерства иностранных дел России появилась рубрика, посвященная «фейковым» новостям о России, в которой размещаются «примеры публикаций, тиражирующих недостоверную информацию о

России» (Официальный сайт МИД РФ¹²). Первыми там были опубликованы четыре материала: статья Bloomberg об атаках российских хакеров в адрес кандидата в президенты Франции Эммануэля Макрона, материал The New York Times об испытании Россией ракетных комплексов в нарушение договоренностей с США, публикация The Telegraph о причастности России к попытке переворота в Черногории, и сюжет NBC News о возможной выдаче Эдварда Сноудена властям США. На данный момент (09 мая 2017 г.) на сайте МИД РФ опубликованы 23 материала. Оригинальные тексты сопровождаются комментарием служащих МИД РФ.

Фейковую деятельность пытаются регулировать и на законодательном уровне. Роскомнадзор определил правила, по которым будет требовать от новостных агрегаторов исключать из своих лент недостоверную информацию – фейки¹³. Приказ ведомства начал действовать с 6 февраля 2017 г. Это чисто технический документ, который касается агрегаторов¹⁴ новостей. Любой гражданин или юридическое лицо теперь может обратиться в суд с требованием исключить из базы агрегатора недостоверную информацию. Внесудебные меры по пресечению распространения недостоверной информации применяются по жалобе уполномоченных органов.

Борьбой с фейками и «фальшивыми» новостями обеспокоились и власти Германии, которые заявили о намерении регулировать подлинность новостей в Интернете и соцсетях: *В ближайшее время правящая коалиция собирается ужесточить требования к Facebook, Twitter и подобным ресурсам: их обяжут создать специальные «подразделения по приему жалоб» на появление контента, разжигающего ненависть. Как пишет*

¹² Официальный сайт министерства иностранных дел Российской Федерации, рубрика «Пресс-служба. Опровержения»: <http://www.mid.ru/nedostovernie-publikacii>

¹³ Приказ Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор) от 5 декабря 2016 г. N 308 г. Москва «Об утверждении формы и порядка направления уполномоченными государственными органами требования о принятии мер по прекращению распространения новостным агрегатором фальсифицированных общественно значимых сведений, недостоверной общественно значимой новостной информации под видом достоверных сообщений, новостной информации, распространяемой с нарушением законодательства Российской Федерации». – Режим доступа: <https://rg.ru/2017/02/03/agregator-dok.html>

¹⁴ *Агрегатор (новостной агрегатор)* — сервис, которые собирает (агрегирует), упорядочивает и каталогизирует разрозненные источники информации и предоставляет к ним единый доступ с разными дополнительными функциями по фильтрации и настройке оповещений [Словарь новых медиа: <http:///>].

газета Rheinische Post, социальные сети должны будут реагировать на запросы и принимать меры в течение 24 часов - иначе нарвутся на штраф, причем внушительный (РГ, №7173 (7). 2017).

Пристальное внимание СМИ, власти и широкой общественности к фейковой информации вполне закономерно, так как количество и формы медиамистификаций растут и совершенствуются с каждым днем. Интернет породил новые формы производства и распространения информации: *троллинг* (одно из определений, предложенное в передаче Юрия Таманцева, звучит так: «хамская заказная журналистика». РБК, 23.11.2015), *эльфинг* («провокация на позитив»), *кибербуллинг* (угрозы в сети) [Кореев 2014, <http://>], *информационное киллерство* (дискредитация оппонента), *пранкерство* (явление с претензией на расследовательскую журналистику, представляющее собой новую форму получения и распространения конфиденциальной информации с полным нарушением этических норм). Как показывает наше исследование, медийными персонами, лидерами мнений в сегодняшних СМИ могут являться провокаторы, которых цитируют журналисты: *На следующий день после конкурса пранкеры, еще вчера сами себе художники неизвестные, проснулись знаменитыми. Новостные программы Первого канала и «России» неумолимо цитировали розыгрыши НТВ в качестве разоблачения заговора Европы. Так на авансцену общественного сознания вырвались юные нечаевцы. Не самые яркие, не самые талантливые, не самые образованные молодые люди с лексическим запасом пэтэушников вершат социальную справедливость в эфире* (из материала Славы Тарощиной «Время провокаторов». Нов. газета, 18.05.2016).

Итак, слухи и фейки как речевые жанры содержательно и функционально тесно переплетаются друг с другом, отчасти являясь взаимозаменяемыми терминами. Однако с фейковыми новостями связывают и особые свойства, предполагающие подготовленную аудиторию, а именно: мистификации, пародии, интеллектуальные игры.

2.3. Рефлексия журналистов-практиков о достоверности журналистской информации

Достоверность сообщаемой информации – одна из наиболее острых тем, обсуждаемых на различных корпоративных площадках и в социальных сетях. Мы провели мониторинг печатных и электронных изданий за 2015-2017 гг., для того чтобы выяснить, каково отношение журналистов-практиков к качеству информации, предлагаемой современными СМИ (журнал «Журналист», газеты «Московский комсомолец», «Комсомольская правда», «Завтра», «Российская газета», «Новая газета», электронный журнал [Mediakritika.by](http://mediakritika.by)¹⁵, электронные издания «Газета.ru» и «Lenta.ru»). В ходе исследования были отобраны 47 публикаций, обращенных к проблемам качества журналистской информации (Приложение 1). Кроме того, мы учитывали результаты анонимного опроса американских журналистов, проведенного журналом *New York Magazine*¹⁶, и результаты опроса, описанные в статье [Дерябина 2016: <http://>]. Опубликованные мнения, касающиеся деятельности современных СМИ, мы сгруппировали в несколько «болевых точек».

1. СМИ не могут в полном объеме отразить реальную действительность, поскольку сама действительность неисчерпаема. Данную проблему можно отнести к философской или эпистемологической проблеме, связанной с тем, что журналистская практика (как и современная теория) отказывается от абсолютных величин, предпочитая говорить об

¹⁵ *Mediakritika.by* – это независимый информационно-аналитический ресурс, созданный командой белорусских медиаэкспертов, в рамках проекта «Медиакритика», для поддержания стандартов профессиональной журналистики: «журналистика, опирающаяся на факты, честная, непредвзятая, служащая интересам общества, а не любым политическим силам, бизнес-структурам либо отдельным людям, стремящаяся к постоянному поиску правды». Официальный сайт: <http://mediakritika.by/o-proekte>

¹⁶ В «Российской газете» под заголовком «Убить журналиста» (РГ. 09.08.2016) были опубликованы результаты опроса 113 американских журналистов, работающих в печатных СМИ, на телевидении, в электронных изданиях, и 6 интервью с российскими специалистами в сфере медиа. В центре внимания этого материала были основные проблемы современной журналистики, которые прямо или косвенно сопрягались с проблемами истинности/ достоверности. Опрос проводился *New York Magazine*, его результаты были опубликованы в материале «THE MEDIA ON THE MEDIA» (July 24, 2016). – URL: <http://nymag.com/daily/intelligencer/2016/07/media-survey.html>

относительной истинности, относительной точности, относительной объективности информации.

Журналисты пишут о том, что так называемая «правда» жизни не может быть явлена аудитории в полном объеме. Этот тезис развивает Эдуард Мельников, сотрудник ресурса [Mediakritika.by](http://mediakritika.by), в своих публикациях «Нет правды на экране?» ([Mediakritika.by](http://mediakritika.by), 09.09.2012) и «Паутина фактов» ([Mediakritika.by](http://mediakritika.by), 08.03.2014). Он считает, что неполнота информации – это не столько желание журналиста что-либо утаить, сколько объективный фактор, не позволяющий проследить и описать абсолютно все связи и закономерности: *Факт никогда не бывает изолированным. Никогда не висит он в информационном пространстве в гордом одиночестве. С одной стороны к нему подходят «провода», питающие его. То есть, причины, его породившие. С другой – «провода», передающие сигналы от этого факта. То есть, его последствия, реакции на него различных общественных сил, людей. «Провода» эти расходятся во все стороны, на них висят следующие факты, каждый со своими «проводами», и так до бесконечности. Всемирная паутина фактов получается* ([Mediakritika.by](http://mediakritika.by), 08.03.2014). В свою очередь массмедиа способны лишь периодически «вырывать» те или иные факты из этой паутины, описывая их в режиме реального времени. Это значит одно – то, что в момент работы журналиста с фактом было истинным и достоверным, через какое-то время может полностью поменять свой смысл: *... вырывая факт с обрывками его «проводов», медиа невольно... искажают его.* СМИ могут рассказать только о каком-либо фрагменте действительности, который существует в определенный момент времени.

Невозможность научного познания и зеркального отображения реальности в журналистике тесно переплетается с особенностями адресанта и адресата. Александр Андрух, корреспондент газеты «Завтра», отмечает, что образ реальности напрямую зависит от ее созерцателя, познающего субъекта. Именно по этой причине абсолютная объективность в журналистике невозможна, в информационном потоке один и тот же факт может по-

разному интерпретироваться и подаваться в соответствии с интенциями и интеллектуальными возможностями самого журналиста, с учетом формата издания и т.д. («Чисто себе субъективные заметки по поводу объективности». Завтра, 08.06.2016). По другую сторону факта и текста стоит читатель. По мнению Евгения Смирнова, даже самая достоверная информация не всегда может быть адекватно воспринята аудиторией: *Истина может, как через фильтр, пропускаться через систему взглядов человека и его «эмоциональное сито» и далее оседать в сознании не в том виде, в котором она реально существует, в искаженном* (Завтра, 03.03.2016).

2. Коммерциализация прессы как фактор, трансформирующий в журналистике основополагающие категории и профессионально-этические постулаты, находится в фокусе многих публикаций журналистов. Ср.: 1) *Синонимами журналистики стали: туфтолог, борзописец, фуфолог, желтопресник...* (Завтра, 19.07.2017); 2) *...журналист низводится на уровень пресловутой девушки, главная задача которой состоит в умении наилучшим образом станцевать с хозяином* (Завтра, 13.01.2017); 3) *В результате за годы так называемых экономических реформ многие СМИ превратились просто в фирмы и предприятия по зарабатыванию денег...<...> А журналисты – просто в работников, приносящих или не приносящих доход* (Журналист, 2003); 4) *Что, естественно, вызвало ответную инициативу редакционных масс: скрытую рекламу, «джинсу», двурушничество, «заказуху»* (Журналист, 2017).

Коммерциализация прессы на первый план в деятельности журналиста выводит не поиск правды, принципы достоверности и объективности, а интересы владельца. В условиях рынка СМИ начинают жить по его законам, стараясь получить доход, журналист же становится всего лишь инструментом. Эту мысль в статье «Журналистика или «пиар» формулирует Александр Коршунов: *Стоит ли стыдить журналиста-работника и называть его действия аморальными, если в погоне за сенсацией или рекламодателем с одной единственной целью – доказать работодателю свою эффективность,*

естественно заработать и удержаться в фирме, он нарушил или преступил какие-то этические, порой мифические, нормы. Как можно требовать выполнения этих норм от журналиста, если распределение материальных благ в обществе идет по другим, далеко не соответствующим высоким моральным нормам, критериям. Полагаю, что мы должны дать себе отчет в том, что не может быть совершенных СМИ в несовершенном Обществе. СМИ – это зеркало общества (Журналист, 2003). Рыночные отношения привели к тому, что многие редакции, акционированные ведущими журналистами и начальством, были проданы новыми собственниками: сначала здания, потом честное имя (Журналист, 06.02.2017); при заказе от Больших Денег журналисты всех мастей натягивают шоры и видят лишь дозволенное (Завтра, 28.04.2016). Журналисты пишут о том, что коммерциализация СМИ привела к серьезным сдвигам в самой сути профессии, деформировала ее главные постулаты – правдивость, непредвзятость, уважение к законам страны и нравственным ценностям: Слово, мысль – корень журналистики. Долг – верно служить Его Величеству Факту. Правду делает неправдой истолкование фактов, отчего есть журналистика созидающая, а есть оболванивающая (Завтра, 19.07.2017).

Негативные результаты процессов коммерциализации, считают практики, проявляются в следующем. Во-первых, изменилось содержательное наполнение газет, с газетных страниц постепенно «уходят» обычные люди: *Простой человек, человек труда (сварщик, доярка) исчез со страниц газет и телеэкранов. На первый план выдвинулись «звезды» моделей, политики, шоубизнеса, олигархи, коммерсанты, проститутки, депутаты. СМИ из четвертой власти переквалифицировались в официантов, обслуживающих господ учредителей (Завтра, 19.07.2017). Во-вторых, издания заполняются сенсационными заявлениями, криминальными новостями: *Нынешние бонзы от журналистики утверждают – чтобы выжить, СМИ должны иметь покупателей, а значит, продавать в первую очередь то, что больше всего желает народ. Хочет страшилок и**

катастроф? Так мы ему обеспечим с утра до вечера непрерывную программу «Чрезвычайное происшествие»! Не хочет об интеллектуальном и сложном слышать? Так задвинем культуру с наукой и техникой на задворки, да так, чтоб не пробились невзначай! А кому не нравится – так, как говорила одна из знакомых редакторов: «Пишите заявление. Мы тут же на улице еще лучших журналистов найдем» (Завтра, 13.01.2017). В-третьих, рыночные условия заставляют СМИ переходить в более дешевую форму существования – электронную, что также меняет журналистику: Повестку дня теперь определяет не пресса, а поисковые движки, алгоритмы новостных агрегаторов и социальных сетей, которые обладают многократно большей скоростью распространения информации, но катастрофически влияют на ее качество и достоверность. Возникает неявная, интеллектуальная, но все-таки цензура: нет необходимости грубо воздействовать на журналистов, когда можно изменить алгоритм и таким образом определить, какой контент получит аудитория и какая оценка событий будет доминировать (Газета.ru, 10.12.2014). Истина в рефлексии журналистов ценится высоко: ... журналистика вся вращается вокруг правды. Если правда существует, она, разумеется, может соответствовать или не соответствовать чьим-то интересам, но она не может быть их следствием. Для фактов национальные и чьи бы то ни было интересы тем более безразличны (Нов. газета, 23.05.2016).

3. Нацеленность СМИ на развлечение. Уход современной журналистики от социальных проблем к инфотейнменту является следствием коммерциализации СМИ. В статье «Когда информация доставляет» Владимир Мамонтов размышляет о том, что раньше СМИ доставляли информацию в прямом смысле этого слова, теперь же информация должна доставлять, иначе она никому не нужна. Для тех, кто в танке, поясню: в последние годы слово «доставлять», особенно в нашей молодёжной среде, в отличие от среды, а то и четверга замшелых старикашек, означает «приносить удовольствие». Смешить. Удивлять. Соответствовать

ожиданиям (Журналист, 2016). Явление инфотейнмента, прочно вошедшее в практику медиа, меняет аудиторию, которая «не воспринимает мало-мальски развёрнутого текста»; актуальные серьезные темы, написанные профессионально, остаются за пределами внимания читателя (Журналист, 2016). Превращение серьезной новости в новость-развлечение меняет качественные характеристики журналистского текста: для развлекающего текста не важны достоверность, объективность публикуемой информации, важно другое – подогреть интерес аудитории: Теперь же главным становится репортёр. Тот, кто, скажем, быстрее всех найдет родственников людей, погибших в катастрофе, и успешнее их расспросит о тайнах жизни умерших, желательно, раскрывая при этом какой-нибудь семейный скандалчик, чтоб публике было что посмаковать. Но не тот, кто станет задаваться вопросом – нравственно ли зарабатывать на памяти ушедших, морально ли превращать трагедию в шоу. Не тот, кто станет взывать к совести. Такому публицисту живо укажут на место, мол, народ требует хлеба и зрелищ! (Завтра, 13.01.2017).

Специальный корреспондент польского RadioWnet Павел Боболович развивает тему предназначения современной журналистики, которая, по мнению автора, должна сохранить свои исконные мировоззренческие функции и не идти на поводу у развлекающейся публики: *У меня бывают реальные моменты профессионального краха и некоторой степени разочарования (уж не знаю в ком – в себе или в аудитории). Когда я вижу, что статья на тему, которая мне кажется крайне актуальной, набрала не больше 300 посетителей (Mediakritika.by, 10.10.2014).*

О негативном влиянии современной медиаиндустрии на общество жестко высказывается Д. Дондурей (бывший редактор журнала «Искусство кино»). Он считает, что медиа формирует такого человека, который соответствует запросам рынка: *Человек с таким типом сознания хоть и не сидит на барщине и не голодает, но мне упорно напоминает средневекового человека, нового крепостного, который не ориентируется в реальности*

самостоятельно и зависит от того, чему его научат и что ему объяснят (РГ, 09.08.2016). Вместе с тем существует и другая проблема – какого контента ждет аудитория, всегда ли она хочет развлекаться: *Многие «СМИшные люди» решили, что публике интересны грязь и скандал любой ценой. А вот обломилось! Публика вдруг превратилась в общество, которое восстало против эфирной мерзости* (Журналист, 07.07.2016).

4. Тенденция к раздуванию сенсаций и конфликтов в СМИ прорастает из коммерциализации прессы, контента досуговой журналистики, необходимости удержать контакт с аудиторией. Журналист «Lenta.ru» Максим Кононенко считает, что главный враг достоверной информации – это сфокусированность СМИ на катастрофах и сенсациях; высокий уровень конкуренции в медиасреде, не позволяющий расслабиться; растущий спрос аудитории на новую информацию (Lenta.ru, 27.12.2016). Автор публикации «Откуда берутся ложные новости?» считает, что в угоду скорости журналисты жертвуют достоверностью и качеством своих материалов: *Новости – это эмоциональное восприятие и традиционные представления в равных пропорциях. Соответственно, процесс распознавания новости в потоке событий реальной жизни тесно связан с интуицией журналиста, его опытом и увлеченностью своей профессией и той или иной темой. Однако эти же факторы позволяют журналисту при желании и формировать новости «под себя». А это уже фактор добросовестности – весьма зыбкой материи, надо признать* (Mediakritika.by, 30.03.2015).

5. Приоритет оперативности над точностью. Многие журналисты-практики отмечают, что высокая конкуренция, скорость «сменяемости» событий в информационной среде, приоритеты оперативности отнюдь не всегда повышают качество журналистской работы: *Если хотите о чем-то написать, сделайте это быстро. Не напишете вы, напишет кто-то другой. А даже если не напишет, то, поверьте, ни одна тема не становится лучше, «отлежавшись». Увы, глубокое осмысление – не наш удел. Нам нужна «правда жизни» в ее бешеном каждодневном потоке. Мы как бы стоим «на*

конвейере». В постоянном движении, стараясь ничего не пропустить (Mediakritika.by, 10.10.2014). В идеале журналист обязан найти источник информации, определить его надежность, затем извлечь из него факты, проверить и проанализировать их. Однако многие, по мнению корреспондента газеты «Секретные материалы XX века» Павла Виноградова, «часто довольствуются лишь получением фактуры, а на остальное времени нет. Результаты бывают плачевны...» (Журналист, 21.04.2017). Вместе с тем, считает В. Мамонтов, ошибок можно избежать, *разработав определенную технологию постоянного новостного потока: дорогие потребители, посмотрите, как новость с первой минуты развивается в наших уточняющих сообщениях... И мы доводим ее если не до истины, то до объективной картины* (РГ, 09.08.2016).

6. Использование анонимных источников и информации, которую нельзя проверить. Сомнительность источников информации и отсутствие их проверки – значительная проблема современной журналистики, считают многие практики. В публикации «Не грамматика портит текст, а ложь» Виктор Власов пишет: *Такая проблема есть: приходит герой – дает интервью или текст, и его размещают, не проверяя достоверность. Но ведь людям нужно верить, если не верить – как жить? И у меня были случаи, когда меня как бы заставляли обманывать читателей. Ну, или не обманывать, то вводить в заблуждение. И я всегда переживал по этому поводу и прекращал общение с людьми, которые меня так «подставили». Я стараюсь избегать этого. Но исключить совсем не получается. Ни у кого не получается. Нет-нет, да и просочится маленький обман, который, в принципе, не очень страшен, пока не перерастет в большую ложь* (Завтра, 05.05.2017).

Корреспонденты Анна Шафелюк («Правила журналистов: Не доказал – не утверждай! Не опроверг – не отрицай!»). Mediakritika.by, 17.04.2015) и Мария Садовская-Комлач («Утверждают, что слухи важнее достоверности?»). Mediakritika.by, 05.03.2015) причину появления недостоверной информации видят в таком популярном сегодня явлении, как рерайтерская журналистика.

В сфере рерайта заимствование новостей не предполагает их проверки: *Сначала в социальных сетях или где-либо еще онлайн появляется определенное утверждение. Один или несколько новостных сайтов решают его перепечатать. Некоторые (с целью привлечь больше кликов и «расшариваний») пишут заголовок, который дает понять, что сказанное – правда. Другие используют более осторожные формулировки, такие как «якобы» или «вероятно». После того как пресса признала утверждение достойным доверия, его перепечатывают другие новостные сайты со ссылкой на сайты, решившие перепечатать его ранее. В конце концов первоисточник теряется в массе взаимосвязанных новостей, немногие (если вообще какие-либо) из которых добавляют к сообщению контекст либо журналистский контент (Mediakritika.by, 05.03.2015).* Журналисты отмечают, что работа с источниками – сложный процесс: *когда «у истока» не стоит журналист (как на пресс-конференции) – это, скорее, результат наблюдений очевидцев, сделанных непосредственно на том месте (или в той ситуации), где что-то произошло. Со всеми пробелами, искажениями, недочетами и субъективизмом восприятия (Mediakritika.by, 30.03.2015).*

7. Фейковость современной информационной среды. Журналистика сегодня получила немало негативных номинаций – журналистика *«секонд хэнд»* [Короченский 2015: 206], журналистика *пост-правды* (Mediakritika.by, 04.04.2017), *фейковая журналистика* [Ильченко 2016: 14], журналистика *«с пониженной социальной ответственностью»* (Завтра, 19.07.2017). В поле обсуждения журналистов все чаще попадает фейковость информационной среды, в которой приходится работать. Критический взгляд на работу коллег представлен в материале Татьяны Федоткиной «Мода на слух», в котором описывается резонансное событие, оказавшееся фактоидом. Журналистка пишет: *«Сообщает об этом известное информационное агентство. Скромно оговорившись, что им самим проверить информацию не удалось, но дает ссылку на источник – какой-то более мелкий информационный ресурс. А те в свою очередь – еще на какой-то. Пока в конечном итоге*

первоисточник не сводится к ОБС. Была раньше, еще в СССР, такая аббревиатура. Расшифровывалась как «одна бабка сказала»» (МК, 15.10.2016). И хотя опровержение опубликовано, но сама история до сих пор гуляет в Сети и даже обрастает некоторыми деталями. По-видимому, именно подобное можно назвать постправдой¹⁷.

В понимании Александра Морозова, главного редактора «Русского журнала», под пост-правдой понимается «намеренное использование политиками заведомо ложной информации, которая, будучи уже опровергнутой, тем не менее продолжает использоваться внутри политической стратегии». Пост-правда отличается от дезинформации и диффамации тем, что после ее опровержения она не изымается из информационного потока, а продолжает свое существование. Современная журналистская практика существует в такой ситуации, когда «сама достоверность, объективность, факт, перестали ими быть». Обосновать факт за счет объективности и достоверности сегодня очень сложно, так как недостоверным и достоверным легко делается все (Mediakritika.by, 04.04.2017). Медиатизация общества привела к тому, что эксперт, в классическом его понимании, практически перестал существовать на страницах изданий. Расширение Интернета создало эпоху «кризиса экспертного мнения», в которую экспертом может быть каждый: *За последние 10 лет эксперты полностью заменились гуру, евангелистами, лидерами мнений. Человеку сейчас нужно просто уметь харизматически захватить аудиторию с помощью видео, и его мнение станет гораздо более значимым, чем мнение эксперта в этой теме* (Mediakritika.by, 04.04.2017).

Активное распространение фейковых новостей журналисты связывают с двумя причинами, которые тесно переплетены. Первая – активное освоение журналистами Интернета в качестве основного источника информации, вторая – *в мире социальных сетей, многим начало казаться, что каждый*

¹⁷ В 2016 г. слово «постправда» (post-truth) стало словом года, по версии Оксфордского словаря. «Слово описывает обстоятельства, в которых объективные факты менее важны для формирования общественного мнения, чем обращение к эмоциям и личным убеждениям» (<http://www.bbc.com/russian/news-37995176>).

может быть журналистом («Блеф-ньюс». МК, 22.10.2014). Найти первоисточник и его проверить – сложный навык, которым обладают только профессионалы: *чтобы докопаться до правды, требуется время, опыт, знание мест и людей*. В публикации «Блеф-ньюс» говорится и о том, что погоня за сенсационностью изменила отношение публики к информации. Аудитория теряет способность к рефлексии, к критическому отношению к сообщаемой информации из-за засилья этой самой информации: *Сегодня десятки СМИ сутками напролет бомбардируют людей, причем часто одной-единственной точкой зрения. «Если все говорят одно и то же – значит, это правда!» – вот что понимает незащитный народ*.

8. Снижение профессионализма в среде журналистов. Об этом пишут как теоретики, так и практики. Слабой стороной современной журналистики В.В. Тулупов называет поверхностный подход к объектам изучения и отражения, зависимость от владельца, учредителя, издателя, властных структур, круглосуточную занятость, частые командировки, невысокую заработную плату. «Журналист – социальная профессия, а некоторые корреспонденты, подобно иным равнодушным социальным работникам, формально относятся к людям (например, когда искажаются мнения интервьюируемых; когда письма в редакцию остаются без ответа; когда герой сознательно рассматривается в качестве объекта агрессии и т.д.)» [Тулупов 2015: 9].

Согласно результатам опроса, американские журналисты негативно оценивают такие качества коллег, как «узкий кругозор или недостаточный жизненный опыт репортеров и редакторов; неумение или нежелание привлекать власть имущих к ответу; поверхностность; необъективность; лень; страх нарушить корпоративные интересы; невежество; «выпендрейж», чрезмерно агрессивный журналистский стиль; предвзятость» («Убить журналиста». РГ, 09.08.2016). По мнению российских журналистов, снижение профессионализма прослеживается на всей цепочке журналистской деятельности: непроверенная информация, неглубокое изучение предмета описания, неумение работать в поле. Ср.: выросло целое поколение

журналистов, *сидящих за компьютерами – без малейшего опыта репортерской работы на улице* (МК, 22.10.2014); *Низкое качество добытой информации - это не полностью или неточно отраженные противоречия, низкая репрезентативность фактов и, как следствие, – сохранение высокой энтропии (неопределенности) после того, как они опубликованы* (Mediakritika.by, 04.05.2014).

Для журналистики необходимы четкие этические стандарты, отмечает декан факультета журналистики МГУ Е. Вартанова. Сила журналистики – «это ее достоверные тексты, объясняющие сложность мира, объективность, непредвзятость, и главное – уважение к своей аудитории». Доверие к журналистике – это «эмоциональный контакт аудитории с теми, кто берет на себя ответственность выносить оценки всему, что происходит в обществе» (РГ, 09.08.2016). Современная журналистика, по мнению А.П. Короченского, «превращается в «кривое зеркало» социальной действительности, если журналисты не владеют в должной мере познавательным инструментарием своей профессии или отказываются им пользоваться, предпочитая информацию из “вторых рук”» [Короченский 2015: 206].

Автор статьи «Саморегулирование в медиа: необходимость или несусветная глупость?» Янина Мельникова пишет о том, что некоторые журналисты считают этические стандарты ненужным бременем в современной реальности: *«Если мы первыми узнали имя преступника (жертвы), почему мы должны не давать этого в эфир, кто-то другой опередит нас», – говорят они.* И действительно, личные фотографии, взятые из социальных сетей, скриншоты личных переписок оттуда же, жесткие шокирующие факты насилия уже никого не удивляют в СМИ. По мнению автора, сама аудитория не считает все это чем-то предосудительным, а СМИ, опубликовавшее подобный материал, *получит массу дополнительных кликов и даже, чего греха таить, одобрительных комментариев. Мол, молодцы, пока все спят в шапку, вы времени зря не теряете* (Mediakritika.by, 01.08.2016).

В связи с распространением недостоверной информации журналисты различных изданий все чаще обсуждают такое направление профессиональной деятельности, как **фактчекинг** (англ. *fact checking* – проверка, процедура, метод проверки достоверности полученных фактов в СМИ). В материале Алексея Лоссана «Weeeeeeeeeeeee или нашествие зомби: зачем врут журналисты»¹⁸ этому вопросу посвящена отдельная тема («Republic», 15.04.2015). В основе работы с фактической составляющей журналистского текста лежит знание новостной картины мира и умение быстро находить и проверять нужную информацию. Фактчекинг появился в первой половине XX века, а в отдельную профессию вырос в 30-е гг. в США. Сначала фактчекеры проверяли данные в материалах непрофессиональных журналистов, работали с информацией, присланной читателями или экспертами (*users generated content*). Особое внимание при проверке уделялось статистическим данным, цифрам, именам и т.д. Сегодня фактчекинг в авторитетных изданиях – это не только техническая работа с поступающей в редакцию информацией извне, но и проверка материалов штатных журналистов.

Согласно исследованию *Columbia Journalism Review*, особое внимание фактчекингу уделяется в немецком журнале *Spiegel*. В данном журнале деятельностью по проверке информации занимается 80 сотрудников, в число которых входят специалисты из разных областей знаний, а также люди, свободно владеющие иностранными языками.

Интернет дал возможность появлению новых ресурсов. В 2003 году появился некоммерческий проект Университета Пенсильвании – *FactCheck.org*¹⁹, который в качестве своей миссии обозначил следующую деятельность: «*We are a nonpartisan, nonprofit “consumer advocate” for voters that aims to reduce the level of deception and confusion in U.S. politics. We monitor the factual accuracy of what is said by major U.S. political players in the*

¹⁸ «Slon» сменил имя на «Republic» в ноябре 2016 г. Этот материал был создан, когда сайт назывался «Slon».

¹⁹ *FactCheck.org*. – Режим доступа: <http://www.factcheck.org/>

form of TV ads, debates, speeches, interviews and news releases» (Мы являемся политически неангажированным, некоммерческим «защитником интересов избирателей», которые стремятся снизить уровень мошенничества и путаницы в политике США. Мы контролируем актуальность того, что говорят крупнейшие американские политические игроки в телевизионных промоцийных роликах, дебатах, выступлениях, интервью и пресс-релизах). Цель данного проекта – снизить уровень обмана в политике США путем верификации выступлений политиков.

Аналогичный проект – PolitiFact.com²⁰, появившийся в 2007 г., был создан редакторами и репортерами независимой газеты во Флориде Tampa Bay Times. Чуть позже на базе этого ресурса появился еще один проект PunditFact, посвященный экспертам по проверке фактов. В 2013 г. ресурс опубликовал свод принципов своей работы «The Principles of PolitiFact, PunditFact and the Truth-O-Meter» (PolitiFact.com, 01.11.2013). Рассмотрим его наиболее значимые для нас положения.

Оценка точности и достоверности высказываний происходит по шкале «от истины до лжи» (*the Truth-O-Meter*), где крайняя степень лжи получает самую низкую оценку – *Pants on Fire*²¹. PolitiFact проверяет высказывания политиков, претензии групп, вовлеченных в политическую дискуссию, заявления экспертов, обозревателей, блогеров, политических аналитиков, участников и создателей ток-шоу на политические темы, публикации в СМИ.

На первом этапе фактчекинга отбираются утверждения для проверки (*choosing claims to check*). Ежедневно сотрудники PolitiFact и PunditFact занимаются поиском наиболее важных политических заявлений. В радиус поиска попадают речи политиков, новости, пресс-релизы, рекламные брошюры, теле- и радиопередачи, публикации в социальных сетях. Сотрудники отсеивают мнения и мелкие «ошибки», связанные с неточным

²⁰ PolitiFact.com – Режим доступа: <http://www.politifact.com/>

²¹ Идиоматическое выражение со значением «смехотворная ложь», близко по значению русской идиоме «на воре и шапка горит».

выбором языковых средств, они отбирают только те факты и утверждения, увидев которые, обычный человек может задаться вопросом: а правда ли это?

На втором этапе проверяются источники, из которых получены спорные сведения (*transparency and on-the-record sources*). После проверки на ресурсе публикуется список источников, где каждый из них имеет отметку на шкале «от истины до лжи». Аудитории предоставляется возможность самой выбирать, доверять им или нет.

Собственно шкала *The Truth-O-Meter*, целью которой является отражение относительной точности утверждения. Шкала (*Meter*) состоит из шести отметок:

***TRUE* (истина, правда)** – заявление является точным и достоверным.

***MOSTLY TRUE* (в основном правдивое)** – заявление является точным, но нуждается в уточнении или приведении дополнительной информации.

***HALF TRUE* (полуправда)** – утверждение является частично точным и достоверным, но в нем упущены важные детали или не учтен контекст высказывания.

***MOSTLY FALSE* (в основном ложь)** – утверждение содержит элементы истины, но игнорирует важные факты, которые могут создать другое впечатление о высказывании.

***FALSE* (неправда)** – утверждение является ложным.

***PANTS ON FIRE* («смехотворная» ложь)** – заявление является не просто лживым, но и смехотворным.

В основу шкалы *The Truth-O-Meter* заложены следующие принципы:

1. *Words matter* (значение слова). Редакция уделяет особое внимание форме выражения утверждения. Является ли оно сухой репрезентацией факта или имеет и смягчающие слова и выражения.

2. *Context matters* (учет контекста). Редакция рассматривает полный контекст, в который погружено высказывание, учитывает комментарии, сделанные до и после высказывания, повод, породивший его, и точку зрения человека, которому принадлежит высказывание.

3. *Burden of proof* (бремя доказывания). Обязанность доказывать достоверность высказывания лежит на персоне, делающей то или иное заявление, поэтому именно авторы текстов несут ответственность за свои слова и предоставляют подтверждения.

4. *Statements can be right and wrong* (утверждения могут быть верными и неверными). При оценке заявления, содержащего два и более фактологических утверждения, редакция дает общую оценку достоверности и точности высказывания, учитывая точность и достоверность каждого из них.

5. *Timing* (сроки). Решение о достоверности высказывания принимается с учетом времени, когда оно было сделано и имеющейся на то время информации.

Непосредственный процесс оценки достоверности высказывания (*process for Truth-O-Meter rulings*) осуществляется одним автором, который составляет экспертную статью и располагает материал на шкале «от истины до лжи», сопровождая свои выводы доказательствами. Затем этот материал рассматривается группой редакторов, в которую входит не меньше трех человек, выносящих окончательный вердикт. Результат проверки публикуется на сайте, где каждый читатель может обратиться в редакцию, если найдет ошибку. Тогда будет проведена дополнительная проверка, и по ее итогам в опубликованном материале будут сделаны пометки о корректировке и ее причине.

Сегодня подобные проекты охватывают не только политическую сферу, но вообще все сферы, которые попадают в поле внимания журналистов. Примером может служить популярный проект, посвященный фактчекингу – The Fact Checker²², который функционирует при газете Washington Post. Девиз проекта представлен в виде цитаты британского журналиста, издателя и политика Чарльза Скотта, ставшей афоризмом: *Comment is free, but facts are sacred* («Комментарии свободны, но факты священны»). Автор проекта Гленн Кесслер (Glenn Kessler).

²² The Fact Checker. – Режим доступа: <https://www.washingtonpost.com/news/fact-checker/>

Довольно известным является еще один фактчек-проект – First Draft²³ Клэр Вардл. Данный проект уникален тем, что он предоставляет практические и этические рекомендации в отношении поиска, проверки и публикации информации, полученной из социальных сетей (*We provide practical and ethical guidance in how to find, verify and publish content sourced from the social web*). Среди партнеров проекта значатся наиболее влиятельные и популярные СМИ, интернет-ресурсы, социальные сети. Основными причинами распространения дезинформации проект называет некачественную журналистику, пропаганду, политическое влияние на СМИ, личную выгоду журналистики и ее желание развлечь аудиторию («Фейки завели прессу в тупик». Газета.ru, 16.03.2017). First Draft выделяет семь видов недостоверной информации: 1) отсутствием связи между заголовком, изображением и содержанием материала, 2) фразы и ситуации, вырванные из контекста; 3) манипуляция данными с целью обмана; 4) пародии и новости, которые специально вводят в заблуждение; 5) подражание подлинным источникам; 6) полностью сфабрикованный контент. Клэр Вардл призывает профессиональных журналистов объединяться на его ресурсной площадке, где участники First Draft перепроверяют друг друга, повышая тем самым достоверность информации, тиражируемой СМИ.

О фактчекинге задумались не только СМИ. 7 апреля 2017 г. в поисковой системе Google появилась новая функция²⁴, которая поможет проверить пользователю достоверность информации, выдаваемой по запросу. Объясняется это тем, что изначальная цель создания Google заключалась в помощи людям находить полезную информацию и качественный контент. Но сегодня пользователь сталкивается с тем, что в Интернете публикуется масса информации, которая не соответствует действительности. Это затрудняет процесс разграничения фактов и фикций. Именно поэтому Google предоставил в нескольких странах возможность показывать в новостях тег

²³ First Draft. – Режим доступа: <https://firstdraftnews.com/about/>

²⁴ Fact Check now available in Google Search and News around the world // Google. – 2017. – 07 апреля. – Режим доступа: <https://blog.google/products/search/fact-check-now-available-google-search-and-news-around-world/>

«Проверка фактов». Эта метка ставится тогда, когда информация проверена редакцией или организациями, проверяющими факты. Присоединиться к проекту может любое издание, которое будет алгоритмически определено как авторитетный источник информации. В перечень «оценщиков» подлинности новостей уже вошли BBC, CNN, The Guardian, The New York Times и ещё 111 компаний («Возможно, вы искали правду: Google ввёл глобальную систему проверки новостей». Russia Today, 09.04.2017).

Помимо описанных ресурсов, функционирующих бесплатно, существуют платные ресурсы, которые занимаются проверкой информации. Первой такой платформой за рубежом стал проект **HARO**²⁵ (Help A Reporter Out), созданный американцем Питером Шенкманом в 2008 г. Суть проекта – обеспечить постоянную связь журналистов и блогеров с необходимыми авторитетными источниками информации (чаще всего экспертами в той или иной области). Другой специализированный ресурс для журналистов – **HackPack.press**²⁶ – новая социальная сеть или платформа, которая позволяет осуществлять поиск на временную или постоянную работу репортеров, операторов, фотографов в различных странах мира, чтобы более объективно освещать происходящие там события. Создал сервис американец Джастин Варилек в 2014 г. Российский аналог проекта HARO – **Pressfeed**²⁷, который позиционирует себя как *«первый в России сервис журналистских запросов»*. Он был создан Константином Бочарским, редактором блока «Перспективы» журнала «Секрет Фирмы», ИД «Коммерсантъ», в 2013 г. Цель ресурса – помочь журналистам получить *«фактуру для статей. А экспертам и пиарщикам – упоминания в СМИ»*.

Оригинальным российским ресурсом является проект **«МастерСМИ»**²⁸, который позиционирует себя как *«коллективное медиа для журналистов любой категории, в том числе гражданских (народных), PR-*

²⁵ Официальный сайт HARO (Help A Reporter Out): <https://www.helpareporter.com>

²⁶ Официальный сайт HackPack: <https://hackpack.press/>

²⁷ Официальный сайт Pressfeed: <https://pressfeed.ru/>

²⁸ Официальный сайт ресурса «МастерСМИ»: <http://mastersmi.com/>

специалистов, блогеров, а также очевидцев событий и происшествий». Прототип проекта был запущен в июле 2015 г., а в начале 2016 г. начал функционировать полностью. Сайт «МастерСМИ» представляет собой информационно-новостной UGC-портал (т.е. портал, который наполняется пользователями сайта) для журналистов, PR-специалистов, блогеров и очевидцев событий или происшествий. Для борьбы с дезинформацией и ложной информацией владельцы ресурса предлагают пользователям опровергать ложные материалы, опубликованные на сайте, тем самым влияя на процент их достоверности.

Социальные сети также прилагают усилия по отсеву из информационной среды фейковых новостей. Facebook, например, не дает пользователям поделиться новостью, если ранее ее достоверность была опровергнута («Facebook не разрешает размещать опровергнутые фейковые новости». Газета.Ру, 23.03.2017). Данная функция была запущена в декабре 2016 г. совместно с организациями, занимающимися фактчекингом. Ресурс не просто не позволяет размещать недостоверное сообщение, но отправляет на сайты организаций, которые занимались проверкой информации, чтобы пользователь смог узнать причину блокировки.

В виду роста дезинформации журналисты все чаще говорят о необходимости повышения медиаграмотности²⁹ аудитории СМИ. Под медиаграмотностью понимается опыт ориентирования в медиополе: *«Грамотный человек не тонет в потоке информации, а находит, оценивает и использует данные, чтобы эффективно решать ту или иную проблему»* («IT-гиганты свели сеть к котикам». Газета.ru, 31.01.2017). Первый и основной критерий наличия информационной грамотности – критическое мышление.

О медиаграмотности беспокоятся и представители самой аудитории, создавая различные проекты, правда, вопрос об их объективности и «научности» подхода к анализу и оценке медиапродуктов и СМИ остается

²⁹ Медиаграмотность – это «умение пользоваться (то есть адекватно понимать и создавать) текстами печатных и электронных СМИ, включая интернет [Стернин 2013: 210].

открытым. Например, портал для родителей «Научи хорошему»³⁰ действует под девизом *«За возрождение нравственности в СМИ»*, выпуская видеообзоры с оценкой этой самой нравственности в популярных телешоу, мультфильмах, фильмах, музыке, журналах, компьютерных играх, сериалах и т.д. Автор обзоров готов представить свое «экспертное» мнение буквально по любому медиапродукту. Вместе с тем язык этих материалов и эмоциональный посыл аудитории вызывает скорее удивление, так как чуть не во всем авторам видится пропаганда растления, сексуальной распущенности, педофилии. Приведем несколько примеров заголовков таких обзоров: *«Журнал Maxim – инструмент вовлечения девушек в занятие проституцией»* (Научи хорошему, 09.07.2015); *«Журнал Cosmopolitan – оружие массового поражения женщин»* (Научи хорошему, 11.10.2014.).

Есть и еще один сайт – «Газета о газетах», который появился относительно недавно, в октябре 2016 г.³¹. В обращении к читателям провозглашается миссия данного ресурса: *«Разобраться в сегодняшней информационной вакханалии не просто. Авгиевы конюшни заполнены, и разгрести их – колоссальный труд. Но наша команда не страшится трудностей. С «лопатой» и ноутбуком мы возьмёмся провести анализ публикуемых материалов. Чтобы не быть голословными, детально разберём каждый пример и на основе этой работы выведем рейтинг «недобросовестных СМИ». На основе каждого зафиксированного «прокола» нами будет опубликована статья и добавлен +1 к позиции СМИ в нашем рейтинге НЕдоверия* (Газета о газетах, 12.10.2016). Главная цель проекта – разоблачение лжи СМИ, однако разоблачать их предлагается каждому желающему: пройдя простую регистрацию (указать логин, электронную почту и пароль, личность свою можно никак не подтвердить), можно сразу же создавать свой критический материал. Для этого есть вкладка «Разоблачить СМИ» в которой нужно указать, каким СМИ вы не довольны,

³⁰ Научи хорошему [Электронный ресурс] // интернет-портал. – Режим доступа: www.whatisgood.ru

³¹ Газета о газетах [Электронный ресурс] // интернет-сайт. – Режим доступа: www.gazetaogazetah.ru

придумать заголовок (*Заголовок должен быть наполнен смыслом, чтобы можно было понять, о чем будет статья*) и, собственно, создавать сам материал. На основе отзывов аудитории составляется рейтинг «Недоверия»³² проекта. Любопытно, что возглавляют этот рейтинг такие СМИ, как «ЭХО Москвы» (самый высокий показатель недоверия), радио «Свобода», «Новая газета», портал «Медуза» и т.п.

Более системный и объективный подход к оценке информации и повышению медиаграмотности аудитории предлагают сами СМИ. Например, интересный алгоритм разработан порталом «Медуза» («Как (и где) читать новости». 09.08.2016).

Во-первых, читателю предлагают обратить внимание *на подачу новости* – это заголовок и первый абзац, они должны совпадать по смыслу. Если в заголовке что-то представлено как факт, а в первом абзаце – как предположение или возможность того, что это будет сделано, есть повод усомниться в достоверности источника и сообщаемой информации.

Следующий этап – это оценка *интонации* подаваемого материала, так как, по справедливому мнению «Медузы», достоверные новости написаны неэмоционально, без использования агрессивной лексики.

Еще одним показателем надежности информации являются *источники*, которые демонстрируются в материале. Хорошим ориентиром для читателя являются ссылки на официальные материалы (законы, пресс-релизы), качественные федеральные СМИ («Ведомости», РБК.ru, «Коммерсант») и новостные агентства («Интерфакс», ТАСС, «РИА Новости»). Ссылки же на анонимные источники должны насторожить, особенно тогда, когда на основе них написан материал в издании, которое нельзя отнести к качественным.

Стоит обратить внимание и на *цитатный материал*, используемый в публикации, чьи слова приводит журналист: участника ли событий или человека, который не имеет никакого отношения к сути новости: «Классический пример: если в новости на общественно-политическую

³² Рейтинг НЕдоверия [Электронный ресурс] // Газета о газетах. – Режим доступа: <http://gazetaogazetah.ru/rating/>

тематику что-то комментирует певец Юрий Лоза, это значит, что вы читаете очень плохую новость» (Медуза, 09.08.2016).

Портал «Медуза» считает, что поводом усомниться в информации является и тот случай, когда *о каком-либо событии сообщает только одно СМИ*. Особенно, если рассказывается о какой-либо катастрофе.

Следующим маркером недостоверности информации в журналистском тексте может считаться *однобокая подача события*. Журналисты «Медузы» призывают читателей обращать внимание на то, представлены ли в тексте все стороны конфликта, дали ли высказаться второй стороне или хотя бы предприняли попытку обратиться к ней за комментарием. Добросовестный новостник в самом материале делает оговорку, что на новость пока не отреагировали.

Дополнительным способом проверить достоверность сообщаемой информации может быть ее *поиск в других СМИ*, как минимум, в трех. Материал «Медузы» «Как (и где) читать новости» – это своеобразное руководство для читателя, которое поможет ему сориентироваться в обилии новостных СМИ. Главная рекомендация звучит так: «Когда читаете новость в любом издании, всегда сомневайтесь в написанном. Сомнение — лучший способ не быть одураченным» (Медуза, 09.08.2016).

Повышение медиаграмотности аудитории некоторые СМИ ставят своей приоритетной задачей. В этом плане интересен белгородский проект «Понимание медиа» от молодежного журнала «ОНОНАС», который был оформлен и выпущен в виде специального выпуска (ОНОНАС. Специальный выпуск, № 09 (33), 2016). На 94 страницах журналисты попытались объяснить аудитории, что такое медиа и какова специфика их функционирования.

Обсуждение способов фактчекинга предлагается в публикации «Tips from Dutch youth publisher on checking content» <«Советы от издателя для юных голландцев по проверке информации» (WAN-IFRA, 27.02.2017 г.)>.

опубликованный на сайте известной организации WAN-IFRA³³, в котором представлены алгоритмы проверки информации, опубликованной в СМИ, отдельно для подростков и отдельно для детей, в возрасте от 7 до 12 лет.

СМИ обсуждают с аудиторией и частные вопросы достоверности, например, достоверность фотографий. В связи с тем, что 8 марта некоторые СМИ сообщили об акции феминисток, которые якобы на одной из башен Кремля вывесили баннер «Национальная идея – феминизм», а на следующий день выяснилось, что это фотомонтаж, «Медуза» предложила читателям пройти тестирование («Фейк или было?». Медуза, 09.03.2017). В рамках него предлагались различные известные фотографии, измененные технически и оригинальные, нужно было как раз определить, настоящие они или нет. Примечательным является тот факт, что больше половины прошедших тестирование отличали отредактированные фото от реальных. Такой всплеск повышения внимания средств массовой информации к фактчекингу и верификации подчеркивает в первую очередь то, что в повестке проблем современной журналистики проблемы достоверности стоят на первом месте.

2.4. Способы оценки журналистской информации с точки зрения достоверности

Установка журналиста на честность и абстрактное требование достоверности информации – это тот «идеал, который в действительности подвергается нескончаемой проверке на прочность» [Майданова, Чепкина 2009: 137]. Тем не менее должна приветствоваться любая попытка теоретиков и практиков массовой коммуникации предложить **относительно надежные ориентиры для определения истинности журналистской информации**, т. к. достоверность информации относится к тем факторам,

³³ WAN-IFRA (The World Association of Newspapers and News Publishers) – Всемирная Газетная и Новостная Ассоциация – некоммерческая организация, которая объединяет 3000 издательств, 80 национальных газетных ассоциаций, 18 000 изданий в 120 странах мира. WAN-IFRA является членом Международной ассоциации по защите свободы слова. Свою миссию она видит в защите и продвижении свободы прессы, помощи в издании независимых СМИ. Официальный сайт: <http://www.wan-ifra.org/who-we-are>

которые обеспечивают информационную безопасность в деятельности СМИ [Довнар 2015: 57] и служат защитой свободы слова [Лозовский 2011]. К числу факторов, негативно влияющих на достоверность журналистской информации и подвергающих «жестким испытаниям» честность журналиста, относят сферу политики (где картина мира «творится из железобетонного массива подлинных фактов и шепотки неясностей, недоговоренностей и умолчаний»), корпоративную прессу (конструирующую имидж фирм, организаций, персон), местную прессу (использующую многочисленные приемы умолчания) [Майданова, Чепкина 2009: 135-166]; пространство новых массмедиа, где постоянно возникают и совершенствуются различные способы и формы медиамистификаций [Грищенко 2014; Ильченко 2015; 2016; 2017; Иссерс 2014; Познин 2014; Соловьев 2017].

Далеко не всегда аудитория может «докопаться» до истины, особенно если информация политизирована и идеологизирована, если не разграничиваются факты, мнения и оценки, замалчивается или не в полной мере открыта информация; если реальные события относятся к продолжающимся и сложным. Именно таким «камнем преткновения» стало, например, информационное освещение катастрофы пассажирского самолета в Донецкой области. Суть трагического события в следующем. Boeing 777 авиакомпании *Malaysia Airlines*, выполнявший плановый рейс из Амстердама в Куала-Лумпур, 17 июля 2014 г. потерпел крушение на востоке Донецкой области (Украина), в районе вооруженного противостояния. Находившиеся на его борту 283 пассажира и 15 членов экипажа все погибли. Базовый факт погружен в сложные обстоятельства политической, санкционной и информационной борьбы между Россией и США, Россией и Евросоюзом, протекающей на фоне локального военного конфликта на Украине. Если хроника события в материалах различных СМИ в целом совпадает, то ответ на вопрос, по чьей вине произошла масштабная трагедия, открыт по сей день.

Существуют две точки зрения. Одна из них, активно поддерживаемая американскими, проправительственными украинскими и частью европейских

СМИ, заключается в следующем: пассажирский лайнер Боинг 777 был сбит ЗРК «Бук», находящейся в руках пророссийских повстанцев. Например: *Вице-президент Соединенных Штатов Джозеф Байден подтвердил, что у американской стороны есть четкие доказательства, что ракетный выстрел по самолету рейса МН17 был осуществлен с территории, которая полностью контролируется поддерживаемыми Россией боевиками* (UNN, 19.07.2014); *Western nations said there was growing evidence that the plane was hit by a Russian-supplied missile fired by rebels...US officials from the Office of the Director of National Intelligence said there was a «solid case» that a SA-11 missile – also known as Buk – was fired from eastern Ukraine under «conditions the Russians helped create»* (BBC, 09.09.2014); *American intelligence officials said that they did not have definitive proof of who fired the missile, but that an accumulation of evidence has led to the conclusion that Ukrainian separatists trained in Russia conducted the attack. The officials added that the current American assessment was that the separatists had mistaken the civilian plane for a Ukrainian military jet* (The New York Times, 23.07.2014); *У свою чергу радник Міністра внутрішніх справ Антон Геращенко у своєму Facebook написав: «Щойно над Торезом терористами з люб'язно переданого Путіним зенітно-ракетного комплексу «Бук» був збитий цивільний літак Куала – Лумпур – Амстердам. Сьогодні вранці місцевими патріотами було зафіксовано переміщення цього комплексу з боку Тореза в Сніжне»* (Українська правда, 17.07.2014).

Другой версии придерживаются российские СМИ: Боинг 777 сбили украинские военные, которые хотят переложить свою вину на ополченцев. Ср.: *По его мнению* (прим. Александра Бородая, премьер-министра ДНР), *возможно, что именно Киев затягивает отправку экспертов в район происшествия, для того чтобы сделать объективное расследование трагедии невозможным* (КП, 19.07.2014); *США и Великобритания не комментируют данные Минобороны РФ о том, что самолет украинских ВВС, возможно, находился рядом с самолетом «Малайзийских*

авиалиний» в момент его падения (ИТАР-ТАСС, 21.07.2014); *По мнению Владимира Карнозова, ополченцы использовать комплекс «Бук» не могли: даже если предположить, что он был захвачен как трофей, для того, чтобы навести его на цель, необходим обученный экипаж* (АиФ, 18.07.2014).

Несмотря на длительное расследование Нидерландами, точного ответа о причинах крушения Боинга 777 пока не последовало. В предварительном докладе есть фраза: *воздушное судно развалилось в полете из-за «структурных повреждений, вызванных внешним воздействием многочисленных высокоэнергетических объектов». Источник этих объектов установить не удалось* (АиФ, 02.07.2015). В настоящее время в Совете Безопасности ООН рассматривается предложение малазийской делегации создать международный трибунал, чтобы привлечь к ответственности виновных в этой трагедии.

По результатам многочисленных работ можно говорить о том, что журналисты допускают немало фактических неточностей и ошибок³⁴, которые, по-видимому, неизбежны в специфической работе журналиста: «Возможные ошибки в отражении незавершенных фрагментов жизни с недостаточно ясными причинами и мотивами требуют поправок, дополнений и уточнений в следующих выпусках...» [Прохоров 2012: 293]. Сложность состоит и в том, что осуществить квалифицированную оценку достоверности информации, как правило, возможно лишь с опорой на бесспорные свидетельства, например, заключение суда, результаты юридической или лингвистической экспертизы или трудоемкого расследования.

Опираясь на научные исследования, профессионально-этические документы, журналистский опыт, фактчек-проекты и собственные наблюдения, попытаемся предложить способы оценки журналистской информации с точки зрения ее достоверности.

³⁴ В диссертации И.В. Микулиной, обращенной к анализу конфликтогенных медиатекстов, которые рассматривались в судах общей юрисдикции по иску о защите чести, достоинства и деловой репутации, установлено, что более половины исковых претензий касаются нарушений именно фактологической информации, а не оценочной информации [Микулина 2011: 18].

Критерии достоверности журналистской информации и конечная ее оценка представляют собой комплексный феномен, учитывающий как внешние факторы (тип издания/канала, их идеологическая и экспрессивная модель, социально-исторический и политико-идеологический контекст), так и внутренние – функционально-стилистические, жанровые и языковые характеристики сообщений (интенция, возможность верификации сведений, документальные свидетельства, наличие ссылок, авторитетность источников, языковые маркеры достоверности). Важным является также уровень осведомленности участников коммуникации, их фоновые знания, соответствие предлагаемой информации когнитивным и коммуникативным ожиданиям адресата. Как отмечают исследователи, в период стабильности новые данные, отвечающие представлению реципиента о мире, скорее будут признаны достоверными; в периоды социальных потрясений востребованными становятся протестные данные, альтернативная информация, предлагающая иное видение мира [Васильева 2008: 314].

Итак, при восприятии, понимании и дальнейшей интерпретации журналистских текстов следует обращать внимание на следующие показатели.

1. *Тип и идеология изданий/каналов* (правительственные, нейтральные, левооппозиционные, правооппозиционные; качественные и массовые, деловые и развлекательные и т. д.), которые формируют отличающуюся (от других изданий) картину мира через подбор соответствующих фактов и оценок.

2. *Характер интенций сообщения*, которые могут быть нацелены на информативное речевое поведение, предъявление достоверных сведений, эмоционально-экспрессивное воздействие, художественную обработку факта, умолчание, манипуляцию, дискредитацию, развлечение. Приоритет эмоций над фактами, однобокий подход к подаче информации и др. подобные приемы вполне могут свидетельствовать о недостоверности (или неполной достоверности) сообщения.

3. *Имена рубрик и жанров*, определяющих путь восприятия информации: хроника, новости, аналитика, утилитарные жанры типа *донос*, *клевета*, *сплетни*, *газетная «утка»*, *комплимент*, *бахвальство*, *имидж*, гедонистические жанры, например, *байки*, *житейская история*, *анекдот*, *легенда*, очерковые и сатирические формы и т.д.

4. *Возможность верификации* информации, достоверность которой устанавливается путем сопоставления с данными, полученными из альтернативных источников, – других СМИ, независимых источников, свидетельств участников события, дополнительных данных. Для журналистов проверка информации является главным профессиональным требованием, при этом «требования точности и достоверности сообщаемой информации должны превалировать над скоростью ее доставки аудитории» [Ильченко 2016].

Повод усомниться в информации может быть связан с тем, что какое-либо громкое событие (катастрофа, смерть, гибель известной личности) освещается лишь в одном СМИ. Так, например, телеканал LifeNews однажды сообщил о падении вертолета Ми-8Т около дома 122 на проспекте Мира, заявив, что *информацию подтвердил дежурный Росавиации*. Кроме того, *сообщение о падении вертолета также передало агентство «Москва», ссылаясь на источники в экстренных службах города* (LifeNews, 02.06.2015). Еще несколько СМИ, ссылаясь на LifeNews, написали об этом случае, не проверив информацию по другим источникам. Однако никакого падения вертолета не было. Опубликовавшие эту «утку» издания и каналы должны были насторожиться хотя бы по той причине, что громкое событие не имело ни одного очевидца, в социальных сетях не было фотографий с места событий [Белоедова 2015: 91].

5. *Источники информации*, к которым обращаются журналисты, должны обладать репутацией надежности и авторитетности (качественные СМИ, крупные информационные агентства, официальные материалы, документы, эксперты), с их полной атрибуцией в тексте и ссылкой на конкретный источник. Анонимные, неназванные, неопределенные источники

должны насторожить аудиторию и вызвать сомнение в достоверности предлагаемой информации.

6. *Типы и виды информации.* В журналистских текстах используются разные типы информации (факты, оценки, нормативы, мнения, гипотезы, прогнозы, версии, фактоиды, слухи, байки, фейки; информация «из вторых/третьих рук»), занимающие на шкале достоверности разные позиции. Именно фактологическая информация локализует событие во времени и пространстве, устанавливает его границы, предлагая аудитории относительно объективную версию события. В тексте необходимо разводить факты и мнения, факты и оценки; ранжировать факты по степени достоверности, точности, полноты, масштабности, значимости. Предъявление аудитории субъективной версии события, с превалированием эмоционально-экспрессивной оценочности, может восприниматься как «не вполне аутентичное отображение действительности» [Васильева 2008: 314].

7. *Смысловое соответствие заголовка, лида, содержания текста, изображения.* Если между ними отсутствует связь, то возникают основания усомниться в достоверности источника информации, а также самого сообщения. Разбалансировка между компонентами текста часто встречается в Интернете или «желтых изданиях». Так, в «Экспресс газете» мы обнаружили материал с шокирующим заголовком «Латыши вымрут через сто лет» (18.05.2017). Заголовок представляет собой повествовательное предложение в утвердительной форме. Далее из материала мы узнаем, что это все лишь прогноз главы отделения Международной организации по миграции в Риге Илмарса Межса, предъявленное в интервью изданию «Латвийская газета».

8. *Точность, полнота и достаточность информации* повышается при использовании речевых средств, таких как имена собственные (личные имена, географические названия, названия учреждений и организаций), терминология, специальная лексика из разных областей знаний и профессий, даты, цифры, статистические данные. Вместе с тем именно цифра порой

позволяет журналисту завуалировать негативный эффект события и воздействовать на смысловое поле аудитории в нужном ему направлении (например, [Белоедова 2014]).

9. *Критериями достоверности и объективности* в журналистских текстах считаются ссылки на источники информации, обоснованность и аргументированность позиции журналиста, предъявление конкурирующих точек зрения на одну проблему, цитирование участников, свидетельства очевидцев событий, использование документально подтвержденных сведений, комментарии экспертов.

Цитация как источник информации и мнения оказывается в журналистском тексте многофункциональным приемом. В идеале актуальная цитата должна интерпретироваться автором текста и его получателем в соответствии с тем пониманием первоисточника, из которого цитата заимствована и на которую ссылается создатель нового текста. Однако цитата, изъятая из своего контекста и перенесенная в новое окружение, препарированная и прокомментированная журналистом, обрывает новыми коннотациями и смыслами. Проверить цитатную речь можно, лишь обратившись к первотексту, что не всегда представляется возможным. В профессионально-этических кодексах постулируется необходимость корректного использования цитат (с учетом контекста цитируемого высказывания) [Кодекс журналистов Белгородчины 2007: <http://>]. Немаловажна ремарка «Медузы» о том, что следует обращать внимание, кого именно цитируют в тексте – известного эксперта, осведомленную личность или малозначительную персону, не имеющую отношения к событию (Медуза, 09.08.2016).

10. *Языковые показатели достоверности* могут повышать или понижать степень достоверности сообщения, поэтому надо уметь адекватно вычитывать смыслы из комплекса многоярусных слов-верификаторов, которые, во-первых, позволяют установить соответствие сказанного действительному положению дел, и, во-вторых, определить позицию

говорящего (автора уверенного, категоричного, сомневающегося, смягчающего форму речи и др.).

11. *Публичное обсуждение проблем в Сети, или «электронная демократия».* Доступность сетевой информации породила обратную сторону Интернета, связанную с обилием на его просторах «информационного мусора» и необходимостью тщательной проверки всей информации, с использованием специальных для этого методов (например, [Зубец, Ильина 2011]). Тем не менее многие ученые, эксперты, журналисты связывают с развитием Интернета будущее демократии, т. наз. «электронной демократии» [Лекторский 2012], поскольку коллективное обсуждение злободневных проблем в Интернете выступает одним из способов борьбы с замалчиванием или умолчанием информации. Ярким примером активного обсуждения в социальных сетях могут послужить два громких события начала 2016 г.: нападение мигрантов на женщин в Кельне (Германия) и убийство пациента белгородским врачом (Россия), которые получили широкий общественный резонанс благодаря обнародованию информации о них в Интернете.

Событие I. В ночь на 1 января на привокзальной площади в немецком городе Кельне около 1000 мужчин арабской и североафриканской внешности группами нападали на женщин, угрожали и грабили. Глава полиции г. Кельна попытался утаить масштабы и причины произошедших событий: *На пресс-конференции по поводу событий на вокзале в Кельне в новогоднюю ночь президент полиции Кельна Вольфганг Альберс решительно и жестко опроверг сообщения о том, что преступниками были беженцы. Также глава полицейского ведомства города подчеркнул, что пока нет сведений о национальной принадлежности нарушителей. Далее он опроверг сообщения о «массовых нападениях»* (РГ, 05.01.2016). Вскоре немецкой полиции пришлось-таки опубликовать отчет о том, что на самом деле происходило в Кельне в новогоднюю ночь: *Порядка одной тысячи подвыпивших и находящихся под воздействием наркотиков беженцев собрались на площади между вокзалом и собором незадолго до наступления Нового года.*

Сообщается, что хулиганам было от 15 до 35 лет. Они запускали петарды в людей, отбирали кошельки и мобильные телефоны, домогались до женщин, справляли нужду при всех прямо на площади, бросались бутылками. <...>...Общественность Германии возмущена тем, что **полиция в первом отчете после новогодней ночи сообщила, что ночь прошла спокойно. Стражей правопорядка обвинили во вранье** (РГ, 07.01.2016). Официальные власти Германии старались посредством СМИ повлиять на настроения граждан и переключить их внимание и гнев: *Обер-бургомистр Кельна Генриетте Рекер дала ряд советов, как предупредить сексуальное нападение, чем вызвала волну возмущения в социальных сетях. Градоначальница заявила, что женщинам необходимо пересмотреть свое поведение в общественных местах и стоит держаться от незнакомцев «на расстоянии вытянутой руки». В соцсетях быстро появился хэштег #einearmlänge (на расстоянии вытянутой руки), в адрес Рекер последовали обвинения в попытке переложить ответственность на жертв нападения* (Сноб, 07.01.2016). В конечном счете, под давлением общественности, на страницах СМИ появились публикации, доказывающие, что власти Германии пытались скрыть информацию о преступлениях мигрантов от граждан, и без того недовольных существующей миграционной политикой: *Есть строгое указание руководства не сообщать о преступлениях, которые были совершены беженцами. По таким делам представителям СМИ следует отвечать лишь в случае прямых запросов с их стороны* (НТВ, 09.01.2016).

Событие II. Не менее драматично развивались события в Белгороде. Впервые об «Убийстве в белгородской больнице», произошедшем 29 декабря 2015 г., сообщил московский телеканал «360» 8 января 2016 г. («360», <http://360tv.ru/news/>). Импульсом для обнародования этих сведений послужило видео, размещенное в социальных сетях, с кадрами избиения пациента и сопровождавшего его мужчины врачом белгородской больницы. Хроника события, запечатленная камерой видеонаблюдения больницы, была опубликована в Сети обычным пользователем. По словам редакции телеканала

«360», этот пользователь получил видео от одного из причастных к расследованию данного происшествия, которого возмутило замалчивание этого эпизода («360», 08.01.2016). В завершении материала было отмечено: *Обнаружить на сайтах региональных СМИ и страницах официальных ведомств какие-либо сведения, способные подтвердить либо опровергнуть достоверность данной информации, телеканалу «360» не удалось* («360», 08.01.2016).

В белгородских СМИ первая публикация, посвященная этому инциденту, появилась 9 января 2016 г. в 00 ч. 51 мин. в электронном онлайн-СМИ «Belive.ru» («Видео: В Белгороде врач городской больницы № 2 убил пациента ударом в голову»). В тот же день в 01 ч. 22 мин. материал на эту тему опубликовала «Комсомольская правда. Белгород», и затем в 03 ч. 38 мин. – межрегиональная массовая газета «Житье-бытие. Белгород». На сайте информационного портала «БелПресса» первая публикация появилась 09.01.2016 г. в 12 ч. 50 мин.

Событие, произошедшее в Белгороде, стало одним из наиболее обсуждаемых не только в федеральных российских СМИ, но и в зарубежных изданиях: *В российском Белгороде врач до смерти забил пациента в больнице, сообщает телеканал «360». Видео с камер наблюдения опубликовали в соцсетях; Автор ролика пояснил, что пострадавший каким-то образом обидел медсестру, которая пожаловалась врачу, а тот решил уладить конфликт силовым методом* (TODAY.KZ, 09.01.2016); *The surgeon, named as Ilya Zelendinov, can be seen bursting into a consulting room and grabbing 56-year-old Yevgeny Bakhtin. The shirtless patient had earlier kicked a nurse during a procedure, according to investigators* (The Guardian, 09.01.2016).

Коллективное обсуждение в социальных сетях тех или иных реальных событий вполне можно отнести к одному из способов борьбы с дезинформацией или замалчиванием сведений, хотя «гуляющая» по Интернету информация всегда должна проверяться и перепроверяться. Активное поведение пользователей сетей вынуждает и власти, и чиновников, и официальные СМИ включаться в общественный диалог.

Если обратиться к реальной практике журналистов, то с полным основанием можно утверждать, что причиной многих ошибок и нарушений является отсутствие проверки источников информации и верификации сообщения. Например, в день рождения Президента РФ по нескольким российским СМИ, со ссылкой на телеканал «Russia Today», прошел сюжет о том, что в ресторане Нью-Йорка подают бургеры в честь Путина («Путинбургер»). Оказалось, что эта новость придумана журналистами RT вместе с персоналом ресторана (Медуза, 09.10.2017). Другой пример. В Белгороде произошло резонансное событие, связанное с обнародованием в серии публикаций в электронном онлайн-СМИ «Belive.ru» истории о «Дяде Ване» (человеке, который выдавал себя за беженца из Донецка).

«Belive.ru» – это местное, общественно-политическое онлайн-издание, которое так определяет свой контент: *«Мы рассказываем последние новости Белгорода и области: актуальная информация о самых важных событиях в жизни региона»* (<http://belive.ru>). Электронное онлайн-СМИ «Belive.ru» имеет широкий охват аудитории из числа жителей города Белгорода и Белгородской области, имеет аккаунты в социальных сетях «ВКонтакте» и «Одноклассники», где дублируется публикация материалов. Чтобы оценить аудиторию данного ресурса, приведем данные о количестве подписчиков на новости данного ресурса в указанных социальных сетях: «ВКонтакте» - 70 778 человек, «Одноклассники» – 30 815 человек (10.01.2016). Кроме того, как сообщается само издание: *«Belive.ru является поставщиком новостей для крупнейших агрегаторов новостей «Яндекс.Новости» и «Медиаметрика», поэтому новости размещенные на нашем информационном портале моментально попадают в поисковики и социальные сети»* (<http://belive.ru/reklama-na-belive-ru/>). Такой масштабный охват аудитории предполагает повышенные требования к достоверности публикуемых материалов. Информационным поводом послужило сообщение пользователя социальной сети «ВКонтакте»: *«Белгородцы откликнетесь! На вокзале Белгорода сидит дедушка с небольшим чемоданчиком из Донецка.*

*Его семья погибла, дом разрушен, сидит один в зале ожидания»³⁵. Первая публикация о «Дяде Ване» на данном интернет-ресурсе появилась 09 декабря 2015 г. под заголовком «На Белгородском ж/д вокзале повторяется сюжет фильма «Терминал»» и сопровождалась таким лидом: *Вот уже десять дней житель Донецка, 74-летний Иван Семенович, живет на вокзале. Дедушка приехал в Белгород по причине того, что ехать больше некуда. Его дом был полностью разрушен в ходе военных действий, и из родственников в живых никого не осталось (Belive.ru, 09.12.2015). В данной публикации были использованы такие маркеры демонстрации достоверности, как: 1) указание имени героя (Иван Семенович), однако фамилии указано не было; 2) указание даты события и места, где оно произошло (Редакция BELIVE.RU отправилась на Белгородский ж/д вокзал в поисках нашего героя); 3) указание на свидетелей события (На входе нас сразу встретили сотрудники полиции, которые отнеслись к нам доброжелательно и проводили к одинокому мужчине, который скромно сидел в углу в зале ожидания второго этажа); 4) описание живых деталей (К журналистам Иван Семенович отнесся с осторожностью, на вопросы отвечать практически отказывался, помощи не принимал); 5) указание на предысторию события (Я всю жизнь проработал шахтером в разных подземных коях Донецка. Был женат, но жена умерла, остались мы с дочкой одни. А потом и дочка умерла – придавило после того, как дом развалился после очередного обстрела. И вот я остался один, без семьи, без дома. Никому ненужный и старый); 6) отсылка к официальным лицам (Редакция связалась с Управлением социальной защиты города Белгорода... Начальник управления заверил нас, что возьмет эту ситуацию под свой контроль. Также соцзащита направит на вокзал волонтеров благотворительной организации «Милосердие», которые помогут мужчине с документами и постараются найти ему временное жилье).* Таким образом, в анализируемой публикации использован целый арсенал средств,*

³⁵ Здесь и далее комментарии из социальных сетей даются с сохранением авторского написания.

работающих на повышение достоверности информации. Однако главного журналист не выполнил – не проверил информацию.

Этот материал вызвал широкий общественный резонанс и обсуждение в социальных сетях, «ВКонтакте» была создана группа помощи Ивану Семеновичу: *Весь Белгород встал на уши! Нам постоянно поступают звонки с разных благотворительных организаций, все предлагают помощь* (Belive.ru, 09.12.2015). Редакция «Belive.ru» продолжала следить за развитием истории, рассказывая о волонтерах, собирающих для героя одежду, обувь, деньги. Вопрос о документах, удостоверяющих личность Ивана Сергеевича, поднимался косвенно: *Что касается действующих документов, у пожилого мужчины их нет. Но, по сообщению Геннадия (прим.: возглавляет группу волонтеров), эта проблема в скором времени разрешится. Волонтеры активно работают над этим. Белгородское УФМС готово предоставить помощь в этом деле* (Belive.ru, 10.12.2015). Наконец, четвертая (и последняя) публикация вышла 11 декабря 2015 г. под заголовком ««Дядя Ваня» оказался «фейком» и мошенником». Эта публикация представлена не в виде опровержения предыдущих материалов, в ней нет ни слова о том, что редакция в течение трех дней вводила в заблуждение своих читателей: *Редакция BELIVE.RU связалась с директором христианского общества «Милосердие и забота» Владимиром Выродовым, который давно знаком с (лже)беженцем. Он сообщил нам о том, что Иван Семенович Терлюга отсидел в Сосновке 17 лет за убийство и грабежи. Был взят под арест в 1998 году и выпущен 11 сентября 2015 года. Помимо этого срока, за плечами у дедушки еще три судимости за тяжкие преступления* (Belive.ru, 11.12.2015). Последний материал оставляет много вопросов – что именно побудило редакцию связаться с директором христианского общества? Каким образом редакция пришла к выводу, что герой их цикла репортажей обманывал всех, выдавая себя за другого человека? Ответы на эти вопросы так и остались за рамками публикации, хотя очевидно, что редакция онлайн-издания должна было дать какое-то объяснение читателям по поводу новости,

ставшей в считанные дни одной из самых обсуждаемых в информационном пространстве не только Белгорода, но и других городов. Примечательным является и тот факт, что вся серия репортажей, кроме последнего, была продублирована в официальном сообществе «Belive.ru» в сети «ВКонтакте». Результат обнаружения непроверенной информации оценивается читателями так: *Не удивительно) мы уже привыкли к вранью:)* (Регина Хаметова); *Сначала паблик публикует про то что ему нужна помощь. А потом опровержения пишут. Вы сначала информацию проверьте, а то это комедия* (Александр Васянович) (https://vk.com/black_list31).

Среди основных причин падения доверия аудитории к массмедиа исследователи называют манипулятивное воздействие СМИ на общество, чрезмерную коммерциализацию медийных организаций, низкий уровень профессионально-этической культуры журналистов в России, «пренебрежение прессы своими обязанностями по адекватному освещению действительности» [Короченский 2015: 197-198]. Вместе с тем отмечают и обратное манипулятивное воздействие на СМИ – со стороны государства и его структур, финансово-промышленных групп и политических партий, рекламных и «пиаровских» предприятий, аудитории и самой цеховой корпорации. Б.Н. Лозовский выделяет субъективные и объективные факторы, которые существенным образом влияют на содержание СМИ. Субъективные связаны «со специфическими представлениями о роли СМИ и журналистики у тех, кто осуществляет контроль над информационными потоками»; объективные – с тем, что государство не может позволить абсолютную прозрачность в области информационного обмена, а «общество не может вынести полную свободу информации» (Э. Тоффлер) [Лозовский 2011: 9]. Это та данность, с которой приходится считаться и которую надо знать потребителям информации. Минимизировать названные опасности можно «посредством совершенствования законодательства в сфере СМИ, выработки конвенциональных форм общественного контроля за их деятельностью, повышения эффективности различных форм внутрикорпоративного

саморегулирования» [Лозовский 2011: 16]. К этому следует добавить необходимость медиаобразования на всех уровнях обучения, начиная со школьной и вузовской скамьи и заканчивая зрелым возрастом.

ВЫВОДЫ

Рассматривая журналистский текст в свете категории достоверности, мы вычленили два возможных центра изучения: (1) отражение / конструирование реальности в медиатекстах, что сопряжено с понятием «медиакартина мира», (2) специфика вербальной репрезентации достоверности.

Создаваемая журналистикой картина мира не может быть точной и полной копией самой действительности, поскольку журналист ограничен идеологическими, техническими, технологическими, форматными факторами, вынуждающими автора упрощать, сокращать, схематизировать отражаемую реальность в пределах сформированной субъектом картины действительности. Отраженная реальность всегда беднее, проще, схематичнее действительности, она преломляется через субъективно-личностную позицию журналиста и определяет все этапы подготовки текста.

Вместе с тем предметная область медиакартины мира может быть шире, чем реальная действительность, поскольку в массмедийном пространстве материализуются явления, не имеющие аналогов в самой действительности, например, фактоиды, газетные утки, фейковые новости, «симулякры» культуры. Разрыв между реальностью и медиакартиной мира усиливают новые информационные технологии (В.Д. Мансурова), поэтому картина мира, создаваемая журналистикой, в разных своих форматах может не только отражать, но и конструировать особую социокультурную реальность.

Множественность описаний и интерпретаций одного события предстает в разнородных картинах мира, варьирующихся в зависимости от типологических, идеологических, концептуальных установок конкретного СМИ. Представляя разные взгляды на одно событие, медиакартины мира вступают в диалог, полемику, противоборство друг с другом, позволяя

субъектам в процессе восприятия реальности приблизиться к сущности отображаемой действительности.

Создатели текстов располагают богатым набором разноуровневых средств реализации своих интенций в конкретных коммуникативных условиях, а также разными способами верификации содержания высказывания с точки зрения соответствия или несоответствия реальной действительности. Категорическая и проблематическая достоверность выводит на первый план человека, осуществляющего рациональную оценку истинности сообщаемого. Через модальную рамку категорической достоверности репрезентируется субъект, берущий на себя ответственность за высказывание, и в разных контекстах – справедливый, открытый, уверенный, нетерпимый, агрессивный. Комплекс языковых средств, формирующих семантику категоричности, обладает сильным экспрессивно-эмоциональным потенциалом и выполняет воздействующую функцию. Вербальные показатели проблематической достоверности (значения вероятности, видимости, возможности, кажимости, колебания, сомнительности, неуверенности) может репрезентировать человека, снимающего с себя ответственность за сообщаемое, человека неуверенного, сомневающегося в информации или полноте своих знаниях. Вместе с тем смягченная достоверность может оказаться более действенным средством, поскольку формирует в тексте толерантную тональность.

Перспективными являются исследования, ранжирующие медижанры на шкале достоверности. Слухи как речевые жанры занимают позицию проблематической достоверности, они могут быть достоверными и недостоверными, правдоподобными и неправдоподобными, преднамеренными и непреднамеренными, серьезными и шутивными. Фейки, как правило, связываются с возможностями новых медиа фальсифицировать, мистифицировать, пародировать, разыгрывать свою аудиторию. Наряду со значением недостоверной и непроверенной информации, в понятие фейка закладывается способность аудитории сравнивать и квалифицировать настоящие и «ненастоящие» новости.

Мониторинг печатных и электронных изданий за 2015-2017 гг. выявил отношение журналистов-практиков к качеству информации, предлагаемой современными СМИ. К основным факторам, деформирующим главные постулаты журналистики (достоверность, объективность, непредвзятость, точность, уважение к законам страны и нравственным ценностям и др.), журналисты относят следующее: (1) объективную невозможность отразить реальную действительность, (2) коммерциализацию прессы, (3) нацеленность СМИ на развлечение, (4) тенденцию современных СМИ к раздуванию сенсаций и конфликтов, (5) приоритет оперативности над точностью, (6) использование анонимных источников и непроверенной информации, (7) фейковость современной информационной среды, (8) снижение профессионализма в среде журналистов. Среди причин распространения дезинформации называют также пропаганду, политическое влияние на СМИ, личную выгоду журналистики. Для противостояния дезинформации авторитетные СМИ, популярные интернет-ресурсы, а также социальные сети разрабатывают и предлагают разным целевым группам (профессионалам и массовой аудитории) коммерческие и некоммерческие проекты, описывающие процедуру и методы проверки массмедийной информации на достоверность, т.е. фактчекинг. Некоторые проекты своей приоритетной задачей считают повышение медиааграмотности аудитории СМИ.

Опираясь на научные исследования, профессионально-этические документы, журналистский опыт, фактчек-проекты и собственное исследование, мы разработали способы оценки журналистской информации с точки зрения ее достоверности.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проблема достоверности журналистского текста, а также его возможности отображения и/или конструирования массмедийной реальности занимает важное место в современных исследованиях.

В ходе исследования мы рассмотрели эволюцию подходов к пониманию достоверности в философии и эпистемологии. Она прошла сложный путь по отношению к истине и знанию: от провозглашения ее второстепенности (Платон), включения ее в часть логического объема истины (Гегель) до первичности по отношению к истине (Витгенштейн) и закрепления за ней статуса важнейшей категории философии и эпистемологии. Современная дискуссия о достоверности в русле возможности постижения реальности сконцентрировалась в двух точках – реалистическом и конструктивистском направлении.

Новые философские концепции расширяют границы понимания категории достоверности за счет включения в нее элементов субъективного, иррационального, виртуального. С этой точки зрения особенное место занимает теория конструктивного реализма В.А. Лекторского, которая в определенном смысле снимает противостояние конструктивизма и реализма. Автор признает принципиальную познаваемость реальных и идеальных объектов. Согласно данной теории, субъект, познающий мир, имеет дело с тем миром, который конструирует, но этот сконструированный мир является частью, срезом, проекцией реального мира, но не фантастической конструкцией.

В рамках работы мы рассмотрели понимание категории достоверности в журналистике, где ее относят к важнейшим постулатам и принципам. В теории журналистики под достоверностью информации понимается ее максимальная точность и полнота, подлинность сообщения, подтверждения в тексте отсылками к заслуживающим доверия источникам информации. В практике журналистики достоверными считаются сведения, публикуемые с обязательной ссылкой на источник.

Являясь многомерной категорией, достоверность проявляется через частные по отношению к ней категории. Следуя концепции Н.Н. Панченко, мы рассмотрели специфику категории достоверности в медиадискурсе через субкатегории информативности, точности и объективности. К критериям точности следует отнести цифры, числовые номинации, статистику, терминологию, специальную лексику из разных областей знания и профессий; употребление собственных имен (географические названия, наименования учреждений и организаций, аббревиатуры и словосложения). Показатели объективности опираются на факты, констатирующий тип речи, непредвзятое освещение событий, разделение фактов и мнений, доказательность и аргументированность позиции журналиста, плюрализм мнений, обращение к авторитетным источникам информации и их ранжирование по степени надежности, введение в тексты личных свидетельств, ссылок на авторов. Все эти маркеры (тип информации, точность, объективность) тесно пересекаются и взаимодействуют, функционируя как в пространстве достоверности, так и самостоятельно.

В ходе работы мы рассмотрели способы объективации категории достоверности в языке и ее взаимоотношения со смежными модусами. В лингвистике значение достоверности представляет собой квалификационную характеристику полноты знания говорящего о действительности и степень его уверенности в истинности сообщаемой информации. Значение достоверности описывают в виде градуальной шкалы, на которой фиксируется место модальных показателей в соответствии со степенью достоверности. Языковые показатели достоверности образуют систему взаимодействующих средств, действующих в комплексе и влияющих на истинностную оценку высказывания.

Рассматривая журналистский текст в аспекте категории достоверности, мы вычленили два возможных центра изучения: отражение/конструирование реальности в медиатекстах, что сопряжено с понятием «медиакартинка мира», специфика вербальной репрезентации достоверности. Мы пришли к выводу о

том, что картина мира, создаваемая и воспроизводимая в журналистских текстах, не может быть точной и полной копией самой действительности, так как журналист в своей профессиональной деятельности ограничен идеологическими, техническими, технологическими, форматными факторами, которые вынуждают его упрощать, сокращать, схематизировать отражаемую реальность. И эта отраженная реальность всегда беднее, проще, схематичнее действительности, она преломляется через субъективно-личностную позицию журналиста, которая определяет все этапы подготовки текста. Вместе с тем предметная область медиакартины мира может быть шире, чем реальная действительность, поскольку в массмедийном пространстве материализуются явления, не имеющие аналогов в самой действительности, например, фактоиды, газетные утки, фейковые новости.

Анализ средств вербальной репрезентации категории достоверности показал, что создатели текстов располагают богатым набором разноуровневых средств реализации своих интенций в конкретных коммуникативных условиях. Категорическая (подчеркнутая) и проблематическая достоверность выводит на первый план субъекта, осуществляющего рациональную оценку истинности сообщаемого. Вербальные маркеры категоричности – частотные средства в медиатекстах, поскольку журналисту приходится полемизировать, доказывать собственную позицию. Подчеркивая свою уверенность, журналист берет на себя ответственность за высказывание в плане его соответствия действительности, он прогнозирует реакцию адресата, соглашается с ней или, напротив, настаивает на своей оценке информации. При использовании показателей проблематической достоверности (вероятности, видимости, возможности, кажимости, колебания, сомнительности, неуверенности) автор текста может (1) смягчать категоричность, (2) проявлять толерантность и уважение к другим, (3) высказывать собственное мнение, не в ущерб другим взглядам и мнениям, (4) демонстрировать сомнение в истинности произносимого, (5) снимать с себя ответственность за высказывание.

Категория достоверности в журналистских текстах проявляет себя и на уровне медиажанров. В данной работе мы изучили слухи и фейки и пришли к следующему выводу. Слухи занимают на шкале достоверности проблематическую область. Для журналистов наиболее привлекательна в слухах актуальность, которая предполагает живой интерес аудитории к данной теме, относительная анонимность или непроверенность информации, которые деонтологически определяют профессиональное вмешательство журналиста, наглядную верификацию событий. Кроме того, работа со слухами – эффективный способ акцентирования контента, привлечения внимания, установления контакта со своей аудиторией. Фейки, как правило, связываются с возможностями новых медиа фальсифицировать, мистифицировать, пародировать, разыгрывать свою аудиторию. Наряду со значением недостоверной и непроверенной информации, в понятие фейка закладывается способность аудитории сравнивать и квалифицировать настоящие и «ненастоящие» новости. Но фейк не всегда заранее запланирован журналистом или изданием, его не всегда можно приравнять к обману, поскольку публикация фейков часто является следствием заблуждения.

В рамках исследования нами был выполнен мониторинг печатных и электронных изданий за 2015-2017 гг., который позволил выявить отношение журналистов-практиков к качеству информации, предлагаемой современными СМИ. По мнению профессионального сообщества, современная журналистика имеет немало «болевых точек», которые непосредственно влияют на достоверность информации в медиа. Для противостояния дезинформации авторитетные СМИ, популярные интернет-ресурсы, а также социальные сети разрабатывают и предлагают разным целевым группам (профессионалам и массовой аудитории) коммерческие и некоммерческие проекты, описывающие процедуру и методы проверки массмедийной информации на достоверность, т.е. фактчекинг. Некоторые проекты своей приоритетной задачей считают повышение медиаграмотности аудитории СМИ.

Опираясь на научные исследования, профессионально-этические документы, журналистский опыт, фактчек-проекты и собственное исследование, мы разработали способы оценки журналистской информации с точки зрения ее достоверности.

Таким образом, критерии достоверности журналистской информации и конечная ее оценка представляют собой комплексный феномен, учитывающий как внешние факторы (тип издания/канала, их идеологическая и экспрессивная модель, социально-исторический и политико-идеологический контекст), так и внутренние – функционально-стилистические, жанровые и языковые характеристики сообщений (документальные свидетельства, наличие ссылок, авторитетность источников, языковые маркеры). Важным является также уровень осведомленности участников коммуникации, их фоновые знания, соответствие предлагаемой информации когнитивным и коммуникативным ожиданиям адресата.

Перспективы исследования могут быть посвящены а) анализу достоверности как коммуникативной категории, включающей в себя категорию искренности (со стороны создателей текстов) и категорию доверия (со стороны аудитории); б) анализу медиажанров на шкале достоверности; в) анализу объективности, информативности и точности как самостоятельных категорий в медиадискурсе.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

Литература:

1. Алексеев П. В., Панин А. В. Философия : Учебник [Электронный ресурс] / П. В. Алексеев, А. В. Панин. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2003. – 608 с. – Режим доступа: http://www.p-lib.ru/filosofiya/alekseev_pantin/alekseev_pantin15.html (Дата обращения: 20.10.2017).
2. Анненкова И. В. Медиадискурс XXI века. Лингвофилософский аспект языка СМИ [Текст] / И. В. Анненкова. – М.: Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова; Изд-во Моск. ун-та, 2011. – 392 с.
3. Апресян Ю. Д. Исследования по семантике и лексикографии. Т. I: Парадигматика [Текст] / Ю. Д. Апресян. – М.: Языки славянских культур, 2009. – 568 с.
4. Арутюнова Н. Д. Истина: фон и коннотации [Текст] / Н. Д. Арутюнова // Логический анализ языка. Культурные концепты / Под ред. Н. Д. Арутюновой. – М.: Наука, 1991. – С. 21-30.
5. Арутюнова Н. Д. От редактора [Текст] / Н. Д. Арутюнова // Логический анализ языка. Истина и истинность в культуре и языке / Отв. ред. Н. Д. Арутюнова, Н. К. Рябцева. – М.: Наука, 1995. – С. 3-7.
6. Арутюнова Н. Д. Показатели чужой речи: де, дескать, мол [Текст] / Н. Д. Арутюнова // Язык о языке / под ред. Н. Д. Арутюновой. – М.: Яз. русск. культуры, 2000. – С. 437-452.
7. Арутюнова Н. Д. Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт [Текст] / Н. Д. Арутюнова. – М.: Наука, 1988. – 341 с.
8. Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека [Текст] / Н. Д. Арутюнова // 2-е изд., испр. – М.: «Языки русской культуры», 1999. – I-XV. – 896 с.
9. Балли Ш. Общая лингвистика и вопросы французского языка [Текст] / Ш. Балли // 2-е изд., стереотипное. – М.: Эдиториал УРСС, 2001. – 416 с.

10. Барский А. Б. Достоверность высказывания о событиях [Текст] / А. Б. Барский // Математическая логика событий и логические нейронные сети // Информационные технологии. – 2007. – № 7 (Приложение). – С. 28-32.

11. Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества [Текст] / М. М. Бахтин // 2-е изд. – М.: Искусство, 1986. – 445 с.

12. Белоедова А. В. Журналистский текст на шкале безусловной и проблемной достоверности [Текст] / А. В. Белоедова // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Гуманитарные науки. – Белгород, 2014. – Вып. 21, № 6 (177). – С. 141-145.

13. Белоедова А. В. Метаязыковое комментирование как показатель степени достоверности в журналистском тексте [Текст] / А. В. Белоедова // Международный научный семинар «Актуальные проблемы современной медиалингвистики и медиакритики в России и за рубежом». 2-4 апреля 2014 г. – Белгород: НИУ «БелГУ», 2014. – С. 56-63.

14. Белоедова А. В. О Типы источников информации в современном медиадискурсе и проблемы их достоверности [Текст] / А. В. Белоедова // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Гуманитарные науки. – Белгород, 2017. – № 7 (256). – С. 87-95.

15. Белоедова А. В. О фактах и фактоидах в современных журналистских текстах [Текст] / А. В. Белоедова // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Гуманитарные науки. – Белгород, 2015. – Вып. 28, № 24 (221). – С. 89-94.

16. Белоедова А. В. Рубрики «Рейтинг слухов» и «Лаборатория слуха» в газете «Московский комсомолец»: структурно-содержательный анализ [Текст] / А. В. Белоедова // Mass-media, действительность, литература. – Тверь: Твер. гос. ун-т, 2015. – Вып.15. – С. 5-9.

17. Белоедова А. В. Слухи как специфический журналистский контекст [Текст] / А. В. Белоедова // МАСС-МЕДИА И МАССОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ: ОПЫТ, ПРОБЛЕМЫ, ПЕРСПЕКТИВЫ. II

Международный научный коллоквиум. – 2014. Белгород. БелГУ. 1-2 октября. – С. 80-86.

18. Беляева Е. И. Достоверность [Текст] / Е. И. Беляева // Теория функциональной грамматики: Темпоральность. Модальность / Отв. ред. А. В. Бондарко. – Л.: «Наука», 1990. – С. 157-170.

19. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания [Текст] / П. Бергер, Т. Лукман. – М.: «Медиум», 1995. – 323 с.

20. Богуславская В. В. Моделирование текста: лингвосоциокультурная концепция. Анализ журналистских текстов [Текст] / В. В. Богуславская // Монография. Изд. 2-е. – М.: Издательство ЛКИ, 2008. – 280 с.

21. Бондарко А. В. Модальность [Текст] / А. В. Бондарко // Теория функциональной грамматики: Темпоральность. Модальность [Текст] / Отв. ред. А. В. Бондарко. – Л.: «Наука», 1990. – С. 59-67.

22. Боронникова Н. В., Левицкий Ю. А. Лекции по истории лингвистики [Текст] / Н. В. Боронникова, Ю. А. Левицкий. – Пермь: Изд-во Пермского ун-та, 2002. – 224 с.

23. Булыгина Т. В., Шмелев А. Д. Языковая концептуализация мира (на материале русской грамматики) [Текст] / Т. В. Булыгина, А. Д. Шмелев. – М.: Школа «Языки русской культуры», 1997. – 576 с.

24. Валгина Н. С. Теория текста [Текст] / Н. С. Валгина. – М.: Логос, 2003. – 280 с.

25. Вартанова Е.Л. Теория СМИ: Актуальные вопросы [Текст] / Е.Л. Вартанова. – М.: МедиаМир, 2009. – 488 с.

26. Васильев А. Д. Слово в российском телеэфире: Очерки новейшего словоупотребления [Текст] / А. Д. Васильев. – М.: Флинта: Наука, 2003. – С. 212-221.

27. Васильева А. Критерии оценки вербальной информации с точки зрения ее достоверности / недостоверности [Текст] / А. Васильева //

Материалы международной научной конференции «Человек в пространстве языка», 16-17 мая 2008 г. – Каунас, 2008. – С. 310-316.

28. Вепрева И. Т. Языковая рефлексия в постсоветскую эпоху [Текст] / И. Т. Вепрева. – М.: ОЛМА-ПРЕСС, 2005. – 384 с.

29. Виноградов В. В. О категории модальности и модальных словах в русском языке [Текст] / В. В. Виноградов. – М.-Л.: Изд-во АН СССР, Труды института русского языка, 1950. – Т. 2. – С. 38-80.

30. Виноградов В. В. Русский язык (Грамматическое учение о слове) [Текст] / В. В. Виноградов // 2-е изд. – М.: «Высшая школа», 1972. – 615 с.

31. Витгенштейн Л. О. О достоверности [Текст] / Л. О. Витгенштейн // Вопросы философии. – 1991. – № 2. – С. 67-120.

32. Володина М.Н. Язык массовой коммуникации – особый язык социального взаимодействия // Язык средств массовой информации: Учебное пособие для вузов / Под ред. М.Н. Володиной. – М.: Академический Проект; Альма Матер, 2008. – С. 27-47.

33. Головин Б. Н. Основы культуры речи: Учеб. для вузов по спец. «Рус. яз. И лит.» [Текст] / Б. Н. Головин. – 2-е изд., испр. М.: Высшая школа, 1988. – 320 с.

34. Грайс Г. П. Логика и речевое общение [Текст] / Г. П. Грайс // Новое в зарубежной лингвистике: Лингвистическая прагматика. Вып. 16. – М.: Прогресс, 1985. – С. 217-237.

35. Грищенко Е. В. Фейк-ньюз как жанр новостного дискурса [Текст] / Е. В. Грищенко // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія. – 2014. – № 13. – С. 220-222.

36. Дементьев В. В. Теория речевых жанров [Текст] / В. В. Дементьев. – М.: Знак, 2010. – 600 с.

37. Дерябина А. С. Правдивость, объективность и гуманизм в восприятии журналистов различных СМИ [Электронный ресурс] / А. С. Дерябина // Медиаскоп. – 2016. – Вып. 3. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/?q=node/2133> (Дата обращения: 20.10.2017).

38. Дмитриовская М. А. Знание и мнение: образ мира, образ человека [Текст] / М. А. Дмитриовская // Логический анализ языка. Избранное. 1988-1995 / Редколлегия: Н. Д. Арутюнова, Н. Ф. Спиридонова. – М.: Индрик, 2003. – С. 47-55.

39. Довнар Н. Н. Достоверность информации как фактор обеспечения информационной безопасности [Текст] / Н. Н. Довнар // Вестник ЮУрГУ. Серия «Право». – 2015. Т.15. – № 1. – С. 57-62.

40. Долженкова А. И. Коммуникативно-прагматическая ситуация колебания, средства и способы ее репрезентации в современном русском языке [Текст] / А. И. Долженкова // Автореф. ... канд. филол. наук. – Белгород, 2014. – 22 с.

41. Дубровская Т. В., Кожемякин Е. А. Конструирование межнациональных отношений в СМИ: специфика репрезентаций [Текст] / Т. В. Дубровская, Е. А. Кожемякин // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Гуманитарные науки: Филология. Журналистика. Педагогика. Психология. – 2015. – № 18 (215). – С. 111-126.

42. Дускаева Л. Р. Диалогическая природа газетных речевых жанров [Текст] / Под ред. М. Н. Кожинной. – 2-е, доп., испр. – СПб.: Изд. СПбГУ: Филол. факультет, 2012. – 274 с.

43. Дускаева Л. Р. Типология речевых жанров [Текст] / Под ред. М. Н.Кожинной. – Изд. 2-е, доп., испр. – СПб.: СПбГУ: Филол. факультет, 2012. – 274 с.

44. Дускаева Л.Р., Салимовский В.А. Варьирование публицистической картины мира в медиатекстах [Электронный ресурс] / Л.Р. Дускаева, В.А. Салимовский // Медиаскоп. – 2012. – Вып. № 3. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/1131> (Дата обращения: 20.10.2017).

45. Ежова Е. Н. Картины мира в СМИ: типология, функциональность, каналы трансляции [Текст] / Е. Н. Ежова // ВЕСТНИК ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. – 2011. – №1. – С. 132-135.

46. Желтухина М. Р. Тропологическая суггестивность масс-медиального дискурса: о проблеме речевого воздействия тропов в языке СМИ [Текст] / М. Р. Желтухина. – Волгоград: Изд-во ВФ МУПК, 2003. – С. 95-96.

47. Журналист в поисках информации. Сборник материалов для работников СМИ и будущих журналистов [Текст] / Под ред. А. К. Симонова. – 5-е изд., испр. и доп. – М: Галерея, 2004. – 180 с.

48. Золотова Г. А., Онипенко Н. К., Сидорова М. Ю. Коммуникативная грамматика русского языка [Текст] / Под ред. Г. А. Золотовой. – М.: Филологический факультет МГУ им. М.В. Ломоносова, 1998. – 528 с.

49. Зубец В. В., Ильина И. В. Оценка достоверности сетевой информации [Текст] / В. В. Зубец, И. В. Ильина // Вестник ТГУ, т. 16. – 2011. – Вып. 1. – С. 209-212.

50. Ильинова Е. Ю. О точности и тональности представления события в тексте новостей [Электронный ресурс] / Е. Ю. Ильинова // Дискурс как социальная деятельность: приоритеты и перспективы. Ч. 1. // Вестн Моск. гос. лингвист. ун-та. – 2012. – Вып. 5 (638). – С. 162-172. – Режим доступа: <http://linguavolsu.ru/department/stuff/publication.php?id=000003651> (Дата обращения: 20.10.2017).

51. Ильченко С. Н. Фейк в практике электронных СМИ: критерии достоверности [Электронный ресурс] / С.Н. Ильченко // Электронный научный журнал «Медиаскоп». – 2016. – Вып. 4. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/2237> (Дата обращения: 20.10.2017).

52. Ильченко С. Н. Фейк как политический формат в современной медиасреде [Текст] / С. Н. Ильченко // Гуманитарный вектор. Серия «История. Политология». – 2015. – № 3 (43). – С. 98-101.

53. Ильченко С. Н. Фейковая журналистика как элемент современной шоу-цивилизации [Текст] / С. Н. Ильченко // Известия Уральского федерального университета. Серия 1. Проблемы образования, науки и культуры. – 2016. – Т. 22. № 3 (153). – С. 14-18.

54. Ильченко С. Н. Экранная хроника как элемент фейковой журналистики [Текст] / С. Н. Ильченко // Гуманитарный вектор. Серия «История. Политология». – 2016. – Т. 11. № 4. – С. 124-127.

55. Иссерс О. С. Медиафейки: между правдой и мистификацией [Текст] / О. С. Иссерс // Коммуникативные исследования. – 2014. – № 2. – С. 112-123.

56. История философии: Энциклопедия [Текст]. – Мн.: Интерпрессервис; Книжный Дом, 2002. – 1376 с.

57. Казак М. Ю. Современные медиатексты: проблемы идентификации, делимитации, типологии [Электронный ресурс] / М. Ю. Казак // Медиалингвистика. – 2014. – № 1 (4). – С. 66-76. – Режим доступа: <http://medialing.spbu.ru/> (Дата обращения: 20.10.2017).

58. Казак М. Ю. Специфика современного медиатекста [Электронный ресурс] / М. Ю. Казак // Интерпретация медийных форм дискурса. Современный дискурс-анализ (Электронный журнал). – 2012. – № 6. – С. 30-41. – Режим доступа: <http://discourseanalysis.org/ada6.pdf>. (Дата обращения: 20.10.2017).

59. Калмыков А. А. Проблема жанрового различения веб-публикаций [Электронный ресурс] / А. А. Калмыков // Журналист. Социальные коммуникации. – 2011. – № 1. – С. 43-49. – Режим доступа: http://www.sojp.ru/netcat_files/256/646/pages001_160.pdf#page=43 (Дата обращения: 20.10.2017).

60. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс [Текст] / В. И. Карасик. – М.: Гнозис, 2004. – 390 с.

61. Караян А. Г. Слухи как средство информационно-психологического противодействия [Электронный ресурс] / А. Г. Караян // Психологический журнал. – Т. 24. – № 6. – 2003. – Режим доступа: <http://psyfactor.org/lib/rumours4.htm/> (Дата обращения: 20.10.2017).

62. Касавин И. Т. Истина: вечные темы и современные вызовы [Текст] / И. Т. Касавин // Эпистемология и философия науки. – 2009. – № 2. – С. 5-12.

63. Касавин И. Т. Точность [Текст] / И. Т. Касавин // Энциклопедия эпистемологии и философии науки. М.: «Канон+», РООИ «Реабилитация, 2009.

64. Кашкин В. Б. Авторитетность как коммуникативная категория [Текст] / В. Б. Кашкин // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. – 2007. – № 5. – С. 12-18.

65. Келли Дж. Теория личности: психология личностных конструктов [Текст] / Дж. Келли. – СПб.: Речь, 2000. – 306 с.

66. Ким М. Н. Основы теории журналистики : учеб. пособие [Текст] / М. Н. Ким. – СПб.: Роза мира, 2009. – 144 с.

67. Клушина Н. И. Стилистика публицистического текста [Текст] / Н. И. Клушина. – М.: Медиа-Мир, 2008. – 244 с.

68. Кобозева И. М. Лингвистическая семантика [Текст] / И. М. Кобозева. – М.: КомКнига, 2000. – 352 с.

69. Кобозева И. М., Лауфнер Н. И. Интерпретирующие речевые акты [Текст] / И. М. Кобозева, Н. И. Лауфнер // Логический анализ языка. Язык речевых действий. – М., 1994. – С. 63-71.

70. Кожемякин Е. А. Объективность как философская категория в журналистском дискурсе [Текст] / Е. А. Кожемякин // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2011. - №18 (113). – 2011. – Вып.11. – С.187-194.

71. Кожина М. Н. Стилистика русского языка [Текст] / М. Н. Кожина, Л. Р. Дускаева, В. А. Салимовский. – 2-е изд. М.: Флинта: Наука, 2010. – 464 с.

72. Козинцева Н. А. Категория эвиденциальности (проблемы типологического анализа) [Текст] / Н. А. Козинцева // Вопросы языкознания. – 1994. – № 3. – С. 92-104.

73. Колесниченко А. В. Настольная книга журналиста. Учебное пособие [Текст] / А. В. Колесниченко. – М.: Изд-воАспект Пресс, 2013. – 334 с.

74. Колесниченко А. В. Практическая журналистика. Учебное пособие [Текст] / А. В. Колесниченко. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2008. – 180 с.

75. Копытов О. Н. Факт, жанр, формат как главные экстралингвистические элементы современного медиатекста [Электронный ресурс] / О. Н. Копытов // МУЛЬТИМЕДИЙНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА

ЕВРАЗИИ – 2015: МЕДИАТИЗАЦИЯ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО ПРОСТРАНСТВА И МЕДИАКРАТИЯ В УСЛОВИЯХ НОВОЙ МЕДИАРЕАЛЬНОСТИ ВОСТОКА И ЗАПАДА. ЕВРАЗИЯ МОЛОДАЯ – 2015. – Режим доступа: <http://dspace.kpfu.ru/xmlui/handle/net/110373> (Дата обращения: 20.10.2017).

76. Кореев М. Как противодействовать троллингу [Электронный ресурс] М. Кореев // Журналист. – 2014. – № 11. – Режим доступа: <http://journalist-virt.ru/archive/2014/5848/2014/10/30/Как-protivodejstvovat-trollingu.phtml> (Дата обращения: 20.10.2017).

77. Корконосенко С. Г. Основы журналистики: Учебник для вузов [Текст] / С. Г. Корконосенко. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 287 с.

78. Кормилицына М. А. Рефлексивы в речевой коммуникации [Текст] / М. А. Кормилицына // Проблемы речевой коммуникации. – Саратов, 2000. – С. 20-25.

79. Кормилицына М.А. Язык СМИ : учеб. пособие [Текст] / М.А. Кормилицына, О.Б. Сиротинина. – 4-е изд., стер. – М.: ФЛИНТА : Наука, 2017. – 92 с.

80. Короченский А. П. Мировая журналистика: история, теория, практика : сборник науч. и публицистич. работ [Текст] / А. П. Короченский ; ред. сост. С. Г. Торчинский. – Белгород: ИД «Белгород» НИУ «БелГУ», 2015. – 240 с.

81. Коханова Л. А., Калмыков А. А. Основы теории журналистики: учебное пособие [Текст] / Л. А. Коханова, А. А. Калмыков. – М.: ЮНИТИ, 2009. – 535 с.

82. Кривоносов А. Д. PR-текст в системе публичных коммуникаций [Текст] / А. Д. Кривоносов. – СПб., Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2001. – 254 с.

83. Кройчик Л. Е. Система журналистских жанров [Текст] / Основы творческой деятельности журналиста : Учеб. для студ. вузов по спец. «Журналистика» // Ред. сост. С. Г. Корконосенко. – СПб.: Знание, СПБИНВЭСЭП, 2000. – С. 125-167.

84. Кронгауз М. А. Семантика [Текст] / М. А. Кронгауз. – М.: Издательский центр «Академия», 2005. – 352 с.

85. Кубрякова Е. С. Язык и знание. На пути получения знаний о языке: части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в понимании мира [Текст] / Е. С. Кубрякова. – М.: Языки славянской культуры, 2004. – 560 с.

86. Кудашов В. И., Петров М. А. Эпистемологические проблемы понятия «знание» [Текст] / В. И. Кудашов, М. А. Петров // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – 2012. – № 4 (18). – С. 112-114.

87. Кузин И. В. Мечты о реальности и глобализм современных медиакоммуникаций [Текст] / И. В. Кузин // Вестник Самарской гуманитарной академии. Серия: Философия. Филология. – 2014. – № 2 (16). – С. 25-38.

88. Куликов С. Б. Онтологические предпосылки смысловых вариаций понятия истины (на материале западной философии) [Текст] / С. Б. Куликов // Автореф. дис. ... канд. филос. н. – Томск, 2004. – 16 с.

89. Куприянова А. И. Проблема речевого моделирования в дикторской практике [Текст] / А. И. Куприянова // Журналистский ежегодник. – 2012. – № 1. – С. 112-114.

90. Лазутина Г. В. Основы творческой деятельности журналиста : Учебник для студентов вузов [Текст] / Г. В. Лазутина. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 240 с.

91. Лазутина Г. В. Профессиональная этика журналиста [Текст] / Г. В. Лазутина. – М.: Аспект Пресс, 2000. – 224 с.

92. Лазутина Г. В., Распопова С. С. Жанры журналистского творчества: Учеб. пособие для вузов [Текст] / Г. В. Лазутина, С. С. Распопова. – М.: Аспект Пресс, 2012. – 320 с.

93. Лебедев С. А., Коськов С. Н. Эпистемология и философия науки. Классическая и неклассическая. Университетский учебник [Электронный ресурс] / С. А. Лебедев, С. Н. Коськов. – М.: Академический проект, 2014. –

295 с. – Режим доступа: http://mini-portal.ru/philos/5_01.html (Дата обращения: 20.10.2017).

94. Лебедев С. П. Логическая природа сократовского знания [Текст] / С. П. Лебедев // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. – 2008. – № 56. – С. 28-33.

95. Левин Г. Д. Критерии истины [Текст] / Г. Д. Левин // Философия науки. – 2010. – № 15. – С. 58-73.

96. Лекторский В. А. Реализм, анти-реализм, конструктивизм и конструктивный реализм в современной эпистемологии и науке [Электронный ресурс] / В. А. Лекторский // Конструктивный подход в эпистемологии и науках о человеке. – М.: Канон+, 2009. – С. 4-40. – Режим доступа: http://www.intelros.ru/intelros/reiting/rejting_09/material_sofiy/6141-realizm-anti-realizm-konstruktivizm-i-konstruktivnyj-realizm-v-sovremennoj-epistemologii-i-nauke.html (Дата обращения: 20.10.2017).

97. Лекторский В. А. Субъект, объект, познание [Текст] / В. А. Лекторский. – М.: Наука, 1980. – 358 с.

98. Лекторский В. А. Трансформация эпистемологии: новая жизнь старых проблем [Текст] // Эпистемология: перспективы развития / Отв. ред. В. А. Лекторский; отв. секр. Е. О. Труфанова. – М.: «Канон + РООИ «Реабилитация»», 2012. – С. 5-47.

99. Леонтьев А. А. Психолингвистические особенности языка СМИ [Текст] / А. А. Леонтьев // Язык средств массовой информации: Учебное пособие для вузов / Под ред. М. Н. Володиной. – М.: Академический Проект, Альма Матер, 2008. – С. 146-169.

100. Леонтьев А. А. Психология воздействия в массовой коммуникации [Текст] / А. А. Леонтьев // Язык средств массовой информации: Учебное пособие для вузов / Под ред. М. Н. Володиной. – М.: Академический Проект, Альма Матер, 2008. – 760 с.

101. Лозовский Б. Н. Журналистика: техника безопасности [Текст] / Б. Н. Лозовский. – Изд. 2-е, испр. и доп. – Тюмень : Вектор Бук, 2004. – 72 с.

102. Лозовский Б. Н. Манипулятивные технологии влияния на средства массовой информации [Текст] / Б. Н. Лозовский // Автореф. дис. ... докт. филол. наук. – Екатеринбург, 2011. – 40 с.

103. Лотман Ю. М. Внутри мыслящих миров. Человек – текст – семиосфера – история [Текст] / Ю. М. Лотман. – М.: Языки рус. культуры, 1996. – 464 с.

104. Луговая Ю. А. Интерпретация массмедийной информации в современной социокультурной среде [Электронный ресурс] Ю. А. Луговая // Медиаскоп. – 2016. – Вып. 4. – Режим доступа: <http://mediascope.ru/1616> (Дата обращения: 20.10.2017).

105. Луман Н. Реальность массмедиа [Текст] / Н. Луман // Пер. с нем. А. Ю. Антоновского. – М.: Праксис, 2005. – 256 с.

106. Майданова Л. М., Чепкина Э. В. Проблема достоверности информации в журналистских практиках: речевой аспект [Текст] / Л. М. Майданова, Э. В. Чепкина // Этика речевого поведения российского журналиста: коллективная монография / Ред. сост. д. филол. н., проф. Л. Р. Дускаева. – СПб.: Астерион, 2009. – С. 135-166.

107. Макаров М. Л. Основы теории дискурса [Текст] / М. Л. Макаров. – М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. – 280 с.

108. Макеева Л. Б. О достоверности [Электронный ресурс] / Л. Б. Макеева // Энциклопедия эпистемологии и философии науки. - М.: «Канон+», РООИ «Реабилитация», 2009. – 1248 с. – Режим доступа: http://epistemology_of_science.academic.ru/517/О_достоверности (Дата обращения: 20.10.2017).

109. Мансурова В.Д. «Личностное знание» журналиста в проекции его рациональной субъективности [Текст] / В. Д. Мансурова // Вестник Томского государственного университета. Филология. – 2014. – № 5(31). – С. 153-160.

110. Мансурова В. Д. Журналистская картина мира как тип социокультурной реальности [Электронный ресурс] / В. Д. Мансурова //

автореферат дисс... – Барнаул, 2003. – 38 с. – Режим доступа: <http://cheloveknauka.com/v/95663/a/?#?page=1> (Дата обращения: 20.10.2017).

111. Мельник Г. С., Ким М. Н. Методы журналистики [Текст] / Г. С. Мельник, М. Н. Ким // учебное пособие для студентов факультетов журналистики. – СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2006. – 271 с.

112. Мельник Г. С., Тепляшина А. Основы творческой деятельности журналиста [Текст] / Г. С. Мельник, А. Тепляшина. – СПб.: Питер, 2009. – 272 с.

113. Мельникова Е. А. Точность и достоверность как критерии информативности текста новостного сообщения [Текст] / Е. А. Мельникова // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Филология. Журналистика. – 2014. – № 5. – С. 94-100.

114. Микешина Л. А. Витгенштейн: проблема веры и достоверности в познании [Текст] / Л. А. Микешина // Философские идеи Людвига Витгенштейна. – М., 1996. – С. 54-67.

115. Микешина Л. А. Философия познания. Полемические главы [Текст] / Л. А. Микешина // Монография. – М.: Прогресс-Традиция, 2002. – 624 с.

116. Микулина И. В. Конфликтогенные тексты СМИ в судебной практике Белгородской области: типологический, лингвоправовой и профессионально-этические аспекты [Текст] / И. В. Микулина // автореферат дисс... – Воронеж, 2011. – 24 с.

117. Милль Дж. Ст. Система логики силлогической и индуктивной [Текст] / Дж. Ст. Милль. – М.: Изд-во: А. Лемана, 1914. – 718 с.

118. Моисеев Н. Н. Универсум. Информация. Общество [Текст] / Н. Н. Моисеев. – М.: Устойчивый мир, 2001. – 200 с.

119. Мохирева С. В. Вариативность репрезентации субъекта как компонента пропозиции вербального события (на материале публикаций «Российская газета») [Текст] / С. В. Мохирева // Вестник Кемеровского государственного университета. – 2012. – № 4 (Том 4). – С. 67-70.

120. Мультимедийная журналистика [Текст]: учебник для вузов / под общ. ред. А.Г. Качкаевой, С.А. Шомовой. – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2017. – 413 с.

121. Нагорный И. А. Предикативные функции модально-персуазивных частиц: монография [Текст] / И. А. Нагорный. – Барнаул: БГПУ, 2000. – 310 с.

122. Нагорный И. А. Функциональная перспектива предложений с модально-персуазивными частицами: учебное пособие к спецкурсу [Текст] / И. А. Нагорный. – Барнаул: БГПУ, 2001. – 126 с.

123. Нигматуллина К. Р. Ценность информации как предмет аксиологии журналистики [Текст] / К. Р. Нигматуллина // Век информации. Медиа в современном мире. Петербургские чтения : матер. 55-го междунар. форума (21–22 апреля 2016 г.) / отв. ред. С. Г. Корконосенко. 2016. № 2. – СПб. : Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций, 2016. – С. 155-157.

124. Никифоров А. Л. Рец. на кн.: В.А. Лекторский. Философия, познание, культура [Электронный ресурс] / А. Л. Никифоров // Вопросы философии. – 2013. – № 4. – С. 170-176. – Режим доступа: http://vphil.ru/index.php?id=744&option=com_content&task=view (Дата обращения: 20.10.2017).

125. Никоненко С. В. Аналитика достоверности [Текст] / С. В. Никоненко // Vita Cogitans: Альманах молодых философов. – 2003. – № 3. – С. 87-90.

126. Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания [Текст] / Э. Ноэль-Нойман. – М.: Прогресс-Академия, Весь Мир, 1996. – 352 с.

127. Ольшанский Д. В. Психология масс [Текст] / Д. В. Ольшанский. – СПб: Питер, 2001. – С. 274.

128. Олянич А. В. Презентационная теория дискурса: Монография [Текст] / А. В. Олянич. – М.: Гнозис, 2007. – 407 с.

129. Осетрова Е. В. Неавторизованная информация в современной коммуникативной среде: речеведческий аспект [Текст] / Е. В. Осетрова // автореф. дисс... – Красноярск, 2010. – 42 с.

130. Осетрова Е. В. Слухи в современной социокультурной среде: историографический обзор [Электронный ресурс] / Е. В. Осетрова // Антропологический форум Online, 2011. – Режим доступа: www.anthropologie.kunstkamera.ru (Дата обращения: 20.10.2017).

131. Основы журналистской деятельности : учебник для бакалавров [Текст] / под ред. С. Г. Корконосенко. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2013. – 332 с.

132. Основы теории познания: Учеб. пособие [Текст] / Под ред. Б.И. Липского. – СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2000 – 336 с.

133. Падучева Е. В. Высказывание и его соотнесенность с действительностью: Референциальные аспекты семантики местоимений [Текст] / Отв. ред. В. А. Успенский. Изд. 6-е, испр. – М.: Издательство ЛКИ, 2010. – 296 с.

134. Падучева Е. В. Модальность [Электронный ресурс] / Е. В. Падучева // Материалы для проекта корпусного описания русской грамматики. – М., 2014. – Режим доступа: <http://rusgram.ru> (Дата обращения: 20.10.2017). На правах рукописи.

135. Пажес Ж.-П. Конфликт и общественное мнение [Текст] / Ж.-П. Пажес // Социологические исследования. – 1991. – №1. – С. 107-115.

136. Панфилов В. З. Категория модальности и ее роль в конституировании структуры предложения и суждения [Текст] / В. З. Панфилов // Вопросы языкознания. – 1977. – № 4. – С. 37-48.

137. Панченко Н. Н. Достоверность как коммуникативная категория : монография [Текст] / Н. Н. Панченко; науч. ред. В. И. Шаховский. – Волгоград: Изд-во ВГПУ «Перемена», 2010. – 323 с.

138. Патнэм Х. Вопрос о реализме [Текст] / Перевод (с сокращениями) И. Джохадзе // *Ἐρμηνεία*. Журнал философских переводов. – 2011. – № 1 (3). – С. 20-37.

139. Перси У. Категория объективности и современная практика итальянских журналистов [Текст] / У. Перси // *Реклама и современный мир : материалы III Междунар. науч. конф.* / под ред. М. В. Смеловой, Е. Н. Брызгаловой. – Тверь: Твер. гос. ун-т, 2014. – С. 198-203.

140. Петрова М. А. Типы немодальных значений модальных предикатов (на материале славянских и германских языков) [Текст] / М. А. Петрова // дис. ... канд. филол. наук. – М., 2007. – С. 246.

141. Пивоев В. М. Истинность и достоверность [Текст] / В. М. Пивоев // *Ученые записки Петрозаводского государственного университета. Серия: Общественные и гуманитарные науки.* – 2010. – № 1. – С. 65-70.

142. Пивоев В. М. Субъективная достоверность и ее критерии [Текст] / В. М. Пивоев // *Ученые записки Петрозаводского государственного университета. Серия: Общественные и гуманитарные науки.* – 2008. – № 4. – С. 72-78.

143. Плунгян В. А. Общая морфология: Введение в проблематику [Текст] / В. А. Плунгян. - Изд. 2-е, испр. – М.: Едиториал УРСС, 2003. – 384 с.

144. Познин В. Ф. Современные СМИ: между правдой и вымыслом [Электронный ресурс] / В. Ф. Познин // *Медиаскоп.* – 2014. – Вып. № 2. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/?q=node/1513> (Дата обращения: 20.10.2017).

145. Полонский А. В. Медиа – дискурс – концепт: опыт проблемного осмысления [Электронный ресурс] / А. В. Полонский // *Современный дискурс-анализ.* – 2012. – Вып. 6. – Режим доступа: <http://www.discourseanalysis.org/ada6.shtml> (Дата обращения: 20.10.2017).

146. Портякова Н. Американцы подделали газету [Электронный ресурс] / Н. Портякова // *Коммерсант.ру.* – 2008. – 14 ноября. – Режим доступа: <http://195.68.141.169/doc/1058161> (Дата обращения: 20.10.2017).

147. Постовалова В. И. «Истина» и «заблуждения» в православном мирозерцании [Текст] / В. И. Постовалова // Логический анализ языка. Между ложью и фантазией / отв. ред. Н. Д. Арутюнова. – М. : Изд-во «Индрик», 2008. – С. 188-210.

148. Почепцов Г. Г. Информационные войны. Новый инструмент политики [Текст] / Г. Г. Почепцов. – М.: Алгоритм, 2015. – 300 с.

149. Провожая 2016 год: мировые политические события глазами россиян [Электронный ресурс] // Пресс-выпуск (№ 3295). – 2017. – 27 января. – Режим доступа: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116045> (Дата обращения: 20.10.2017).

150. Пронин Е. П. Выразительные средства журналистики [Текст] / Е. П. Пронин. – М.: МГУ, 1980. – 92 с.

151. Пронин Е. П. Текстовые факторы эффективности журналистского воздействия [Текст] / Е. П. Пронин. – М.: Изд-во МГУ, 1981. – С. 36.

152. Профессионально-этический кодекс журналистов Белгородчины [Электронный ресурс] / ред.-сост. А. П. Короченский. – Белгород, 2007. – Режим доступа: <http://journal.bsu.edu.ru/kodeks/text-2008.shtml> (Дата обращения: 20.10.2017).

153. Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики: Учебник для студентов вузов [Текст] / Е. П. Прохоров. – М.: Аспект Пресс, 2012. – 351 с.

154. Прохоров Е. П. Исследуя журналистику [Текст] / Е. П. Прохоров. – М.: РИП-Холдинг, 2005. – 202 с.

155. Ракитов А. И. Достоверность [Электронный ресурс] / А. И. Ракитов // Большая советская энциклопедия. – М.: Советская энциклопедия, 1969—1978. – Режим доступа: http://enc-dic.com/enc_sov/Dostovernost-15187 (Дата обращения: 20.10.2017).

156. Рогозина И. В. Медиа-картина мира: когнитивно-семиотический аспект: монография [Текст] / И. В. Рогозина. – М.; Барнаул: Изд-во АлтГТУ, 2003. – 289 с.

157. Русская грамматика [Текст] / В 2-х томах. Т. 2 Синтаксис. – М.: Наука, 1980. – 709 с.

158. Рябцева Н. К. Истинность в субъективно-модальном контексте [Текст] / Н. К. Рябцева // Логический анализ языка. Избранное. 1988-1995 / Редколлегия: Н. Д. Арутюнова, Н. Ф. Спиридонова. – М.: Индрик, 2003. – С. 668-684.

159. Савинова О. Н. К вопросу о трансформации функций журналистики [Электронный ресурс] / О. Н. Савинова // МЕДИАСКОП. – 2010. – Вып. № 4. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/en/node/660> (Дата обращения: 20.10.2017).

160. Салимовский В. А. Жанры речи в функционально-стилистическом освещении (научный академический текст) [Текст] / В. А. Салимовский. – Пермь: Изд-во Перм. ун-та, 2002. – 236 с.

161. Самарцев О. Р. Творческая деятельность журналиста: Очерки теории и практики [Текст] / О. Р. Самарцев. - М.: Академический Проект, 2007. – 528 с.

162. Сапунов В.И. Массовая коммуникация в XX веке: концепции западных исследований [Текст] / В.И. Сапунов // учебное пособие. – Воронеж, 2005. – 110 с.

163. Сарафанникова Е. В. Дискурсивные маркеры соотнесения сообщаемого с действительностью (на материале телевизионных новостей на русском и английском языках) [Текст] / Е. В. Сарафанникова // Автореф. дис. канд. филол. наук. – Воронеж, 2006. – 20 с.

164. Свитич Л. Г. Введение в специальность: Профессия: журналист: Учеб. пособие для студентов вузов [Текст] / Л. Г. Свитич. – 36-е изд., испр. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 255 с.

165. Свитич Л. Г. Профессия журналист. Учебное пособие [Текст] / Л. Г. Свитич. – М.: Аспект Пресс, 2003. – 255 с.

166. Седов К. Ф. Человек в жанровом пространстве повседневной коммуникации [Текст] / К. Ф. Седов // Антология речевых жанров: повседневная коммуникация. – М.: Лабиринт, 2007. – С. 7-39.

167. Сидоров В. А. Журналистский текст и социальная действительности: познание, преобразование, преобразование [Электронный ресурс] / В. А. Сидоров // Социология журналистики / Под ред. С.Г. Корконосенко. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 318 с. – Режим доступа: <http://evartist.narod.ru/text9/52.htm> (Дата обращения: 20.10.2017).

168. Сметанина С. И. Медиа-текст в системе культуры (динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века): научное издание / С. И. Сметанина. – СПб.: Михайлов В.А., 2002. – 383 с.

169. Смолярова А. С. Творческие и когнитивные ограничения в реализации принципа объективности в реализации принципа объективности в журналистике [Электронный ресурс] / А. С. Смолярова // Журналистский ежегодник. – 2014. – С. 27-33. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/tvorcheskie-i-kognitivnye-ogranicheniya-v-realizatsii-printsipa-obektivnosti-v-zhurnalistike> (Дата обращения: 01.11.2017).

170. Современный русский язык: Учеб. для филол. спец. Высших учебных заведений [Текст] / В. А. Белошапкова, Е. А. Брызгунова, Е. А. Земская и др.; Под ред. В. А. Белошапковой. 3-е изд., испр. и доп. – М.: Азбуковник, 1999. – 928 с.

171. Современный русский язык: Учебник для вузов. Стандарт третьего поколения [Текст] / Под. ред. Л. Р. Дускаевой. – СПб.: Питер, 2014. – 352 с.

172. Солганик Г. Я. Общая характеристика языка современных СМИ в сопоставлении с языком СМИ предшествующего периода [Текст] / Г. Я. Солганик // Язык массовой и межличностной коммуникации / Под. ред. Я. Н. Засурского, Н. И. Клушиной, В. В. Славкина, Г. Я. Солганика. – М., 2007. – С. 15-39.

173. Солганик Г. Я. Современная публицистическая картина мира [Текст] / Г. Я. Солганик // Публицистика и информация в современном обществе. – М.: МГУ, 2000. – С. 3-11.

174. Соловьев А. Fake News как средство пропаганды: фальшивые новости признаются правдивыми, а реальные – фейками [Текст] / А. Соловьев // Международная журналистика-2017: идея интеграции интеграций и медиа : материалы VI Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 16 февр. 2017 г. / сост. Б. Л. Залесский ; под общ. ред. Т.Н. Дасаевой. – Минск: Изд. центр БГУ, 2017. – С. 296-301.

175. Соловьев Вл. Истина [Электронный ресурс] / Вл. Соловьев // Малый энциклопедический словарь / Ф. А. Брокгауз, И. А. Ефрон. – М. : Эксмо, 2007. – Режим доступа: <http://www.magister.msk.ru/library/be/i/is0001.htm> (Дата обращения: 20.10.2017).

176. Социология журналистики : учебник для бакалавров [Текст] / под ред. С. Г. Корконосенко. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2014. – 421 с.

177. Сперанская А. Н. Рефлектирующая функция СМИ и современные языковые процессы, или Языковая рефлексия в СМИ [Текст] / А. Н. Сперанская // Русский язык в современном медиапространстве: Международная научно-практическая конференция (г. Белгород. БелГУ. 23-26 сентября 2009 г.): Сборник научных трудов / Отв. ред. д.ф.н. А. В. Полонский. – Белгород: ИПЦ «ПОЛИТЕРРА», 2009. – С. 206-211.

178. Спиркин А. Г. Философия : Учеб. для студентов вузов [Текст] / А. Г. Спиркин. – М.: Гардарики, 2005. – 815 с.

179. Степанов В. Копировать, вставить, Пулитцер. Откуда берется и к чему приводит плагиат в журналистике [Электронный ресурс] / В. Степанов // Lenta.Ru. – 2014. – 11 февраля. – Режим доступа: <http://lenta.ru/articles/2014/02/11/cutpastepulitzer/> (Дата обращения: 20.10.2017).

180. Стернин И. А. Медиаграмотность в структуре грамотности современного человека [Текст] / И. А. Стернин // Вестник Воронежского

государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. – 2013. – № 2. – С. 209-212.

181. Стеценко Н. М. О соотношении понятий текст – медиатекст – медиадискурс [Текст] / Н. М. Стеценко // Ученые записки Таврического национального университета им. В.Н. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации». – Том 24 (63). – 2011. – №4. Ч.2. – С. 372-378.

182. Стилистика современного русского языка и культура речи : Учеб. пособие для студ. фак. журналистики [Текст] / Г. Я. Солганик, Т. С. Дроняева. – 3-е изд. стер. – М.: Издательский центр «Академия», 2005. – 256 с.

183. Тарский А. Истина и доказательство [Текст] / А. Тарский // Вопросы философии. – 1972. – № 8. – С. 136-145.

184. Телецкая Т. В. Логико-философские аспекты модальности достоверности [Текст] / Т. В. Телецкая // Культура народов Причерноморья. – 2006. – № 82. (Т. 2). – С. 173-175.

185. Темнова Е. В. Современные подходы к изучению дискурса [Текст] / Е. В. Темнова // Язык, сознание, коммуникация: Сб. статей / Отв. ред. В. В. Красных, А. И. Изотов. – М.: МАКС Пресс, 2004. – Вып. 26. – 168 с.

186. Тенева Е. В. Эксплуатация авторитетов в публицистике / Е. В. Тенева // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 9. Филология. Востоковедение. Журналистика. – 2010. – № 3. – С. 248-255.

187. Теория функциональной грамматики: Темпоральность. Модальность [Текст] / Отв. ред. А. В. Бондарко. – Л.: «Наука», 1990.

188. Тертычный А. А. «Знаниевая» составляющая журналистского текста: структурно-функциональные особенности [Текст] / А. А. Тертычный // Современные проблемы журналистской науки. – Воронеж : Факультет журналистики ВГУ, 2013. – С. 76-86.

189. Тертычный А. А. Жанры периодической печати: Учеб. пособие [Текст] / А. А. Тертычный. – 4-е изд. испр. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 320 с.

190. Тулупов В. В. Профессиональная деформация в современной журналистике [Текст] / В. В. Тулупов // Журналист. Социальные коммуникации. – 2015. – № 1-2 (17-18). – С. 6-11.

191. Тулупов В. В. Этический «кодекс» журналистской профессии [Текст] / В. В. Тулупов // Этика речевого поведения журналиста : коллективная монография / Ред.-сост. д. филолог. н. проф. Л. Р. Дускаева. – СПб.: Астерион, 2009. – С. 11-45.

192. Туркова Т. А. Способы выражения авторской позиции журналиста в контексте объективности [Текст] / Т. А. Туркова // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. – № 1. – 2010. – С. 388-392.

193. Фабрика газетных «уток» [Электронный ресурс] // PlanetaSMI.ru. – 2013. – 07 августа. – Режим доступа: <http://planetasmi.ru/kontent/25765-fabrika-gazetnykh-utok> (Дата обращения: 20.10.2017).

194. Федеральный закон РФ «О СМИ» № 2124-1 от 27.12.1991 г. [Электронный ресурс] / Последняя редакция от 15.09.2015 г. – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/9003299> (Дата обращения: 20.10.2017).

195. Флоренский П. А. Столп и утверждение. Истины [Текст] / П. А. Флоренский // Сочинения. Т.1 (1). – М.: Правда, 1990. – С.230-296.

196. Фреге Г. Мысль: логическое исследование [Текст] / Г. Фреге // Избранные работы. – М.: ДИК, 1997. – С. 25-49.

197. Хилгартнер С., Боск Ч. Л. Рост и упадок социальных проблем: концепция публичных арен [Текст] / С. Хилгартнер, Ч. Л. Боск // Социальная реальность. – 2008. - № 2. – С. 73-94.

198. Хорольский В. В. Доверие к СМИ как универсальная ценность (западный и российский опыт) [Текст] / В. В. Хорольский // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. – 2012. – № 1. – С. 246-250.

199. Хорольский В. В. Журналистская ложь и ее профилактика в СМИ [Текст] / В. В. Хорольский // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. – 2016. – № 1. – С. 141-146.

200. Храковский В. С. Эвиденциальность, эпистемическая модальность, (ад)миративность [Текст] / В. С. Храковский // Эвиденциальность в языках Европы и Азии: сб. ст. – СПб.: Наука, 2007. – С. 600-632.

201. Чевозерова Г. В. Проблемы познания в журналистике. Достоверность журналистской информации [Электронный ресурс] / Г. В. Чевозерова // Медиаскоп. – 2016. – Вып. 1. – Режим доступа: <http://mediascope.ru/?q=node/2090> (Дата обращения: 20.10.2017).

202. Человеческий фактор в языке: Коммуникация, модальность, дейксис [Текст]. – М.: Наука, 1992. – 281 с.

203. Чепкина Э. В., Енина Л. В. Журналистский дискурс: анализ практик [Текст] / Э. В. Чепкина, Э. В. Енина // Известия Уральского федерального университета. Сер.1. Проблемы образования, науки и культура. – 2011. – № 2 (89). – С. 76-85.

204. Черникова Е. В. Основы творческой деятельности журналиста : учебное пособие [Текст] / Е. В. Черникова. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Школа издательского и медиа бизнеса, 2012. – 414 с.

205. Черникова И. В. Истина и объективность в современной эпистемологии [Текст] / И. В. Черникова // Проблема истины в философии и науке: Сб. Всероссийского семинара молодых ученых им. П.В. Копнина: Труды Томского государственного университета. – Т. 270. – Сер. философская. – Томск: Изд-во Том. ун-та, 2008. – С. 154-157.

206. Черных А. Мир современных медиа [Текст] / А. Черных. – М.: Издательский дом «Территория будущего», 2007. – 312 с.

207. Чернышова Т. В. Тексты в СМИ в ментально-языковом пространстве современной России [Текст] / Т. В. Чернышова. – 2-е изд., перераб. – М.: Издательство ЛКИ, 2007. – 296 с.

208. Шатуновский И. Б. «Правда», «истина», «искренность», «правильность» и «ложь» как показатели соответствия / несоответствия содержания предложения мысли и действительности [Текст] / И. Б. Шатуновский // Логический анализ языка. Культурные концепты. – М.: Наука, 1991. – С. 31-38.

209. Шейгал Е. И. Рефлексивы в политической коммуникации [Текст] / Е. И. Шейгал // Теоретическая и прикладная лингвистика: Межвузовский сб. науч. трудов. Вып. 3. Аспекты метакоммуникативной деятельности. – Воронеж, 2002. – С. 133-141.

210. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса : монография [Текст] / Е. И. Шейгал. – Волгоград: Перемена, 2000. – 368 с.

211. Ширяева О. В. Лингвопрагматический аспект типологии медиадискурса [Текст] / О. В. Ширяева // Научная жизнь Кавказа. Научный и общественно-теоретический журнал. – 2012. – № 1 (69). – С. 112-115.

212. Шмелева Т. В. Медийное речеведение: сборник статей [Электронный ресурс] / Т. В. Шмелева. – Режим доступа: <http://www.novsu.ru/file/1145792> (Дата обращения: 20.10.2017).

213. Шмелева Т. В. Семантический синтаксис [Текст] / Т. В. Шмелева. – Красноярск: Изд-во Красноярского ун-та, 1994. – 45 с.

214. Шмелева Т. В. Языковая рефлексия [Текст] / Т. В. Шмелева // Теоретические и прикладные аспекты речевого общения. Вып. 1 (8). – Красноярск, 1999. – С. 108-110.

215. Шостак М. И. Журналист и его произведение [Текст] / М. И. Шостак // практическое пособие. – М.: ТОО «Гендальф», 1998. – 96 с.

216. Щелкунова Е. С. Публицистический текст в системе массовой коммуникации: специфика и функционирования [Текст] / Е. С. Щелкунова // Учебное пособие. – Воронеж: Изд-во «Родная речь», 2004. – С. 124-137.

217. Яковлева Е. С. Фрагменты русской языковой картины мира (модели пространства, времени и восприятия) [Текст] / Е. С. Яковлева. – М.: Издательство «Гнозис», 1994. – 344 с.

218. Яковлева М. Г. Объективное vs реальное: критические замечания к концепции объективной журналистики [Электронный ресурс] / М. Г. Яковлева // Медиаскоп. – 2016. – Вып. 4. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/2208> (Дата обращения: 20.10.2017).

219. Anderson L. P. Evidentials, Paths of Change and mental maps: typologically regular asymmetries // Evidentiality, the Linguistic Coding of Epistemology in Language. – Norwood, N.Y.: Ablex from Chafe and Nicholas, ed., 1986.

220. Goldman A. The social epistemology of blogging. In J. van den Hoven & J. Weckert (Eds.), Information technology and moral philosophy (pp. 111–122). New York, NY: Cambridge University Press. 2008. URL: <http://fas-philosophy.rutgers.edu/goldman/Social%20Epistemology%20of%20Blogging.pdf>

221. Latour B. Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network-Theory. – 1st ed. – N. Y.: Oxford University Press, 2005. – 301 p.

222. Lyons J. Semantics. – Cambridge, 1977.

223. Palmer F. R. Mood and Modality. – Second edition. – Cambridge: University Press, 2001. – 236 p. (Пропозициональная модальность связана с отношением говорящего к достоверности или реальности пропозиции и подразделяется на эпистемическую и эвиденциальную модельность (С. 8)).

224. Willis J. The Shadow World: Life Between the News Media and Reality [Text] / J. Willis. – New York : Praeger Publishers, 1991. – 264 p.

225. Willet Th. A Cross-Linguistic Survey of the Grammaticization of Evidentiality // Studies in Language. – Amsterdam, 1988. – Vol. 12. – № 1. P. 51-97.

Словари:

226. Алефиренко Н. Ф., Золотых Л. Г. ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИЙ СЛОВАРЬ: Культурно-познавательное пространство русской идиоматики [Текст] / Н. Ф. Алефиренко, Л. Г. Золотых. – М.: ООО «Издательство ЭЛПИС», 2008. – 427 с.

227. *БТС* Большой толковый словарь русского языка [Текст] / сост. и гл. ред. С. А. Кузнецов. – СПб.: Норинт, 1998. – 1536 с.

228. Галкин В. П. Теоретические аспекты и основы экологической проблемы: толкователь слов и идеоматических выражений [Электронный ресурс] / В. П. Галкин. – Режим доступа: <http://terme.ru/dictionary/519/symbol/196/page/2> (Дата обращения: 13.01.2017).

229. Ивин А. А., Никифоров А. Л. Словарь по логике [Текст] / А. А. Ивин, А. Л. Никифоров. – М.: Гуманитарный изд. центр ВЛАДОС, 1997. – 384 с.

230. Кожевников А. Ю. Большой синонимический словарь русского языка [Текст] / А. Ю. Кожевников // Большой синонимический словарь русского языка. Речевые эквиваленты: Практ. справ.: В 2 т. Т.1: А-Н. – СПб.: ИД «Нева», 2003. – 438 с.

231. Комлев Н. Г. Словарь иностранных слов [Электронный ресурс] / Н. Г. Комлев. – М., 2006. – Режим доступа: <http://dic.academic.ru> (Дата обращения: 16.07.2015).

232. Кондаков Н. И. Логический словарь-справочник [Текст] / Н. И. Кондаков. – М.: Наука, 1971. – 720 с.

233. Лозовский Б. Н. Журналистика: краткий словарь [Текст] / Б.Н. Лозовский. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2004.

234. *ЛЭС* Лингвистический энциклопедический словарь [Текст] / под ред. В. Н. Ярцевой. – М.: Советская энциклопедия, 1990. – 683 с.

235. *МАС*: Словарь русского языка: в 4-х т. [Текст] / АН СССР, Ин-т рус.яз.; Под ред. А. П. Евгеньевой. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Русский язык, 1981. Т.1. А-Й. 1981. – 698 с.

236. Ожегов С. И. Словарь русского языка: 70 000 слов [Текст] / Под ред. Н. Ю. Шведовой. – 23-е изд., испр. – М.: Рус. яз., 1990. – 917 с.

237. Прохоров А. М. Большой энциклопедический словарь [Текст] / А. М. Прохоров // Большой энциклопедический словарь. 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Норинт, 2004. – 1456 с.

238. Руднев В. П. Словарь культуры XX века [Электронный ресурс] / В. П. Руднев. – М.: Аграф, 1997. – 384 с. – Режим доступа: http://studbooks.net/655125/filosofiya/nauchnye_filosofskie_religioznye_kartiny_mira (Дата обращения: 16.10.2017).

239. Словарь новых медиа [Электронный ресурс] / электронный словарь. – Режим доступа: <http://mediatoolbox.ru/dictionary/> (Дата обращения 09.05.2017).

240. СО: Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка: Ок. 100 000 слов, терминов и фразеологических выражений [Текст] / Под ред. проф. Л. И. Скворцовой. – 26-е изд., испр. и доп. – М.: ООО «Изд-во Оникс»: ООО «Изд-во «Мир и Образование», 2009. – 736 с.

241. СЭС: Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М. Н. Кожинной ; члены редколлегии: Е. А. Баженова, М. П. Котюрова, А. П. Сквородников. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Флинта : Наука, 2006. – 696 с.

242. ТСИС: Крысин Л. П. Толковый словарь иноязычных слов [Текст] / Л. П. Крысин. – М.: Рус. яз., 1998. – 848 с.

243. Философия: Энциклопедический словарь [Текст] / Под ред. А. А. Ивина. – М.: Гардарики, 2004. – 1072 с.

244. ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИЙ СЛОВАРЬ РУССКОГО ЯЗЫКА. Свыше 4 000 словарных статей. Коллектив авторов: Л. А. Войнова, В. П. Жуков, А. И. Молотков, А. И. Федоров. Под ред. А. И. Молоткова. – Изд. 2-е, стереотип. – М.: «Сов. Энциклопедия», 1968. – 543 с.

245. ФЭС. Философский энциклопедический словарь [Текст] / Гл. редакция: Л. Ф. Ильичёв, П. Н. Федосеев, С. М. Ковалёв, В. Г. Панов. – М.: Советская энциклопедия, 1983. – 840 с.

246. Энциклопедия эпистемологии и философии науки [Текст] / Под ред. И. Т. Касавина. – М: «Канон +» РООИ «Реабилитация», 2009.

Список источников:

1. «Времена» не выбирают...// Новая газета № 60. – 2017. – 06 июня. – Режим доступа: <https://www.novayagazeta.ru/articles/2017/06/06/72713-vremena-ne-vybirayut> (Дата обращения: 20.10.2017).
2. Facebook не разрешает публиковать опровергнутые фейковые новости // Газета.Ру. – 2017. – 23 марта. – Режим доступа: https://www.gazeta.ru/tech/news/2017/03/23/n_9832313.shtml (Дата обращения: 20.10.2017).
3. IT-гиганты свели сеть к котикам // Газета.ru. – 2017. – 31 января. – Режим доступа: https://www.gazeta.ru/comments/2017/01/30_a_10500803.shtml (Дата обращения: 20.10.2017).
4. New York Times отдает журналистику на круадсорс // Газета.ru. – 2014. – 10 декабря. – Режим доступа: https://www.gazeta.ru/tech/new_york_times_otdaet_zhurnalistiku_na_kruadsors.shtml (Дата обращения: 20.08.2017).
5. THE MEDIA ON THE MEDIA // New York Magazine. – 2016. – 24 July. – Режим доступа: <http://nymag.com/daily/intelligencer/2016/07/media-survey.html> (Дата обращения: 20.10.2017).
6. The Principles of PolitiFact, PunditFact and the Truth-O-Meter // PolitiFact.com. – 2013. – November 1st. – Режим доступа: <http://www.politifact.com/truth-o-meter/article/2013/nov/01/principles-politifact-punditfact-and-truth-o-meter/> (Дата обращения: 20.10.2017).
7. Tips from Dutch youth publisher on checking content // WAN-IFRA. – 2017. – 27 февраля. – Режим доступа: <http://www.wan-ifra.org/articles/2017/02/27/tips-from-dutch-youth-publisher-on-checking-content> (Дата обращения: 20.10.2017).
8. Weeeeeeeeeee или нашествие зомби: зачем врут журналисты // Republic – 2015. – 15 апреля. – Режим доступа: <https://republic.ru/posts/50477> (Дата обращения: 20.10.2017).

9. Антиэтика в языке СМИ // Журналист. – 2016. – 01 октября. – Режим доступа: <http://jrnlst.ru/content/antietika-v-yazyke-smi> (Дата обращения: 20.10.2017).
10. Аттракцион кривых зеркал // Завтра. – 2017. – 19 июля. – Режим доступа: http://zavtra.ru/blogs/atraktcion_krivih_zerkal (Дата обращения: 20.10.2017).
11. Беспредельно свободному ТВ требуются для декорации достойные люди // Новая газета № 35. – 2012. – 29 марта. – Режим доступа: <https://www.novayagazeta.ru/articles/2012/03/29/49035-bespredelno-svobodnomu-tv-trebuyutsya-dlya-dekoratsii-dostoynye-lyudi> (Дата обращения: 20.10.2017).
12. Блеф-нюс // Московский комсомолец № 26656. – 2014. – 22 октября. – Режим доступа: <http://www.mk.ru/social/2014/10/21/blefnyus.html> (Дата обращения: 20.10.2017).
13. Быков Д. Один [Электронный ресурс] / Д. Быков // Эхо Москвы. – 2016. – 08 января. – Режим доступа: <http://echo.msk.ru/programs/odin/1689706-echo/> (Дата обращения: 20.10.2017).
14. В Интернете появился видеоучебник журналистской этики // Mediakritika.by. – 2015. – 09 марта. – Режим доступа: <http://mediakritika.by/article/2880/v-internete-poyavilsya-videouchebnik-zhurnalistskoy-etiki> (Дата обращения: 20.10.2017).
15. В недрах «фабрики троллей» вырос крупнейший в России медиахолдинг // РБК. – 2017. – 23 марта. – Режим доступа: http://www.rbc.ru/technology_and_media/23/03/2017/58d2c2df9a7947273ccb28e5 (Дата обращения: 20.10.2017).
16. Возможно, вы искали правду: Google ввёл глобальную систему проверки новостей // Russia Today. – 2017. – 09 апреля. – Режим доступа: <https://russian.rt.com/world/article/377045-google-sistema-proverka-fakty> (Дата обращения: 20.10.2017).
17. Газета о газетах [Электронный ресурс] // интернет-сайт. – Режим доступа: www.gazetaogazetah.ru (Дата обращения: 20.10.2017).

18. Главная проблема «хороших» новостей // Mediakritika.by. – 2015. – 17 июня. – Режим доступа: <http://mediakritika.by/article/3118/glavnaya-problema-horoshih-novostey> (Дата обращения: 20.10.2017).
19. День печали // Журналист. – 2017. – 06 февраля. – Режим доступа: <http://jrnlst.ru/content/den-pechali> (Дата обращения: 20.10.2017).
20. Жизнь интереснее смерти. О новостях, которые вызывают омерзение // Lenta.ru. – 2016. – 27 декабря. – Режим доступа: https://lenta.ru/columns/2016/12/27/life_against/ (Дата обращения: 20.10.2017).
21. Журналистика или «пиар» // Журналист. – 2003. – №2. – С. 65.
22. Зачем нужна цензура? // Завтра. – 2016. – 03 марта. – Режим доступа: <http://zavtra.ru/blogs/zachem-nuzhna-tsenzura> (Дата обращения: 20.10.2017).
23. Игра «серых кардиналов» // Завтра. – 2017. – 06 января. – Режим доступа: http://zavtra.ru/blogs/igra_serih_kardinalov (Дата обращения: 20.10.2017).
24. Источники и эксперты: проблема достоверности // Mediakritika.by. – 2015. – 06 ноября. – Режим доступа: <http://mediakritika.by/article/3416/istochniki-i-eksperty-problema-dostovernosti> (Дата обращения: 20.10.2017).
25. Как (и где) читать новости // портал «Медуза». – 2016. – 09 августа. – Режим доступа: <https://meduza.io/cards/kak-i-gde-chitat-novosti> (Дата обращения: 20.10.2017).
26. Как противостоять дезинформации // Журналист. – 2016. – 07 июня. – Режим доступа: <http://jrnlst.ru/content/kak-protivostoyat-dezinformacii> (Дата обращения: 20.10.2017).
27. Как противостоять манипуляторам нашим сознанием? // Новая газета № 35. – 2014. – 02 апреля. – Режим доступа: <https://www.novayagazeta.ru/articles/2014/03/28/58968-kak-protivostoyat-manipulyatoram-nashim-soznaniem> (Дата обращения: 20.10.2017).
28. Когда информация доставляет // Журналист. – 2016. – 01 октября. – Режим доступа: <http://jrnlst.ru/content/kogda-informaciya-dostavlyaet> (Дата обращения: 20.10.2017).

29. Колонка редактора: С надеждой на фейки // Mediakritika.by. – 2017. – 06 июня. – Режим доступа: <http://mediakritika.by/article/4677/kolonka-redaktora-s-nadezhdoj-na-feyki> (Дата обращения: 20.10.2017).
30. Ложь – орудие современной демократической политики // Завтра. – 2017. – 15 апреля. – Режим доступа: <http://zavtra.ru/blogs/lozh-orudie-sovremennoj-demokraticeskoy-politiki> (Дата обращения: 20.10.2017).
31. Методы пропаганды, или как нас обрабатывают СМИ, политики, реклама // Завтра. – 2015. – 11 ноября. – Режим доступа: <http://zavtra.ru/blogs/metodyi-propagandyi-ili-kak-nas-obrabatyivayut-smi-politiki-reklama> (Дата обращения: 20.10.2017).
32. Мода на слух // газета «Московский комсомолец» № 27230. – 2016. – 15 октября. – Режим доступа: <http://www.mk.ru/social/2016/10/14/moda-na-slukh.html> (Дата обращения: 20.10.2017).
33. Научи хорошему [Электронный ресурс] // интернет-портал. – Режим доступа: www.whatisgood.ru (Дата обращения: 20.10.2017).
34. Не грамматика портит текст, а ложь // Завтра. – 2017. – 05 мая. – Режим доступа: <http://zavtra.ru/blogs/ne-grammatika-portit-tekst-a-lozh> (Дата обращения: 20.10.2017).
35. Нет правды на экране? // Mediakritika.by. – 2012. – 09 сентября. – Режим доступа: <http://mediakritika.by/article/net-pravdy-na-ekrane> (Дата обращения: 20.10.2017).
36. Один из главных врагов журналистики — плохие журналисты // Mediakritika.by. – 2013. – 02 октября. – Режим доступа: <http://mediakritika.by/article/1499/odni-iz-glavnyh-vragov-zhurnalistiki-plohie-zhurnalisty> (Дата обращения: 20.10.2017).
37. Откуда берётся история? // Журналист. – 2017. – 21 апреля. – Режим доступа: <http://jrnlst.ru/otkuda-beriyotsya-istoriya> (Дата обращения: 20.10.2017).
38. Откуда берутся ложные новости? // Mediakritika.by. – 2015. – 30 марта. – Режим доступа: <http://mediakritika.by/article/2937/otkuda-berutsya-lozhnyie-novosti> (Дата обращения: 20.10.2017).

39. Паутина фактов // Mediakritika.by. – 2014. – 08 марта. – Режим доступа: <http://mediakritika.by/article/2012/pautina-faktov> (Дата обращения: 20.10.2017).
40. Пишите быстро, правдиво и с любовью // Mediakritika.by. – 2014. – 21 августа. – Режим доступа: <http://mediakritika.by/article/2428/pishite-bystro-pravdivo-i-s-lyubovyu> (Дата обращения: 20.10.2017).
41. По ту сторону журналистики // Новая газета № 54. – 2016. – 23 мая. – Режим доступа: <https://www.novayagazeta.ru/articles/2016/05/23/68693-po-tu-storonu-zhurnalistiki> (Дата обращения: 20.10.2017).
42. Помехи, шумы, барьеры... // Mediakritika.by. – 2014. – 04 мая. – Режим доступа: <http://mediakritika.by/article/2167/pomehi-shumy-barery> (Дата обращения: 20.10.2017).
43. Понимание медиа [Текст] // ОНОНАС. Специальный выпуск. – 2016. – № 09 (33) – 94 с.
44. Правдивый мир? // Завтра. – 2016. – 18 мая. – Режим доступа: <http://zavtra.ru/blogs/pravdiviyj-mir> (Дата обращения: 20.10.2017).
45. Правила журналистов: Достоверность, актуальность и значимость – критерии выбора темы // Mediakritika.by. – 2014. – 10 ноября. – Режим доступа: <http://mediakritika.by/article/2604/pravila-zhurnalistov-dostovernost-aktualnost-i-znachimost-kriterii-vybora-temy> (Дата обращения: 20.10.2017).
46. Правила журналистов: Не доказал – не утверждай! Не опроверг – не отрицай! // Mediakritika.by. – 2015. – 17 апреля. – Режим доступа: <http://mediakritika.by/article/2981/pravila-zhurnalistov-ne-dokazal-ne-utverzhdaj-ne-oproverg-ne-otricay> (Дата обращения: 20.10.2017).
47. Правила журналистов: Хладнокровие и ясный рассудок // Mediakritika.by. – 2014. – 13 ноября. – Режим доступа: <http://mediakritika.by/article/2616/pravila-zhurnalistov-hladnokrovie-i-yasnyy-rassudok> (Дата обращения: 20.10.2017).
48. Предотвращение отвращения // Журналист. – 2016. – 07 июня. – Режим доступа: <http://jrnlst.ru/content/predotvrashchenie-otvrashcheniya> (Дата обращения: 20.10.2017).

49. Рейтинг НЕдоверия [Электронный ресурс] // Газета о газетах. – 2016. – режим доступа: <http://gazetaogazetah.ru/rating/> (Дата обращения: 20.10.2017).
50. Рука больших денег // Завтра. – 2016. – 28 апреля. – Режим доступа: <http://zavtra.ru/blogs/ruka-bolshih-deneg> (Дата обращения: 20.10.2017).
51. Саморегулирование в медиа: необходимость или несусветная глупость? // Mediakritika.by. – 2016. – 01 августа. – Режим доступа: <http://mediakritika.by/article/4014/samoregulirovanie-v-media-neobhodimost-ili-nesusvetnaya-glupost> (Дата обращения: 20.10.2017).
52. Сарафанно-ресторанное радио // Mediakritika.by. – 2013. – 14 января. – Режим доступа: <http://mediakritika.by/article/587/sarafanno-restorannoe-radio> (Дата обращения: 20.10.2017).
53. Скучно и неправда // Mediakritika.by. – 2015. – 17 июля. – Режим доступа: <http://mediakritika.by/article/3177/skuchno-i-nepravda> (Дата обращения: 20.10.2017).
54. Убийство в белгородской больнице // Телеканал «360». – 2016. – 08 января. – Режим доступа: <http://360tv.ru/news/vrach-do-smerti-zabil-pacienta-v-belgorodskoj-bolnice-video-43665/> (Дата обращения: 20.10.2017).
55. Убить журналиста // Российская газета. Федеральный выпуск № 7044. – 2016. – 09 августа. – Режим доступа: <https://rg.ru/2016/08/09/amerikanskije-zhurnalisty-nazvali-glavnye-problemy-sovremennyh-smi.html> (Дата обращения: 20.10.2017).
56. Украинский интернет-портал «Комментарий: Крым». Международный скандал: Генконсул России назвал татар предателями. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://crimea.comments.ua/news/2013/05/22/103102.html>. - 01.11.2013 (Дата обращения: 20.10.2017).
57. Утверждают, что слухи важнее достоверности? // Mediakritika.by. – 2015. – 05 марта. – Режим доступа: <http://mediakritika.by/article/2872/utverzhdajut-chto-sluhi-vazhnee-dostovernosti> (Дата обращения: 20.10.2017).

58. Фейк или было? Можете ли вы отличить фотомонтаж от настоящей фотографии: тест «Медузы» // «Медуза». – 2017. – 9 марта. – Режим доступа: <https://meduza.io/quiz/feyk-ili-bylo> (Дата обращения: 20.10.2017).

59. Фейк про Познера расстроил Сеть: кто, если не он, мог бы так эффектно хлопнуть дверью? // ЛЕНИЗДАТ.РУ. – 2012. – 09 ноября. – Режим доступа: <https://lenizdat.ru/articles/1108375/> (Дата обращения: 20.10.2017).

60. Фейки завели прессу в тупик // Газета.Ru. – 2017. – 16 марта. – Режим доступа: https://www.gazeta.ru/tech/2017/03/16/10574333/liar_pants_on_fire.shtml#page4 (Дата обращения: 20.10.2017).

61. Цифры: почему журналистами так легко манипулировать // Mediakritika.by. – 2014. – 18 ноября. – Режим доступа: <http://mediakritika.by/article/2627/cifry-pochemu-zhurnalistami-tak-legko-manipulirovat> (Дата обращения: 20.10.2017).

62. Чего изволите-с? или Какая журналистика нам нужна // Завтра. – 2017. – 13 января. – Режим доступа: http://zavtra.ru/blogs/chego_izvolite-s_ili_kakaya_zhurnalistika_nam_nuzhna (Дата обращения: 20.10.2017).

63. Чисто себе субъективные заметки по поводу объективности // Завтра. – 2016. – 08 июня. – Режим доступа: <http://zavtra.ru/blogs/chisto-sebe-subektivnyie-zametki-po-povodu-obektivnosti> (Дата обращения: 20.10.2017).

64. Эпоха сетевой недостоверности как бесконечная эксплуатация эмоций // Mediakritika.by. – 2017. – 04 апреля. – Режим доступа: <http://mediakritika.by/article/4617/epoha-setevoy-nedostovernosti-kak-beskonechnaya-ekspluatatsiya-emociy> (Дата обращения: 20.10.2017).

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Таблица 1. Итоги мониторинга медиакритических материалов, опубликованных в электронных изданиях «Газета.ru», «Lenta.ru», Mediakritika.by, «Журналист», газетах «Завтра», «Российская газета», «Новая газета», «Московский комсомолец», «Комсомольская правда» (2015-2017)

№	Обсуждаемая проблема	Цитата	Название публикации, автор, издание
1.	<i>СМИ не могут в полном объеме отразить реальную действительность, поскольку сама действительность неисчерпаема</i>	<p>1. <i>«Горячих сторонников абсолютной истинности того, что показывают и говорят с телеэкрана, ждут большие разочарования. Так называемую «правду» от начала до конца нам никто и никогда показать не сможет. По двум основным причинам: никакое телевидение не отразит все события дня исключительно в силу их неисчерпаемости. Может, где-то на небесах и существует такое всевидящее «зерцало». Но не на Земле. Во-вторых, ТВ просто вынуждено прикидываться реальностью, потому что иначе его никто смотреть не будет. Оно выбирает самое важное и создает концентрат по законам эстетики зрелища. Тот, кто часами сидел и монтировал, подбирая лучшие планы, музыку, кто выстраивал сюжет согласно незыблемым законам драматургии, меня поймет».</i></p> <p>2. <i>«Неполнота информации — это ложь или нет? Вопрос — важнейший, потому, что любое сообщение будет неполным. По вполне объективным причинам. Факт никогда не бывает изолированным. Никогда не висит он в информационном пространстве в гордом одиночестве. С одной стороны к нему подходят «провода», питающие его. То есть, причины, его породившие. С другой - «провода», передающие сигналы от этого факта. То есть, его последствия, реакции на него различных общественных сил, людей. «Провода» эти расходятся во все стороны, на них висят следующие факты, каждый со</i></p>	<p>Нет правды на экране? // Mediakritika.by. – 2012. – 09 сентября.</p> <p>Автор: Эдуард Мельников</p> <p>Паутина фактов // Mediakritika.by. – 2014. – 08 марта.</p> <p>Автор: Эдуард Мельников</p>

		<p>своими «проводами», и так до бесконечности. Всемирная паутина фактов получается.</p> <p>Так вот, медиа занимаются тем, что систематически вырывают те или иные факты из их родной среды. Они вынуждены это делать, потому что работают в режиме реального времени: то, что какое-то время назад было абсолютно достоверным, через месяц (день, час, минуту, пять секунд) изменило свою окраску, а то и смысл.</p> <p>То есть, вырывая факт с обрывками его «проводов», медиа невольно... искажают его. Но иначе никак нельзя: ведь не может же быть оперативных сообщений «о жизни вообще!»»</p>	
		<p>3. «И поэтому мир вокруг нас сам зависит от субъективных особенностей существ-созерцателей, или, грубо говоря, для курицы, кудахтающей в поисках своих лакомств в вашем дворе, этот двор нечто одно, а для вас самих – это совершенно иное! И если бы у вас была некая фантастическая возможность посмотреть на собственный двор куриными глазами (изнутри т.с. куриной субъективности), то вы бы с ужасом возопили: «Что это за галлюцинации?! Я здесь никогда не был и ничего подобного не видел в жизни своей!». Ну, а что же вы хотели: чего с неё, с курицы-то, взять? Курица и есть курица! Весьма далеко отстоящее по уровню своего развития от нас с вами существо! Иное дело – другой человек. Конечно, и с ним у вас будут разниться взгляды на окружающую действительность, но всё же не столь кардинально».</p>	<p>Чисто себе субъективные заметки по поводу объективности // Завтра. – 2016. – 08 июня.</p> <p>Автор: Александр Андрух</p>
		<p>4. «Доносить до многих людей истинную информацию, отфильтровывая ее цензурой, нет смысла потому, что многие просто не готовы морально или интеллектуально воспринимать истину, трактовать ее в верном ключе для дальнейшего формирования своей точки зрения и верного алгоритма действия. Истина может, как через фильтр пропускаться через систему взглядов человека и его «эмоциональное сито» и далее оседать в сознании не в том виде,</p>	<p>Зачем нужна цензура? // Завтра. – 2016. – 03 марта.</p> <p>Автор: Евгений Смирнов</p>

		<i>в котором она реально существует, в искаженном. Тут истину искажает не экран телевизора, а экран «морально-интеллектуального» восприятия индивидуума».</i>	
2.	Коммерциализация прессы	<p>1. <i>«...при заказе от Больших Денег журналисты всех мастей напяливают шоры и видят лишь дозволенное».</i></p> <p>2. <i>«Точно также ведут себя и все нынешние СМИ Европы и Америки по отношению к России и Сирии. Опять ложь, ложь и еще раз ложь. Причем, ложь грубая, наглая, примитивная, подтасованная, кое-как сшитая белыми нитками. Они настолько обнаглели, что никакими доказательствами не удосуживаются подтверждают свою ложь. Они действуют по старому принципу – нам лишь бы прокукарекать по полученному заданию, а там хоть трава не расти».</i> <i>«Вспомните, как писал в своих мемуарах господин Познер о своей работе в Американских СМИ. Не читали? Так прочитайте – его книга в интернете есть. Так вот, в этой сверх свободной и сверх демократической стране под названием США, корреспондент СМИ по контракту с редакцией обязан освещать в своих статьях только позицию редакции на все происходящее в мире и в стране. Личная точка автора в США и вообще на западе никого не интересует. Малейшее несоответствие позиции автора с позицией редакции ведет к немедленному расторжению контракта по инициативе редакции».</i> <i>Так что не надо этого демократического «ля-ля» по поводу свободных и независимых СМИ, по поводу свободы слова в западных, так называемых, демократических странах. СМИ всегда были зависимы от власть имущих и всегда работали на власть, и только на власть. На власть в своей стране или на власть в другой, более сильной по их мнению, стране, которой они служат».</i></p> <p>3. <i>«О журналистике с пониженной</i></p>	<p>Рука больших денег // Завтра. – 2016. – 28 апреля.</p> <p>Автор: Николай Анисин</p> <p>Ложь - орудие современной демократической политики // Завтра. – 2017. – 15 апреля.</p> <p>Автор: Виталий Овчинников</p> <p>Аттракцион кривых</p>

		<p><i>социальной ответственностью. Слово не воробей, вылетело – не поймает. Ответствен ли журналист за сказанное им. Помнит ли главные принципы, которыми должен руководствоваться журналист, - правдивость, непредвзятость, уважение к законам страны и нравственным ценностям народа. СМИ не только должны отражать действительность, но и контролировать общественное развитие, но они сегодня, как и Интернет, используются для нагнетания деструктивных процессов, разрушения складывавшихся годами и столетиями устойчивых экономических систем целых государств.</i></p> <p><i>«Слово, мысль – корень журналистики. Долг – верно служить Его Величеству Факту. Правду делает неправдой истолкование фактов, отчего есть журналистика созидающая, а есть оболванивающая. Да функции журналистики как пропагандиста и агитатора остались в дне вчерашнем, но с водою выплеснут и ребенок. Сегодня украинскую журналистику охватил разрушительный зуд. Простой человек, человек труда (сварщик, доярка) исчез со страниц газет и телеэкранов. На первый план выдвинулись «звезды» моделей, политики, шоубизнеса, олигархи, комерсанты, проститутки, депутаты. СМИ из четвертой власти перекавалифицировались в официантов, обслуживающих господ учредителей. Правда когда СМИ стали сферой обслуживания от нее отвернулась массовая аудитория, тиражи упали, рейтинги украинских телепередач – ниже плинтуса. Синонимами журналистики стали: туфтолог, борзописец, фуфолог, желтопресник...»</i></p>	<p>зеркал // Завтра. – 2017. – 19 июля.</p> <p>Автор: Николай Яременко</p>
		<p>4. <i>«События, которые нам преподносят СМИ, всегда окружены большим количеством реальной информации нам не доступной. А реальность охраняют политики (работа у них такая), создавая паутину из слов и идей, замыливающих истину. Работа у них такая, красить и гадить мир в наших головах. Этот мир лжив и корыстен. И с этим ничего не</i></p>	<p>Правдивый мир? // Завтра. – 2016. – 18 мая.</p> <p>Автор: Эдуард Волков</p>

		<p><i>поделаешь. Мы вольны либо влиться в него и стать его частью (громко сказано по демократически), либо стать кирпичиком в мостовой к светлomu будущему, либо создать свой и смотреть сверху на постоянно деформирующийся серо-буро-малиновый эмоционально-информационный клубок».</i></p>	
		<p>5. <i>«Доводы в пользу теории газетной смерти базируются на банальном уровне либерально-капиталистической системы, суть которого можно обозначить сакраментальным: «Кто девушку обедает, тот и танцует». Элементарный рыночный подход утверждает: выгоднее всего «танцевать» ту девушку, которая согласна на наиболее дешёвый обед. А так как интернет менее затратен, чем выпуск бумажного экземпляра, то выбор в пользу первого варианта. Словом, долой бумагу, даешь – цифровые технологии!</i></p> <p><i>Второй рыночный закон говорит – кто платит, тот и заказывает музыку. Поэтому, долой СМИ авторские, да здравствуют СМИ, ублажающие потребителя. Таким образом, журналист низводится на уровень пресловутой девушки, главная задача которой состоит в умении наилучшим образом станцевать с хозяином.</i></p> <p><i>Больше того, с этической точки зрения уже не важно, кто именно заказывает музыку, главное – вопрос оплаты, и следовательно, понятие верности становится совершенно ситуативным, и будет оправдано, если вчера, скажем, журналист работал на Березовского, сегодня - на Путина, завтра станет писать для Меркель, а послезавтра, глядишь, и на Ким Чен Ына. Правда, в таком случае вторую древнейшую профессию впору переименовывать в первую, только в более подлом варианте. Нынешние бонзы от журналистики утверждают – чтобы выжить, СМИ должны иметь покупателей, а значит, продавать в первую очередь то, что больше всего желает народ. Хочет страшилок и катастроф? Так мы ему обеспечим с утра до вечера непрерывную</i></p>	<p>Чего изволите-с? или Какая журналистика нам нужна // Завтра. – 2017. – 13 января.</p> <p>Автор: Валентина Корзунова</p>

		<p>программу «Чрезвычайное происшествие»! Не хочет об интеллектуальном и сложном слышать? Так задвинем культуру с наукой и техникой на задворки, да так, чтоб не пробилась невзначай! А кому не нравится – так, как говорила одна из знакомых редакторов: «Пишите заявление. Мы тут же на улице еще лучших журналистов найдем».</p> <p>И что уж греха таить, немало журналистов поддалось этой теории, мол, мейнстрим – так мейнстрим, куда деваться. Есть наказ – так будем давить коллег, чтоб забраться повыше, писать лишь то, что хочет прочитать большинство. Ни конфликтов, ни мыслей, ни духовности – вечный «Дом 2» в различных вариациях».</p>	
		<p>6. «В результате за годы так называемых экономических реформ многие СМИ превратились просто в фирмы и предприятия по зарабатыванию денег, ничем не отличающиеся от тех, конечной целью деятельности которых является получение прибыли. А журналисты – просто в работников, приносящих или не приносящих доход. Стоит ли удивляться тому, что чуть ли не единственным критерием оценки деятельности журналиста стал принцип: эффективен он или нет как работник. Стоит ли стыдить журналиста-работника и называть его действия аморальными, если в погоне за сенсацией или рекламодателем с одной единственной целью – доказать работодателю свою эффективность, естественно заработать и удержаться в фирме, он нарушил или преступил какие-то этические, порой мифические, нормы. Как можно требовать выполнения этих норм от журналиста, если распределение материальных благ в обществе идет по другим, далеко несоответствующим высоким моральным нормам, критериям. Полагаю, что мы должны дать себе отчет в том, что не может быть совершенных СМИ в несовершенном Обществе. СМИ – это зеркало</p>	<p>Журналистика или «пиар» // Журналист. – 2003. - №2. - С.65.</p> <p>Автор: Александр Коршунов, генеральный директор ЗАО "Калининградская правда".</p>

	<p>общества. А журналисты ведь не с луны к нам свалились и не в парниках выращиваются. Они граждане этого общества. Значит в этом обществе что-то не так. Поэтому, если мы хотим изменить наши СМИ, повысить моральную планку журналистов, давайте сообща думать об изменении этого общества. Единственное, что, на мой взгляд, должно оставаться незыблемым и не может быть ни при каких обстоятельствах нарушено - это мораторий на сведение счетов между журналистами на страницах или в эфире разных СМИ»</p>	
	<p>7. «Вот и в нынешний День печати премьер-министр России со свойственным ему юмором пошутил о деньгах. Потому что его об этом спросили на профессиональном празднике! Пресса идёт к тому, от чего пыталась пару десятилетий избавиться, — к полной зависимости от чиновников. Многие редакции, акционированные ведущими журналистами и начальством, были проданы новыми собственниками: сначала здания, потом честное имя. А там, где атака капитала (или стоящих за ним властных кланов) вызвала сопротивление, внедрялись агенты, которые могли и подделать документы. Поверьте, я мог бы назвать издания, но не хочу этого делать в память об их былом достоинстве. Что, естественно, вызвало ответную инициативу редакционных масс: скрытую рекламу, «джинсу», двурушничество, «заказуху». Хотя последняя, чаще всего, идёт через руководителей. И мимо кассы... Какое же это лукавство: говорить о путанице журналистики и пиара, журналистики и рекламы, журналистики и «заказухи»! Ведь это же всё смешение правды (хотя бы для пишущего) и неправды (явной и для пишущего). Откуда же взяться стремлению хотя бы к грамотности!»</p>	<p>День печали // Журналист. – 2017. – 06 февраля.</p> <p>Автор: Иосиф Гальперин</p>
	<p>8. «Руководители профессиональных СМИ находятся в замешательстве из-за конфликта между принципами профессиональной журналистики и</p>	<p>New York Times отдает журналистику на краудсорс //</p>

	<p>бизнес-интересами издательств. Повестку дня теперь определяет не пресса, а поисковые движки, алгоритмы новостных агрегаторов и социальных сетей, которые обладают многократно большей скоростью распространения информации, но катастрофически влияют на ее качество и достоверность. Попытки владельцев адаптировать работу издательских домов к новым условиям дистрибуции контента уже привели к громким конфликтам с коллективами редакций.</p> <p>Проблема не только в том, что алгоритмы определяют, о чем писать журналистам, но и в том, что они же определяют, что прочтет аудитория. Цензура становится интеллектуальной и почти незаметной: нет необходимости грубо воздействовать на журналистов, когда можно изменить алгоритм и таким образом определить, какой контент получит аудитория и какая оценка событий будет доминировать».</p>	<p>Газета.ru. – 2014. – 10 декабря.</p> <p>Автор: -</p>
	<p>9. «Но за все последние годы не было принято ни одного закона, постановления, облегчающего существование прессы, помогающего ей стать сильнее и самостоятельнее. Ни одного. Зато нововведений, ограничивающих журналиста и его редакцию, затрудняющих их работу, вводящих невыполнимые, проще сказать, дурацкие, абсолютно непрофессиональные и бессмысленные регламентации, — сколько угодно. В рамках действующих законов у нас не может выжить никто. Только за счет адресных благодеяний власти. И не случайно в бюджете страны из года в год строжайшим образом засекречивается статья о господдержке СМИ. Чтоб мы, не дай бог, не узнали, кому и сколько перепало. А те, кому не перепало, так и остаются один на один с ничем не сдерживаемыми монополиями (одна почта чего стоит!), ростом тарифов, налогов...»</p>	<p>«Времена» не выбирают...// Новая газета № 60. – 2017. – 06 июня.</p> <p>Автор: Павел Гутионтов, обозреватель</p>
	<p>10. «А журналистика вся вращается вокруг правды. Если правда существует, она, разумеется, может</p>	<p>По ту сторону журналистики // Новая газета № 54.</p>

		<p><i>соответствовать или не соответствовать чьим-то интересам, но она не может быть их следствием. Для фактов национальные и чьи бы то ни было интересы тем более безразличны. Поэтому журналисты часто, а во время войны тем более, оказываются в оппозиции к политикам в собственной стране: они работают на оси «правда—ложь», а не в плоскости «информация—дезинформация». Есть профессии, на время исполнения которых человек как бы утрачивает свою национальную и иную принадлежность. Это врач, которому нет дела до того, кто лежит на операционном столе. Такова же, в основе, профессия судьи, но ведь судей назначают и смещают политики — потому они редко выдерживают свою профессию до конца. То же и пропагандисты, дорожащие фактами меньше, чем своим местом под солнцем власти: для них вопрос о правде и лжи — «вообще ни о чем»».</i></p>	<p>– 2016. – 23 мая.</p> <p>Автор: Леонид Никитинский, обозреватель</p>
3.	Нацеленность СМИ на развлечение	<p>1. <i>«У меня бывают реальные моменты профессионального краха и некоторой степени разочарования (уж не знаю в ком – в себе или в аудитории). Когда я вижу, что статья на тему, которая мне кажется крайне актуальной, набрала не больше 300 посетителей. Тем не менее, я всегда задаю себе вопрос, должны ли мы – журналисты – исполнять сервильную функцию и доставлять аудитории только те темы, которые интересны ей. Либо мы в некоторой степени всё же воспитываем своего читателя/зрителя/слушателя и несём ответственность за его мировосприятие. И в таком случае нам нужно искать сложные, социально важные темы и стараться их выяснять».</i></p> <p>2. <i>«Конечно, вести новости топless – чересчур, но если люди ждут развлечений, то надо дать им то, что они ждут».</i></p> <p>3. <i>«Знаете ли вы, что талия британской</i></p>	<p>Правила журналистов: Достоверность, актуальность и значимость – критерии выбора темы // Mediakritika.by. – 2014. – 10 ноября.</p> <p>Авторы: Ольга Черных.</p> <p>Интервью с Павлом Боболовичем – специальным корреспондентом польского RadioWnet в Украине</p> <p>Скучно и неправда // Mediakritika.by. – 2015. – 17 июля.</p> <p>Автор: письмо в редакцию от читателя</p> <p>Сарафанно-</p>

		<p><i>супермодели Наоми Кемпбелл составляет 70% объема ее бюста и 76% объема ее бедер? И что кофе нужно готовить не позднее, чем через двадцать минут после размола зёрен? И что в летнем сезоне наступившего года будут модны сарафаны с лифами определенного покроя, подчеркивающими то, что надо? Или вот что предсказывает на сегодня астролог. Или...</i></p> <p><i>Множество подобных сведений (язык не поворачивается назвать их информацией) можно почерпнуть, если регулярно слушать наши FM-радиостанции. С утра до вечера заполняют они эфир пустопорожней болтовнёй вперемешку с вездесущей рекламой и популярной музыкой, часто – не самого высокого пошиба».</i></p>	<p>ресторанное радио // Mediakritika.by. – 2013. – 14 января.</p> <p>Автор: Эдуард Мельников</p>
		<p>4. <i>«Теперь же главным становится репортёр. Тот, кто, скажем, быстрее всех найдет родственников людей, погибших в катастрофе, и успешнее их расспросит о тайнах жизни умерших, желательно, раскрывая при этом какой-нибудь семейный скандалчик, чтоб публике было что посмаковать. Но не тот, кто станет задаваться вопросом – нравственно ли зарабатывать на памяти ушедших, морально ли превращать трагедию в шоу. Не тот, кто станет взывать к совести. Такому публицисту живо укажут на место, мол, народ требует хлеба и зрелищ! А так как народ кормит СМИ, то задача сотрудника - потрафлять чаяниям, иначе – брысь на улицу, пополняй ряды безработных совестливых чудаков и не мешай зарабатывать деньги».</i></p>	<p>Чего изволите-с? или Какая журналистика нам нужна // Завтра. – 2017. – 13 января.</p> <p>Автор: Валентина Корзунова</p>
		<p>5. <i>«Раньше доставляли информацию. Стремилась не уронить, не пролить, не сквасить по дороге. На том стояла журналистика. Теперь информация должна доставлять, иначе она никому не нужна. Для тех, кто в танке, поясню: в последние годы слово «доставлять», особенно в нашей молодёжной среде, в отличие от среды, а то и четверга замшелых старикашек, означает «приносить удовольствие». Смешить. Удивлять. Соответствовать</i></p>	<p>Когда информация доставляет // Журналист. – 2016. – 01 октября.</p> <p>Автор: Владимир Мамонтов</p>

		<p>ожиданиям.</p> <p>Впрочем, старикашки тоже постарались. Помнится, был у нас период, когда любимым словом стало сложносоставное «инфотейнмент». Развлечение посредством информирования. Заметочка не выходила без броского заголовка, из неё выставлялись на мороз все ненужные подробности, она уснащалась врезками, лидами, фотками. На том пути было много побед и перегибов на местах, но в целом на концепции до сих пор существуют популярные средства массовой информации.</p> <p>Они приучили читателя, что смысл события будет очищен, подан в завлекательной форме, разжёван, только проглоти. И преуспели: тираж, реклама, доходы, народная любовь — всё путём. Побочным эффектом такой заботы о читателе стал тот прискорбный факт, что выросло поколение, не умеющее считать смысл из неоформленного массива «букав». Не воспринимает мало-мальски развёрнутого текста. Ему присуще пресловутое клиповое сознание и так далее».</p>	
		<p>6. «Многие «СМИшные люди» решили, что публике интересны грязь и скандал любой ценой. А вот обломилось! Публика вдруг превратилась в общество, которое восстало против эфирной мерзости. Думаю «смехачи» слегка удивились, поскольку действовали по правилу «информируя — развлекай». А уж как — это у кого на что умения хватает. Такому типу журналистов нужен рейтинг (они ведь не святым духом питаются). Есть спрос на скандалы? Безусловно. Спрос рождает предложение. Где же та грань, за которой появляется табу? Что этому читателю, слушателю, зрителю нужно? Не -угодишь!»</p>	<p>Предотвращение отвращения // Журналист. – 2016. – 07 июня.</p> <p>Автор: Дарья Сухачёва</p>
		<p>7. «В «ящике», как и в базарной склоке, побеждает не сильнейший и умнейший, а самый крикливый, самый бессовестный, тот, кому хоть плюй в глаза... Да и сами так называемые общественно-политические дискуссии все больше</p>	<p>Беспредельно свободному ТВ требуются для декорации достойные люди // Новая газета № 35.</p>

		<i>напоминают ток-шоу для домохозяек, где цель — поиск истины — ничто, а средство — базар-вокзал — всё. Шумим, братец, шумим, а про что шумим, не скажет и сам братец».</i>	– 2012. – 29 марта. Автор: Ирина Петровская, обозреватель
		<i>8. «Человек с таким типом сознания хоть и не сидит на барщине и не голодает, но мне упорно напоминает средневекового человека, нового крепостного, который не ориентируется в реальности самостоятельно и зависит от того, чему его научат и что ему объяснят»</i>	Убить журналиста // Российская газета. Федеральный выпуск № 7044. – 2016. – 09 августа. Автор: -
4.	Тенденция к раздуванию сенсаций и конфликтов в СМИ	1. <i>«Но в данном случае интересна сама постановка вопроса. Ведь, думаю, многие из моих коллег замечали: негативные, «нагнетающие» новости и статьи пользуются у аудитории СМИ намного большей популярностью, чем сообщения с позитивным окрасом».</i>	Главная проблема «хороших» новостей // Mediakritika.by. – 2015. – 17 июня. Автор: Денис Лавникевич, журналист, обозреватель, специалист в области Public Relations.
		2. <i>«Теория развивающейся экстремальной ситуации и сопутствующего ей информационного голодания была сформулирована мной еще в начале нулевых, когда подобные истории были, увы, регулярными. Теория очень простая и подтверждающаяся каждый раз: в самом начале развития экстремальной ситуации, в первые два-три часа, спрос на информацию просто чудовищный. Все хотят знать подробности, а подробностей нет. Их нет вообще, в принципе, просто потому, что никто еще ничего не знает. Профессионализм журналистов здесь ничего не значит — до места развития ситуации еще надо доехать, а от находящихся ближе к месту ответственных лиц никакой информации не получить, потому что у них ее тоже нет. Растущий спрос на отсутствующую информацию порождает великое напряжение. В какой-то момент разряжение информационного вакуума преодолевает критическую отметку, и</i>	Жизнь интереснее смерти. О новостях, которые вызывают омерзение // Lenta.ru. – 2016. - 27 декабря. Автор: Максим Кононенко

		<p><i>пузырь благоразумности лопается. И через образовавшийся разрыв пустота взрывообразно всасывает в себя все. Любой информационный мусор»</i></p> <p>3. «Новости – это эмоциональное восприятие и традиционные представления в равных пропорциях. Соответственно, процесс распознавания новости в потоке событий реальной жизни тесно связан с интуицией журналиста, его опытом и увлеченностью своей профессией и той или иной темой. Однако эти же факторы позволяют журналисту при желании и формировать новости «под себя». А это уже фактор добросовестности – весьма зыбкой материи, надо признать»</p>	<p>Откуда берутся ложные новости? // Mediakritika.by. – 2015. – 30 марта.</p> <p>Автор:</p>
5.	<p>Приоритет оперативности над точностью</p>	<p>1. «Время – главный враг журналиста. Ну и конечно, не буду скрывать, что очень важна скорость передачи информации. Это один из элементов моей работы. Я, конечно, хотел бы считать, что я не подвластен погоне за сенсацией, за информацией, но, к сожалению, действительность такова, быстрая передача любой информации – это важный элемент нашей работы. Так как позволяет получить достаточно быстро реакцию аудитории, что даёт мне возможность понять, какая тема будет в последствии наиболее интересна».</p> <p>2. «Если хотите о чем-то написать, сделайте это быстро. Не напишите вы, напишет кто-то другой. А даже если не напишет, то, поверьте, ни одна тема не становится лучше, «отлежавшись». Увы, глубокое осмысление – не наш удел. Нам нужна «правда жизни» в ее бешеном каждодневном потоке. Мы как бы стоим «на конвейере». В постоянном движении, стараясь ничего не пропускать».</p> <p>3. «В идеале мы тоже должны найти источник, определить его надёжность, а после извлечь из него факты,</p>	<p>Правила журналистов: Достоверность, актуальность и значимость – критерии выбора темы // Mediakritika.by. – 2014. – 10 ноября.</p> <p>Автор: Ольга Черных.</p> <p>Интервью с Павлом Боболовичем – специальным корреспондентом польского RadioWnet в Украине</p> <p>Пишите быстро, правдиво и с любовью // Mediakritika.by. – 2014. – 21 августа.</p> <p>Автор: Янина Мельникова.</p> <p>Из интервью с редактором газеты «Туризм и отдых» Лилией Кобзик.</p> <p>Откуда берётся история? // Журналист. – 2017.</p>

		<p>проверить и интерпретировать их. Но часто довольствуемся лишь получением фактуры, а на остальное времени нет. Результаты бывают плачевны, особенно в статьях об исторических открытиях. Брак в них возникает по трём основным причинам:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Слепое доверие к источнику. • Элементарная лень. • Сознательная дезинформация». 	<p>– 21 апреля.</p> <p>Автор: Павел Виноградов, корреспондент газеты «Секретные материалы XX века», писатель, историк</p>
		<p>4. «Журналист, который не владеет профессиональным мастерством, не подготовлен, не защищён, скорее передаст неточную, а иногда и просто ошибочную информацию, подчас безо всякого злого умысла. Часто фейки попадают в эфир или в печать просто от нехватки времени — требуется быстрая информация, нет времени на проверку, на поиск оригинальных фотографий, на доработку... Известные случаи, когда по разным каналам СМИ разных стран кочевали одни и те же кадры, попавшие из архива, сопровождающие современный репортаж об актуальных событиях, — результат такого положения дел. Кризис в экономике побудил сократить дорогостоящие корпункты и высокопрофессиональный персонал во многих СМИ, даже освещение конфликтов часто осуществляется посредством компиляции».</p>	<p>Как противостоять дезинформации // Журналист. – 2016. – 07 июня.</p> <p>Автор: Надежда Ажгихина</p>
6.	<p>Доверие анонимным источникам и информации, которую нельзя проверить</p>	<p>1. «Рерайтерская журналистика. Все друг у друга «берут» новости. Кто-то первый что-то узнал, написал, а все остальные поставили у себя новость со ссылкой. А ведь СМИ может ошибиться. Очень важно найти источник, который пусть и то же самое скажет — но вам. А вдруг какая-то новая эмоция появится? В таком случае мы создадим «добавленную стоимость» к уже известной информации, а в этом и заключается работа журналиста».</p>	<p>Правила журналистов: Не доказал – не утверждай! Не опроверг – не отрицай! // Mediakritika.by. – 2015. – 17 апреля.</p> <p>Автор: Анна Шафелюк. Интервью с редактором KYKY.ORG Павлом Свердловым</p>
		<p>2. «И в этот момент наиболее остро встают два вопроса: откуда там берутся новости и насколько они</p>	<p>Откуда берутся ложные новости? // Mediakritika.by. –</p>

	<p>достоверны. Политологи нередко используют термин «эмпирическое болото». В реальной жизни постоянно что-то происходит. События, изменения, явления реальной жизни мы по традиции относим к новостям. Однако такие новости из реальной жизни – в ситуации, когда «у истока» не стоит журналист (как на пресс-конференции) – это, скорее, результат наблюдений очевидцев, сделанных непосредственно на том месте (или в той ситуации), где что-то произошло. Со всеми пробелами, искажениями, недочетами и субъективизмом восприятия.</p> <p>И здесь принципиально важно то, как выглядит цепочка передачи новостей. Если происходит событие общенационального значения, то журналисты, как правило, начинают освещать его с самого начала, что придает информационным сообщениям достоверность. Однако, чем важнее или трагичнее новость, тем больше вероятность того, что те же журналисты будут использовать в качестве источников информации широкий круг очевидцев и «очевидцев», – и тут начинаются те самые искажения, о которых мы уже говорили».</p>	<p>2015. – 30 марта.</p> <p>Автор: Денис Лавникевич, журналист, обозреватель, специалист в области Public Relations.</p>
	<p>3. «Всегда важно знать, почему вы получили информацию. Самое главное всегда задавать себе вопрос, почему мне это рассказали, и как я могу это доказать. Потому что ни для кого не секрет, что иногда мы можем стать жертвой какого-то слива, если информацию нам передают по какой-то причине. Очень важно всегда внимательно относиться к источнику и содержанию информации. Чтобы понять, использовать её или нет. Вряд ли кому-то из моих коллег захочется стать жертвой дезинформации, вбросов и сливов. В журналистике, как и в работе сапёра, ошибиться можно один раз. Потом очень сложно восстановить свою репутацию и доброе имя, если это вообще возможно».</p>	<p>Правила журналистов: Хладнокровие и ясный рассудок // Mediakritika.by. – 2014. – 13 ноября.</p> <p>Автор: Ольга Черных. Интервью с Севгиль Мусаевой, редактором онлайн-издания «Украинская правда».</p>
	<p>4. «Давайте рассмотрим порочный, и в</p>	<p>Утверждают, что</p>

		<p><i>то же время очень знакомый, круг. Сначала в социальных сетях или где-либо еще онлайн появляется определенное утверждение. Один или несколько новостных сайтов решают его перепечатать. Некоторые (с целью привлечь больше кликов и «расшиариваний») пишут заголовок, который дает понять, что сказанное – правда. Другие используют более осторожные формулировки, такие как «якобы» или «вероятно». После того как пресса признала утверждение достойным доверия, его перепечатывают другие новостные сайты со ссылкой на сайты, решившие перепечатать его ранее. В конце концов первоисточник теряется в массе взаимосвязанных новостей, немногие (если вообще какие-либо) из которых добавляют к сообщению контекст либо журналистский контент»</i></p>	<p>слухи важнее достоверности? // Mediakritika.by. – 2015. – 05 марта.</p> <p><i>Автор:</i> Мария Садовская-Комлач, журналист-международник. Из отчета Центра цифровой журналистики Колумбийского Университета Крейга Сильвермана.</p>
		<p>5. <i>«Такая проблема есть: приходит герой – дает интервью или текст, и его размещают, не проверяя достоверность. Но ведь людям нужно верить, если не верить – как жить? И у меня были случаи, когда меня, как бы, заставляли обманывать читателей. Ну, или не обманывать, то вводить в заблуждение. И я всегда переживал по этому поводу и прекращал общение с людьми, которые меня так «подставили». Я стараюсь избегать этого. Но исключить совсем не получается. Ни у кого не получается. Нет-нет, да и просочится маленький обман, который, в принципе, не очень страшен, пока не перерастет в большую ложь».</i></p>	<p>Не грамматика портит текст, а ложь // Завтра. – 2017. – 05 мая.</p> <p><i>Автор:</i> Виктор Власов</p>
		<p>6. <i>«Помните: не каждый источник имеет одинаковый вес. Незванный, анонимный, неавторитетный всегда весит меньше, чем названный: с именем, с должностью и фактами биографии, имеющими отношение к делу. Если кто-то отказывается выступить открыто, мне должны объяснить: почему?»</i></p>	<p>Как противостоять манипуляторам нашим сознанием? // Новая газета № 35. – 2014. – 02 апреля.</p> <p><i>Автор:</i> Денис Гуцко. Из интервью с экспертом по новостной</p>

			грамотности Владимиром Колодкины
7.	Фейковость современной информационной среды	<p>1. <i>«Что такое пост-правда? В узком значении под «пост-правдой» понимают намеренное использование политиками заведомо ложной информации, которая, будучи уже опровергнутой, тем не менее продолжает использоваться внутри политической стратегии».</i></p> <p><i>«Когда мы говорим о пост-правде в этом контексте, то мы отличаем ее от дезинформации и диффамации, которые существовали всегда. Потому как одно дело, когда дезинформация и диффамация осуществляются одноразово, а затем происходит разоблачение или конфликт, и они прекращают существовать».</i></p> <p><i>«Новизна пост-правды в том, что она не прекращает свое существование, и продолжает транслироваться».</i></p> <p><i>«Наступила эпоха сетевой недостоверности. Погружения в сновидение, в котором ничто не правда, все возможно».</i></p>	<p>Эпоха сетевой недостоверности как бесконечная эксплуатация эмоций // Mediakritika.by. – 2017. – 04 апреля.</p> <p><i>Автор:</i> Мельникова Янина. Конспект выступления российского журналиста и политолога Александра Морозова.</p>
		<p>2. <i>«Для нас, журналистов, каждый такой фейк – вызов, проверка на профессионализм, постоянная тренировка и прокачивание «скилов», постоянный тест наших способностей проверять факты. Не доверять на слово любым экспертам, не соглашаться с даже самыми громкими и самыми увесистыми аргументами. Ставить все под сомнение, задаваться вопросом «правда ли то, что я слышу и даже вижу?»</i></p> <p><i>Но еще более важно в фейках то, что они заставляют задуматься потребителей над тем, что такое качественный информационный продукт. Прекратить слепо доверять любым информационным сообщениям, постоянно задаваться те же вопросом: «Правда ли это?»</i></p> <p><i>Строго говоря, фейки отчасти выполняют задачу повышения уровня критичного восприятия медийных сообщений, а значит работают на медиаграмотность как таковую».</i></p>	<p>Колонка редактора: С надеждой на фейки // Mediakritika.by. – 2017. – 06 июня.</p> <p><i>Автор:</i> Янина Мельникова, руководитель проекта Mediakritika.by</p>

		<p>3. «Сообщает об этом известное информационное агентство. Скромно оговорившись, что им самим проверить информацию не удалось, но дает ссылку на источник – какой-то более мелкий информационный ресурс. А те в свою очередь – еще на какой-то. Пока в конечном итоге первоисточник не сводится к ОБС. Была раньше, еще в СССР, такая аббревиатура. Расшифровывалась как «одна бабка сказала»»</p> <p>«в мире социальных сетей, многим начало казаться, что каждый может быть журналистом»</p> <p>«Сегодня десятки СМИ сутками напролет бомбардируют людей, причем часто одной-единственной точкой зрения. «Если все говорят одно и то же – значит, это правда!» – вот что понимает беззащитный народ».</p>	<p>Блеф-нюс // Московский комсомолец №26656. – 2014. – 22 октября.</p> <p>Автор: Джузеппе Д’Амато</p>
8.	<p>Снижение профессионализма у журналистов</p>	<p>1. «Новости – это эмоциональное восприятие и традиционные представления в равных пропорциях. Соответственно, процесс распознавания новости в потоке событий реальной жизни тесно связан с интуицией журналиста, его опытом и увлеченностью своей профессией и той или иной темой. Однако эти же факторы позволяют журналисту при желании и формировать новости «под себя». А это уже фактор добросовестности – весьма зыбкой материи, надо признать».</p> <p>2. «Помехи возникают на всех этапах коммуникации. На стадии производства информации они могут создаваться недостаточно глубоким изучением материала и, следовательно, низким качеством добытых фактов. Всё то, что описывалось нами как неотъемлемое качество «настоящих» фактов, как составляющие формулы объективности, можно ведь рассматривать и «от противоположного» - что бывает, если не делать правильно. Низкое качество добытой информации - это не полностью или неточно отраженные противоречия, низкая репрезентативность фактов и, как</p>	<p>Откуда берутся ложные новости? // Mediakritika.by. – 2015. – 30 марта.</p> <p>Автор: Денис Лавникевич, журналист, обозреватель, специалист в области Public Relations.</p> <p>Помехи, шумы, барьеры... // Mediakritika.by. – 2014. – 04 мая.</p> <p>Автор: Эдуард Мельников</p>

		<p>следствие, — сохранение высокой энтропии (неопределенности) после того, как они опубликованы. Помехи при производстве фактов могут создаваться по причине низкой квалификации сотрудников СМИ, а могут быть специальной продукцией СМИ, призванной создать вместо объективной информации имитирующие ее шумы».</p>	
		<p>3. «За время учебы журналистов заставляют прочесть бездну классической литературы – но не обучают грамотно работать со статистическими данными. В результате многие коллеги с легкостью попадают в ловушки, расставленные теми, кто не Льва Толстого читал, а математику штудировал. Известная медиа-легенда гласит: в первые годы существования российской деловой газеты «КоммерсантЪ» в нее принципиально не брали на работу выпускников журфака. Причина – вовсе не то, что в вопросах экономики, бизнеса, они разбираются слабо. А в том, что люди экономически грамотные – собеседники таких журналистов – с легкостью манипулировали ими, с цифрами в руках доказывая, казалось бы, совершенно абсурдные вещи. Выпускники журфака могут профессионально подготовить новость, описать свою поездку в благополучный или не очень колхоз, выжать из читателя слезу рассказом о многолетней матери-одиночке. Их этому учили. Но они совершенно теряются, столкнувшись с элементарной статистикой или, скажем, с годовым отчетом о деятельности предприятия. Они просто не знают, как работать с такими данными. А люди, которые знают, так «помогают» им разобраться, что потом получают публикации ровно с той информацией, которая им выгодна»</p>	<p>Цифры: почему журналистами так легко манипулировать // Mediakritika.by. – 2014. – 18 ноября.</p> <p>Автор: Денис Лавникевич, журналист, обозреватель, специалист в области Public Relations.</p>
		<p>4. «У Михаила Афанасьевича квартирный вопрос людей испортил, у нас – капитализм. В общем – никто не виноват. Зачем сопротивляться, когда плыть по течению удобнее? Зачем</p>	<p>Чего изволите-с? или Какая журналистика нам нужна // Завтра. – 2017. – 13 января.</p>

	<p><i>нагружать мозги, когда можно питаться интеллектуальной размазней? Зачем гнить на нерчинской каторге Чернышевским, когда можно успешно жить средним писателем в «Московских ведомостях» у Каткова?</i></p> <p><i>Обыкновенная леность возносится на уровень добродетели, а сопротивление среде низводится на уровень смешного и странного, словом, не заслуживающим внимания «правильного человека».</i></p> <p><i>А отсюда маленький шагжок в сторону превращения человека разумного в человека-функцию. Ведь так жить гораздо проще, экономически выгоднее и энергетически менее затратно. По сути, ведь функция не живет, а осуществляет программу, заложенную создателем. Ей не надо думать, за неё уже всё решили, её задача - достойно реализовывать алгоритм. Этакая воплощенная наяву идея писателей-фантастов: мир человечков-функций, где каждый представитель профессии максимальным образом предназначен для выполнения своей задачи.</i></p> <p><i>Точно так же назначено место журналисту-функционеру. Он станет лишь вариантом ретранслятора событий, но никак не их толкователем, аналитиком, по меньшей мере, активным соучастником, который, возможно, вопреки собственному благополучию вяжется в борьбу за интересы героя своей публикации».</i></p>	<p>Автор: Валентина Корзунова</p>
	<p>5. <i>«Сегодня, благодаря распространению в мире социальных сетей, многим начало казаться, что каждый может быть журналистом. Конечно, каждый человек может начать, к примеру, лечить себя и даже соседа (если сосед не против), но все-таки он не врач. Если болезнь серьезная, неизвестно, чем дело закончится. То же самое с журналистикой.</i></p> <p><i>Как говорил мой научный руководитель в аспирантуре академик Сигурд Оттович Шмидт, умение найти первоисточник (тогда был исторический, сейчас — информационный) и особенно его проверить является сложным навыком, которым обладают только</i></p>	<p>Блеф-ньюс // Московский комсомолец №26656. – 2014. – 22 октября.</p> <p>Автор: Джузеппе Д’Амато</p>

	<p><i>специалисты. Может ли врач прописать пациенту курс лечения без хотя бы элементарных анализов? Так и с информацией: чтобы докопаться до правды, требуется время, опыт, знание мест и людей. А в мире, где массам и пятнадцать минут скучно без новостей, где жаждут экстрима и сенсационных событий, это становится невозможно. Отсюда такое явление, как «одноразовая информация».</i></p> <p><i>Кроме того, в последние годы и в России, и на Западе, при сокращении журналистских коллективов (закрывании корпунктов) и распространении Интернета, выросло поколение журналистов, сидящих за компьютерами — без малейшего опыта репортерской работы на улице. Они не понимают, как сложно найти и проверить информацию. Да этого от них уже и не требуется: газеты издыхают в гонке за виртуальным миром. Вот еще одна причина кризиса — читатели все меньше покупают своих любимых ежедневных изданий, так как могут бесплатно найти, как им кажется, «достоверную информацию» в Интернете».</i></p>	
--	---	--