

ДЕЗИНФОРМАЦИЯ В МАСС-МЕДИА В ЭПОХУ ПОСТ-ПРАВДЫ

Д.А. Макурова

*Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена,
г. Санкт-Петербурга, Россия*

В статье рассматривается актуальное для современных исследований в области медиа-лингвистики, политической лингвистики, когнитивной и прагматической лингвистики понятие дезинформации. Описывается роль и место дезинформации в современном масс-медийном дискурсе в контексте так называемой эпохи пост-правды, в которой стираются границы между правдой и ложью, возникают когнитивные иллюзии, возрастает степень неопределенности в социуме, а объективные факты подменяются субъективными оценками и мнениями. Дезинформация при этом понимается как передача заведомо ложного знания как истинного или истинного знания как ложного. Адресант руководствуется дезинформирующей интенцией – ввести адресата в состояние заблуждения и для оказания дезинформирующего воздействия посредством различных языковых средств мастерски реализует различные стратегии, в частности, стратегии искажения и утаивания информации.

Ключевые слова: масс-медиа, постправда, дезинформация, ложная информация.

Введение

«Во времена обмана говорить правду – это революционный акт». Невозможно не согласиться с данным высказыванием, которое ошибочно приписывается Дж. Оруэллу, вводя в заблуждение широкий круг пользователей сети Интернет. Между тем авторство этого высказывания до сих пор никем не было подтверждено или опровергнуто, однако по-прежнему ретранслируется в масс-медиа. Данное явление весьма наглядно, как представляется, отражает ту информационную ситуацию, которая получила широкое распространение в современном социуме и определяется как «ситуация пост-правды».

Неологизм «постправда», изначально ассоциировавшийся с политикой популизма в США и встречавшийся в словосочетаниях «политика пост-правды», «общество пост-правды», со временем превратился в своеобразный модный термин и стал обозначать «обстоятельства (условия), при которых объективные факты имеют меньшее влияние на формирование общественного мнения, чем апелляции к эмоциям и личным убеждениям» [14], а «правда» стала определяться как нечто «всегда неуловимое, эфемерное и оспоримое», как знание, основанное на личных чувствах и субъективном опыте, а также на доверии к тем, кто это знание воспроизводит [13, с. 4].

Пост-правда сегодня, по мнению исследователей, это «такая деструкция и трансформация социальной и политической реальности, при которой происходит инверсия семантики происходящего, возникают когнитивные иллюзии, распространяются «псевдоновости», создатель которых не несет за это никакой ответственности, а преследует определенные цели и коррелирует их с эмоциональным настроением целевой аудитории» [5, с. 51].

В контексте общества пост-правды акцент смещается с представления объективной информации на передачу информации субъективной, содержащей оценочные интерпретации автора, вследствие чего эмотивное пространство масс-медийных текстов становится шире пространства денотативного. Данная установка и ее реализация соотносится с популярным сегодня в масс-медиа психолингвистическим приемом «фасцинации» (от англ. *fascination* – очарование) для оказания воздействия на реципиента с целью привлечения, развлечения, удержания его внимания. В классическом психологическом толковании суть фасцинации определяется как «специально организованное вербальное воздействие, предназначенное для уменьшения потерь семантически значимой информации при восприятии сообщения реципиентами, за счет чего повышается возможность ее воздействия на их поведение» [6, с. 426]. Иными словами, приемы фасцинации используются адресантом в акте коммуникации для усиления воздействия на адресата с целью восприятия, понимания и освоения им сообщаемой информации.

В эпоху постправды, отмечают исследователи, размываются границы между правдой и ложью, истина теряет свой аксиологический статус, а дезинформация используется в качестве эффективного средства воздействия и манипулирования общественным мнением.

Дезинформация, ложь и обман

Дезинформация традиционно понимается как «передача (объективно) ложного знания как истинного или (объективно) истинного знания как ложного» [7, с. 83]. Дезинформация коррелирует с такими понятиями, как ложь и обман. Однако эти понятия не являются синонимами.

Так, под ложью понимается психосоциологический словесный акт воздействия, при помощи которого человеку пытаются внушить некое верование, не соответствующее истине [2], это «сознательное искажение знаемой истины» [8, с. 20–21], умышленная передача сведений, не соответствующих действительности. Обман, в отличие от лжи, представляет собой полуправду, сообщенную партнеру с расчетом на то, что он сделает ошибочные выводы из полученной информации [3]. Иными словами, различие между двумя понятиями заключается в следующем: ложь направлена на изменение референтного компонента знания адресата, а обман – это намеренная полуправда, умышленное утаивание каких-то сведений или событий. В обмане нет прямых искажений истины, они появляются в сознании человека как результат ошибочных заключений из правдивой информации.

Дезинформация в современных исследованиях часто трактуется как способ «манипулятивного воздействия, осуществляемого путём искусного использования определённых ресурсов языка с целью скрытого влияния на когнитивную и поведенческую деятельность адресата» [4, с. 25].

Дезинформация – интенциональна, и, независимо от того, какой целью руководствуется адресант, он сознательно и намеренно вводит в заблуждение другого, оказывает на него ложное ориентирующее воздействие, рассчитывая на изменения его концептуальной картины мира и ожидая от него определенную поведенческую реакцию. Суть дезинформационной интенции заключается в стремлении адресанта ввести адресата в состояние заблуждения, которое проявляется в несовпадении или несоответствии имеющейся у адресата оценки знания как истинного или ложного с той, которая сообщается адресату.

Таким образом, ключевыми компонентами значения дезинформации являются «интенциональность», «заблуждение» и «манипулирование».

Дезинформация в масс-медиа

Дезинформация, как и любое манипулятивное воздействие, носит не явный, а скрытый, имплицитный характер. При оказании скрытого дезинформирующего воздействия адресант дезинформации (пресса, телевидение, социальные сети и другие масс-медиа) преследует двойственную цель. С одной стороны, реализуется коммуникативная интенция сообщить о положении дел в реальной действительности. С другой стороны, адресант нацелен на трансформирование картины мира массового адресата, на создание у него такого образа события и отношения к нему, которые были бы выгодны адресанту и соответствовали его намерениям, что объясняет выбор адресантом соответствующих манипулятивных кооперативных и некооперативных стратегий, тактик и приемов, а также актуализацию различных имплицитных семантических приращений.

К стратегиям скрытого дезинформирующего воздействия, которыми руководствуется дезинформатор и которые будут рассмотрены ниже, можно отнести стратегию утаивания нежелательной информации и стратегию искажения информации.

Реализуя ту или иную стратегию, дезинформатор может иметь как кооперативную, так и некооперативную установку. Выбор установки детерминирован интенциями дезинформатора, а также сложившейся социально-политической обстановкой.

Искажение информации часто связано с несоблюдением максим качества, количества, способа и др. (Г.П. Грайс) и реализуется посредством таких тактик, как подтасовка фактов, перенос ответственности на третье лицо, подмена понятий или смещение понятия по семантическому полю, некорректные сравнения, нарушение причинно-следственных связей, представление ложной или неточной, неподтвержденной информации под видом объективной и верифицированной [1].

В качестве примера искажения информации в масс-медиа с целью дезинформирования реципиентов приведем официальные публичные заявления Дональда Трампа, получившие широкое распространение в СМИ, о произошедшей в начале января 2020 года ракетной атаке Ирана по военной базе США на территории Ирака.

We were very happy when we learned, not only weren't any – nobody was killed, but nobody was even hurt, and they landed in areas that were very good, as far as I was concerned [9].

I'm pleased to inform you: The American people should be extremely grateful and happy no Americans were harmed in last night's attack by the Iranian regime. We suffered no casualties, all of our soldiers are safe, and only minimal damage was sustained at our military bases [11].

Iran went in, and they hit us with missiles. Shouldn't have done that, but they hit us. Fortunately for them, nobody was hurt, nobody was killed. Nothing happened. They landed — and very little damage even, to the base [12].

В условиях военного конфликта Трамп в своих публичных выступлениях руководствуется кооперативной установкой, что объясняется намерением ввести граждан своей страны в заблуждение относительно количества жертв бомбардировки с целью сохранения спокойствия внутри страны. Эффективность дезинформирующего воздействия на массового адресата достигается в данных случаях за счет: 1) повторения ключевых слов или их синонимов (*nobody was hurt, nobody was killed; minimal damage, very little damage*); 2) использования количественных прилагательных, прилагательных количественной оценки (*minimal damage – very little damage*); 3) употребления слов с положительной коннотацией (*all of our soldiers are safe; very happy, grateful and happy*)

и слов-интенсификаторов (*extremely grateful and happy*) и др.

Умолчание (утаивание) фактов действительности позволяет скрыть то, что информатор не желает сообщать в целях сохранения своего позитивного лица или гармоничных отношений с массовой аудиторией, а также в целях соблюдения социальных норм и конвенций, присущих американской лингвокультуре.

Утаивание информации проявляется в нарушении максимы количества – в недоговоренности, сокрытии определенных, как правило, нежелательных фактов. За адресантом остается право дозировать информацию, которую он передает массовому адресату, а также выбирать выгодный для этого момент.

Амир Али Хаджиаде, иранский военачальник, командующий ВВС, на одной из пресс-конференций, посвященных обсуждению ирано-американского конфликта и, в частности, гибели пассажиров гражданского украинского самолета в результате ракетной атаки, на вопрос о необходимости введения ограничений на вылеты из страны в условиях военного положения, отвечает следующее:

We requested for several times that the country's airspace be cleared of [civilian] flights. At the Alert Level 3, this is normal; such requests are made; well our dear brothers didn't follow up the issue *for certain considerations*. So, the planes fly despite the wartime situation [10].

В данном фрагменте выступления реализуется стратегия утаивания нежелательной информации с целью дезинформирования. Военный политик сообщает, что незадолго до катастрофы был отдан указ, запрещающий вылет пассажирских самолетов из Ирана, однако не указывает на прямую причину невыполнения указа (*didn't follow up the issue*). Вместо этого посредством эвфемистической фразы, содержащей прилагательное с семантикой неопределенности (*for certain considerations*), он дозирует количество информации для аудитории масс-медиа.

Как следует из примеров, оказывая дезинформирующее воздействие на сознание массового адресата адресант-дезинформатор руководствуется определенной установкой и выбирает стратегии и тактики исходя из намерения ввести в заблуждение посредством умолчания, дозирования информации, искажения фактов и др.

Заключение

Феноменом современного медиапространства стала дезинформация, которая, создаваясь в интересах отдельных организаций и лиц, распространяется по каналам масс-медиа, вводя в заблуждение массовую аудиторию – читателей периодических изданий, зрителей телевизионных передач, пользователей сети. Поскольку причиной возникновения заблуждений зачастую является отсутст-

вие полной и верифицированной информации у населения или дефицит информации вообще, в условиях острых социальных проблем и кризисов стратегии дезинформации становятся ключевым механизмом воздействия на аудиторию масс-медиа. Данные стратегии особенно эффективны в рамках информационно-психологических войн, где дезинформация выступает технологией манипулирования общественным сознанием с целью дискредитации оппонента, создания образа врага или с целью сохранения спокойствия и целостности внутри своей страны, создания положительного образа государства, власти и ее представителей. Иными словами, адресант-дезинформатор избегает описания актуальной действительности по ряду причин, сводящихся к одному мотиву: это в его интересах. При этом адресат исходит из установки, что передающаяся по масс-медиа информация, как правило, имеет высокий кредит доверия и, как следствие, будет воспринята им без должного критического осмысления.

Литература

1. Гурочкина, А.Г. Скрытые формы речевого воздействия в не прямой коммуникации / А.Г. Гурочкина // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. – 2019. – № 192. – С. 46–52.
2. Дюпра, Ж. Ложь / Ж. Дюпра; пер. с франц. Д.И. Соловьева. – М.: Изд-во СГУ, 2008.
3. Знаков, В.В. Неправда, ложь и обман как проблемы психологии понимания / В.В. Знаков // Вопросы психологии. – 1993. – № 2.
4. Копнина, Г.А. Речевое манипулирование: учеб. пособие / Г.А. Копнина. – 4-е изд., испр. – М.: Флинта, 2012. – 170 с.
5. Кошкарова, Н.Н. На пути к правде, ведущем ко лжи: феномен постправды в современной политической коммуникации / Н.Н. Кошкарова, Н.Б. Руженцева // Политическая лингвистика. – 2019. – № 1 (73). – С. 50–56.
6. Психология. Словарь / под общ. ред. А.В. Петровского, М.Г. Ярошевского. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Политиздат, 1990. – 494 с.
7. Свинцов, В.И. Заблуждение, ложь, дезинформация (соотношение понятий и терминов) / В.И. Свинцов // Философские науки. – 1982. – № 1. – С. 76–84.
8. Экман, П. Нужна ли хорошая память, чтобы врать? / П. Экман // Семья и школа. – 1994. – № 1. – С. 20–21.
9. Interview: Lee Conklin of WTVG 13abc News Interviews Donald Trump in Toledo [Электронный ресурс]. – <https://www.youtube.com/watch?v=Wxcr2zDPec&feature=youtu.be&t=173> (20.01.2020).
10. IRGC Releases Details of Accidental Downing of Ukrainian Plane [Электронный ресурс]. – <https://ifpnews.com/irgc-releases-details-of-accidental-downing-of-ukrainian-plane> (20.01.2020).

11. *Remarks: Donald Trump Delivers Remarks on Iran From The White House* [Электронный ресурс]. – https://www.youtube.com/watch?v=cumjVTIcL_g&feature=youtu.be&t=16 (21.01.2020).

12. *Remarks: Donald Trump Proposes New Environmental Policy Act Regulations* [Электронный ресурс]. – https://www.youtube.com/watch?v=_a732nzaW2w&feature=youtu.be&t=1842 (21.01.2020).

13. *Waisbord, S. The elective affinity between post-truth communication and populist politics / S. Waisbord // Communication Research and Practice*. – 2018. – 18 p.

14. *Word of the year 2016* [Электронный ресурс]. – <https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016> (10.01.2020).

Макурова Дарья Андреевна, аспирант кафедры английской филологии, Институт иностранных языков, Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена (Санкт-Петербург), dmakurova@mail.ru

Поступила в редакцию 17 февраля 2020 г.

DOI: 10.14529/ling200212

DISINFORMATION IN MASS-MEDIA IN THE POST-TRUTH ERA

D.A. Makurova, dmakurova@mail.ru

Herzen State Pedagogical University of Russia, Saint Petersburg, Russian Federation

The article explores the notion of disinformation as a topical subject of modern research in the field of media linguistics, political linguistics, cognitive linguistics, and pragmalinguistics. The author elaborates on the role and place of disinformation in mass-media in the so-called 'post-truth era', which is characterized by vague boundaries between truth and falsity, cognitive illusions, increased social uncertainty, and the substitution of objective facts for subjective evaluations and judgments. Disinformation is defined as the transfer of false knowledge as true or true knowledge as false. The addresser is guided by the intention to deceive the mass addressee and elaborately implements strategies of information distortion and silence via different language means.

Keywords: mass-media, post truth, disinformation, deceptive information.

References

1. Gurochkina A.G. [Implicit Means of Speech Influence in Indirect Communication]. *Izvestiya RGPU im. A.I. Gercena* [Izvestia: Herzen University Journal of Humanities & Sciences]. 2019, no. 192, pp. 46–52. (in Russ.)
2. Dyupra Z.H. *Lozh'* [Lie]. Moscow, Izd-vo SGU, 2008.
3. Znakov V.V. *Nepravda, lozh i obman kak problemy psikhologii ponimaniya* [Falsehood, lie and deception as problems of the psychology of understanding]. *Voprosy Psikhologii* [The Issues Relevant to Psychology]. 1993, no. 2.
4. Kopnina G.A. *Rechevoe manipulirovanie: ucheb. posobie* [Speech Manipulation: Textbook]. Moscow, Flinta, 4th ed., 2012. 170 p.
5. Koshkarova N.N., Ruzhenceva N.N. [Forth to Truth and Back to Hoax: Post-truth in Modern Political Communication]. *Politicheskaya lingvistika* [Political Linguistics]. 2019, no. 1 (73), pp. 50–56.
6. Petrovskij A.V., Yaroshevskij M.G. *Psihologiya. Slovar'* [Psychology. Dictionary]. Moscow, Politizdat, 1990. 494 p.
7. Svintsov V.I. [Misconception, falsehood, disinformation]. *Filosofskie nauki* [Philosophical Sciences]. 1982, no. 1, pp. 76–84.
8. Ekman P. [Is a Good Memory Required to Be Able to Lie]. *Semya i shkola* [Family and School]. 1994, no. 1, pp. 20–21.
9. *Interview: Lee Conklin of WTVG 13abc News Interviews Donald Trump in Toledo*. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=WxccR2zDPec&feature=youtu.be&t=173> (accessed: 20.01.2020).
10. *IRGC Releases Details of Accidental Downing of Ukrainian Plane*. URL: <https://ifpnews.com/irgc-releases-details-of-accidental-downing-of-ukrainian-plane> (accessed: 20.01.2020).

11. Remarks: Donald Trump Delivers Remarks on Iran From The White House. URL: https://www.youtube.com/watch?v=cumjVTlcl_g&feature=youtu.be&t=16 (accessed: 21.01.2020).
12. Remarks: Donald Trump Proposes New Environmental Policy Act Regulations. URL: https://www.youtube.com/watch?v=_a732nzaW2w&feature=youtu.be&t=1842 (accessed: 21.01.2020).
13. Waisbord, S. The elective affinity between post-truth communication and populist politics. *Communication Research and Practice*. 2018. 18 p.
14. Word of the year 2016. URL: <https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016> (accessed: 10.01.2020).

Daria A. Makurova, post-graduate student, Department of English Philology, Institute of Foreign Languages, Herzen State Pedagogical University of Russia (Saint Petersburg), dmakurova@mail.ru

Received 17 February 2020

ОБРАЗЕЦ ЦИТИРОВАНИЯ

Макурова, Д.А. Дезинформация в масс-медиа в эпоху постправды / Д.А. Макурова // Вестник ЮУрГУ. Серия «Лингвистика». – 2020. – Т. 17, № 2. – С. 65–69. DOI: 10.14529/ling200212

FOR CITATION

Makurova D.A. Disinformation in Mass-Media in the Post-Truth Era. *Bulletin of the South Ural State University. Ser. Linguistics*. 2020, vol. 17, no. 2, pp. 65–69. (in Russ.). DOI: 10.14529/ling200212
