

В. И. Карасик
Волгоград, Россия

ФАКТОИДЫ КАК ЛИНГВОКУЛЬТУРНОЕ ЯВЛЕНИЕ

АННОТАЦИЯ. Рассматриваются фактоиды — имитации фактов в массмедиа. Эти коммуникативные образования заполняют существенную часть картины мира в эпоху постмодерна. В содержательном отношении фактоиды соотносятся с ложью, слухами, сплетнями, обыденным либо художественным вымыслом и карнавальной мистификацией (фейком). В формальном плане фактоиды либо полностью имитируют факты, либо выражаются с помощью специальных знаков недостоверности информации — модусных индикаторов категории эвиденциальности (пересказываемости), показывающих, что говорящий не несет ответственности за достоверность передаваемых сведений. В содержании фактоидов выделяются два типа информации — пресуппозиционная и собственно новостная часть сообщаемых сведений. Пресуппозиционная часть содержания фактоидов играет ключевую роль в подтверждении либо изменении ценностных установок адресата. Предлагается выделить два функциональных типа тиражирования фактоидов в медийном дискурсе, отражающих базовые ориентиры коллективистского либо индивидуалистского социума. Первый тип базируется на противопоставлении своих и чужих, второй тип — на антитезе возбуждения интереса и страха.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: фактоиды; факты; ценности; картина мира; медийный дискурс.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Карасик Владимир Ильич, доктор филологических наук, профессор, зав. кафедрой английской филологии; Волгоградский государственный социально-педагогический университет; 400066, Россия, г. Волгоград, пр-т им. В. И. Ленина, д. 27; профессор, Тяньцзиньский университет иностранных языков; e-mail: vkarasik@yandex.ru.

В данной работе рассматриваются ценностные характеристики замещения фактуальной реальности в коммуникативной практике.

Ложь — намеренное искажение правды — неоднократно привлекала к себе внимание исследователей. С позиций философии ложь трактуется как феномен человеческого бытия в мире, неразрывно связанный с истиной (самообман, забвение, симуляция, соблазн, различные практики обмена ложью — лесть, тактичность, комплименты и др.) [Разинов 2015], показана специфика западно-европейского осмысления обмана и лжи (философско-правового и инструментально-функционального) в сравнении с пониманием этих явлений в отечественной гуманитарной литературе как этико-метафизического феномена [Маркина 2004]. Психологи рассматривают лживость как особенность личности и устанавливают мотивационные, когнитивные и результативные компоненты этого качества — стремления быть на виду, избегать личных осложнений, имитировать самостоятельность принятия решений и осведомленность, демонстрировать направленность на достижение социально значимых результатов либо отрицать свою заинтересованность в результатах действий [Церковная 2005]; анализируется связь разновидностей лжи с типами личностей и стратегиями поведения [Акименко 2008]. С позиций психологии различаются определенные виды лжи: ложь с корыстной целью, ложь, обусловленная страхом, ложь во спасение (белая ложь), враньё как патологическое либо игровое искажение реальности.

В работах лингвистов детально охарактеризованы разновидности лжи и способы их вербального выражения [Вайнрих 1998; Мо-

розова 2005; Ленец 2010], установлены концептуальные признаки лжи [Панченко 1999; Кубинова 2002; Земскова 2006; Апекова 2009; Пи Цзянькунь 2014; Радищева 2017]. Ложь считается неблагоприятным поступком, поскольку она причиняет вред отдельным людям и обществу в целом и ее мотивом является недостойное желание получить незаслуженное благо или избежать заслуженного наказания. Н. Н. Панченко анализирует лингвокультурную специфику лжи в английском и русском языковом сознании и делает вывод о том, что доминирующими эмоциями, стимулирующими ложь в обеих лингвокультурах, являются страх, боязнь, малодушие, а наиболее частотными мотивами выступают любовь к близким, жалость, сострадание, желание защитить, и, во вторую очередь, жадность, тщеславие и зависть [Панченко 1999: 7]. Автор устанавливает семь разновидностей обмана: «активная ложь», «пассивная ложь (замалчивание)», «клевета», «преувеличение», «лесть», «притворство» и «акциональный обман (жульничество)» [Там же: 15]. Выделены виды лжи на основании признаков действия — лжесвидетельство (дача ложных свидетельских показаний, включая самооговор), ложь как компонент мошенничества, очковительство как ложь в отчетах и других официальных документах, фабрикация как подмена фактического материала недостоверными данными.

С точки зрения несоответствия фактическому положению дел ложь представляет собой разновидность вымысла [Ильинова 2008]. Художественный либо игровой вымысел не претендует на замену реальности и поэтому обычно оценивается положительно, если он интересен. Вместе с тем выде-

ляется особая разновидность маскируемого вымысла, тиражируемого в средствах массовой информации — фактоиды, или квазифакты, содержание которых выглядит правдоподобно [Белодедова 2015]. Термин «фактоид» был введен американским писателем Норманом Мейлером. В эпоху постмодерна карнавализация бытия становится важнейшей характеристикой нашей жизни, грань между реальностью и вымыслом стирается. Мы живем в мире фактоидов. Этот феномен заслуживает лингвокультурного освещения.

Фактоид представляет собой имитацию факта. В философии факт трактуется как 1) синоним понятий «истина», «событие», «результат»; нечто реальное в противоположность вымышленному; конкретное, единичное в отличие от абстрактного и общего; 2) в философии науки — особого рода предложения, фиксирующие эмпирическое знание. Как форма эмпирического знания факт противопоставляется теории или гипотезе [Никифоров 1983: 712]. Факт — это единица концептуализированного мира, т. е. мира знания [Арутюнова 1998: 505], противопоставленная событию как фрагменту реальности. Глубокое философское осмысление факта как многомерного феномена культуры разработано С. Х. Ляпиным, который выделяет его следующие характеристики: 1) фактуальность, т. е. осмысливаемое пространство бытия, заполняемое фактами, 2) фактитет (термин М. Хайдеггера), фоновое пространство бытия, которое заполняется фактами, остающимися под порогом текущего восприятия человека, 3) фактаурис, актуализованное, акцентируемое пространство бытия, 4) квант опыта, 5) квинт — квант определенности, единица качества информации (по аналогии с термином «бит», единицей количества информации), 6) ген смыслового бытия, символ культуры [Ляпин 1997]. Лингвистически значимыми в этих определениях являются следующие моменты: 1) факт принадлежит сфере интерпретируемой реальности, 2) за рамками этой сферы остаются неактуальные явления реальности, 3) факты противопоставляются вымыслу, 4) факты эмпирически дискретны, исчисляемы, фиксируемы, 5) факты неоднородны по своей значимости, в них выделяются две части — фоновая (пресуппозиция) и актуальная, 6) в индивидуальном и коллективном сознании факты ассоциируются с квантами переживаемого опыта, т. е. концептами, 7) важным признаком факта является его качественная определенность, 8) совокупность фактов образует эпистемическую сферу картины мира, т. е. основу культуры. Единственное, но

принципиально важное отличие фактоида от факта — несоответствие реальности.

Важной характеристикой факта является его релевантность для субъекта. Если я узнал, что некто потерял зонтик, то фактуализация этого события станет яркой для меня только в том случае, если это был мой знакомый, либо если эта потеря повлекла за собой особые события (*потерял зонтик, попал под сильный дождь и заболел либо потерял зонтик, вернулся на предполагаемое место пропажи и ошибочно взял там чужой зонтик*). Если же факт является фоновым, он подтверждает некоторое общее знание: людям свойственно иногда терять свои вещи, следует быть внимательным и т. д. Эти знания образуют систему ценностей социума и закрепляются в нормах и обычаях поведения.

В лингвокультурном плане противопоставляются более и менее достоверные сообщения о реальности. Сравним: *За морем живут люди с пёсыми головами* и *Собака чует запах дичи на расстоянии одного километра*. Отметим, что в обычных ситуациях мы воспринимаем информацию как достоверную в соответствии с общими установками своего времени.

В лингвистике различие между изложением достоверных и малодостоверных сведений неоднократно освещалось в рамках категории эвиденциальности (засвидетельствованности, пересказываемости) [Баранов 1994; Арутюнова 2000; Левонтина 2010]. Суть этой категории состоит в отчуждении речевого произведения от говорящего, который снимает с себя ответственность за фактуальность сообщаемого. В английском языке используется специальный глагол *to allege* — *to assert without proof* (COD); *to say that something is true or that someone has done something wrong, although it has not been proved* (LDCE) (*утверждать без основания*). Эта позиция говорящего дает возможность субъекту речи резюмировать чужую точку зрения так, чтобы ее было удобнее опровергнуть [Арутюнова 2000: 449]. В практике медийного дискурса акцентированная эвиденциальность прослеживается в тех случаях, когда передаваемая информация заведомо выглядит странной либо сообщение о тех или иных событиях может вызвать негативную реакцию аудитории.

Факт проявляется в высказывании. Существуют особые жанры речи, назначение которых подать, подтвердить либо опровергнуть факты. Например:

В «Истории династии Цзинь» описан способ приёмки оружия: если при стрельбе в панцирь стрела не пробивала его — обез-

главляли того, кто делал лук, а если пробивала, казнили делавшего панцирь [Чернышев 2017: 157].

Это высказывание по своему содержанию представляет собой доведение до абсурда идеи приёмки оружия и поэтому вряд ли может рассматриваться как факт, вместе с тем практика испытания оружия и доспехов предполагала выявление некачественных изделий и, соответственно, наказание недобросовестных мастеров.

Фактоид как лингвокультурное явление соотносится со следующими коммуникативными образованиями: 1) слухи (молва), информация с сомнительной степенью достоверности, 2) сплетня, недостоверная информация о неблагоприятных поступках кого-либо, 3) фейк, заведомо ложная информация (от англ. fake — *подделка*), фальшивые новости, которые раньше назывались «газетными утками», сейчас иногда именуются «вбросами»; в отличие от дезинформации, предназначенной конкретным адресатам, фейк адресован широкой публике.

Исследователи слухов выделяют их следующие характеристики: ведущий вид коммуникации традиционного общества, особая значимость в конфликтных ситуациях [Осетрова 2011: 60], ожидаемая и бессознательно предвкушаемая информация [Прозоров 1997: 163], неподтвержденная информация, передаваемая из уст в уста, отражающая как реальные, так и вымышленные события, преимущественно с отрицательной оценкой [Долгая 2000: 95], неподтвержденные сообщения, в ситуациях проблемного характера распространяющиеся по неформальным каналам общения на правах новостей о значимых изменениях социальной или природной среды [Горбатов 2010: 50]; функции слухов: 1) заполнение информационного вакуума, достраивание картины события; 2) формирование идентичности; 3) повышение гомогенности мнений; 4) регулирование (разжигание или погашение) конфликтов; 5) дискредитация оппонента; 6) провокация адресата на активизацию действий; 7) снижение уровня возбуждения, тревожности у адресата; 8) введение оппонента в заблуждение [Бородин 2016: 5]. Можно заметить, что слухи представляют собой более объемное коммуникативное образование по сравнению с фактоидами: слухи характеризуют как обиходное, так и медийное общение, фактоиды транслируются в масс-медиа, слухи могут отражать реальные события, фактоиды относятся только к вымыслу, слухи не претендуют на достоверность, фактоиды преподносятся как достоверные сведения.

Сплетни — это разновидность слухов, отличающаяся точностью объекта, страстностью, детальностью и пикантностью [Долгая 2002: 116]. Фактоиды не претендуют на повышенную эмоциональную и личностно маркированную окраску в передаче тех или иных сведений. Фейк как информационное образование появляется для мистификации адресата, причем в значительной мере такая мистификация носит смеховой характер [Иссерс 2015]. Фейки в полной мере отражают постмодернистскую доминанту игрового мировосприятия наших современников, многократно усиленную возможностями интернет-общения, допускающего различные виды розыгрышей, включая коммуникативные поступки пранкстеров и троллинг в сетевой коммуникации. Фактоиды не являются инструментами мистификации, напротив, они фигурируют в серьезном общении.

Тиражируемая в медийном дискурсе информация варьируется не только по степени достоверности, но и по рангу официального подтверждения. Жанр опровержения является индикатором официальной позиции правительства или того или иного должностного лица:

Белый дом назвал ложными публикации о переносе визита Трампа в Великобританию

В Белом доме назвали дезинформацией сообщения о переносе поездки президента США Дональда Трампа в Великобританию, передает в воскресенье, 11 июня, Reuters.

«Вопрос ни разу не поднимался во время телефонного разговора», — заявили в администрации американского лидера.

Ранее 11 июня газета The Guardian опубликовала материал о разговоре Трампа с премьер-министром Великобритании Терезой Мэй, в ходе которого президент США заявил, что не поедет в королевство, пока для этого не будет достаточно общественной поддержки. В противном случае американский лидер якобы отметил, что могут начаться крупномасштабные протесты.

По данным источника газеты, Мэй, пригласившая Трампа в Соединенное Королевство, сильно удивилась отказу от визита. Однако в канцелярии британского премьера информацию издания отвергли, назвав «слухами» (www.lenta.ru).

В приведенном тексте опровергается информация, опубликованная влиятельной британской газетой. Такая публикация в медийном дискурсе в ряде случаев именуется «утечкой информации». Назначение подобных утечек — спровоцировать реакцию власти, экспертного сообщества и широкой пуб-

лики на возможное развитие событий. В историческом плане подобные коммуникативные поступки представляют собой программируемые трехходовые действия с эксплицитным оценочным содержанием: 1) сообщается о предстоящем событии (либо его отмене), 2) опровергается это сообщение, 3) тем самым подтверждается официальная точка зрения власти по этому поводу. Заслуживает внимания в этой связи тезис В. Н. Степанова о том, что в провокативном дискурсе, представленном большей частью в рекламном и медийном общении, прослеживаются установки агентов этого дискурса на инфантильность сознания массового адресата [Степанов 2008: 223]. Иначе говоря, массовый адресат, по мнению отправителей сведений с сомнительной достоверностью информации, не способен критично воспринимать новые сведения и не дифференцирует факты и фактоиды.

Дифференциация фактов и фактоидов в политическом дискурсе очень сложна в силу специфики самой фактуальности, свойственной эпохе, которая дистанцирована от сегодняшнего дня. Показателен опубликованный в газете «Правда» в 1933 г. рапорт большевиков и рабочих Ленинского района Москвы, адресованный в Центральный комитет ВКП(б) и Московский комитет ВКП(б). Приведем выдержки из текста:

Добившись под руководством ЦК и МК досрочного выполнения пятилетки в 4 года, большевики ленинского района поставили своей задачей выполнить досрочно программу первого года второй пятилетки, систематически повышая качественные показатели работы нашей промышленности и овладевая новой техникой и новыми производствами.

Сегодня для всех рабочих, инженерно-технических работников и служащих Ленинского района радостный день, сегодня они рапортуют о том, что промфинплан 1933 года выполнен на 100,2%, выпущено продукции на 621,5 млн. руб.

Наряду с выполнением количественных показателей пролетарии Ленинского района в борьбе за реализацию решений партии добились выполнения плана снижения себестоимости на 101,6%. Они дали стране экономию на 5,6 млн. руб., перевыполнили план производительности труда на 7,9% при наличии рабочей силы на 94,2% и израсходовании фонда зарплаты на 93,7% плана.

Указания вождя партии тов. Сталина об овладении новой техникой и новыми производствами послужили для нас могучим рычагом в борьбе за освоение советского станкостроения. За этот год рабо-

чими станкостроительных заводов освоены новые типы станков: «санстренд», «Дип-200», «Дип-300», «лоренц», револьверный станок №137, «шоу» и др.

Этих успехов Ленинский район добился потому, что ты, товарищ Сталин, учил нас, как преодолевать трудности и как проводить в жизнь генеральную линию партии. В период чистки партийной организации беспартийные рабочие еще ближе узнали свою родную большевистскую партию и еще упорнее и настойчивее боролись под знаменем нашего ленинского ЦК за выполнение задач первого года второй пятилетки.

Рапортую о досрочном выполнении промфинплана 1933 года, мы обещаем организованно встретить 1934 год и на основе развернутого в районе похода имени XVII съезда партии прийти к историческому съезду с досрочным окончанием январской программы, обеспечив высокое качество продукции.

Да здравствуют наш ленинский ЦК и вождь партии и рабочего класса тов. Сталин! («Правда», 10.12.1933).

В художественном тексте, как доказано в известной книге И. Р. Гальперина, выделяются три основных типа информации: содержательно-фактуальная, содержательно-концептуальная и содержательно-подтекстовая [Гальперин 2006: 27—28]. Содержательно-фактуальная информация в приведенном рапорте сводится к сообщению о выполнении и перевыполнении трудящимися Ленинского района взятых производственных обязательств (промышленно-финансового плана), приводятся конкретные цифры, наименования станков. В отличие от художественного произведения данный текст, представляющий собой разновидность открытого официального письма, сориентирован на определенные типы адресатов: во-первых, руководство ВКП(б) и лично тов. Сталин, во-вторых, широкие массы трудящихся — читателей газеты, в-третьих, журналистское сообщество Советского Союза. Предполагается, что контролирующие инстанции тщательно проверят фактическую информацию, ее искажение рассматривалось в то время как тяжкое преступление, широкие массы примут эту информацию в качестве базовых фоновых сведений (Рабочие нашей страны добились больших успехов под руководством партии большевиков), журналисты будут развивать подобную стилистику оформления рапортов трудящихся, опубликованных в главной газете страны.

Содержательно-концептуальная информация в цитируемом рапорте состоит в чет-

кой идеологической оценке субъектов (верные партии большевики и передовые рабочие, партия, ЦК и вождь), в обозначении актуальных ценностей (досрочное выполнение планов, повышение качества работы, овладение новой техникой, преодоление трудностей), в акцентировании радости как эмоционального состояния всего советского народа.

Содержательно-подтекстовая информация рассматриваемого документа эпохи сводится к его мажорной тональности. Обратим внимание на то, что авторы этого рапорта обращаются к вождю на «ты», тем самым подчеркивая свою близость к нему (в сталинскую эпоху нормой было обращение по фамилии с использованием слова «товарищ», в газетных текстах того времени инициалы не использовались). Газетные клише того времени базируются на образах силы, борьбы и родства (*могучий рычаг, борьба за освоение, родная партия, исторический съезд*). Словосочетание «*поход имени XVII съезда партии*» имеет специфический смысл: в предвоенные годы слово «поход» ассоциировалось прежде всего с боевым походом (*Если завтра война, если завтра в поход...*).

Следует подчеркнуть принципиальное различие между амбивалентной оценкой одного и того же явления и оценочной информацией о несуществующем явлении. В качестве примера для первого случая можно привести известный в истории казус — сведения о сражении при Кадеше между древними египтянами и хеттами (конец XIV — начало XIII в. до н.э.): оба царства понесли в битве серьезные потери, договорились о перемирии, но в хрониках каждая из противоборствующих сторон приписала победу себе. Второй случай — это анекдот времен царствования Павла I о подпоручике Кижее, возникшем в результате ошибки придворного писаря, сделавшем успешную карьеру и ставшем героем повести Ю. Тынянова.

Классификация фактоидов может быть построена на различных основаниях, но их семантика такова, что они не отличаются от фактов, являясь имитациями личностей, предметов, явлений и событий, и, следовательно, их предметно-содержательная типология становится неопределенно бесконечной. Главный признак — соответствие сообщаемой информации действительности — в тексте новостного сообщения становится принципиально неверифицируемым. На первый план выходит подача сообщения, выраженный модус высказываний, в которых излагаются факты либо фактоиды. Значимой становится только их прагматика — их информативная ценность для широкой публики

и цель их тиражирования в новостном пространстве. Можно выделить следующие цели создания возможных фактоидов: 1) обеспечение позитивного мировосприятия существующего положения дел в стране, 2) создание негативной системы представлений о жизни в других странах, 3) развлечение публики для рекламного продвижения тех или иных продуктов и идей, 4) устрашение публики для обоснования определенных идеологически значимых действий.

Не существует общества, свободного от идеологии. В сообществах коллективистского типа противопоставление своих и чужих выражено обычно достаточно отчетливо. Показательны в этом плане факты, используемые в медийном дискурсе соответствующего общества. Приведу два текстовых фрагмента из журнала «Огонёк» 1939 г.

В первом фрагменте говорится о бесспорных достижениях советского народа:

Г. Грузд. День в деревне

Эта деревня не нанесена ни на одну карту Советского Союза. Пришельца не останавливает здесь вопросом старый дед, любопытные девичьи глаза не смотрят на него из-за тына.

Когда осматриваешь в этой деревне нарядные кирпичные дома, крытые черепицей, не стоит угадывать, характерны ли эти постройки для украинского села где-нибудь на полях Харьковщины, для станицы в степях Дона, для села в лесах Белоруссии...

Эта деревня сооружена на территории Всесоюзной сельскохозяйственной выставки, в Пушкинском, под Москвой. Но она не плод выдумки. Такой же клуб можно видеть в сотнях колхозов. Такую школу найдёшь в сёлах Украины, Белоруссии, на Урале. ... И колхозники — посетители выставки — приходят сюда с чувством хозяев, переезжающих в новые жилища. Они деловито всё осматривают, многое заносят в записные книжки. Они видят здесь своё родное село таким, каким оно будет через два-три года... Целый день провели в Новой деревне гости с далёкого Алтая — Дмитрий Михайлович Лиханов и Анастасия Ивановна Щербинина, — приехавшие в Москву из колхоза «Животновод Алтая» в Чарыжском районе.

Лучшая комната в здании правления сельхозартели отведена под колхозную агролабораторию — штаб борьбы за высокий урожай. Заведует агролабораторией орденоносец Дмитрий Федорович Довгих из колхоза имени Молотова, Белозерского района, Новониколаевской области. Как-то выставку посетила делегация из Германии. Участники ее внимательно рассматривали

приборы в лаборатории колхозного ученого, расспрашивали о его опытах по скрещиванию различных сортов яровой пшеницы, о проведенных им испытаниях новых культур: арахалеса, люффы и др. В конце беседы один из гостей попросил через переводчика: «Не даст ли герр профессор фотокарточку на память?» Больших трудов стоило убедить гостя в том, что колхозный ученый — самородок и никогда не был в стенах университета (Огонек. 1939. №27 (678). С. 10).

Фактуальная информация в приведённом текстовом отрывке конкретна и вещественна: перед нами образцовая деревня, представляющая собой идеальное поселение советских сельских тружеников. У ироничного читателя может возникнуть ассоциация с потёмкинской деревней, но отметим, что те населённые пункты представляли собой декорации, разновидность фальшьпанелей, предназначенных для беглого взора проезжающей мимо императрицы. Деревня, построенная на территории выставки, — это действующий макет реальной деревни. В этом плане экспонат выставки вполне реален. Предметные факты в статье органически сопряжены с сообщением о коммуникативном событии — беседе иностранца с колхозным ученым. Имело ли место такое событие в действительности — сказать трудно. Описываемый факт правдоподобен и вполне соответствует восторженным отзывам иностранных гостей о жизни в СССР. Вместе с тем отметим фактуальную базу высказывания о том, что колхозный ученый не имеет университетского образования: практический опыт оказывается более ценным, чем теория, а наши ученые — это самородки. В контексте борьбы с буржуазной лженаукой генетикой приведенный в журнале факт или фактоид является идеологически маркированным аргументом.

Примером построения негативного образа чужой реальности может послужить фрагмент следующей информационной заметки в цитируемом журнале:

За рубежом. Банки и банкиры

В свое время при более чем странных обстоятельствах погиб бельгийский банкир-миллионер Левенштейн: он выбросился или был выброшен из самолета. Вслед за этим центральное место в большой мировой хронике происшествий заняла афера французского финансиста, авантюриста и разведчика Стависского: он тоже не то покончил самоубийством, не то был прикончен после того, как бежал из Парижа, обанкротившись на миллиард с лишним франков. Не меньшей сенсацией оказалось

подлинное самоубийство шведского спичечного короля Ивара Крейгера, которое последовало после его краха, разорившего многочисленных клиентов (Огонек. 1939. №27 (678). С. 21).

Информация о банкирах, ставших банкротами и покончивших жизнь самоубийством либо убитых кредиторами, соответствует рубрике «их нравы» — установкам о волчьих законах капиталистического общества, внедрявшимся в сознание советских людей. Обратим внимание на неопределенность сообщаемой информации, на оценочно маркированную лексику «афера», «авантюрист». Эти сведения значимы не как собственно информационные сообщения — для подавляющего большинства читателей имена фигурантов этих происшествий ничего не значат, но как пресуппозиции относительно жизни на Западе: большие деньги не могут быть честно заработаны и поэтому закономерно погоня за наживой приводит авантюристов-миллионеров к смерти. Эта установка, подчеркнутая, соответствует традиционным воззрениям бедного большинства о несовместимости честного труда и обогащения, с одной стороны, и богатства и уверенности в будущем, с другой стороны. Информация о суицидах имеет символическую значимость: капиталистический миропорядок обречён на самоуничтожение.

Если в коллективистском обществе сообщение новостей в медийном дискурсе служит, в основном, консолидации своих и определению чужих, то в обществе, построенном на приоритетах индивидуализма, новости формулируются и воспринимаются как продвигаемый товар, который должен привлечь публику, либо как угроза, которая держит всех в страхе. Примеры такого рода информации частотны в современном российском медийном дискурсе.

Таковы исторические курьёзы:

Петр Великий и Татищев

Денщик Петра Великого Афанасий Татищев как-то очень сильно прогневил императора тем, что не выполнил какой-то его приказ. Петр велел его бить батогами перед окнами дворца. Однако, будучи сильно занят делами, сам за экзекуцией не наблюдал. Татищев этим воспользовался и подставил вместо себя под батоги ни в чем неповинного писаря Замятина. Поняв затем, что он сделал что-то не так, Татищев побежал к императрице Екатерине, рассказал ей о своей проделке и попросил о помощи.

Екатерина благоволила к Татищеву. За обедом, воспользовавшись хорошим настроением императора, она выпросила

прощение Татищеву, рассказав затем о его проделке. Тут и Татищев явился и, ваяясь в ногах у Петра, выпрашивал себе прощение. Петр был очень сердит этим, но раз уж он пообещал простить Татищева, то делать нечего. Послали за Замятиным, который подтвердил всю историю. Петр сказал, что раз уж поколотили, то делать нечего, надо винить Татищева, но обещал в будущем зачесть это битье Замятину. И действительно, через некоторое время Замятин сильно проворовался и должен был быть серьезно наказан. Однако Петр простил его, заявив, что хотя Замятин и заслуживает казни, но он уже однажды понес наказание не имея вины, и Петр теперь нынешнее наказание заменяет на прошлое (<http://www.peoples.ru/facts/all/f896.shtml>)

Приведенный занимательный пример может соответствовать действительности, но может быть фактоидом. Его ценностная основа очевидна: часто случается так, что наказывают невиновных, при этом царские слуги неизбежно совершают преступления, обычно связанные с незаконным присвоением денег, в любом случае можно выпросить прощения, если есть влиятельный заступник, и поэтому не следует чересчур серьезно относиться к закону. Решение императора перезачесть наказание выглядит как абсурд, но вписывается в формальную схему действий власти.

Мы знаем, что в действительности могут происходить невероятные события, и в этом смысле граница между фактами и фактоидами выглядит размытой. Заслуживает внимания следующий фрагмент заметки о жизни известного революционера Эрнесто Че Гевары в изложении К. Хачатурова:

...он жил жадно, с удовольствием: хлеб читал, любил живопись, сам рисовал акварелью, увлекался шахматами (даже совершив революцию, продолжал участвовать в любительских шахматных турнирах, а жену в шутку предупреждал: «пошел на свидание»), играл в футбол и регби, занимался планеризмом, гонял плоты по Амазонке, обожал велоспорт. Даже в газетах имя Гевары появилось в первый раз не в связи с революционными событиями, а когда он совершил на мопедке турне в четыре тысячи километров, исколесив всю Южную Америку. Потом на пару с другом, Альберто Гранадосом, Эрнесто путешествовал на дряхлом мотоцикле. Когда загнанный мотоцикл испустил дух, молодые люди продолжили путь пешком. О приключениях в Колумбии Гранадос вспоминал: «Мы прибыли в Летисию не только до пре-

дела измотанные, но и без сентаво в кармане. Наш непрезентабельный вид вызвал естественные подозрения у полиции, и вскоре мы очутились за решеткой. Нас выручила слава аргентинского футбола. Когда начальник полиции, страстный болельщик, узнал, что мы аргентинцы, он предложил нам свободу в обмен на согласие стать тренерами местной футбольной команды, которой предстояло участвовать в районном чемпионате. И когда наша команда выиграла, благодарные фанатики кожаного мяча купили нам билеты на самолет, который благополучно доставил нас в Боготу» (<http://www.peoples.ru/military/herogevvara>).

Цитируемые воспоминания друга революционера мы можем воспринимать критически, но в лингвокультурном плане не вызывает сомнений то, что пассионарным личностям свойственно вести себя необычно. Путешествие двух молодых искателей приключений на мотоциклах по Латинской Америке выглядит правдоподобно, и не противоречит нашим представлениям факт либо фактоид об их аресте в Колумбии. Но удивительное освобождение героев из-под ареста и их успехи в качестве футбольных тренеров нарушают представления о типичном развитии событий. Обратим внимание на то, что в отличие от идеологически маркированных сведений о поступках героев в данном случае речь идет о перипетиях судьбы романтика.

В наши дни активно тиражируется информация о паранормальных явлениях — встречах с непонятными существами, инопланетянами, умершими близкими людьми и т. д. Эти сведения преподносятся как факты:

Исследователь паранормальных явлений Лон Стриклер 14 июня 2017 года получил письмо от супружеской пары из Оклахомы, сообщавшей о странной активности вокруг своего дома, которая продолжается на протяжении 2-х последних недель.

Супруги, прожившие около 30 лет в доме, расположенном в лесной зоне на юго-востоке североамериканского штата Оклахома в нескольких километрах от города Талиайна, раньше не замечали ничего необычного. Однако странные события, которые стали происходить с начала июня этого года, встревожили их не на шутку. ... Вечером 13 июня хозяйка как обычно проводила мужа на работу, а затем, сидя на крыльце, разговорилась с дочерью по телефону.

«Весь вечер меня не покидало странное чувство, и я все время смотрела в сторону леса. Я уже собиралась встать и уйти в дом после окончания разговора, когда за-

метила, что из леса прямо на меня смотрят два ярко-желтых глаза».

Когда женщина сообразила, что глаза светятся на высоте около 2-х метров над землей, она вбежала в дом и быстро заперла дверь. Потом она выключила лампу внутри, но оставила свет на крыльце.

«Я выглянула из окна, я увидела высокую темную фигуру, стоящую в глубине двора. Глаза по-прежнему светились очень ярко и смотрели в мою сторону. Когда мои глаза привыкли к темноте, я рассмотрела длинные толстые руки с пальцами и длинными ногтями, удлинённую морду и длинные заостренные уши. ... На следующее утро, я рассказала мужу все, что видела. Он верит в духов животных, но даже его это смутило. Он сказал мне, что, возможно, это «злой дух», и если мы будем игнорировать его, он не побеспокоит нас».

Женщина уверена, что видела не призрачное, а совершенно реальное существо, напоминающее огромного черного волка, стоящего на двух ногах (<http://paranormal-news.ru>, 16.06.2017).

Эти сведения возвращают нас в архаичную эпоху, когда люди верили, что мир насыщен демонами и другими волшебными существами, которые могут нанести нам вред. Легенды об оборотнях — людях, способных превращаться в животных — прослеживаются в мифологиях разных народов мира. Такие существа чаще всего превращаются в волков (ликантропы, вервольфы, волколаки), поскольку волки на протяжении тысячелетий представляли угрозу как для людей, так и для домашнего скота. Публикации подобных новостей подтверждают то, что сознание многих наших современников в разных странах остается на уровне первобытной картины мира, несмотря на новейшие технические достижения. Фактуальность мировосприятия всегда субъективна: для верующих повествования о чудесах столь же достоверны, как и их личный повседневный опыт. Приходится констатировать, что для многих наших современников научная картина мира, которая базируется на доказательности фактов и критичности восприятия реальности, не является основой их ментальности. Понижение критичности мировосприятия способствует превращению человека разумного в молекулу толпы, интеллектуальный уровень которой, как известно, равен интеллекту ее самого глупого участника. Нагнетание страхов ведет к деградации человека.

Подведем основные итоги.

Фактоиды — коммуникативные образования, содержанием которых является ими-

тация информации о действительном положении дел, — представляют собой существенный компонент картины мира. Их значимость в эпоху постмодерна возрастает. В содержательном плане они противопоставлены фактам и соотносятся с ложью, слухами, сплетнями, обыденным либо художественным вымыслом и фейком (карнавальной мистификацией). В структурном отношении акцентированные фактоиды выражаются с помощью языкового арсенала средств категории эвиденциальности. В содержании фактоида, как и факта, можно выделить два типа информации — пресуппозиционные сведения о мироустройстве и новые данные о событиях, явлениях и предметах. Пресуппозиционный компонент информации играет определяющую роль в подтверждении или изменении ценностных установок адресата и в этом плане является лингвокультурной основой картины мира индивидуума и социума. В зависимости от базовых идеологических установок общества можно противопоставить основные функции тиражирования фактоидов в двух типах социума — коллективистском и индивидуалистском: в первом случае это противопоставление своих и чужих, во втором — привлечение внимания к новостям и нагнетание страхов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Акименко А. К. Взаимосвязь представлений о лжи и стратегий поведения в системе социально-психологической адаптации личности : автореф. дис. ... канд. психол. наук. — Саратов, 2008. 25 с.
2. Апекова Ж. Ш. Лингвокультурная специфика концептов «правда» и «ложь» в русской и кабардинской паремииологических картинах мира : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Нальчик, 2009. 23 с.
3. Арутюнова Н. Д. Показатели чужой речи *де, дескать, мол*. К проблеме интерпретации речеповеденческих актов // Язык о языке / под общ. рук. и ред. Н. Д. Арутюновой. — М. : Языки русской культуры, 2000. С. 437—452.
4. Баранов А. Н. Заметки о *дескать* и *мол* // Вопросы языкознания. 1994. № 4. С. 114—124.
5. Белодедова А. В. О фактах и фактоидах в современных журналистских текстах // Научные ведомости Белгород. гос. ун-та. Сер.: Гуманитарные науки. 2015. № 24 (221). Вып. 28. С. 89—94.
6. Бородина С. Н. Прагматический механизм реализации слухов в современном английском, французском и русском медиадискурсе : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — М., 2016. 28 с.
7. Вайнрих Х. Лингвистика лжи // Язык и моделирование социального взаимодействия. — Благовещенск : БГК им. И. А. Бодуэна де Куртенэ, 1998. С. 44—88.
8. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования. Изд. 4-е. — М. : КомКнига, 2006. 144 с.
9. Горбатов Д. С. Слухи: к проблеме дефиниции в социальной психологии // Сибирский психологический журнал. 2010. Вып. 35. С. 47—51.
10. Долгая Т. А. Концепт слухов в русской культуре // Основное высшее и дополнительное образование: проблемы дидактики и лингвистики : сб. науч. трудов. — Волгоград : Политехник, 2000. Вып. 1. С. 95—100.
11. Долгая Т. А. Слухи как вид массовой информации // Основное высшее и дополнительное образование : проблемы

дидактики и лингвистики : сб. науч. трудов. — Волгоград : Политехник, 2002. Вып. 2. С. 113—117.

12. Земскова Н. А. Концепты «истина», «правда», «ложь» как факторы вербализации действительности: когнитивно-прагматический аспект (на материале русского и английского языков) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Краснодар, 2006. 23 с.

13. Ильинова Е. Ю. Вымысел в языковом сознании и тексте : моногр. — Волгоград : Волгоград. науч. изд-во, 2008. 513 с.

14. Иссерс О. С. Медиафейки: между правдой и мистификацией // Новые медиа в России: исследования языка и коммуникативных процессов : моногр. / отв. ред. О. С. Иссерс. — Омск : Изд-во Ом. гос. ун-та, 2015. С. 20—32.

15. Кубинова Й. Речевая интенция «ложь, обман» в семантическом и коммуникативно-прагматическом аспектах : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — М., 2002. 23 с.

16. Левонтина И. Б. Пересказываемость в русском языке // Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии : труды Междунар. конф. «Диалог-2010». — М. : РГТУ, 2010. С. 284—289.

17. Ленец А. В. Коммуникативный феномен лжи: лингвистический и семиотический аспекты (на материале немецкого языка) : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. — Ростов н/Д, 2010. 38 с.

18. Ляпин С. Х. Концептологическая формула факта // Концепты : науч. тр. Центроконцепта. — Архангельск : Изд-во Поморск. гос. ун-та, 1997. Вып. 2 (2). С. 5—71.

19. Маркина Е. Н. Феномен обмана: философско-этический анализ : автореф. дис. ... канд. филос. наук. — Саранск, 2004. 17 с.

20. Морозова Е. И. Ложь как дискурсивное образование: лингвокогнитивный аспект : моногр. — Харьков : Экограф, 2005. 300 с.

21. Никифоров А. Л. Факт // Философский энциклопедический словарь. — М. : Советская энциклопедия, 1983. С. 712.

22. Осетрова Е. В. Слухи в современной социокультурной среде: историографический обзор // Антропологический форум : сб. материалов. 2011. № 15. С. 55—82. URL: <http://anthropologie.kunstkamera.ru/files/pdf/015online/osetrova.pdf>.

23. Панченко Н. Н. Средства объективации концепта «обман» (на материале английского и русского языков) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Волгоград, 1999. 23 с.

24. Пи Цзянькунь. Оппозиция *правда* — *ложь* в паремнологическом пространстве русского языка: лингвокультурологический аспект : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — СПб., 2014. 23 с.

25. Прозоров В. В. Молва как филологическая проблема // Жанры речи. — Саратов : Колледж, 1997. С. 162—167.

26. Радищева В. О. Концепт «LÜGE» («ЛОЖЬ») в немецкой лингвокультуре : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Ростов н/Д, 2017. 23 с.

27. Разинов Ю. А. Ложное как социокультурный феномен : автореф. дис. ... д-ра филос. наук. — Казань, 2015. 42 с.

28. Степанов В. Н. Провоцирование в социальной и массовой коммуникации : моногр. — СПб. : Роза мира, 2008. 268 с.

29. Церковная И. А. Многомерно-функциональное исследование лживости как индивидуально-психологической особенности личности : автореф. дис. ... канд. психол. наук. — Екатеринбург, 2005. 20 с.

30. Чернышев Д. А. Как думают люди. 5-е изд. — М. : Манн, Иванов и Фарбер, 2017. 304 с.

V. I. Karasik
Volgograd, Russia

FACTOIDS AS A LINGUOCULTURAL PHENOMENON

ABSTRACT. *The article deals with factoids treated as fact imitations in mass-media. They make a substantial part of the world picture in the post-modernist epoch. Their content merges on such communicative entities as lies, rumors, gossip, habitual or artistic fiction and fakes (jocular mystifications). Formally factoids are either indistinguishable from facts or have special indicators of accentuated allegation concerning the news. These are linguistically studied as markers of the category of reported speech and imply that a speaker is not responsible of the things he or she tells the public. Factoids contain two kinds of information, the basic one is connected with presuppositions of the news delivered to public, whereas on the surface the news as such is presented to the audience. Presuppositions of factoids play a crucial part in forming or transforming basic attitudes people share concerning the world. I argue that there are two functional types of factoids as related to two corresponding society types. The first type reflects the basic orientation of collectivist society and is reduced to antinomy of our and alien values, the second type is enrooted in individualistic mentality and its main antithesis is that of interest versus fear.*

KEYWORDS: *factoids; facts; values; picture of the world; media discourse.*

ABOUT THE AUTHOR: *Karasik Vladimir Ilyich, doctor of philology, English philology department, professor and chair, Volgograd State Social Pedagogical University, Volgograd, Russia; professor, Tianjin Foreign Studies University, Tianjin, China.*

REFERENCES

1. Akimenko A. K. Vzaimosvyaz' predstavleniy o lzhi i strategii povedeniya v sisteme sotsial'no-psikhologicheskoy adaptatsii lichnosti : avtoref. dis. ... kand. psikholog. nauk. — Saratov, 2008. 25 s.

2. Apekova Zh. Sh. Lingvokul'turnaya spetsifika kontseptov «pravda» i «lozh'» v russkoy i kabardinskoy paremiologicheskikh kartinakh mira : avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. — Nal'chik, 2009. 23 s.

3. Arutyunova N. D. Pokazateli chuzhoy rechi de, deskat', mol. K probleme interpretatsii rechapovedencheskikh aktov // Yazyk o yazyke / pod obshch. ruk. i red. N. D. Arutyunovoy. — M. : Yazyki russkoy kul'tury, 2000. S. 437—452.

4. Baranov A. N. Zametki o deskat' i mol // Voprosy yazykoznanii. 1994. № 4. S. 114—124.

5. Belodedova A. V. O faktakh i faktoidakh v sovremennykh zhurnalistskikh tekstakh // Nauchnye vedomosti Belgorod. gos. un-ta. Ser.: Gumanitarnye nauki. 2015. № 24 (221). Vyp. 28. S. 89—94.

6. Borodina S. N. Pragmaticheskiy mekhanizm realizatsii slukhov v sovremennom angliyskom, frantsuzskom i russkom mediadiskurse : avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. — M., 2016. 28 s.

7. Vaynrikh Kh. Lingvistika lzhi // Yazyk i modelirovaniye sotsial'nogo vzaimodeystviya. — Blagoveshchensk : BGK im. I. A. Boduena de Kurtene, 1998. S. 44—88.

8. Gal'perin I. R. Tekst kak ob'ekt lingvisticheskogo issledo-

vaniya. Izd. 4-e. — M. : KomKniga, 2006. 144 s.

9. Gorbato D. S. Slukhi: k probleme definitsii v sotsial'noy psikhologii // Sibirskiy psikhologicheskii zhurnal. 2010. Vyp. 35. S. 47—51.

10. Dolgaya T. A. Kontsept slukhov v russkoy kul'ture // Osnovnoye vysshee i dopolnitel'noe obrazovanie: problemy didaktiki i lingvistiki : sb. nauch. trudov. — Volgograd : Politekhnik, 2000. Vyp. 1. S. 95—100.

11. Dolgaya T. A. Slukhi kak vid massovoy informatsii // Osnovnoye vysshee i dopolnitel'noe obrazovanie : problemy didaktiki i lingvistiki : sb. nauch. trudov. — Volgograd : Politekhnik, 2002. Vyp. 2. S. 113—117.

12. Zemskova N. A. Kontsepty «istina», «pravda», «lozh'» kak faktory verbalizatsii deystvitel'nosti: kognitivno-pragmaticheskiy aspekt (na materiale russkogo i angliyskogo yazykov) : avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. — Krasnodar, 2006. 23 s.

13. Il'ina E. Yu. Vymysel v yazykovom soznanii i tekste : monogr. — Volgograd : Volgograd. nauch. izd-vo, 2008. 513 s.

14. Issers O. S. Mediafeyki: mezhdru pravdoy i mistifikatsiyey // Novye media v Rossii: issledovaniya yazyka i kommunikativnykh protsessov : monogr. / отв. ред. О. С. Иссерс. — Омск : Изд-во Ом. гос. ун-та, 2015. S. 20—32.

15. Kubinova Y. Rechevaya intentsiya «lozh', obman» v semanticheskom i kommunikativno-pragmaticheskom aspektakh : avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. — M., 2002. 23 s.

16. Levontina I. B. Pereskazyvateľnost' v russkom yazyke //

Komp'yuternaya lingvistika i intellektual'nye tekhnologii : trudy Mezhdunar. konf. «Dialog-2010». — M. : RGGU, 2010. S. 284—289.

17. Lenets A. V. Kommunikativnyy fenomen lzhi: lingvisticheskiy i semioticheskiy aspekty (na materiale nemetskogo yazyka) : avtoref. dis. ... d-ra filol. nauk. — Rostov n/D, 2010. 38 s.

18. Lyapin S. Kh. Kontseptologicheskaya formula fakta // Kontsepty : nauch. tr. Tsentrokontsepta. — Arkhangel'sk : Izd-vo Pomorsk. gos. un-ta, 1997. Vyp. 2 (2). S. 5—71.

19. Markina E. N. Fenomen obmana: filosofsko-eticheskiy analiz : avtoref. dis. ... kand. filos. nauk. — Saransk, 2004. 17 s.

20. Morozova E. I. Lozh' kak diskursivnoe obrazovanie: lingvokognitivnyy aspekt : monogr. — Khar'kov : Ekograf, 2005. 300 s.

21. Nikiforov A. L. Fakt // Filosofskiy entsiklopedicheskiy slovar'. — M. : Sovetskaya entsiklopediya, 1983. S. 712.

22. Osetrova E. V. Slukhi v sovremennoy sotsiokul'turnoy srede: istoriograficheskiy obzor // Antropologicheskiy forum : sb. materialov. 2011. № 15. S. 55—82. URL: <http://anthropologie.kunstkamera.ru/files/pdf/015online/osetrova.pdf>.

23. Panchenko N. N. Sredstva ob"ektivatsii kontsepta «obman»

(na materiale angliyskogo i russkogo yazykov) : avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. — Volgograd, 1999. 23 s.

24. Pi Tszyan'kun'. Oppozitsiya pravda — lozh' v paremiologicheskoy prostranstve russkogo yazyka: lingvokul'turologicheskiy aspekt : avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. — SPb., 2014. 23 s.

25. Prozorov V. V. Molva kak filologicheskaya problema // Zhanry rechi. — Saratov : Kolledzh, 1997. S. 162—167.

26. Radishcheva V. O. Kontsept «LÜGE» («LOZh») v nemetskoy lingvokul'ture : avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. — Rostov n/D, 2017. 23 s.

27. Razinov Yu. A. Lozhnoe kak sotsiokul'turnyy fenomen : avtoref. dis. ... d-ra filos. nauk. — Kazan', 2015. 42 s.

28. Stepanov V. N. Provotsirovanie v sotsial'noy i massovoy kommunikatsii : monogr. — SPb. : Roza mira, 2008. 268 s.

29. Tserkovnaya I. A. Mnogomerno-funktsional'noe issledovanie lzhi kak individual'no-psikhologicheskoy osobennosti lichnosti : avtoref. dis. ... kand. psikh. nauk. — Ekaterinburg, 2005. 20 s.

30. Chernyshev D. A. Kak dumayut lyudi. 5-e izd. — M. : Mann, Ivanov i Farber, 2017. 304 s.