

УДК 316.776.3

С. В. Венідзіктаў

начальнік кафедры сацыяльна-гуманітарных дысцыплін
 Магілёўскага інстытута МУС,
 кандыдат філалагічных навук, дацэнт (Беларусь)

СКАЖЭННЕ ІНФАРМАЦЫІ ЯК ПАБОЧНЫ ПРАДУКТ ФУНКЦЫЯНАВАННЯ МЕДЫЯПРАСТОРЫ

Артыкул прысвечаны аналізу прычын і матываў дэфармацыі інфармацыйнай карціны рэчаіснасці ў «постпраўдзівым грамадстве». Разглядаюцца прафесійныя, лінгвістычныя, псіхалагічныя фактары скажэння медыйных матэрыялаў. Таксама ў сістэме фактараў асэнсоўваюцца схільнасць аўдыторыі да ўспрымання і распаўсюджвання чутак і здагадак, спецыфіка інтэрнэт-прасторы, роля індэкса сацыяльнага даверу. Аўтар прыходзіць да высновы пра ўплыў дзейнасці сродкаў масавай інфармацыі на зніжэнне інфармацыйнага імунітэту аўдыторыі да негатыўнага медыйнага ўздзеяння.

S. V. Venidiktov

Distortion of information as a by-product of the media space functioning

The article is devoted to the analysis of the reasons and motives for introducing distortions into the information picture of reality in a «post-truth society». The professional, linguistic, psychological factors of distortion of media materials are considered. Also, the system of factors comprehends the tendency of the audience to perceive and spread rumors and speculation, the specificity of the Internet space, the role of the Index of social trust. The author comes to the conclusion about the influence of mass media activities on reducing the informational immunity of the audience to negative media impact.

Функцыянаванне медыйнай прасторы выклікае эвалюцыю працэсаў стварэння, распаўсюджвання і трансфармацыі масавых інфармацыйных плыняў, а таксама пашырэнне магчымасцей для свядомага ўнясення ў іх скажэнняў. Найбольш відавочна гэтая заканамернасць выяўляецца ў дзейнасці сродкаў масавай інфармацыі (далей — СМІ), што стала адной з прычын узнікнення паняццяў «постпраўда» (англ. post-truth) і «постпраўдзівае грамадства». Паняцці «праўда» і «постпраўда» могуць быць суаднесены праз апазіцыю «ісціна/падман», г. зн. у «постпраўдзівай» інфармацыі павінен прысутнічаць матыў наўмыснага скажэння, абумоўленага рознымі матывамі (палітычнымі, эканамічнымі, ідэалагічнымі і да т. п.). Нам уяўляецца апраўданым правесці размежаванне матываў і прычын скажэнняў інфармацыйнай карціны рэчаіснасці. Калі матывы з'яўляюцца пераважна вынікам усвядомленага выбару суб'екта інфармацыйнай прасторы, што адлюстроўвае агульную мэту яго дзейнасці, то прычыны могуць мець неўсвядомлены, аб'ектыўны характар, звязаны з прафесійнымі, лінгвістычнымі, псіхалагічнымі і іншымі фактарамі.

Напрыклад, скажэнне інфармацыі ў медыя ў пэўнай ступені з'яўляецца «пабочным прадуктам» журналістыкі як прафесійнай дзейнасці. Нягледзячы на імкненне адлюстроўваць рэчаіснасць у яе нязменным выглядзе, СМІ не здольныя ў гэтых адносінах існаваць у тых жа межах, што навуковы альбо філасофскі дыскурс. Згодна з канцэпцыяй В. Д. Мансуравай, медыякарціна свету, якая ствараецца журналістамі, адлюстроўвае «рэчыўную і падзейную рэальнасць» (пераклад наш. — С. В.) — асаблівы тып сацыякультурнай рэальнасці, але не з'яўляецца яе копіяй або поўным адлюстраваннем [1].

Нягледзячы на тое, што СМІ ўспрымаюцца ў якасці крыніцы аб'ектыўнай інфармацыі, сустрэць у іх цалкам нейтральныя навіны, якія безумоўна адпавядаюць рэальнасці, складана. Па-першае, адбываецца фактар рэдакцыйнай залежнасці: заснавальнікі і ўладальнікі СМІ непазбежна аказваюць уплыў на фарміраванне парадку дня, стаўленне да складаных сацыяльна-прававых з'яў, трактоўку падзей. І нават сам выбар навін, акцэнт на адных і ігнараванне іншых, уносіць скажэнні ў аб'ектыўную карціну свету. Па-другое, журналісцкая інфармацыя рэдка бывае аб'ектыўнай, бо ўяўляе сабой суб'ектыўны погляд рэпарцёра, рэдактара, відэааператара, карэспандэнта на тыя ці іншыя падзеі. Па-трэцяе, трэба ўлічваць, што СМІ арыентаваны на прыцягненне ўвагі аўдыторыі, што гарантуе магчымасць атрымання прыбытку ад рэкламы. А для гэтага трэба выклікаць эмацыйны водгук чытачоў і гледачоў, што з дапамогай праўдзівай, рэальнай, сумнай інфармацыі з'яўляецца цяжкадасягальным.

Інфармацыя ў медыйных тэкстах можа мець розную жанравую прыналежнасць, адрознівацца па ступені аператыўнасці, адлюстроўваць фармат выдання і аўдыторную накіраванасць, узровень прафесіяналізму асобнага журналіста (альбо асобы, якая выконвае яго функцыю). Адпаведна, на ўмоўнай шкале пэўнасці інфармацыя можа займаць пазіцыю безумоўнай (*Я ведаю / упэўнены, што...*) альбо праблемнай (*Я не ведаю / не упэўнены, што... ці не...*) дакладнасці, а таксама частковай альбо абсалютнай недакладнасці (*Я ведаю / упэўнены, што не...*). На ўзроўні тэкстаў гэта праяўляецца ў выкарыстанні «фактаў, ацэнак, нарматываў, меркаванняў, гіпотэз, прагнозаў, версій, фактоідаў, чутак, фэйкаў, непасрэднай і апасродкаванай інфармацыі, інфармацыі “з другіх / трэціх рук”» (пераклад наш. — С. В.) [2, с. 11], што прыводзіць да перапляцення фактаў, меркаванняў і інтэрпрэтацый.

Лінгвістычныя прычыны скажэння інфармацыі абумоўлены самой структурай мовы, наяўнасцю ў ёй значнай колькасці слоў з нявызначаным значэннем, умоўных намінацый, ацэначных і экспрэсіўных канструкцый, а таксама распаўсюджанасцю з'яў сінаніміі, полісеміі, аманіміі, працэсаў генералізацыі, рэдукцыі, эўфемізацыі, метафарызацыі і інш. У дадзеным выпадку высокі ўзровень валодання журналістам мовай не можа быць дастатковай

умовай дасягнення ім неабходнай дакладнасці ў тэкстах. З аднаго боку, важным фактарам аказваюцца «межы жанру», у якім ствараецца медыятэкст, г. зн. патрабаванні да выбару пэўных моўных сродкаў, што звужаюць магчымасці аб'ектыўнага адлюстравання рэальнасці. Імкненне да аўтарскай індывідуалізацыі тэксту, да выпрацоўкі пазнаваемага стылю (напрыклад, выкарыстанне аўтарскіх метафар у інфармацыйных жанрах) таксама прыводзіць да скажэнняў. Нарэшце, маўленчае афармленне любога паведамлення пакідае месца для стварэння аўдыторыяй дадатковых сэнсаў, надання пэўнасці нявызначаным фрагментам (напрыклад, дакладная прасторавая лакалізацыя альбо дакладныя лічбы): «Можна проста пазначыць нейкае развіццё сітуацыі, каб адрасат паведамлення быў здольны дадумаць дэталі і дадатковыя дэскрыпцыі сітуацыі» (пераклад наш. — С. В.) [3, с. 127].

З вузкалінгвістычнага пункту гледжання асноўнымі фактарамі моўнай недакладнасці паведамлення з'яўляюцца недастатковая паўната ведаў суб'екта камунікацыі аб рэчаіснасці і нізкая ступень упэўненасці ў праўдзівасці інфармацыі, якая перадаецца, што можа выяўляцца ў розных формах:

а) нейтральнай дакладнасці, якая заснавана на мадальным значэнні рэальнасці і тэкстава афармляецца ў выглядзе апавядальных сказаў у абвесным ладзе (напрыклад, «Нарада пачалася на 30 хвілін раней, чым было запланавана, і праходзіць за зачыненымі дзвярыма»);

б) катэгарычнай дакладнасці, якая выказвае падкрэсленую ўпэўненасць апавядальніка (журналіста) у сваіх сцвярджэннях, імкненне настойваць на сваім меркаванні (пазіцыя ўзмацняецца словамі тыпу «бяспрэчна, безумоўна, несумненна, натуральна, вядома, на самой справе, сапраўды» і пад.);

в) праблематычнай дакладнасці, якая адлюстроўвае найменшую ступень інфармаванасці суб'екта камунікацыі і недастатковую ўпэўненасць журналіста ў праўдзівасці інфармацыі (сумневы і ваганні ў тэксце могуць перадавацца словамі тыпу «верагодна, здаецца, напэўна, быць можа, па-мойму, мабыць, падобна, магчыма, мабыць, сумняваюся» і пад.).

Псіхалагічныя прычыны скажэння інфармацыі ў СМІ могуць знаходзіць выражэнне ў падсвядомым імкненні аўтара медыятэксту да адлюстравання ўстойлівай, несупярэчлівай карціны свету, у якой адбіваецца індывідуальны светапогляд. Гэта прыводзіць да ўсведамлення неабходнасці канструявання логікі падзей на аснове сацыяльнага вопыту, прафесійнай практыкі і здаровага сэнсу, пабудовы адсутных элементаў, да штучнага зняцця супярэчнасцей у меркаваннях і трактоўках (нягледзячы на тое, што патрабаванне аб'ектыўнасці з'яўляецца асновай маральна-этычнай парадыгмы журналістыкі). Іншымі словамі, журналіст імкнецца падрыхтаваць для аўдыторыі максімальна цэласную, несупярэчлівую карціну рэчаіснасці, успрыманне якой выклікае стан

псіхалагічнага камфорту, пры гэтым падсвядома ігнаруючы аб'ектыўныя супярэчнасці ў падзеях і з'явах. У гэтай сувязі прадстаўленую ў медыядыскурсе аб'ектыўнасць варта ўспрымаць як «сукупнасць суб'ектыўных пунктаў гледжання» (пераклад наш. — С. В.) [4, с. 1027], што адлюстроўвае так званы тэарэтычны падыход да разумення аб'ектыўнасці.

Сярод фактараў скажэння інфармацыі ў медыяпрасторы вылучым таксама схільнасць аўдыторыі да ўспрымання і распаўсюджвання чутак і здагадак, спецыфіку інтэрнэт-прасторы, уплыў індэкса сацыяльнага даверу.

Чуткамі называюць інфармацыю пра з'яву, падзею, звычайна нічым не пацверджаную, якая актыўна распаўсюджваецца ў міжасобасных, нефармаль-ных зносінах. Вядомы ў тэорыі камунікацыі тэзіс сцвярджае, што «зона гаварэння» чутак роўная «зоне маўчання» фармальнай камунікацыі. Гэта значыць, што адной з прычын распаўсюджвання неправеранай інфармацыі з'яўляецца недастатковая ўвага, надаваемая якой-небудзь тэме ў СМІ альбо іншых афіцыйных крыніцах. Аднак дэфіцыт інфармацыі з'яўляецца не адзіным фактарам распаўсюджвання чутак: неправераныя звесткі павінны закранаць тэму, надзвычай важную для грамадзян. Напрыклад, навіна аб сур'ёзным здарэнні, якое нібыта хаваецца праваахоўнымі органамі ад грамадскасці, мае значна больш шанцаў стварыць чуткі, чым навіна пра пашырэнне ў практыцы органаў унутраных спраў сістэмы электроннага дакументазвароту. Сітуацыя, якая спрыяе з'яўленню і распаўсюджванню чутак, выявілася, напрыклад, у 2008 г. у Магілёве вакол гісторыі з так званым «фацінскім маньякам»: да моманту выхаду ў СМІ афіцыйных заяў органаў унутраных спраў у мясцовай супольнасці распаўсюдзілася некалькі версій падзей, пры гэтым ні адна з іх не адпавядала рэальнасці [5].

У дачыненні да чутак дзейнічае правіла: цікавасць выклікаюць сенсацыйныя гісторыі, аўдыторыя гатова верыць неправераным фактам, бо яны выклікаюць эмацыйную рэакцыю, знаходзяць жывы водгук. Прычым знак мадальнасці тут не з'яўляецца прынцыповым: рэзка негатыўная навіна (напрыклад, распаўсюджаная праз сацыяльныя сеткі) можа быць не менш прывабнай, чым навіна станоўчая. Яшчэ адна асаблівасць: пры ўспрыманні чутак рэзка зніжаецца здольнасць да крытычнага мыслення. Зрэшты, такі ж прынцып праяўляецца ў дачыненні да любой дзейнасці і любой інфармацыі, якая выклікае ў індывіда задавальненне. Па гэтай прычыне становяцца практычна рэальнымі ў свядомасці рэцыпіентаў героі папулярных літаратурных твораў, кінафільмаў, успрымаецца як праўдзівы змест пастановачных тэлевізійных шоу і нават рэкламных ролікаў.

Чуткі (інфармацыя, дакладнасць і паўната якой не можа быць адназначна акрэслена), з аднаго боку, з'яўляюцца сведчаннем дысфункцыянальнага стану

інфармацыйнай прасторы, з іншага боку, могуць быць маркерам выкарыстання актарамі медыясферы маніпулятыўных стратэгіяў. Напрыклад, штучна ствараемыя чуткі могуць выступаць інструментам фарміравання грамадскай думкі, дыягнастыкі гатоўнасці соц്യума да пераўтварэнняў, выяўлення калектыўнага настрою, павышэння канфліктнасці і палітычнай напружанасці, стварэння атмасферы страху і недаверу і г. д. Ананімнасць, адноснае свабоднае ад цензуры, запатрабаванасць аўдыторыяў — гэтыя характарыстыкі робяць працу з чуткамі прывабнай для масмедыя, якія выкарыстоўваюць адпаведныя фарматы.

Варта, аднак, мець на ўвазе, што ў выглядзе чутак можа распаўсюджвацца і дакладная інфармацыя, чаго, напрыклад, нельга сказаць пра фэйкі — штучна створаныя, сфальсіфікаваныя навіны, накіраваныя на маніпуліраванне ўвагай і свядомасцю аўдыторыі.

На скажэнне інфармацыі ў медыя ўплывае таксама спецыфіка інтэрнэт-прасторы. Інтэрнэт дае магчымасць лёгка знайсці абсалютна любую інфармацыю, якая можа сфарміраваць меркаванне грамадзяніна адносна пэўнай сацыяльна-прававой з’явы альбо ўмацаваць яго. Не адмаўляючы таго факту, што Сетка валодае наймагутнейшым патэнцыялам уплыву на грамадскую думку, адзначым і іншую заканамернасць: пошук інфармацыі ў Сусветнай павуціне часта накіраваны на абгрунтаванне ўжо сфарміраванай пазіцыі. Іншымі словамі, аўдыторыя выкарыстоўвае сеткавыя рэсурсы, каб пераканацца ў сваёй праваце, паказаць доказнасць і сталасць свайго меркавання — нам важна быць правымі, кампетэнтнымі, належаць да «дасведчанай» супольнасці. А ўлічваючы інфармацыйныя маштабы Інтэрнэту, зрабіць гэта аказваецца нескладана, у выніку чаго любое дэфармаванае ўяўленне рана ці позна знаходзіць сваіх прыхільнікаў [6].

У сувязі з гэтым узнікае пытанне аб механізме прыняцця інфармацыі на веру: любыя звесткі ў Інтэрнэце аказваюцца неадназначнымі, калі супаставіць навіны з розных крыніц. Напрыклад, навіна аб рэзанансным злачынстве будзе кардынальна адрознівацца на афіцыйным сайце Міністэрства ўнутраных спраў, у незяржаўных друкаваных СМІ, на старонках блогаў, неафіцыйных каналах у месанджарах і г. д. У прыняцці таго ці іншага пункту гледжання карыстальнік часцей за ўсё кіруецца суб’ектыўнай пазіцыяй: «Ці здаецца мне, што гэтая інфармацыя верная? Ці адпавядае яна маёй карціне свету і майму ўяўленню пра падзею?». Вялікі таксама ўплыў стэрэатыпаў успрымання. Напрыклад, пазнаёміўшыся з навіной аб карупцыйным скандале, у які ўцягнуты палітык, інтэрнэт-карыстальнік з большай верагоднасцю палічыць яго вінаватым, не чакаючы навін з залы суда. Аналагічна, прачытаўшы паведамленне аб скарге грамадзяніна на супрацоўніка міліцыі, які нібыта перавысіў службовыя паўнамоцтвы, «сярэдні» карыстальнік прыме бок заяўніка. У дадзеным выпадку

рэалізуецца агульны механізм фарміравання перакананняў: трапіўшы ў падсвядомасць, ілжывая інфармацыя з цяжкасцю замяняецца на сапраўдную, нават калі яе неаб'ектыўнасць з'яўляецца неабвержнай [7].

Нарэшце, на скажэнне інфармацыі ў медыяпрасторы аказвае ўплыў індэкс сацыяльнага даверу. Даследчы праект «Сусветны агляд каштоўнасцей» (World Values Survey — WVS) уключае дадзены паказчык у справаздачы з 1980-х гг. Індэкс сацыяльнага даверу (Index of Social Trust, далей — IST) не ў меншай ступені, чым фінансава-эканамічныя індэкатары, адлюстроўвае сацыяльна-эканамічнае развіццё ў канкрэтнай дзяржаве, узровень сацыяльнай канфліктнасці, задаволенасць грамадзян дзейнасцю дзяржаўных структур. Аднак, IST дэманструе схільнасць аўдыторыі да крытычнага стаўлення ў адносінах да пазіцыі афіцыйных, дзяржаўных СМІ. Для Рэспублікі Беларусь характэрны сярэдні паказчык IST, найбольш высокае яго значэнне фіксуецца ў дзяржавах Скандынавіі, а таксама ў Кітаі. У большасці еўрапейскіх дзяржаў індэкс даверу дзяржаўным структурам вышэйшы, чым узровень міжасобаснага даверу. Незадаволенасць і недавер, якія маюць схаваны характар, выразна выяўляюцца ва ўмовах ананімнасці і віртуальнасці інтэрнэт-прасторы.

Такім чынам, асаблівасці сучаснай медыйнай прасторы разам з суб'ектыўнымі фактарамі ўзаемадзеяння індывіда з інфармацыйным полем ствараюць перадумовы як для маніпулявання пашыраемымі (і ствараемымі) СМІ звесткамі, так і для скажэння іх успрыняцця аўдыторыяй. У выніку СМІ рызыкуюць ператварыцца са сродкаў масавага інфармавання ў «сродкі масавага дэзінфармавання», дэфармуючы інфармацыйную карціну свету, фарміруючы перадумовы для распаўсюджвання чутак, прадуцыравання фэйкаў, зніжаючы інфармацыйны імунітэт аўдыторыі да падобнага негатыўнага ўздзеяння.

1. Мансурова В. Д. Журналистская картина мира как тип социокультурной реальности : автореф. дис. ... д-ра филос. наук : 09.00.11 / Алтайский гос. ун-т. Барнаул, 2003. 39 с. [Вернуться к статье](#)

2. Белоедова А. В. Категория достоверности в современных журналистских текстах (теоретический и практический аспекты) : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Белгород. гос. науч.-исследоват. ун-т. Воронеж, 2018. 22 с. [Вернуться к статье](#)

3. Олянич А. В. Презентационная теория дискурса : монография. М. : Гнозис, 2007. 407 с. [Вернуться к статье](#)

4. Энциклопедия эпистемологии и философии науки / под ред. И. Т. Касавина. М. : «Канон +» РООИ «Реабилитация», 2009. 1247 с. [Вернуться к статье](#)

5. Венидиктов С. В. Медиакоммуникация в гражданском обществе: интеграционный ресурс : монография. Могилев : Могилев. ин-т МВД, 2016. 180 с. [Вернуться к статье](#)

6. Венідыктав С. В., Вашрава Н. В. Інтэрнет-каммунікацыя в дзейнасці арганов внаутренніх дел : учеб. пасабіе. Мінск : РІВШ, 2020. 236 с. [Вернуцца к статье](#)

7. Венідзіктаў С. В. Медыяадукацыя і інфармацыйная бяспека // Журналістыка — 2020: стан, праблемы і перспектывы : матэрыялы 22-й Міжнар. навук.-практ. канф., Мінск, 12–13 лістап. 2020 г. / Беларус. дзярж. ун-т ; рэдкал.: В. М. Самусевіч (гал. рэд.) [і інш.]. Мінск : БДУ, 2020. С. 7–11. [Вернуцца к статье](#)