

МЕДИАФАКТ КАК ФОРМА ЗНАНИЯ: ТИПОЛОГИЗАЦИЯ

Н. А. Пром

Волгоградский государственный технический университет

Поступила в редакцию 1 ноября 2018 г.

Аннотация: *ценностная сторона медиафакта, в отличие от факта научного, не обладает абсолютной истинностью. При этом выросла значимость такой ценности, как знание. Проведенный анализ типологий знания, а также фактический материал медиадискурса позволил представить многоаспектную классификацию медиафактов. В основу классификаций положены источник информации, функциональность, жизненная фаза, а также степень его надежности и очевидности.*

Ключевые слова: *медиадискурс, классификация медиафактов, аксиологический признак медиафакта, знание, истина.*

Abstract: *the value side of a media fact, in contrast to the scientific fact, does not possess absolute truth. At the same time, the importance of such value as knowledge has grown. The analysis of knowledge typologies, as well as the actual material of the media discourse, allowed us to present a multidimensional classification of media facts. The classification is based on the source of information, functionality, life phase and the degree of its reliability and obviousness.*

Keywords: *media discourse, classification of media fact, axiological feature of media fact, knowledge, truth.*

Современный медиафакт представляет собой явление сложное и противоречивое. С одной стороны, это факт, который заслуживает безусловного к себе доверия, с другой, аудиторию настораживает высокая вероятность манипулятивного воздействия и невысокая ответственность медиадискурса за предоставляемую информацию. Данное противоречие обуславливает актуальность тщательного изучения медиафакта как концептуального явления в целом и его аксиологических признаков в частности. Так, предлагаемая статья имеет целью рассмотреть аксиологическую сторону медиафакта, степень его истинности и реальную ценность медиафакта как формы представления знания, что позволило построить многоаспектную классификацию медиафактов.

Толковые словари опираются на латинскую этимологию ставшего интернациональным слова «факт» (*factum* — сделанное, свершившееся) [1, с. 730] и указывают его обиходное понимание как истинного, реального события, явления, фрагмента действительности. Н. Д. Арутюнова доказывает, что факт соотносится с действительностью только через значение истинности [2, с. 491]. Ценность истины является сложной философской проблемой, в которую мы не будем углубляться, однако учтем положение о том, что истина бывает абсолютная и относительная [3]. Абсолютная истина — понимание глубинных связей мира, и постигается она мудростью. Относительная истина доступна науке, постигается умом и представляет собой знание, воспроизводящее объективный мир приближенно.

Истина, часто используемая в значении «абсолютной истины» как всеобщая ценность, относится к аксиологической стороне факта вообще и научного факта в частности. Медиафакт в современном мире уже не является носителем абсолютной истины. Его истинность относительна во всех смыслах этого слова: во-первых, как знание в науке, о котором говорилось выше, и, во-вторых, относительна, поскольку допускает зависимость от точки зрения на тот или иной факт.

Когда факт подвергся воздействию медийности, он становится не просто информацией, а формой знания, достоверность которого считается доказанной. Так, медиафакт как знание представляет собой важную ценность постиндустриального общества. В философии ценность знания видят в стремлении к освобождению от зависимостей мира, преодолению собственной чуждости и ограниченности, обретении смыслозначимого существования, контроля над внешней и внутренней природой [2]. Другими словами, знание — это ценность, присущая людям различных культур и социальных слоев, поскольку оно, с одной стороны, способствует росту качества жизни, с другой — содействует взаимодействию человека и окружающего мира. Оно часто ассоциируется с информацией, однако информация является более широким понятием и может быть истинной или ложной. Знание, исключая понятие ложности, тем не менее остается истиной относительной, подверженной интерпретации.

Медиадискурс имеет дело с разными типами знания, каждое из которых, даже самое сомнительное, в силу ценности любого знания, пусть даже в ущерб

рациональности, находит свое место в медиадискурсе. В связи с этим требует уточнения граница между медиафактом и знанием, поскольку из-за размывания понятия «медиафакт» граница между ним стала менее очевидной. В медиадискурсе и факт, и знание являются информацией, поэтому разграничение будет более наглядным при посредничестве понятия «информация», которую мы представим в виде пирамиды, состоящей из основания, центральной части и вершины, где каждый последующий уровень добавляет определенные свойства к предыдущему. Основание пирамиды — шум низко актуальной медиаинформации. Центральная часть включает знание как более или менее важную и достоверную информацию. На вершине находится актуальная информация с высоким эффективным потенциалом, прошедшая через воздействие медийности. Это медиафакты, под которыми мы в широком смысле понимаем медийные социально значимые сообщения с признаками достоверности.

Поскольку знание частично соотносится с медиафактами, основания для типизации знаний и сами классификации представляют особый интерес для нашего исследования. Типы знания разработаны в философии, социологии, информатике [2] и различаются степенью обоснованности. Подробно изучив и переосмыслив существующие классификации знания, мы представляем разноуровневую типологизацию медиафактов.

1. Классификация по источнику информации. Источником информации для возникновения медиафакта являются сферы человеческой деятельности: быт, наука, жизнь общества и др. Медиафактами, которые соответствуют этим сферам, являются следующие:

а) социальные медиафакты включают широкий спектр сообщений о различных областях общественной жизни: спорте, культуре, экономике, политике и т.п. Например, *У россиян появится дополнительный день отпуска «специального назначения». Раз в три года они смогут брать один день за счет работодателя нахождение диспансеризации. А у людей предпенсионного и пенсионного возраста таких дней будет два. И не раз в три года, а ежегодно* [Российская газета, 04.10.2018]. Это самый востребованный аудиторией тип медиафактов, который занимает значительную часть эфира на телевидении и полос в газетах как печатных, так и электронных;

б) научные медиафакты представляют понимание о структуре предметов и явлений, их существенных взаимосвязях. Они получены посредством научных методов познания и могут быть эмпирическими (на основе опыта или наблюдения) и теоретическими (на основе анализа абстрактных моделей). Средства массовой коммуникации попадают самые интересные и актуальные для аудитории научные факты. Например, *Самое длинное лунное затмение в XXI веке произойдет в ближайшие выходные* [Не-

зависимая газета, 25.07.2018]. Интерес медиа к научным достижениям объясняется их прикладным значением и влиянием на общество в целом и качество жизни отдельного человека, поэтому редкий выпуск новостей на телевидении, номера печатной или электронной газеты, а также ленты новостных агентств обходятся без научных медиафактов;

в) внеучные медиафакты. Источником данного типа медиафактов являются определенные сообщества, обладающие знанием, в основе которого лежит квазинаука, располагающая собственными формами и методологией. Она обеспечивает медиадискурс фактами, отличающимися от научно-рационалистических. Например, *7 августа Уран делает разворот в ретро. Обычно это сопровождается неожиданными и резкими событиями в экономике* [Гороскоп на август 2018 г.]. Медиафакты подобного рода также являются востребованными на рынке медиауслуг в силу многообразия потребностей аудитории;

г) обыденные медиафакты. Данный тип медиафактов опирается на чувственно воспринимаемые образы, здравый смысл и повседневный опыт, служат для ориентации в окружающем мире и организации практической деятельности. Они, как правило, носят обрывочный, фрагментарный характер, который не позволяет проникнуть в суть вещей. Репрезентацией в этом случае часто бывают цитаты. Например, *Российский цикл известен: летом жарко, зимой холодно, весной реформы, а осенью — кризис* (А. Я. Лившиц) [Коммерсантъ, 26.04.2013].

2. Классификация медиафактов по степени надежности источника. В данном контексте мы должны говорить о непосредственных источниках медиафактов, а не о новостных агентствах, сообщения которых тиражируются в разных изданиях. Здесь имеются в виду надежные источники, такие как официальные документы, базы данных, должностные лица и др.; им противопоставляются анонимные источники, слухи непроверенная информация и т.п.

Назовем данные медиафакты:

а) документальные медиафакты. Это формализованные сведения, сформулированные и обобщенные в базах данных, документах и др. Например, *Распродажи российских бумаг активно шли в четверг и пятницу на минувшей неделе* [Газета.ру, 14.08.2018]. Данный медиафакт легко верифицируется при обращении к официальной информации и сводкам бирж;

б) неявные медиафакты. Скрытые медиафакты отражаются в поступках, опыте применительно к конкретной ситуации, событиям. Например, *США преследуют свои собственные интересы... Своими войнами за ресурсы Соединенные Штаты дестабилизировали Ближний Восток и продолжают делать это в Иране. При этом расплачивается за это в первую очередь Европа... Соединенные Штаты всегда боялись объединения российских ресурсов и немецкой технологии* [РИА Новости, 03.08.2018]. Приве-

денный пример является интерпретацией тех или иных фактов и, очевидно, представляет собой личное мнение автора медиафакта и, возможно, не совпадает с мнением издательства. При этом если в науке даже самое авторитетное мнение остается всего лишь мнением, то в медиадискурсе оно приобретает статус медиафакта.

3. Классификация медиафактов по степени очевидности (А. В. Чусов отмечает, что обычный адресат медиасообщения не отличает медиафакт от знания о нем [4] и в условиях медиадискурса воспринимает объективную информацию равноценной его субъективной интерпретации, чем непременно стараются воспользоваться медиапроизводители, заменяя факт его оценкой либо мнением):

а) очевидные медиафакты. Основываются на чувственных ощущениях. *Красивая набережная. Зеленый газон, цветы, все ухожено и красиво. Отличное место для прогулок и осмотра города* [Tripadvisor, 16.08.2016]. Подобные сообщения воспринимаются аудиторией как неоспоримые, поскольку звучат из уст очевидцев. Данный стереотип эксплуатируется создателями фейковых новостей, когда инсценированные события комментируются его «участниками» с целью введения в заблуждение и получения определенной выгоды. Одним из самых ярких медиафактов подобного типа является постановка химатаки в сирийской Думе: *Dozens Suffocate in Syria as Government Is Accused of Chemical Attack. The attack appeared to break the will of Douma's rebels, who agreed on Sunday to a deal with the government to hand the area over and be bused to another area outside government control in the country's north.* [The New York Times, 2018. Aug, 08.] — *Десятки задыхаются в Сирии, тогда как в химической атаке обвиняется правительство... Нападение, похоже, должно было сломить дух повстанцев Думы, которые в воскресенье договорились с правительством о том, чтобы передать этот район и отправиться в другой за пределами государственного контроля на севере страны.* В связи с этим возникает необходимость говорить о ненадежности очевидных медиафактов. Тем не менее доверие к ним остается значительным, а электронные ресурсы, содержащие отзывы о тех или иных продуктах потребительского и сервисного рынка, остаются самыми востребованными. Социальные сети стали рассматриваться как реальные источники свидетельских показаний и фактов, на основании которых предъявляются обвинения;

б) неочевидные медиафакты. Данный тип медиафактов требует доказательств, хотя это очевидно не для всех реципиентов. Например, *Следствие полагает, что с 2015 по 2017 гг. Марковкин строил многоквартирный дом в Великом Новгороде на средства дольщиков. Когда он получил от них более 60 млн. руб., то компании распорядились этими средствами по своему усмотрению, и строительство дома не за-*

кончили [РБК, 11.08.2018]. Реальным медиафактом является: *Следствие полагает, что, однако аудитория, как правило, игнорирует вводную конструкторскую и воспринимает в качестве медиафакта пока недоказанные эпизоды мошеннической деятельности господина Марковкина.* Это давняя филологическая проблема фактичности раскрылась по-новому в медиадискурсе.

4. Классификация медиафактов в зависимости от их «жизненной фазы» в качестве новости. А. Е. Курилов выделяет четыре этапа генезиса новости: зарождение, детонация, резонанс и переход в память новостного поля [5, с. 397]. Первые три этапа мы расцениваем новость как активную, далее наступает пассивная фаза.

В данном случае можно рассмотреть следующие медиафакты:

а) активные медиафакты способствуют осуществлению конкретных действий, используются для понимания причин ситуации, принятия решений и их реализации. Активным медиафакт остается от нескольких часов до нескольких суток (в зависимости от своего эффективного потенциала). Например, *На границе России и Украины был сбит Boeing 777. На борту самолета находились 283 пассажира и 15 членов экипажа — все они погибли* [Газета.ру, 17.07.2014]. Данная новость, обладая значительным эффективным потенциалом, была активной довольно длительное время. Этому способствовали масштаб трагедии, ее «своевременность» для заинтересованных кругов и мировой резонанс;

б) пассивные медиафакты хранятся в бэкграунде: системах, книгах, документах, базах данных и могут быть востребованы в случае необходимости. Например, осуждая ракетные удары по сирийской территории в ответ на предполагаемое применение химического оружия в Думе в ночь на 14 апреля 2018 года, *официальный представитель МИД РФ Мария Захарова напомнила о фальсифицированных доказательствах при вторжении США в Ирак в 2003 году. <...> [В этот раз. — Н. П.] согласно заявлениям Вашингтона, решение о начале ударов принималось на основе «СМИ, сообщений о симптомах, видео и фото, а также на (основе. — Ред.) заслуживающей доверия информации»* [Деловой Петербург, 14.04.2018]. Пассивным медиафактом в приведенном сообщении является «бывшая новость» о так называемой «пробирке с химическим оружием Саддама Хусейна», демонстрировавшаяся в Совбезе ООН, ставшая поводом для американских бомбардировок Ирака и, как выяснилось значительно позже, оказавшаяся фальшивой.

5. Функциональная классификация медиафактов (в основе данного разделения лежит содержательный аспект медиафакта, позволяющий удовлетворить информационные запросы потребителей медиапродукции; данная классификация имеет в своей основе пропозициональное деление знаний):

а) декларативные медиафакты содержат представления о чем-либо, его явной структуре: *Договор о Европейском союзе, более известный как Лиссабонский договор, включает в себя и Статью 50, в которой допускается возможность выхода из Евросоюза* [ВВС Русская служба, 29.03.2017]. Это факты, которые составляют основу школьной программы, энциклопедические знания, а в сфере средств массовой коммуникации просветительские программы и материалы;

б) ориентационные медиафакты помогают провести диагностику в любой интересующей аудитории сфере (медицина, быт, погода, компьютерные технологии и др.). Они объясняют, как понять то, что происходит. Например, *Насморк, слезотечение, чихание — симптомы ОРЗ* [Здоровье с Еленой Малышевой, 07.10.2018];

в) каузальные медиафакты информируют о причинах явлений, условиях и времени выполнения действия, отношения объекта действий с другими объектами. *«В ходе Игр в Сочи было подменено не менее сотни допинг-проб. Офицеры ФСБ научились вскрывать запечатанные пробы и подменять анализы, без следов запрещенных веществ, таким образом, чтобы пробы сохраняли нетронутый вид», — заявил Родченков* [Спорт-экспресс, 12.05.2016];

г) процедурные медиафакты содержат информацию об осуществлении процесса: средства, пути, порядок выполнения действий. *Покидающая ЕС страна не имеет права участвовать в обсуждениях своего решения другими членами союза* [ВВС Русская служба, 29.03.2017]. Особая популярность данного вида знания и абсолютное доверия к такого рода фактам наблюдается в сфере телевизионных программ на медицинскую тему. Например, *Если есть воспаления на лице, то сначала нужно кожу подлечить и только потом выполнять очищающие меди-*

цинские процедуры [Здоровье с Еленой Малышевой, 07.10.2018]. Говоря о современной заинтересованности аудитории в конкретном типе знания и фактах, В. И. Карасик отмечает, что в массовом сознании резко снижается доля достоверного и происходит экспансия ориентационного и процедурного типов знания [6, с. 18].

Таким образом, проведенный анализ типологий знания в философии и логике, а также широкий спектр фактического материала медиадискурса позволил представить многоаспектную классификацию медиафактов. В основу классификаций положены источник информации, степень его надежности и очевидности, а также функциональность и жизненная фаза, что в дальнейшем создаст условия критического изучения медиаматериала.

ЛИТЕРАТУРА

1. Крысин Л. П. Толковый словарь иноязычных слов / Л. П. Крысин. — М.: Русский язык, 1998.
2. Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека / Н. Д. Арутюнова. — М.: Языки русской культуры, 1999.
3. Левин Г. Д. Абсолютное и относительное / Г. Д. Левин // Новая философская энциклопедия. — Режим доступа: <https://iphlib.ru/greenstone3/library/collection/newphilenc/document/HASH0194de7c48398e265b864994> (дата обращения: 10.04.2018).
4. Чусов А. В. Факт // Энциклопедия. Фонд знаний «Ломоносов». — Режим доступа: <http://www.lomonosov-fund.ru/enc/ru/encyclopedia:0127073:article> (дата обращения: 28.05.2018).
5. Курилов А. Е. Генезис новости в новостном поле / А. Е. Курилов // Преподаватель XXI век: общерос. науч. журн. о мире образования. — 2015. — № 2. — Ч. 2. — С. 391–397.
6. Карасик В. И. Языковая пластика общения: монография / В. И. Карасик. — Волгоград: Парадигма, 2017.

Волгоградский государственный технический университет

Пром Н. А., кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков

E-mail: natalyprom77@mail.ru

Volgograd State Technical University
Prom N. A., Candidate of Philology, Associate Professor,
Foreign Languages Department
E-mail: natalyprom77@mail.ru