

Оригинальная статья / Original article

УДК 811.1/.8/

Ложь в аспекте номинации (на материале современных медиатекстов)**Г. В. Попова¹ ✉, И. В. Капанин¹**¹ Юго-Западный государственный университет

ул. 50 лет Октября, д. 94, г. Курск 305040, Российская Федерация

✉ e-mail: fantgaw80@mail.ru

Резюме

Актуальность работы обусловлена тем, что в информационном обществе СМИ становятся основным проводником и своеобразным преобразователем информации, представляемой для массового потребления. Медиатекст предстает как основная единица мощного информационного потока, в которой репрезентируются разноплановые понятия, функционирующие в обществе. Феномен лжи как часть антинормы «ложь – истина», являясь одной из значимых бинарных онтологических оппозиций, в сфере массмедиа проявляется в виде манипуляции общественным сознанием, направленной на преобразование языковой картины мира. Языковое манипулирование в этой связи выступает как основная функция СМИ, вытесняющая все остальные. Номинация важнейших понятий в новостных медиатекстах становится одним из ведущих средств манипуляции, т.е. скрытого целенаправленного воздействия на адресата.

Целью данной работы является исследование специфики реализации аспектов номинации в поле антинормы «ложь – истина» на материале новостных медиатекстов. В задачи исследования входит отбор текстов определенной тематики («Техногенные катастрофы», «Природные катаклизмы» и «Экономика»), анализ ключевых номинаций с позиции выявления языкового манипулирования. Выбор тематики медиатекстов обусловлен тем, что их новостное описание связано с употреблением терминологических единиц, с одной стороны, и соблюдением принципа доступности, связанного с массовостью, с другой. Анализ «балансирования» номинативных единиц в поле «ложь – истина», связанного с выбором в пользу манипулятивного эффекта в сфере массмедиа, является предметом исследования в настоящей статье.

Обозначенные материалы исследования требуют применения методов сбора и обработки информации (аналитико-синтетическая обработка), методов классификации и систематизации, а также метода сплошной выборки для отбора и анализа текстовых материалов.

К основным результатам работы можно отнести компоративный анализ феномена «ложь», систематическое описание специфики медиатекстов, изучение и анализ манипулятивного аспекта в номинации понятий, отражающих реалии в современных новостных медиатекстах.

Ключевые слова: ложь; номинация; манипуляция; языковое манипулирование; медиатекст.

Конфликт интересов: Авторы декларируют отсутствие явных и потенциальных конфликтов интересов, связанных с публикацией настоящей статьи.

Для цитирования: Попова Г. В., Капанин И. В. Ложь в аспекте номинации (на материале современных медиатекстов) // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. 2022. Т. 12, № 3. С. 98-110.

Статья поступила в редакцию 14.06.2022

Статья подписана в печать 02.08.2022

Статья опубликована 06.09.2022

Lies in the Aspect of Nomination (Based on Modern Media Texts)

Galina V. Popova¹, Ivan V. Kapanin¹ ✉

¹ Southwestern State University

50 let Oktyabrya 94 str., Kursk 305040, Russian Federation

✉ e-mail: fantgaw80@mail.ru

Abstract

The relevance of the work is due to the fact that in the information society, the media become the main conductor and a kind of converter of information presented for mass consumption. The media text appears as the main unit of a powerful information flow, in which diverse concepts that function in society are represented. The phenomenon of lies as part of the antinomy "false - truth", being one of the most significant binary ontological oppositions, in the field of mass media manifests itself in the form of manipulation of public consciousness, aimed at transforming the linguistic picture of the world. In this regard, linguistic manipulation acts as the main function of the media, displacing all others. The nomination of the most important concepts in news media texts is becoming one of the leading means of manipulation, i.e. hidden purposeful influence on addressees.

The purpose of this work is to study the specifics of the implementation of aspects of the nomination in the field of the antinomy "false - true" on the material of news media texts. The tasks of the study include the selection of texts on a specific topic ("Man-made disasters", "Natural disasters" and "Economics"), the analysis of key nominations from the standpoint of identifying linguistic manipulation. The choice of topics of media texts is due to the fact that their news description is associated with the use of terminological units, on the one hand, and the observance of the principle of accessibility associated with mass character, on the other. The analysis of the "balancing" of nominative units in the "false - true" field, associated with the choice in favor of the manipulative effect in the field of mass media, is the subject of research in this article.

The indicated research materials require the use of methods for collecting and processing information (analytical and synthetic processing), methods of classification and systematization, as well as the method of continuous sampling for the selection and analysis of text materials.

The main results of the work include a comparative analysis of the "lie" phenomenon, a systematic description of the specifics of media texts, the study and analysis of the manipulative aspect in the nomination of concepts that reflect the realities in modern news media texts.

Key words: lie; nomination; manipulation; language manipulation; media text.

Conflict of interest: The Authors declare the absence of obvious and potential conflicts of interest related to the publication of this article.

For citation: Popova G. V., Kapanin I. V. Lies in the Aspect of Nomination (Based on Modern Media Texts). *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika i pedagogika = Proceedings of the Southwest State University. Series: Linguistics and Pedagogics*. 2022, 12(3): 98–110 (In Russ.).

Received 14.06.2022

Accepted 02.08.2022

Published 06.09.2022

Введение

Ложь как социальный феномен существует со времён появления речи как таковой. Ещё древний китайский стратег и полководец Сунь-Цзы, известный своей «школой военной философии», включал ложь в искусство управления противником и советовал при ведении боевых действий сперва вводить противника в заблуждение, а после нападать на него [1].

В словарях понятие «ложь» в самом общем смысле представляется как «намеренное искажение истины», неправда [2, 3, 4]. Более детальные трактовки описывают четыре аспекта феномена лжи: гносеологический, логический, нравственный и политический.

Гносеологические толкования основываются на противопоставлении «ложь – истина», когда рассматриваются в каче-

стве лживых высказывания, в которых происходит искажение информации в силу объективных (природа физических объектов) или субъективных причин (специфика человеческого мышления и сознания) [5]. В этом русле лежат толкования лжи как противоречия в оценке действительности разными субъектами: «действие, которым один человек вводит в заблуждение другого, делая это умышленно, без предварительного уведомления о своих целях и без отчетливо выраженной со стороны жертвы просьбы не раскрывать правды» [6, с.12].

В классической логике понятия «ложь» и «истина» равноправны (дуальны), поскольку отрицание истины есть ложь и, наоборот, отрицание лжи есть истина. Однако существующие семантические парадоксы, среди которых знаменитое утверждение «один критянин сказал, что все критяне лжецы», делают вопрос о сущности лжи гораздо более сложным. В логиках неклассических возникает представление о неравноправности истины и лжи в естественном языке, что проявляется в формулировании так называемых «степеней истинности».

Как отмечает А.К. Секацкий, «в европейской философской традиции вопрос об истине (обо истинном познании, о жизненной истине» и т.д.) всегда был одним из решающих; в то же время ложь достаточно редко становилась предметом специального интереса; ложь принято скорее обличать, чем исследовать» [7, с. 6].

Как правило, именно с обличением, порицанием лжи связывается парадоксальность нравственного аспекта понимания этого феномена: «Сознательная ложь, как обман, имеет явно негативное значение, а лживость является пороком. Но в то же время в философии морали встает также вопрос о необходимости лжи» [5]. Так, в энциклопедическом словаре Брокгауза и Эфрона подробно рассматривается соотношение понятий лжи, заблуждения и ошибки, а также их производных. Ложь предстает как «созна-

тельное и потому *нравственно предосудительное* противоречие истине»; «безусловно *дурное* значение сохраняет лишь форма лживый» [8].

Как видим, в словарной статье употребляются оценочные лексемы, которые определяют отрицательную коннотацию рассматриваемого понятия, причем даже по отношению к логическим и гносеологическим толкованиям: прилагательное «ложный» употребляется также в смысле объективного несовпадения данного положения с истиной, хотя бы без *намерения и вины* субъекта; так, лживый вывод есть тот, который делается с намерением обмануть других, тогда как ложным выводом может быть и такой, который делается по ошибке, вводя в обман самого ошибающегося» [8].

Там же вводится представление о «необходимой лжи», когда ставится вопрос о том, «позволительно или непозволительно делать сознательно несогласные с фактической действительностью заявления в крайних случаях, например, для спасения чьей-нибудь жизни. Этот вопрос неосновательно смешивается иногда с вопросом о позволительности худых средств для хороших целей, с которым он имеет только кажущуюся связь» [8]. Как писал В. Соловьев: «...Жертвовать человеческой жизнью для точного исполнения отдельного предписания — есть внутреннее противоречие и не может быть нравственным» [9, с. 911].

В современных словарях также указывается, что с этической точки зрения «ложь подлежит осуждению, если обман вызван стремлением нанести вред другому человеку или добиться для себя преимуществ перед другим» [5].

Как видим, понятие лжи при самом общем этическом подходе оценивается отрицательно, но детализация рассматриваемого феномена дает несколько позитивных трактовок: из вежливости, жалости или «во благо». Таким образом, в русской лингвокультуре допускается ложь в силу обстоятельств, которые должны

давить над волей говорящего, вынуждая выстраивать противоречащее истине сообщение.

В области политики ложь в акте номинации приобретает особый характер и значение. В политике как одной из сфер массовой коммуникации основной функцией слова является воздействующая. В этом случае наименование того или иного понятия, события становится особо значимым, в том числе и идеологическим деянием. Как отмечают исследователи, «функциональное значение лжи здесь настолько велико, что возможно построение уникальных типов государств, где ложь материализуется во всех проявлениях человеческой жизни» [5].

Обращаясь к феномену лжи в лингвистическом контексте, мы входим в спектр проблем, связанных с реализацией важнейшей функции языка – номинативной.

Номинация «составляет неотъемлемую часть познания» [10, с. 78] поскольку название того или иного предмета, явления действительности призвано отразить его сущностные, природные свойства. Кроме того, в процессе называния происходит обобщение непосредственного чувственного опыта, связанного с бытием человека. Называние воплощается в слове – важнейшей единице языковой системы. «Ценность имен заключается в их значимости для нашего опыта. В языке отражается то, что мы видим, слышим, чувствуем, осязаем. А это, в свою очередь, зависит от того, что мы хотим увидеть и что нам необходимо увидеть» [11, с. 84]. Человек в определении сущности предмета или явления ориентируется именно на его «имя», замечая именно то, что названо и «утрачивая способность увидеть нечто новое» [11, с. 85].

Ложь в речи связывается, как правило, с выбором того или иного наименования для определения предмета, явления или события. Р. Блакар писал, что у говорящего всегда есть возможность выбора языковой единицы, причем этот выбор

никогда не бывает случайным. «Произнося одно-единственное слово, человек, как кажется, вынужден занять позицию и осуществлять воздействие» [12, с. 92].

Именно семантика слова, реализация в тексте аспектов его значения в определенном контексте позволяет говорить о «лживости» и «правдивости» той или иной номинации. Р. Блакар утверждал: «Выразиться нейтрально невозможно. Всякое использование языка предполагает воздействующий эффект» [12, с. 120].

Целью данной работы является исследование особенностей реализации аспектов номинации в поле функционирования антиномии «ложь – истина» в новостных медиатекстах.

Материалы и методы

Материалом исследования являются работы отечественных и зарубежных ученых, рассматривающих функционирование феномена лжи, понятия языкового манипулирования, связанного с аспектами номинации (называния) предметов, явлений и событий в новостных медиатекстах.

Обозначенные материалы требуют применения таких общенаучных методов, как методы сбора и обработки информации (аналитико-синтетическая обработка), методы классификации и систематизации, а также метод сплошной выборки, применяемый для сбора и анализа языкового материала.

Для анализа отбирались новостные публикации по темам «Природные катастрофы», «Техногенные катастрофы» и «Экономика», что обусловлено как характером данных текстов, так и задачами работы. Специфика обозначенных тем такова, что их новостное описание требует фактической точности, требующей терминологического наименования. В этой связи особенно интересным представляется проследить, как реализуется выбор номинаций в поле «ложь – истина», когда, с одной стороны, необходимо использовать строгое терминологическое

обозначение, с другой – не только соблюдать принцип доступности для большинства читателей, но и учитывать множество иных факторов: политических, идеологических, социальных и т.д.

Всего было исследовано более 50 статей, опубликованных в открытом доступе в период с 2020 по 2022 гг. на ресурсах РБК, 24Мир, Лента.ру. и других.

Результаты и обсуждение

Термин «медiateкст», активно функционирующий в научной литературе, стал использоваться с 90-х годов XX века. На современном этапе данное понятие имеет широкое поле толкований: это «новый коммуникационный продукт», «коммуникационный конгломерат», особенностью которого является включение в разные медийные структуры (вербального, визуального, звучащего, мультимедийного планов) и в разные медийные обстоятельства (периодическая печать, радио, телевидение, Интернет, мобильная и спутниковая связь) [13, с. 10]; «динамическая сложная единица высшего порядка, посредством которой осуществляется речевое общение в сфере массовых коммуникаций» [14, с. 13].

Исследователи отмечают, что специфика медiateкста определяется прежде всего внешними условиями его существования. Перечислим некоторые.

Особый тип и характер информации, «без жесткого определения содержания такой информации — лишь бы она рассматривалась отправителем как существенная, важная или даже необходимая обществу как массовому ее потребителю» [15, с. 185]; причем «путем отбора информации и способа ее подачи влиятельные социальные группы осуществляют ее регулятивное воздействие», т. е. осуществляется конструирование особой картины мира в сознании адресата [14, с. 12].

Производство «на поток», одноразовость, невозпроизводимость, что выводит массовую информацию за пределы куль-

туры в область субкультуры, массовой культуры, «ценности которой ориентированы на примитивный уровень потребления товаров и услуг» [16, с. 131].

Коллективное производство медиапродукта, когда над ним работают сразу несколько специалистов, погружая в общую структуру выпуска.

Опосредованность общения и особый характер обратной связи, ее минимизация и отложенность во времени и пространстве.

Экономический параметр, определяющий идеологию издания и влияющий на содержательное и техническое воплощение [14, с. 12-13; 17].

Основными категориями медiateкста являются медийность, предполагающая детерминированность каналом передачи информации; массовость, т.е. ориентированность на разнородную аудиторию, представляющую собой социальные группировки, не связанные целями и интересами, и объединенные «только элементарным знанием языка» [16, с. 130]; интегративность, понимаемая как включение в единое смысловое пространство разнородных компонентов (вербальных, визуальных, графических и т.д.); и открытость для множества интерпретаций из-за смысловой незавершенности [14, с. 13].

По словам американского культуролога А. Моля, массмедиа фактически контролируют всю нашу культуру, пропуская ее через свои фильтры, выделяют отдельные элементы из общей массы культурных явлений и придают им особый вес, повышают ценность идеи, обесценивают другую, поляризуют все поле культуры. То, что не попало в каналы массовой коммуникации и не было включено в «технологии раскрутки», почти не имеет шансов оказать влияние на общество. «В настоящее время знания формируются не системой образования, а средствами массовой информации» [18, с. 45].

В этом ключе приобретают особую значимость массовые новостные тексты, которые доступны абсолютному боль-

шинству населения. Исследователи отмечают, что даже в новостных жанрах журналист воспроизводит не саму действительность, но факты, определенным образом отобранные и сгруппированные в соответствии с чьей-то позицией [19]. Следуя концепции «установки пунктов повестки дня», читатель ориентируется не только на предложенный в СМИ перечень событий, но и их оценку. Постоянно увеличивающийся объем новостного потока приводит к тому, что реципиент не имеет возможности относиться к предлагаемой информации критически.

Отметим, что в сфере массмедиа ложивость или правдивость того или иного сообщения определяется в процессе анализа фактической основы текста, т.е. в соотношении с действительностью. Причем СМИ следят за точностью отражения фактов в своих публикациях. Однако многоаспектность трактовок феномена лжи, как показано выше, делают такую «сверку» гораздо более сложной, чем может показаться на первый взгляд.

С одной стороны, в обыденном сознании фиксируется устойчивое неодобрительное отношение ко «лжи вообще», что подтверждается множеством устойчивых выражений, которые ложь порицают: *ложь человека не красит; ложь на тараканьих ножках ходит; того и гляди подломятся; ложью свет пройдешь, да назад не вернешься; что лживо, то и гнило; кто вчера солгал, тому и завтра не поверят; ложь ходит на гнилых ногах; во лжи постоянства нет и т.д.* [20].

С другой – определить ложь в новостном тексте становится чрезвычайно трудно, в силу разных причин: невовлеченность в контекст сообщения, невозможность быть непосредственным участником события, незаинтересованность, нехватка специальных знаний и т.д. Именно поэтому вопрос номинации чего-либо в СМИ становится особо значимым, поскольку массовость предполагает не только доступность понимания абсолютному большинству населения, но и тре-

бует трактовки семантики информационного сообщения в определенном ключе: снятии всех «неприятных» и «опасных» дополнительных смыслов.

Следовательно, «правильное» название какого-либо факта, события или явления становится основным средством языкового манипулирования, балансирующего между позициями «ложь – истина».

Как пишет А.К. Михальская, «в начале XXI века функция манипуляции общественным сознанием «властно вытесняет» все «классические» функции массмедиа: информационную, контролирующую, развлекательную и проч.» [21].

Таким образом, можно говорить о том, что в СМИ главным отличительным признаком лжи является её манипулятивный характер, когда основной задачей номинации становится целенаправленная передача определенных смыслов.

Обращаясь к понятию манипуляции, стоит отметить, что его семантика включает несколько значимых аспектов:

- «неосознанность объектом манипуляции осуществляемого над ним воздействия;
- воздействие не только на сферу сознательного (разум), но и на сферу бессознательного (инстинкты, эмоции), которая не поддается произвольному контролю;
- управление отношением объекта манипуляции к предметам и явлениям окружающего мира в нужном для манипулятора русле;
- достижение манипулятором своих тайных, корыстных целей за счет объекта манипуляции;
- намеренное искажение фактов окружающей действительности (дезинформация, отбор информации и пр.), создание иллюзий и мифов и т.д.» [22].

Е.Л. Доценко называет манипуляцией «психологическое воздействие, нацеленное на изменение направления активности другого человека, выполненное настолько искусно, что остается незаме-

ченным им» [23, с. 52]. С.Г. Кара-Мурза считает, что манипулирование «направлено на психические структуры человека, осуществляется скрытно и ставит своей задачей изменение мнений, побуждений и целей людей в нужном власти направлении» [24, с. 47].

Приведенные определения показывают, что важнейшим свойством манипуляции является скрытность для адресата факта оказываемого воздействия.

Говоря о языковом манипулировании, исследователи также отмечают нацеленность на маскировку истинных намерений, латентность такого влияния: «скрытое языковое воздействие на адресата, намеренно вводящее его в заблуждение относительно замысла или содержания речи» [14, с. 25-26].

На уровне выбора языковых средств выделяются несколько механизмов осуществления манипуляции. Рассмотрим их более подробно.

П. Экман выделяет два основных способа лжи, призванных создать нужный языковой образ: умолчание и искажение. При умолчании коммуникант не сообщает ложной информации, но скрывает истинную. В большинстве случаев люди предпочитают умолчание, так как оно более выгодно за счёт отсутствия активного действия. Однако в некоторых случаях простого сокрытия истины недостаточно, и лжецу приходится прибегать к полноценному искажению воспринимаемой картины мира [6, с.12].

Помимо названных общих приемов манипуляции, можно выделить несколько более детальных:

- введение оценочной информации в фактологическую – сознательное представление для реципиента «в качестве истинного такого сообщения, которое или заведомо ложно или не является фактологическим и содержит лишь оценку (т.е. вообще не может быть ни истинным, ни ложным» [25, с. 165];

- дробление информации. ... Газеты и журналы намеренно разбивают статьи,

помещая основную часть текста в конце номера, с тем, чтобы заставить читателя просмотреть несколько страниц рекламы [26]. В результате подавляется способность читателя критически осмыслить текст и тем самым облегчается манипулирование сознанием;

- метафоричность, размытость значений (по Д.Н. Шмелеву – реализация принципа диффузности значений);

- система эвфемизмов и слов-определителей с «диффузной» семантикой (некоторый, известный, определенный, соответствующий) [14, с. 26].

Приведём несколько примеров выбора ключевых в смысловом отношении номинаций для создания определенной тенденции в восприятии новостных медиатекстов.

В результате проведенного нами исследования выявлено, что наиболее частотным (около 40 %) является использование семантически «размытых» номинаций, значение которых или плохо rozpoзнается реципиентом, особенно при беглом чтении, или является «смазанным» и вполне обыденным.

Одна из статей ресурса «РБК» (от 31 января 2020 года) имеет следующий заголовок: «Четыре человека погибли при хлопке газа на территории завода в Мценске» [27].

Рассмотрим толкование лексемы «хлопок», которая имеет терминологический статус: «быстрое сгорание горючей смеси, не сопровождающееся образованием сжатых газов, способных разрушать конструкции или установки»¹. Иными словами, хлопком можно назвать такое явление, при котором не образовывается ударная газовая волна, способная нанести конструктивные повреждения. Однако в конце статьи отмечается, что в результате случившегося «произошло частичное обрушение кровли» и «имеются разрушения

¹ РД 153-34.0-20.802-2002 «Инструкция по расследованию и учету пожаров на объектах энергетики», приложение №1 «Терминология».

конструкций». Налицо логическое противоречие между относительной слабостью «хлопка» и достаточно серьезными последствиями с человеческими жертвами.

Можно предположить, что единица «хлопок», имеющая несколько разговорный оттенок, заменила имеющую негативную коннотацию лексему «взрыв», которая также является термином: «быстрое экзотермическое химическое превращение взрывоопасной среды, сопровождающееся выделением энергии и образованием сжатых газов, способных производить разрушение конструкций или установок»¹.

Думается, что подобный выбор номинаций обусловлен намерением снизить «эффект тревожности» от произошедшего. Кроме того, причины взрыва могут быть связаны с так называемым «человеческим фактором», когда потребуется найти и наказать виновных.

В статье «Следователи работают в столичном аэропорту Шереметьево» от 01.08.2020 г., опубликованной на сайте Западного межрегионального следственного управления на транспорте Следственного комитета Российской Федерации читаем следующую формулировку: «По предварительным данным, сегодня, в утреннее время, во время подготовки к вылету воздушного судна, следовавшего рейсом Москва – Сочи, водитель автомобиля заправки топлива допустил касание с фюзеляжем самолета»². Рядом с текстом можно увидеть фотографию с места происшествия, на которой виден смятый автомобиль. Возникает вопрос о правомерности использования указанной номинации, поскольку ее семантика пред-

полагает точечное соприкосновение поверхностей без видимых повреждений. Понятно, что такое обозначение не соответствует объективной действительности.

В статье РБК (РосБизнесКонсалтинг) от 11.05.2021г. сообщается: «В районе села Ворогово Красноярского края 50 человек эвакуировали из-за подтопления на Енисее» [27]. Как видим, для описания выхода реки из берегов используется номинация «подтопление».

Обратимся к нормативным документам Министерства Российской Федерации по делам гражданской обороны, чрезвычайным ситуациям и ликвидации последствий стихийных бедствий: «Напомним, что подтопление связано с подъемом уровня грунтовых вод и, как правило, приводит к подтоплению подвалов, погребов жилых домов и личных земельных участков. Затопление территории связано с подъемом уровня воды в реках (река разливается, выходит из берегов и затопливает здания или сооружения). Такая ситуация рассматривается как чрезвычайная. Важно не путать эти два понятия и корректно использовать терминологию»³.

Очевидно, что характер использования термина «затопление» предполагает больший масштаб разрушений, чем незначительные повреждения при подтоплении. Кроме того, эвакуация десятков жителей из зоны чрезвычайной ситуации, о которой сообщается в тексте, свидетельствует о серьезности произошедшего. Можно предположить, что намеренная замена терминов нацелена на снижение значимости описываемого события, возможно, на недопущение паники среди населения.

Рассмотрим пример эвфемистической замены в статье «Жесткая посадка

¹ РД 153-34.0-20.802-2002 «Инструкция по расследованию и учету пожаров на объектах энергетики», приложение №1 «Терминология».

² Западное межрегиональное следственное управление на транспорте Следственного комитета Российской Федерации. URL: <https://zmsut.sledcom.ru/news/item/1487213/> (дата обращения: 09.01.2022).

³ Министерство Российской Федерации по делам гражданской обороны, чрезвычайным ситуациям и ликвидации последствий стихийных бедствий: [сайт]. URL: <https://59.mchs.gov.ru/deyatelnost/press-centr/novosti/3148320> (дата обращения: 09.01.2022).

L-410 в Приангарье: следствие рассматривает две версии ЧП» (13 сентября 2021 года «Мир 24»)¹. Как видим, в заголовке термин «авиакатастрофа» заменён менее пугающим и напряженным словосочетанием «жёсткая посадка».

Обратимся к нормативным документам отрасли. Термин «катастрофа» применяется, если имеются человеческие жертвы (что и произошло в данном случае)². Выражение «жёсткая посадка» не является терминологическим, в инструктивных документах оно не приводится. Отметим, что в содержании статьи лексемы «катастрофа», «крушение», а также достаточно впечатляющие подробности гибели пассажиров все же используются и распределены по тексту дозированно, без нагнетания трагичности и излишней эмоциональности.

Вынесение в заголовок более «мягкого» эвфемизма свидетельствует о некотором «регулировании» восприятия данного события читателями, когда на первый план выносятся формальная составляющая ситуации: ведь технически самолет все-таки сел.

Заголовок новости – важнейший элемент, который не только должен привлечь внимание к определенному событию, но и определить вектор смыслового понимания текста в целом. Именно поэтому формулировки заголовков, балансируя между «экспрессией и стандартом», иногда соединяют понятия противоположные.

Цитата главы Центробанка Э. Набиуллиной: «Россия вступила в эпоху отрицательного роста» – стала названием для

статьи на ресурсе «Лента.ру»³. В содержании описывается снижение валового внутреннего продукта на восемь процентов. Очевидна замена таких слов, как «спад», «сокращение» понятием «отрицательный рост». Обратимся к толковому словарю Д.Н. Ушакова: «Увеличение организма или отдельного органа по мере его развития. период роста у животных и у растений; увеличение, усиление (книжн.); проценты, процентная прибыль (устар.) [3]. Из приведенных толкований понятно, что значения понятия «рост» связаны с увеличением, развитием, усилением чего-либо.

Таким образом, выражение «отрицательный рост» противоречиво по своей сути, ведь невозможно представить отрицательное увеличение – для такого феномена есть слова «уменьшение», «убыль» и им подобные, которые могли бы быть применены в данном контексте. Следовательно, можно говорить о намеренном искажении восприятия реальности и замене лексем, имеющих негативную коннотацию, на более нейтральное выражение, призванное смягчить недовольство спадом экономики.

Выводы

Итак, компоративный анализ феномена «ложь» показал, что его основные трактовки построены на противопоставлении с понятием «истина», выступающим как его смысловой и логический антипод. Многоаспектность словарных толкований (гносеологический, логический, нравственный, политический), между тем, основывается на общем фундаменте: для идентификации высказывания как лживого/правдивого необходима определенная «сверка» с действительностью. В контексте лингвистики ложь связывается с функциями номинации и познания, когда название события или явления действительности выносит на передний план

¹ МИР 24. URL: <https://mir24.tv/news/16474591/zhestkaya-posadka-l-410-v-priangare-sledstvie-rassmatrivaet-dve-versii-chp> (дата обращения: 09.01.2022).

² Об утверждении Правил расследования авиационных происшествий и инцидентов с гражданскими воздушными судами в Российской Федерации: постановление правительства РФ от 18 июня 1998 года №609, г. 1.2 Классификация и определения.

³ Лента. URL: <https://lenta.ru/articles/2021/05/25/expensive/> (дата обращения: 09.01.2022.)

какие-либо его свойства и оставляет на периферии другие.

В структуре интенсивного информационного потока в качестве основной единицы выделяется понятие медиатекста, понимаемого как коммуникационный продукт для массового потребления. Значимость новостных медиатекстов определяется функциональной составляющей современных СМИ: манипулятивной, когда массмедиа фактически не только устанавливают перечень тем для обсуждения, но и создают предпосылки для их оценки адресатом. На уровне языка манипуляция осуществляется, в том числе, путем наименования значимых понятий определенным образом, когда языковая картина мира приобретает нужное наполнение [28].

В новостных медиатекстах, посвященных описанию природных и техногенных катастроф и экономике, отчетливо намечается тенденция сглаживания «острых углов» действительности посредством выбора более «мягкого» наименования для ключевых понятий. Как видно из приведенных примеров, такие номинации, как правило, имеют нейтральный или разговорный стилисти-

ческий статус, что позволяет снять возможные негативные аспекты восприятия. Хотя тематика публикаций подразумевает широкое использование специальной терминологии, выбор номинации регулируется: как правило, используется единица, которая отражает меньший характер повреждений, даже если это не соответствует реальному положению дел. Строго говоря, такое функционирование лексем нельзя в полной мере назвать лживым, поскольку тексты отражают факты, имеющие место в действительности. Однако «высвечивание» с помощью нужных слов лишь определенных сторон описываемого факта позволяет говорить о языковом манипулировании в новостных медиатекстах, балансировании в поле «ложь – истина» с легким креном в одну сторону.

Думается, что новостные медиатексты выбранной тематики, включенные в глобальное информационное пространство, формируют фрагмент этого информационного континуума, который является для них коммуникативным фоном и обеспечивает неоднозначность смыслов и диапазон интерпретаций читателями.

Список литературы

1. Сунь-Цзы. Искусство войны / пер. с англ. Н. Рыбальченко; под ред. Т. Клири. София, 2008. 90 с.
2. Толковый словарь русского языка / под ред. С. И. Ожегова. URL: <https://slovarozhegova.ru> (дата обращения: 08.01.2022.)
3. Толковый словарь русского языка / под ред. Д. Н. Ушакова. URL: <https://ushakovdictionary.ru> (дата обращения: 08.01.2022.)
4. Современный толковый словарь русского языка: в 3 т. / под ред. Т.Ф. Ефремовой. URL: <https://www.efremova.info> (дата обращения: 08.01.2022.)
5. Новая философская энциклопедия: в 4 т. / под редакцией В. С. Стёпина. М.: Мысль, 2001. URL: https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy.
6. Экман П. Психология лжи. Обмани меня, если сможешь. СПб.: Питер, 2018. 384 с.
7. Секацкий А.К. Онтология лжи. СПб.: Изд-во С.-Петербургского университета, 2000. 176 с.
8. Энциклопедический словарь Ф.А. Брокгауза и И.А. Эфрона. СПб.: Брокгауз-Эфрон, 1890-1907. URL: https://dic.academic.ru/dic.nsf/brokgauz_efron/62102.
9. Энциклопедический словарь Ф.А. Брокгауза и И.А. Эфрона. т. 34. СПб., 1896. 1055 с.

10. Норман Б.Ю. Теория языка. Вводный курс: учебное пособие. М.: Флинта: Наука, 2003. 296 с.
11. Иссерс О.С. Речевое воздействие. 2-е изд. М.: Флинта: Наука, 2011. 224 с.
12. Блакар Р. Язык как инструмент социальной власти // Язык и моделирование социального взаимодействия. М., 1987. С. 88-125.
13. Засурский Я.Н. Медiateкст в контексте конвергенции // Язык современной публицистики. М., 2007. С. 7–12.
14. Современный медiateкст / отв. ред. Н.А. Кузьмина. 4-е изд., стер. М.: Флинта, 2019. 416 с.
15. Кубрякова Е.С., Цурикова Л.В. Вербальная деятельность СМИ как особый вид дискурсивной деятельности // Язык средств массовой информации. М., 2008. С. 183–209.
16. Волков А.А. Филология и риторика массовой информации // Язык средств массовой информации. М., 2008. С. 118–132.
17. Казак М.Ю. Современные медiateксты: проблемы идентификации, делимитации, типологии // Медиалингвистика. 2014. № 1 (4). URL: <https://medialing.ru/2014-vypusk-1-4/> (дата обращения: 28.05.2022)
18. Моль А. Социодинамика Культуры. М.: КомКнига, 2005. 407 с.
19. Негрышев А.А. Аспекты речевого воздействия в новостях СМИ. Владимир: ВГГУ, 2009. 144 с.
20. Толковый словарь живого Великорусского языка В. Даля. URL: <http://slovardalja.net> (дата обращения: 08.01.2022)
21. Михальская А.К. Язык российских СМИ как манипулирующая система // Язык средств массовой информации как объект междисциплинарного исследования. М.: МГУ им. М.В. Ломоносова, 2001. С. 23-25.
22. Попова Е.С. Структура манипулятивного воздействия в рекламном тексте. Екатеринбург, 2002. № 24. С. 276-288
23. Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. СПб., 2003. 344 с.
24. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. М., 2009. 402 с.
25. Леонтьев А.А. Психолингвистические особенности языка СМИ // Язык средств массовой информации / под ред. М.Н. Володиной. М.: Академический проект: Альма Матер, 2008. С. 165-166.
26. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием [пер с англ.] / науч. ред. Я.Н. Засурский. М.: Мысль, 1980. URL: https://propagandahistory.ru/books/Gerbert-SHiller-_Manipulyatory-soznaniem/3 (дата обращения: 28.05.2022)
27. «РосБизнесКонсалтинг». URL: <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/5e33e5839a7947b28b670a37> (дата обращения: 09.01.2022.)
28. Попова Г.В., Войдаков С.П. Специфика репрезентаций понятийной области «Смерть» в русской языковой картине мира (на материале устойчивых выражений) // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. 2022. Т. 12, № 1. С. 67-79.

References

1. Sun'-Czy. *Iskusstvo vojny* [The Art of War]; ed. by. N. Rybal'chenko; ed. by. T. Kliri. Sofiya, 2008. 90 p.

2. *Tolkovyj slovar' russkogo yazyka* [Explanatory dictionary of the Russian language]; ed. by. S. I. Ozhegova. Available at: <https://slovarozhegova.ru> (accessed 08.01.2022)
3. *Tolkovyj slovar' russkogo yazyka* [Explanatory dictionary of the Russian language]; ed. by. D. N. Ushakova. Available at: <https://ushakovdictionary.ru> (accessed 08.01.2022)
4. *Sovremennyy tolkovyy slovar' russkogo yazyka* [Modern explanatory dictionary of the Russian language]; ed. by. T.F. Efremovoj. Available at: <https://www.efremova.info> (accessed 08.01.2022)
5. *Novaya filosofskaya enciklopediya* [The New Philosophical Encyclopedia]; ed. by. V. S. Styopina. Moscow, Mysl' Publ., 2001. Available at: https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy (accessed 01.08.2022)
6. Ekman P. *Psihologiya lzhi. Obmani menya, esli smozhesh'* [Psychology of lies. Fool me if you can]. St. Petersburg, Piter Publ., 2018. 384 p.
7. Sekackij A.K. *Ontologiya lzhi* [The ontology of lies]. St. Petersburg, Izd-vo S.-Peterburgskogo universiteta Publ., 2000. 176 p.
8. *Enciklopedicheskij slovar' F.A. Brokgauza i I.A. Efrona* [Encyclopedic Dictionary of F.A. Brockhaus and I.A. Efron]. St. Petersburg, Brokgauz-Efron Publ., 1890-1907. Available at: https://dic.academic.ru/dic.nsf/brokgauz_efron/62102.
9. *Enciklopedicheskij slovar' F.A. Brokgauza i I.A. Efrona* [Encyclopedic Dictionary of F.A. Brockhaus and I.A. Efron]. St. Petersburg, 1896. 1055 p.
10. Norman B.Yu. *Teoriya yazyka. Vvodnyj kurs* [Theory of language. Introductory course]. Moscow, Flinta: Nauka Publ., 2003. 296 p.
11. Issers O.S. *Rechevoe vozdejstvie* [Speech effects]. Moscow, Flinta: Nauka Publ., 2011. 224 p.
12. Blakar R. [Language as a tool of social power]. *Yazyk i modelirovanie social'nogo vzaimodejstviya* [Language and modeling of social interaction]. Moscow, 1987, pp. 88-125 (In Russ.).
13. Zasurskij Ya. N. [Media text in the context of convergence]. *Yazyk sovremennoj publicistiki* [The language of modern journalism]. Moscow, 2007, pp. 7-12 (In Russ.).
14. *Sovremennyy mediateks* [Modern media text]; ed. by. N.A. Kuz'mina. Moscow, Flinta Publ., 2019. 416 p.
15. Kubryakova E.S., Curikova L.V. [Verbal media activity as a special type of discursive activity]. *Yazyk sredstv massovoj informacii* [The language of mass media]. Moscow, 2008, pp. 183-209 (In Russ.).
16. Volkov A.A. [Philology and rhetoric of mass media]. *Yazyk sredstv massovoj informacii* [The language of mass media]. Moscow, 2008, pp. 118-132 (In Russ.).
17. Kazak M.Yu. *Sovremennye mediateksty: problemy identifikacii, delimitacii, tipologii* [Modern media texts: problems of identification, delimitation, typology]. *Medialingvistika = Media Linguistics*, 2014, no. 1 (4). Available at: <https://medialing.ru/2014-vypusk-1-4/> (accessed 28.05.2022)
18. Mol' A. *Sociodinamika Kul'tury* [Sociodynamics of Culture]. Moscow, KomKniga Publ., 2005. 407 p.
19. Negryshev A.A. *Aspekty rechevogo vozdejstviya v novostyah SMI* [Aspects of speech influence in the news media]. Vladimir, 2009. 144 p.
20. *Tolkovyj slovar' zhivago Velikoruskogo yazyka V. Dalya* [Explanatory dictionary of the living Great Russian language by V. Dahl]. Available at: <http://slovardalja.net> (accessed 08.01.2022)

21. Mihal'skaya A.K. [The language of the Russian media as a manipulative system]. *Yazyk sredstv masovoj informacii kak ob"ekt mezhdisciplinarnogo issledovaniya* [The language of mass media as an object of interdisciplinary research]. Moscow, MGU im. M.V. Lomonosova Publ., 2001, pp. 23-25 (In Russ.).
22. Popova E.S. *Struktura manipulyativnogo vozdejstviya v reklamnom tekste* [The structure of manipulative influence in the advertising text]. Ekaterinburg, 2002, no. 24, pp. 276-288.
23. Docenko E.L. *Psihologiya manipulyacii: fenomeny, mekhanizmy i zashchita* [Psychology of manipulation: phenomena, mechanisms and protection]. St. Petersburg, 2003. 344 p.
24. Kara-Murza S.G. *Manipulyaciya soznaniem* [Manipulation of consciousness]. Moscow, 2009. 402 p.
25. Leont'ev A.A. [Psycholinguistic features of the media language]. *Yazyk sredstv massovoj informacii* [The language of mass media: studies. manual for universities]; ed. by. M.N. Volodinoj. Moscow, Akademi-cheskij proekt: Al'ma Mater Publ., 2008, pp. 165-166 (In Russ.).
26. Shiller G. *Manipulyatory soznaniem* [Mind Manipulators]; ed. by. Ya. N. Zasurskij. Moscow, Mysl' Publ., 1980. Available at: https://propagandahistory.ru/books/Gerbert-SHiller-_Manipulyatory-soznaniem/3 (accessed 28.05.22)
27. *RosBiznesKonsalting* [RosBusinessConsulting]. Available at: <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/5e33e5839a7947b28b670a37> (accessed 09.01.2022)
28. Popova G.V., Vojdakov S.P. Specifika reprezentacij ponyatijnoj oblasti "Smert'" v russkoj yazykovoj kartine mira (na materiale ustojchivykh vyrazhenij) [The specificity of representations of the conceptual domain "Death" in the Russian language picture of the world (based on the material of stable expressions)]. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika i pedagogika* = *Proceedings of the Southwest State University. Series: Linguistics and Pedagogics*, 12(1): 67–79 (In Russ.).

Информация об авторах / Information about the Authors

Попова Галина Владимировна, кандидат педагогических наук, доцент кафедры теоретической и прикладной лингвистики, Юго-Западный государственный университет, г. Курск, Российская Федерация,
e-mail: fantgaw80@mail.ru,
ORCID: 0000-0002-5859-7968

Galina V. Popova, Cand. of Sci. Pedagogical, Associate Professor of the Department of Theoretical and Applied Linguistics, Southwest State University, Kursk, Russian Federation,
e-mail: fantgaw80@mail.ru,
ORCID: 0000-0002-5859-7968

Капанин Иван Владимирович, студент 3 курса факультета лингвистики и межкультурной коммуникации, Юго-Западный государственный университет, г. Курск, Российская Федерация,
e-mail: wazilits@gmail.com

Kapanin Ivan Vladimirovich, 3rd year Student of the Faculty of Linguistics and Intercultural Communication, Southwest State University, Kursk, Russian Federation,
e-mail: wazilits@gmail.com