

SOCJOLINGWISTYCZNE  
BADANIA  
W TEORII I PRAKTYCE

UJĘCIE INTERDYSCYPLINARNE

*Tom 7*

WYDAWNICTWO  
UNIwersytetu GDAŃSKIEGO

SOCJOLINGWISTYCZNE  
BADANIA  
W TEORII I PRAKTYCE

---

СОЦИОЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ  
ИССЛЕДОВАНИЯ  
В ТЕОРИИ И ПРАКТИКЕ

СОЦИОЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ  
ИССЛЕДОВАНИЯ  
В ТЕОРИИ И ПРАКТИКЕ

МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЙ ПОДХОД  
*Том 7*

под редакцией  
Иоанны Мампе, Марты Ноиньской  
Иоланты Хинц, Адама Яроша

SOCJOLINGWISTYCZNE  
BADANIA  
W TEORII I PRAKTYCE

UJĘCIE INTERDYSCYPLINARNE

*Tom 7*

pod redakcją  
Joanny Mampe, Marty Noińskiej  
Jolanty Hinc, Adama Jarosza

WYDAWNICTWO  
UNIwersytetu GDAŃSKIEGO  
GDAŃSK 2020

Recenzenci

dr hab. Anna Dunin-Dudkowska, prof. UMCS

dr hab. Małgorzata Łuczyk, prof. UZ

dr hab. Beata Rycielska, prof. US

Redaktor Wydawnictwa

Justyna Widzicka

Redakcja tekstów w języku rosyjskim

Joanna Mampe

Korekta tekstów w języku angielskim

Marta Noińska

Projekt okładki i stron tytułowych

Andrzej Taranek

Skład i łamanie

Mariusz Szewczyk

Publikacja sfinansowana

z działalności statutowej Wydziału Filologicznego Uniwersytetu Gdańskiego  
w ramach grantu dla młodych naukowców i uczestników studiów doktoranckich  
nr 539-F255-B408-19

© Copyright by Uniwersytet Gdański  
Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego

ISBN 978-83-7865-952-5

Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego  
ul. Armii Krajowej 119/121, 81-824 Sopot  
tel./fax 58 523 11 37, tel. 725 991 206  
e-mail: [wydawnictwo@ug.edu.pl](mailto:wydawnictwo@ug.edu.pl)  
[www.wyd.ug.edu.pl](http://www.wyd.ug.edu.pl)

Księgarnia internetowa: [www.kiw.ug.edu.pl](http://www.kiw.ug.edu.pl)

Druk i oprawa

Zakład Poligrafii Uniwersytetu Gdańskiego  
ul. Armii Krajowej 119/121, 81-824 Sopot  
tel. 58 523 14 49; fax 58 551 05 32

## SPIS TREŚCI

Słowo wstępne . . . . .	7
-------------------------	---

### JĘZYK MEDIÓW

*Жанна Сладкевич*

Факторы смыслообразования в гипертексте фейковых новостных сервисов: социопрагматический аспект . . . . .	11
---	----

*Лада Овчинникова, Иоанна Мамне*

Моделирование картины мира в новостных сообщениях развлекательного характера (на материале информационных продуктов агентств ТАСС и «Россия сегодня») . . . . .	21
---	----

*Magdalena Daniels*

Динамика zmian języka w sieciach społecznościowych – aspekt socjolingwistyczny . . . . .	33
--	----

### KOMPETENCJA INTERKULTUROWA

*Zofia Moros-Pałys, Tomasz Róg*

Komunikacja interkulturowa jako ważny aspekt komunikacji społecznej XXI wieku . . . . .	47
---	----

*Marta Książek-Róg, Tomasz Róg, Aleksandra Wróbel*

Kompetencja interkulturowa w nauce języków obcych w obliczu współczesnego kryzysu tożsamości . . . . .	59
--	----

### NAUCZANIE JĘZYKÓW OBCYCH

*Алина Шульдишова*

Ономастическая компетенция студента-иностранца: социолингвистический аспект русской антропонимии . . . . .	71
--	----

*Marta Noińska, Elżbieta Pietraś*

Przełączanie kodu językowego przez studentów Instytutu Rusycystyki i Studiów Wschodnich na Uniwersytecie Gdańskim . . . . .	81
---	----

<i>Екатерина Рублева, Екатерина Тупицына, Иоанна Мампе, Фадель Марзук</i>	
Аудио- и видеоподкаст как актуальная форма электронного дискурса в обучении русскому языку как иностранному . . . . .	93
<i>Ирина Маслова, Юлия Гостева</i>	
Инновационная модель оценивания коммуникативных умений студентов медицинских специальностей (учебный курс «Русский язык и культура речи») . . . . .	107
<i>Татьяна Конац</i>	
Прецедентные феномены из сферы «Искусство» на уроках РКИ . . .	119

ANALIZY JEZYKOZNAWCZE  
W SOCJOLINGWISTYCE I GLOTTODYDAKTYCE

<i>Валерий Калинин</i>	
Социолингвистические характеристики антропонимов как средство поэтики в русской художественной литературе . . . . .	139
<i>Marcin Krawczak, Maciej Laskowski</i>	
Linguistic wizardry versus the question of morality in Nabokov's <i>Lolita</i> . . .	153
Wykaz literatury . . . . .	165

## SŁOWO WSTĘPNE

Z ogromną przyjemnością prezentujemy Państwu siódmy już tom serii wydawniczej pt. *Socjolingwistyczne badania w teorii i praktyce. Ujęcie interdyscyplinarne*. Publikacja zawiera dwanaście artykułów w językach polskim, rosyjskim oraz angielskim, stanowiących efekt badań i refleksji z obszaru socjolingwistyki, glottodydaktyki oraz językoznawstwa.

Tom otwierają trzy teksty, których autorzy koncentrują się na analizie języka mediów. W pierwszym badaczka Żanna Śładkiewicz opisuje relacje kategorii prawdy i fałszu, analizując fake newsy generowane i umieszczane w przestrzeni cyfrowej przez wybrane serwisy internetowe. Autorki drugiego tekstu, Łada Owczinnikowa i Joanna Mampe, badają wybrane jednostki semantyczne właściwe dla języka tekstów informacyjnych. Specyfikę języka mediów społecznościowych przybliży także praca Magdaleny Daniels, która na przykładzie wpisów zamieszczonych przez rodzimych użytkowników języka angielskiego w serwisie społecznościowym Twitter przedstawia proces wprowadzania i utrwalania zmian językowych w komunikacji internetowej.

Dwa kolejne artykuły skupiają się na różnych aspektach kompetencji interkulturowej. Zofia Moros-Pałys i Tomasz Róg podejmują refleksję nad komunikacją interkulturową i rolą szkoły w przygotowaniu uczniów do podjęcia skutecznej komunikacji opartej na poszanowaniu odmienności kulturowej jej uczestników. Tekst Marty Książek-Róg, Tomasza Roga oraz Aleksandry Wróbel przedstawia kompetencję interkulturową w kontekście nauczania języków obcych oraz poszukiwania tożsamości w czasach szybko postępujących przemian cywilizacyjnych.

Pięć kolejnych tekstów łączy problematyka badań nad dydaktyką języka obcego. Alina Szuldiszowa analizuje rolę antroponimów w procesie nauczania języka rosyjskiego jako obcego. Autorka, opierając się na przykładach z kultury i literatury rosyjskiej, podkreśla znaczenie refleksji nad imionami w skutecznym opanowaniu języka obcego. Marta



Noińska i Elżbieta Pietraś na podstawie analizy ankiet i zachowań komunikacyjnych studentów wybranych specjalności studiów filologicznych opisują zjawisko przełączania kodu językowego przez osoby wielojęzyczne. Jekaterina Rublowa, Jekaterina Tupicyna, Joanna Mampe oraz Fadel Marzouk podejmują rozważania na temat roli nowych technologii i mediów elektronicznych w nauczaniu języka obcego, omawiając m.in. możliwości wykorzystania podcastów na lekcji języka rosyjskiego. Irina Masłowa i Julia Gostiewa zajmują się problematyką oceny kompetencji językowej. Na przykładzie zajęć z języka rosyjskiego i kultury języka („Русский язык и культура речи”) prowadzonych w Katedrze Języka Rosyjskiego na Wydziale Medycznym Rosyjskiego Uniwersytetu Przyjaźni Narodów w Moskwie przedstawiają model testowania osiągnięć studentów oraz oceniania ich kompetencji na egzaminie z tego przedmiotu. Tatiana Kopac prezentuje popularną w językoznawstwie rosyjskojęzycznym teorię precedensowości i pokazuje możliwości jej wykorzystania w nauczaniu języka obcego, szczególnie w kształceniu kompetencji komunikacyjnej. Autorka ilustruje swoje rozważania pojęciami z obszaru sztuki.

W zakres problematyki językoznawczej wpisuje się tekst Walerija Kalinkina, który omawia imiona znaczące na wybranych przykładach z literatury XVIII i XIX wieku. Autor przedstawia semantyczną klasyfikację badanych jednostek i wskazuje na jej socjolingwistyczne podłoże. Tom zamyka tekst Marcina Krawczaka i Macieja Laskowskiego, którzy na podstawie powieści Władimira Nabokowa *Lolita* analizują językowe środki maskowania perwersji oraz uzasadniania działań bohatera. Przedstawione przez Autorów wnioski mogą służyć jako asumpt do refleksji i dyskusji nie tylko na zajęciach z literatury, ale także w nauczaniu języka angielskiego jako obcego.

Życząc Państwu dobrej lektury, wyrażamy nadzieję, że przedstawione w tomie wyniki badań i wnioski dla ich aplikacji dydaktycznej staną się źródłem inspiracji do podjęcia nowych analiz i refleksji wokół problematyki socjolingwistycznej i glottodydaktycznej.

*Od Redaktorów*

# JĘZYK MEDIÓW



Жанна Сладкевич  
Гданьский университет

## ФАКТОРЫ СМЫСЛООБРАЗОВАНИЯ В ГИПЕРТЕКСТЕ ФЕЙКОВЫХ НОВОСТНЫХ СЕРВИСОВ: СОЦИОПРАГМАТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ<sup>1</sup>

*Правда бывает удивительней вымысла,  
зато вымысел правдивее.*  
Фредерик Рафаэль

Бурное развитие глобального коммуникативного пространства и цифровых технологий привело к фокусировке лингвистических исследований на проблематике языка Интернета и особенностей веб-коммуникации. Исследования, посвященные социокультурным, социолингвистическим и социопрагматическим аспектам Интернет-общения, группируются вокруг следующих проблем: многоязычие Интернета, статус и качество языков в Интернете, основные конститутивные признаки и функции компьютерно-опосредованной коммуникации, типология жанров и дискурсивных форматов Интернета, лингвистические (языковые и дискурсивные) особенности компьютерной коммуникации в различных ракурсах, влияние веб-общения на языковую личность в различных ее аспектах, стилистическая диффузия в Интернете<sup>2</sup> и др.

<sup>1</sup> Исследование выполнено при поддержке гранта Российского научного фонда (проект № 18-18-00442, «Механизмы смыслообразования и текстуализации в нарративных и перформативных дискурсах и практиках») в Балтийском федеральном университете им. И. Канта (Калининград).

<sup>2</sup> См.: П.В. Шкапенко, *Специфика реализации прагмалингвистических принципов в интернет-дискурсе*, дис. ... канд. филол. наук, Калининград 2008, с. 19; П.М. Макарова, *Интернет-коммуникация в лингвистических описаниях*, «Вестник МГЛУ» 2009, вып. 557, с. 219–230; Е.И. Горошко, *Современные Интернет-коммуникации: структура и основные характеристики*, [в:] Т.Н. Колокольцева, О.В. Лутовинова (ред.), *Интернет-коммуникация как новая речевая формация*, Москва 2012, с. 9–52; М.Л. Макаров, *Жанры электронной коммуникации: quo vadis?*, «Жанры речи» 2005, вып. 4, с. 336–352; Г.Н. Трофимова, *Языковой вкус интернет-эпохи в России*

Одним из приоритетных направлений является изучение способов персуазивного речевого воздействия в Интернет-пространстве (в т.ч. в медианаррации), способов речевого реагирования на социальные запросы потребителей веб-информации и языковых приемов социального моделирования. В этом плане особый интерес представляют собой социальные платформы, созданные для генерирования вымышленных новостей и их распространения в глобальной сети.

С развитием коммуникативных технологий расширяется спектр моделирующих возможностей (креация речевого, визуального и акустического образа)<sup>3</sup>. Концепция моделирующих систем, согласно которой «естественные языки, мифологии, религии, литература и искусство, а также социоэтические нормы (запреты и предписания) представляют собой знаковые системы, которые отображают (моделируют) определенные фрагменты реальности и в результате функционирования порождают произведения (знаковые последовательности, т.е. тексты, в семиотическом смысле слова), реализующие коммуникативно-познавательные возможности отдельных семиотик»<sup>4</sup>, рассматривает язык как первичную моделирующую систему. Речевое моделирование действительности является ключевым смыслообразующим фактором в цифровом пространстве эпохи постмодернизма, где «постижение действительности осуществляется в разрез традиционной доказательной траектории»<sup>5</sup>, ведь существенным становится не то, что правдиво, а то, что выглядит и звучит убедительно. В условиях новой техноцентричной среды актуализируются такие признаки постмодернистской коммуникации, как: неопределенность, изобилие неясностей, разрывов повествования и перестановок; фрагментарность и принцип монтажа как текстообразующий механизм; «деканонизация» представлений о тексте; конвергенция жанров, стилевой синкретизм; конструирование реальности, представление событий с учетом потребностей

---

*(функционирование русского языка в Интернете: концептуально-сущностные доминанты)*, Москва 2004.

<sup>3</sup> Н.А. Мишанкина, *Социальные нормы в интернет-коммуникации: социолингвистический аспект*, «Гуманитарная информатика» 2013, вып. 7, с. 74.

<sup>4</sup> Н.Б. Мечковская, *Семиотика: Язык. Природа. Культура*, Москва 2004, с. 77.

<sup>5</sup> Т.К. Маняпова, *Системообразующие основания интертекстуальности*, «Вестник ПГУ» 2010, № 2, с. 79.

аудитории, расширение роли инфотейнмента как принципа подачи материала в масс-медиа. Изолированная от контекста цитация, симуляция, римейки и репосты становятся частотными формами передачи информации, а «провокативность» не только получила статус экспрессии эпохи постмодерна, но и стала универсальным алгоритмом социального поведения<sup>6</sup>. Таким образом, аксиология цифрового медиaprостранства выстраивается вразрез с принципами традиционной журналистики, ориентированной на объективность и достоверность при передаче контента<sup>7</sup>.

Симуляции и симулякры – основополагающие понятия в концепции Ж. Бодрийера (1981) – становятся неотъемлемой частью современного медиаландшафта. Обилие информации и невозможность ее верификации коррелируют в современной медийной культуре с понятием «постправды» (*post-truth*), ставшим словом 2016 года по версии *Оксфордского словаря*, а также фейковым новостным контентом (*fake news*), признанным составителями *Collins English Dictionary* ключевым словом 2017 года. В современном мире фейков и мистификаций симулятивизированная коммуникация фактически перестает выполнять свою основную функцию – передачу информации, которая отражала бы реальную действительность<sup>8</sup>, поскольку «эпоха постправды разрешила множественность миниправд для всех, дав в руки всем желающим инструментарий дисперсных коммуникаций, которые технологически обеспечили соцмедиа»<sup>9</sup>.

<sup>6</sup> А.А. Зобова, *Провокативность медиaprостранства: аксиологический аспект*, «Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского» 2014, № 1–2, с. 434.

<sup>7</sup> См. подробнее: Ж.Р. Сладкевич, *Заголовки-анонсы в сетевых медиасервисах: между информированием и кликбейтингом*, «Медиалингвистика» 2019, № 3 (в печати); Ж.Р. Сладкевич, *Факторы смыслообразования и семиотический инструментарий в фейковых метакритических веб-ресурсах*, [в:] *Язык, право и общество в координатах массмедиа*, Москва 2019 (в печати); Ж.Р. Сладкевич, *Правда и фейк в аксиологическом ракурсе (на примере цифрового медиадискурса)*, «Przegląd Rusycystyczny» 2020, № 1 (в печати).

<sup>8</sup> И.С. Рукавишникова, *Симулятивность культуры постмодерна*, «Magister Dixit» 2011, № 3, с. 63.

<sup>9</sup> Г.Г. Почепцов, *Фейки соцмедиа: конструирование, трансформация, внедрение в массовое сознание*, «RELGA» 2018, № 17 (350), <http://www.relga.ru/Environment/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=5635&level1=main&level2=articles> [доступ: 25.08.2019].

Описанное видеоизменение медийной среды привело к образованию отдельной ниши цифровых ресурсов, созданных исключительно для генерирования фейковых новостей<sup>10</sup>. Примерами таких платформ являются американские медиапроекты The Onion и Daily Rain, украинские UaReview и Репортажист, российские Fognews, Smixer.ru, Hobosti.ru, Fibster.ru, Netlore.ru, Lapsha.ru или польский ASZdziennik.pl. Предшественниками данных ресурсов были появившиеся в 1980-е годы общественно-политические сатирические издания, как английский журнал «Private Eye», французская газета «Le Canard enchaîné», немецкий «Titanic», румынский «Academia Catavencu», испанская «El Jueves, la revista que sale los Miércoles» (т.е. «Четверг – газета, выходящая в среду») или польский тележурнал «Dziennik Telewizyjny». С развитием цифрового медиaprостранства, мгновенно тиражирующего «все, что туда загрузят»<sup>11</sup>, еще больше размывается грань достоверной и вымышленной новостной наррации, а фейковые ресурсы, пародирующие серьезные новости начинают выполнять, помимо релаксационной, метакритическую роль.

Пародию в аспекте нашего исследования мы понимаем как «структурно интегрированный, моделирующий процесс повторения, воспроизведения и трансконтекстуализации более ранних произведений», их условностей, моделей представления и восприятия<sup>12</sup>. Создатель и адресат фейкового медиатекста, сосуществуя в среде размытых, ризоморфных смыслов и сущностей<sup>13</sup>, становятся креаторами и интерпретаторами свободно «тасуемых» значений. Отметим при этом, что сайты профессиональных новостных пародий востребованы потребителями веб-информации, о чем свидетельствует

<sup>10</sup> В статье не анализируются ресурсы прямо противоположного назначения, эксплицитно названные фейковыми, как, например, «Fake News» на канале «Дождь» с Ильей Шепелиным и Марией Борзуновой. Передача, являющаяся прямым продолжением блога Алексея Ковалева «Лапшеснималочная», призвана демаскировать выдумки и «вбросы» федеральных каналов (С. Распопова, «Fake News» анализирует выдумки федеральных каналов, <https://jrn1st.ru/fake-news-rain> [доступ: 25.09.2019]).

<sup>11</sup> Б.Н. Мирошников, *Сетевой фактор. Интернет и общество*, Москва 2015, с. 82.

<sup>12</sup> Ориг.: «strukturalnie zintegrowany, modelujący proces powtarzania, odtwarzania i transkontekstualizowania wcześniejszych dzieł sztuki» (L. Hutcheon, *Teoria parodii. Lekcja sztuki XX wieku*, Kraków 2007, с. 33).

<sup>13</sup> Ж. Делез, Ф. Гваттари, *Ризома («Тысяча плато»)*, «Восток» 2005, вып. 11/12 (35/36), [http://www.situation.ru/app/j\\_art\\_1023.htm](http://www.situation.ru/app/j_art_1023.htm) [доступ: 15.08.2019].

количество посещений данных платформ: The Onion – 30 млн. посетителей в месяц<sup>14</sup>, ASZdziennik.pl – 638 000 пользователей и 1,86 млн. посещений в месяц<sup>15</sup>. Такие платформы воспроизводят журналистские стандарты, «оспаривают с помощью иронических, пародийных и сатирических приемов технические, визуальные и риторические способы создания и подачи информации, предлагают способ обойти журналистские стандарты путем использования комедийных приемов, побуждают аудиторию критически оценивать ценность и целостность новостей, ставят под сомнение логику современных журналистских практик»<sup>16</sup>. Например, создатели FogNews так определяют задачи агентства: «представить окружающую действительность с неожиданной стороны, заглянуть в ее изнанку. Мы не клоуны, не кривляки. Мы – зеркало. Зеркало, кривизну которого определяют аллегории и метафоры. Перед нами не стоят задачи шокировать или рассмешить публику. Мы не отвечаем на вопросы общества, но ставим их перед ним. Мы заставляем людей задуматься»<sup>17</sup>.

На развлекательный характер текстов, публикуемых на польском портале, основанном журналистом Рафалом Мадайчаком в 2011 году, указывает его название: ASZdziennik – это сращение польских слов *dziennik* (дневник, ежедневная газета) и форманта *asz*, вызывающего многочисленные ассоциаты: *nasz* (наш), *wasz* (ваш), омофон к усилительной частице *aż* (аж). Портал, охватывающий широкий спектр тем – политика, социальные проблемы, культурная и спортивная жизнь, представляет собой искусную пародию на новостные онлайн-сервисы, не отличимую от них в формальном, языковом и графическом выражении. Издание сочиняет новости в прямом смысле и иллюстрирует саморефлексию медиасреды. В отличие от типичных фейк-ньюсов редакция ASZdziennika не создает иллюзию «истинности суждения» с претензией на объективность, напротив,

<sup>14</sup> Я.И. Соболев, *Метакритическая цель фейковых новостей в условиях post-truth*, «Век информации» 2018, т. 1, № 2, с. 332.

<sup>15</sup> Данные за февраль 2019, <https://www.wirtualnemedia.pl/artykul/serwisy-z-humorem-dalej-traca-popularnosc-najbardziej-w-dol-joemonster-i-kwejk-top10> [доступ: 15.08.2019].

<sup>16</sup> Я.И. Соболев, *Метакритическая цель...*, с. 332.

<sup>17</sup> Е. Кронгауз, *FogNews.ru: «Мы не клоуны, не кривляки. Мы – зеркало»*, [http://bg.ru/society/fognews\\_ru\\_my\\_ne\\_klouny\\_ne\\_krivlyaki\\_my\\_zerkalo-11749/](http://bg.ru/society/fognews_ru_my_ne_klouny_ne_krivlyaki_my_zerkalo-11749/) [доступ: 15.08.2019].



как и ряд пародийных ресурсов, открыто признает свое соучастие в медийном спектакле: «Najlepsze zmyślone newsy w kraju» («Наилучшие вымышленные новости в стране»)¹⁸. Ср.: «Все персонажи и события наших новостей являются персонажами и событиями только наших новостей. Привычная для новостных сообщений информационная составляющая в наших сообщениях отсутствует. Она заменена на литературно-творческую составляющую, основанную иногда на реалиях современного информационного поля»¹⁹.

Пропорции правды и фикции меняются в отдельных текстах, причем вымышленная природа сообщений в большинстве случаев раскрывается в аннотации к тексту: *To jest ASZdziennik. Wszystkie wydarzenia i cytaty zostały zmyślone* (Это ASZdziennik. Все события и цитаты вымышлены). Если же текст представляет собой изложение реальных фактов, статья сопровождается комментарием: *To jest ASZdziennik, ale nic nie zostało zmyślone* (Это ASZdziennik, но ничего не было выдуманно), как в случае текстов: *Znajdź jedną różnicę. Oto co Beata Szydło i Władimir Putin mówią o „spontanicznych” protestach* (Найди одно отличие. Вот что Беата Шидло и Владимир Путин говорят о «стихийных» акциях протеста) или *Dramat Putina. Zarabia mniej niż rusycystka w NBP* (Драма Путина. Он зарабатывает меньше, чем русистка в Национальном банке Польши). Тексты конструируются в духе постмодернистской журналистики с учетом общего социально-политического контекста, стереотипных фреймов и читательских ожиданий. Так, в основе популярной по количеству кликов статьи *Rosyjski MON: Nasze zachodnie granice powinny mieć kształt twarzy Władimira Putina* (Министерство обороны Российской Федерации: Наши западные границы должны иметь форму лица Владимира Путина)²⁰ лежит стереотипное представление о российской экспансивной политике и ее военной агрессии. Вербальная часть дополняется соответствующим видеорядом – левым профилем Владимира Путина: «В качестве подарка к 62-летию со дня рождения Владимира Путина министр обороны РФ Сергей Шойгу представил амбициозный план по изменению западных границ России, чтобы

¹⁸ <https://aszdziennik.pl/> [доступ: 15.08.2019].

¹⁹ <http://smixer.ru/info/about.html> [доступ: 15.08.2019].

²⁰ <https://natemat.pl/119553,niespodzianka-armii-na-urodziny-putina-zachodnie-granic-powinny-miec-ksztalt-profilu-naszego-prezydenta> [доступ: 12.08.2019].

отразить очертания президентского профиля, – сообщает агентство Интерфакс. Военные выбрали запад из-за «пластичности пограничных линий в регионе» по сравнению с востоком, где очевидным барьером является Тихий океан» (перевод – Ж.С.).

Часть пародийных новостей на указанных ресурсах сделана настолько качественно, что невнимательный читатель может воспринять их за «чистую монету». Такие курьезы происходили неоднократно: в 2010 году украинский «Обозреватель» воспроизвел текст Смиксера о том, что слово «х\*\*» будет изъято из русского языка; новость о том, лидер Северной Кореи Ким Чен Ын признан «самым сексуальным мужчиной» была перепечатана в 2012 г. с сайта The Onion китайскими, российскими, иранскими и бангладешскими ведущими изданиями; а принесшие популярность агентству «Фогневс» псевдоновости о свадьбе Филиппа Киркорова с актрисой из Вологды и о закрытии Роспотребнадзором сети заведений быстрого питания «Макдоналдс» были не только широко растиражированы серьезными СМИ, но и имплицировали появление ответных публичных опровержений со стороны референтов<sup>21</sup>. Не изменило ситуацию и обращение редакции FogNews к представителям СМИ: «А как же принцип журналистики, на котором зиждется все, что делает вас „четвертой властью” – категорически не пускать непроверенную информацию в массы? А как же моральный принцип (коль уж всем в медийном Рунете плевать на закон) упоминать в публикации первоисточник?»<sup>22</sup>.

Конструирование качественных новостных пародий показывает, что любое содержание можно выдавать за информационное сообщение, если соблюдать жанрообразующие принципы. Фиктивная новость «по природе не имеет привязки к действительности, не требует оперативной передачи, потому что существует вне реального времени, не может устареть, не старается быть релевантной по отношению к адресату»<sup>23</sup>. Вследствие этого фейковый новостной ресурс может быть инструментом для выражения имплицитной

<sup>21</sup> См: А. Фролова, *Фабрика газетных «уток»*, 2013, <https://lenizdat.ru/articles/1113801/> [доступ: 17.08.2019].

<sup>22</sup> *Обращение к Интернет-СМИ*, ИА FogNews, 7.02.2012, <http://fognews.ru/obrashhenie-k-internet-smi.html> [доступ: 15.02.2012].

<sup>23</sup> Я.И. Соболев, *Метакритическая цель...*, с. 332.

критической оценки не только социально-политической ситуации, но также «журналистских правил», медиастандартов и принципа достоверности информации, как в заметке Смиксера *Только чудо нас спасло, ух*: «Помогите, пожалуйста, распространить. Такое раз в сто лет происходит. Абсолютно лживая новость чудом не была опубликована только что. Лишь в последние секунды редактор спас наше издание от миллионных исков и уголовного преследования. Лживая, непроверенная, желтая и явно кем-то проплаченная новость, подпадающая под уголовную статью «Клевета», чуть не появилась на сайте информагентства Smixer.ru 5 секунд назад»<sup>24</sup>.

В некоторых случаях фейк-информация выглядит неправдоподобно и комично, как заметка ASZdziennika о том, что президент Франции Франсуа Олланд попросил Путина о предоставлении российского гражданства вслед за Жераром Депардьё<sup>25</sup>. Неслучайно Г.Г. Почепцов усматривает сходство фейка с анекдотом: «Анекдот и фейк имеют много общего: оба они говорят неправду. Но фейк вовсю старается выдать себя за правду, а анекдот, наоборот, совершенно не скрывает своей сущности. В результате удивительным образом он оказывается правдой только другого уровня»<sup>26</sup>. Комическое начало важно для формирования групповой идентичности и определения общей перцепционной базы (потребители соцмедиа-платформ, как правило, имеют сходные взгляды и идеологические позиции). В основу указанной заметки лег не только биографический факт французского актера, но и сдержанная, по мнению польского социума, реакция Франции на участие России в украинских событиях 2014 года.

Таким образом, в условиях современной интернет-коммуникации расширяются функции мистифицирующих практик: от коммуникативной игры с реципиентом до манипуляции фактами в глобальном пространстве. Фасцинирующее и релаксирующее начало

<sup>24</sup> *Только чудо нас спасло, ух*, 6.02.2013, <https://smixer.livejournal.com/tag/%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8> [доступ: 15.08.2019].

<sup>25</sup> *Prezydent Francji zaszokował nawet Putina. Miał walczyć o Ukrainę, poprosił o rosyjskie obywatelstwo*, 2015, <https://aszdziennik.pl/114435,prezydent-francji-zaszokowal-nawet-putina-mial-walczyc-o-ukraine-poprosil-o-rosyjskie-obywatelstwo> [доступ: 15.08.2019].

<sup>26</sup> Г.Г. Почепцов, *Фейки соцмедиа...*

медиатекстов, генерируемых фейк-платформами, заложено в их игровой фактуре, обращенной к глубинным свойствам человеческой психики. Отличительной особенностью игры является доставление удовольствия от самого процесса<sup>27</sup>, в данном случае – от чтения новостей, преподнесенных в комическом ключе, либо заведомо расходящихся с рациональной фактологической информацией, что связано с «эскейпизмом», блокированием пугающей реальности<sup>28</sup>. В результате современный потребитель медиаконтента постепенно привыкает к симулякрам и утвердившейся атмосфере «пост-правды» и с удовольствием принимает участие в «карнализации» социально-политической действительности посредством медийных веб-ресурсов.

**Factors of meaning in the hypertext of fake news services:  
a socio-pragmatic aspect**

The paper is devoted to the analysis of the relations of axiological categories of truth and fake in digital space based on the analysis of websites used for generating fake news. The author draws a conclusion that simulation seems to have become a universal algorithm of communication.

**Key words:** fake news, Internet, platforms

---

<sup>27</sup> См.: Й. Хейзинга, *Ното ludens / Человек играющий. Статьи по истории культуры*, Москва 2003.

<sup>28</sup> Э. Тоффлер, *Шок будущего*, Москва 2004, с. 391–393.



Wydawnictwo  
Uniwersytetu Gdańskiego

ISBN 978-83-7865-952-5