

АНДРЕАНА ЕФТИМОВА

Софийски университет „Св. Климент Охридски“,

✉ aeftimova1971@abv.bg

## ЛЕКСИКАЛНИ СРЕДСТВА, СИГНАЛИЗИРАЩИ (НЕ)ДОСТОВЕРНОСТ НА МЕДИЙНОТО СЪДЪРЖАНИЕ Психолингвистичен експеримент

### Анотация

*Във връзка с честото нарушаване на максимата за истинността на П. Грайс в статията се търсят отговори на въпросите дали българинът разпознава недостоверната информация в медиите и каква е ролята на езиковите средства в процеса на интерпретация на истинността на съобщенията. Коментират се резултатите от експеримент, който цели да се провери ролята на три групи езикови средства във формирането на усещане за достоверност или недостоверност на журналистическата информация у реципиентите.*

*Ключови думи: достоверност, езикови маркери, журналистически текст*

### *Лингвистика на истината и постистината*

В статията си „Лингвистика на лъжата“ Х. Вайнрих подчертава, че хората лъжат с помощта на езика и затова лингвистиката може да обясни какво става в езика, когато истината се превръща в лъжа ([3]: 44). В своята теория за разговора П. Грайс разсъждава върху това, което се съобщава, върху това, което се влага или не се влага в изказването, и върху това, което се разбира и подразбира в дадения контекст (вж. [7]). Тези въпроси стоят в основата на изясняването на проблемите за истинността на информацията. Максимите за разговора, изложени от П. Грайс в теорията му за имплицатурите, които са обединени от принципа за сътрудничеството между участниците в разговора, могат да се използват при изясняването на проблемите, които владеят съвременното медийно пространство – за истината и лъжата, за постистината, за фалшивите новини. Конверзационните максими са следните:

1. максима за количеството на съобщението (направете изказването си толкова информативно, колкото трябва – не повече, не по-малко);
2. максима за качеството на съобщението (не казвайте това, което вярвате, че е неистинно, или за което нямате данни);

3. максима за релевантността, или за отношението на адресанта към съобщаваното (говорете по същество);

4. максима за маниера или за начина на общуване (бъдете ясни, избягвайте двусмислиците, бъдете стегнати и подредени в речта си) ([8]: 64–65; вж. и [5]: 68).

От особена важност за разглеждания проблем за истинността на съобщенията е втората максима – за качеството на съобщението. Проблемът според В. Марели има няколко основни аспекта. Сред тях два са свързани с максимата за качеството на съобщението:

– за връзката между когнитивното състояние на говорещия *искреност* и съдържанието на съобщението;

– за връзката между когнитивното състояние на говорещия *адекватна информираност* и съдържанието на съобщението (вж. по-подробно [11]: 1–48; [6]: 24–35).

Нека да разгледаме въпросите, които повдигат тези два аспекта. Съотношението между искреността на говорещия и истинността на изказването означава да се измери съответствието на реалната мисъл на говорещия и на вложената мисъл в съобщението. Това е сложна задача, но е известно, че има области на социалното взаимодействие, в които максимата на качеството на съобщението в нейния аспект да не се казва това, в което не се вярва, се нарушава. Такава област е и журналистиката. Заради стремежа към сензационност съобщенията се характеризират като *шокиращи, сензационни, скандални*, без адресантите им да вярват в тези техни характеристики. Стремежът към сензация ги принуждава да нарушават правилото за искреност.

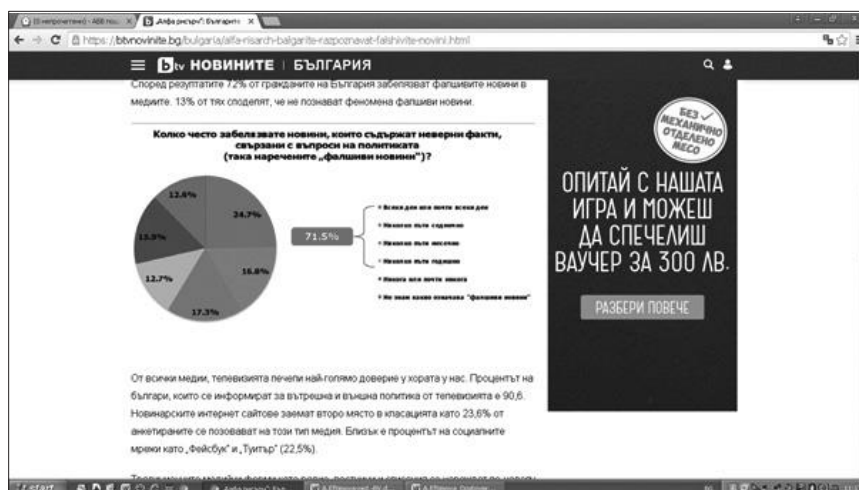
Отразяването на адекватната информираност на говорещия в изказването също има ключово значение за оценката на достоверността на информацията. Очевидно е, че информираността на говорещия е ограничена от множество фактори (време, място, образователно и културно равнище и др.) и езикът предоставя средства, сигнализиращи на аудиторията за степента на информираност на говорещия. Тези средства се наричат предпазни перформативи или „предпазни вратички“ (hedged performatives) (вж. [6]: 30–31), където няма превод на термина), или средства за означаване на размита логика ([9]), модификатори за отговорността на пишещия ([10]: 5–6). Такива предпазни перформативи посочват например източника на информацията (като *твърдят близки на жертвата, твърдят очевидци* и др.) или степента на увереност на говорещия в адекватната му информираност по отношение на събитието (например *вероятно, сигурно, възможно* и др.). Подобни маркери „означават неопределеност в твърдението и намаляват отговорността на неговия автор за истинността на пропозицията“ ([6]: 31). В областта на журналистиката те могат да са преднамерено заблуждение на адресата – могат да целят да го убедят в достоверността на информацията, посочвайки нерелевантен или неточен/неясен източник,

или да сигнализируют увереност (респ. неувереност) в истинността на съобщението, която да не е искрена. Ралф Кийс в книгата си „Ерата на постистината“ (2004 г.), както и американският комедиант Стивън Колберт популяризират думата *постистина* в значението ѝ „изглеждащо като истина дори без да е истина“ ([12]), което напълно съответства на манипулативното отстъпване от максимата за истинността при посочването на нерелевантен/неясен/неточен източник или неискрена (не)увереност в достоверността на съобщението.

Ето защо максимата за качеството на съобщението, която би следвало да гарантира истинността на комуникацията, се нарушава поради различни причини – поради неискреност на говорещия при определени човешки дейности (вж. [6]; също [4]: 191–215), включително в журналистиката, поради степента на информираност на говорещия и начина ѝ на изразяване.

### *Изследване на разпознаването на достоверността на информацията по езикови маркери в журналистическия текст*

Нарушаването на максимата за истинността в различните ѝ аспекти породява интерес към търсенето на отговори на въпросите дали българинът разпознава недостоверната информация в медиите и каква е ролята на езиковите средства в процеса на интерпретация на истинността на съобщенията. Резултатите от изследване на социологическата агенция „Алфа Рисърч“, поръчано от фондация „Конрад Аденауер“, оповестени от БТВ, сочат, че българите имат умения да разпознават фалшивите новини (вж. [13]).



Фигура 1. Онагледено представяне на резултатите от изследване на социологическата агенция „Алфа Рисърч“ на уменията на българите да разпознават фалшивите новини, поръчано от фондация „Конрад Аденауер“.

Резултатите обаче изключват наблюдения над интерпретацията на реципиента на съдържанието и формата на конкретни медийни текстове. Затова в настоящата статия представям експеримент, който цели да се провери ролята на някои групи езикови средства за създаване на усещане за достоверност или недостоверност на журналистическата информация.

Подбрах три групи от думи според коментираните по-горе аспекти на максимата за качество на съобщението (не казвайте това, което вярвате, че е неистинно, или за което нямате данни) – една група от думи е свързана с отношението между когнитивното състояние на говорещия *искреност* и съдържанието на съобщението, а другите две групи – с отношението между когнитивното състояние на говорещия *адекватна информираност* и съдържанието на съобщението, като подгрупите съдържат маркери (предпазни перформативи) за източника на информацията и за степента на увереност в достоверността на съобщението на говорещия.

По този начин се оформиха следните групи от лексикални маркери:

Маркери, определящи вида на информацията

Ексклузивно  
Скандално  
Сензационно  
Шокиращо

Маркери, характеризиращи източника на информацията

Заяви близък/роднина/приятел  
Съобщиха запознати  
Твърдят очевидци  
Според наш източник  
Източникът пожела да остане анонимен

Маркери, отразяващи увереността на говорещия/пишещия в достоверността на информацията

Вероятно е, може би, възможно е, др.  
Категорично, абсолютно вярно, напълно сигурно и др.

Схема 1. Типология на лексикалните маркери, сигнализиращи достоверност или недостоверност

В резултат на тази типология се оформи анкетната карта за изследването, в която се съдържа инструкцията към анкетираните лица (вж. таблица 1).

#### Анкетна карта

Определете сигнали за какво са изброените езикови средства. Отбележете избора на отговор със знака √.

	<i>Достоверност на материала</i>	<i>Недостоверност на материала</i>	<i>Няма отношение към достоверност- та на материала</i>
Ексклузивно			
Скандално			
Сензационно			
Шокиращо			
Заяви близък/ роднина/ приятел			
Съобщиха запознати			
Твърдят очевидци			
Според наш източник			
Източникът пожела да остане анонимен			
Вероятно е, може би, възможно е и др.			
Категорично, абсолютно сигурно, напълно вярно и др.			

Таблица 1. Матрица на анкетната карта

Експериментът беше проведен с 51 студенти от първи курс в специалностите „Журналистика“, „Връзки с обществеността“ и „Книгоиздаване“.

### *Резултати от проведеното изследване*

Резултатите се илюстрират в таблица, а в диаграми се представят според трите лексикални групи, които описах по-горе. В Таблица 2<sup>1</sup> се дава цялостна представа до каква степен думите и изразите от трите лексикални групи се оценяват като сигнали за достоверност или недостоверност.

<sup>1</sup> Обяснения към количествените резултати в таблицата:

1 а.л. (анкетирано лице) не е отговорило за първите четири думи.

1 а.л. не е отговорило за „твърдят очевидци“.

1 а.л. не е отговорило за „заяви близък, роднина, приятел“.

1 а.л. е отговорило с противоположните отговори на „източникът пожела да остане анонимен“. Отражено е в картата.

Обикновено отговорилите, че „вероятно е, може би, възможно е и др.“ са сигнал за достоверност, отговарят, че „категорично, абсолютно сигурно, напълно вярно и др.“ са сигнал за недостоверност, и обратното.

1 а.л. е отговорило с два отговора – „недостоверност“ и „няма отношение към достоверността“ – за „твърдят очевидци“. Отражено е в картата.

1 а.л. е отговорило с два отговора – „недостоверност“ и „няма отношение към достоверността“ – за „заяви близък, роднина, приятел“. Отражено е в картата.

1 а.л. е отговорило с два отговора – „недостоверност“ и „няма отношение към достоверността“ – за „вероятно е, може би, възможно е и др.“. Отражено е в картата.

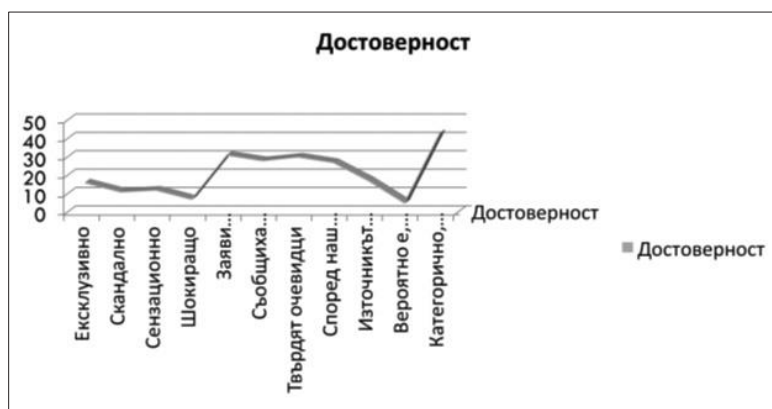
1 а.л. е отговорило с два отговора – „недостоверност“ и „няма отношение към достоверността“ – за „скандално“ и „сензационно“. Отражено е в картата.

1 а.л. е отговорило положително и с трите отговора на първите четири думи.

	<i>Достоверност на материала</i>	<i>Недостоверност на материала</i>	<i>Няма отношение към достоверността на материала</i>
Ексклузивно	16	10	26
Скандално	11	19	23
Сензационно	12	20	21
Шокиращо	7	20	25
Заяви близък/ роднина/ приятел	31	13	7
Съобщиха запознати	28	15	8
Твърдят очевидци	30	18	3
Според наш източник	27	18	6
Източникът пожела да остане анонимен	17	18	17
Вероятно е, може би, възможно е и др.	5	33	14
Категорично, абсолютно сигурно, напълно вярно и др.	43	3	5

Таблица 2. Резултати от сумираните отговори на анкетираните лица

Очевидно е, че в положителния край на скалата за достоверността стоят маркери, характеризиращи увереността на говорещия в истинността на информацията (вж. и диаграма 1). Това показва силно доверие в искреността на журналиста, който сигнализира за достоверността на съобщението с езикови средства, отбелязващи собствената му увереност в истинността на информацията. Така масово споделяният възглед за подкопано доверие към журналиста, както и изследванията, които показват нови форми на журналистика, развили се заради девалвирали ценности в журналистическата професия, се опровергават от едно, както се вижда, съхранено доверие към журналиста и неговата проверка на събитията и фактите. Адресатите не допускат, че сигналите за увереност в истинността на информацията могат да са преднамерено подвеждащи или да отразяват самозаблудата на говорещия, че казва истината, а тези, които показват разколебаност в достоверността, могат да са сигнал за искреност, тъй като чрез тях говорещият посочва, че не е сигурен в това, което казва. Най-голям процент от анкетираните са посочили като сигнал за недостоверно съобщение маркерите за неувереност, колебливост в отношението на журналиста към достоверността на съобщаваната информация. Този резултат води до допускането, че анкетираните лица се доверяват само на сигналите за категорична увереност в истинността на информацията, а отхвърлят



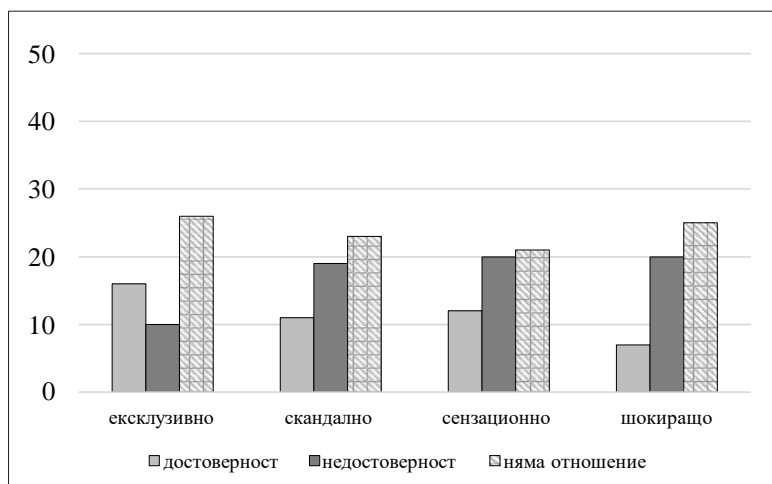
Диаграма 1. Крива на маркерите за достоверност

често по-искрените и застраховащи сигнали (предпазни перформативи) за съмнение в достоверността на съобщаваната информация. Това заключение показва, че анкетираните лица са лесно манипулируеми по отношение на истинността на съобщенията, които получават чрез медиите.

#### Анализ на резултатите според трите лексикални групи

#### Оценка на маркерите, определящи вида на информацията

Анкетираните оценяват маркерите от тази група като нямащи отношение към достоверността на информацията. Любопитни са съотношенията между оценките за достоверност и недостоверност. Само маркерът *ексклузивно* е с висока оценка за достоверност, по-висока от

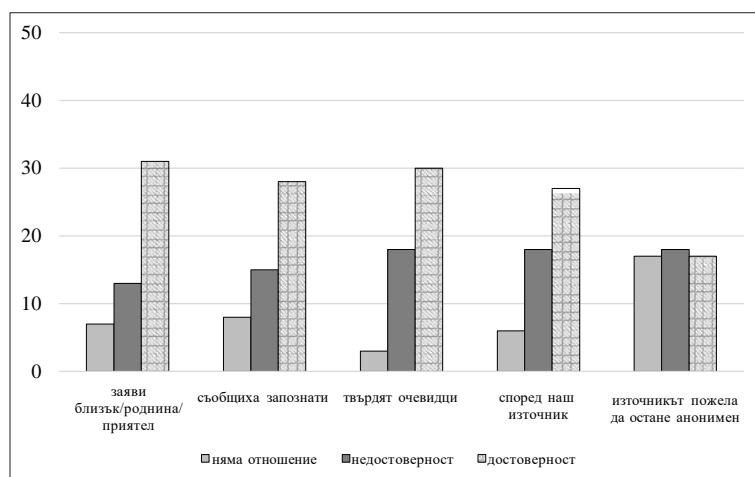


Диаграма 2. Оценка на маркерите, определящи вида на информацията

оценката на анкетираните лица, които го разчитат като сигнал за недостоверна информация. Останалите три маркера са оценени по-скоро като сигнали за недостоверност, отколкото за достоверност на журналистическия текст. Това показва, че наличието им в журналистическия материал може да подкопае доверието на аудиторията. Присъствието на тези наречия, акцентиращи върху сензационността на журналистическите материали, е разпространена практика: „Утвърдена практика в сайтовете, а и в телевизиите, е опаковането на материалите чрез сензационни заглавия. Често сензационността в заглавието създава липсващата сензация в самия материал. Като цяло заглавията, особено на част от сайтовете, подсилват „липсващото“ в текста – скандалното, извънредното, шокиращото“ ([1]: 30). Очевидно е от анкетата, че реципиентите вече са доловили този често използван манипулативен похват и са склонни по-скоро да оценят маркерите като сигнал за недостоверност или да ги пренебрегнат като незначителни по отношение на достоверността.

### *Оценка на маркерите, характеризиращи източника на информацията*

Най-висока степен на достоверност се възлага на маркера *заяви близък/роднина/ приятел*, следван от изразите *твърдят очевидци*, *съобщиха запознати* и *според наш източник*. Всички маркери посочват неточно и неясно източника на информацията, което по-скоро подсказва неадекватна информираност на говорещия или опит за манипулация на реципиента – придаване на достоверност на недостоверна информация. Въпреки това оценката на анкетираните лица е категорична – тези маркери са сигнали за достоверност на поднесената информа-

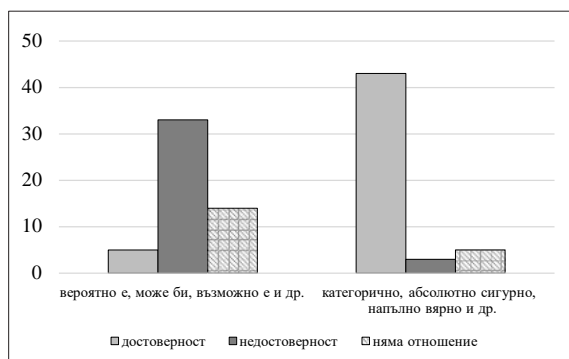


Диаграма 3. Оценка на маркерите, характеризиращи източника на информацията

ция. При маркера *източникът пожела да остане анонимен* количествените резултати на трите отговора са толкова близки, че не може да се направи заключение дали има консенсус около отношението на това изречение към достоверността на информацията, изложена в журналистическия текст.

### *Оценка на маркерите, отразяващи увереността на говорещия/ пишещия*

Резултатите по отношение на тази лексикална група коментирах по-горе, в обяснението на Таблица 2, тъй като тези маркери са водещи сред всички маркери в количествените измерения на оценката за висока, респ. ниска истинност на съобщенията. Любопитно е, че групата на маркерите, отразяващи разколебана увереност или неувереност на говорещия в истинността на информацията – *възможно е...*, получава и висока оценка, че няма отношение към достоверността на информацията. Подобни съмнения за групата от маркери, сигнализиращи увереност на говорещия в истинността на казаното, имат незначителен дял в дадените отговори от анкетираните лица.



Диаграма 4. Оценка на маркерите, отразяващи увереността на говорещия/ пишещия

### *Обобщение*

Първата група маркери нямат отношение към достоверността (вж. диаграма 2). Наречието „ексклузивно“ по-скоро създава усещането за достоверност на информацията, докато наречията „скандално“, „сензационно“ и „шокиращо“ – за недостоверност на съобщенията. Това води към заключението, че реципиентите вече са доловили този често използван манипулативен похват за сензациониране на журналистическите материали и са склонни по-скоро да оценят маркерите като сигнал за недостоверност или да ги пренебрегнат като незначителни по отношение на достоверността.

Втората група маркери създават усещането за достоверност на информацията, въпреки че източниците са неуточнени (вж. *Диаграма 3*). Това показва високо доверие на аудиторията към медиите и ниско ниво на критичност и вискателност към конкретното назоваване на източника. Единствено изразът „източникът пожела да остане анонимен“ е сигнал за реципиента, че информацията може да е недостоверна, но стойностите и на трите критерия, по които се оценява, са близки.

Третата група маркери (вж. *Диаграма 4*) съдържа парадокс. Възможно е чрез неувереността си в съобщаваната информация говорещият/пишещият да остане верен на истината – че информацията не е точна. Обратното, увереността може да прикрива лъжлива информация. Въпреки това анкетиранията лица посочват изразите за увереност като сигнал за достоверност, а изразите, изразяващи колебание, като сигнал за недостоверност. Този факт показва силно доверие към фигурата на журналиста като гарант за истинността на информацията.

Вероятно и затова проблемът с постистината и фалшивите новини в медиите и във всяка социална дейност е толкова важен за всяко общество. Журналистите владеят възможностите, които езикът ни предоставя, за да „управляват“ истинността, а истината според Д. Болинджър е онова свойство на езика, което ни дава възможност да се информираме, защото се основава върху готовността на говорещия да сподели притежаваната информация ([2]: 29–30).

#### Литература

- [1] – Ангелова, В., Попова, Ж., Нейкова, М. *Новини... отблизо*. София, АЕЖ и „Америка за България“, 2016, 58 с.
- [2] – Болинджер, Д. Истина – проблема лингвистическая. В: *Язык и моделирование социального взаимодействия*. Москва, „Прогресс“, 1987, с. 23–43.
- [3] – Вайнрих, Х. Лингвистика лжи. В: *Язык и моделирование социального взаимодействия*. Москва, „Прогресс“, 1987, с. 44–87.
- [4] – Димитрова, Ст. *Лингвистична прагматика*. София, „Велес“, 2009, 239 с.
- [5] – Ефтимова, А. *Двойственият език в медиите: езикът на политическата коректност vs езика на омразата*. София, „Просвета“, 2016, 334 с..
- [6] – Ницолова, Р. За нарушенията на максимите на Грайс – максима за истинността (Предварителна версия). Във: *Форум „Българска граматика“ 2. Граматика и прагматика*. Велико Търново, УИ „Св. св. Кирил и Методий“, 2016, с. 24–35.
- [7] – Grice, P. *Studies in the Way of Words*. London, Harvard University Press, 1991, 406 p.
- [8] – Grice, P. Logic and Conversation. In: *Speech Acts*. Eds. Cole, P., Morgan, J. New York, Academic Press, 1975, pp. 41–58.
- [9] – Lakoff, G. Hedges: A study in meaning criteria and the logic of fuzzy concepts. // *Journal of Philosophical Logic*, 1973, No 4, pp. 458–508. Available from: <https://georgelakoff.files.wordpress.com/2011/01/hedges-a-study-in-meaning-criteria-and-the-logic-of-fuzzy-concepts-journal-of-philosophical-logic-2-lakoff-19731.pdf> (достъп: 28.04.2018).

- [10] – Markkanen, R., Schroder, H. Hedging: A Challenge for Pragmatics and Discourse Analysis. In: *Hedging and Discourse: Approaches to the Analysis of a Pragmatic Phenomenon in Academic Texts*. Berlin, New York, “de Gruyter”, 1997, p. 3–20.
- [11] – Marrelli, J.V. Truthfulness. In: *Handbook of Pragmatics 2002*. Amsterdam/Philadelphia, John Benjamins, 2002, p. 1–48.
- [12] – Oxford Living Dictionaries. Word of the Year 2016 is...// *Oxford Living Dictionaries*. Oxford University Press, 2016. Available from: <https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016> (достъп: 28.04.2018).
- [13] – „Алфа рисърч“: Българите разпознават фалшивите новини // *bTV Новините*, 27.06.2017. Available from: <https://btvnovinite.bg/bulgaria/alfa-risarch-balgarte-razpoznavat-falshivite-novini.html> (достъп: 28.04.2018).