

# ОПУБЛИКОВАТЬ СТАТЬЮ

в изданиях НИЦ "Социосфера"



[ПОДРОБНЕЕ](#)

## СОЦИОСФЕРА

- *Российский научный журнал*
- *ISSN 2078-7081*
- *РИНЦ*
- *Публикуются статьи по социально-гуманитарным наукам*

## PARADIGMATA POZNÁNÍ

- *Чешский научный журнал*
- *ISSN 2336-2642*
- *Публикуются статьи по социально-гуманитарным, техническим и естественно-научным дисциплинам*

[ПОДРОБНЕЕ](#)



## СБОРНИКИ КОНФЕРЕНЦИЙ

- *Широкий спектр тем международных конференций*
- *Издание сборника в Праге*
- *Публикуются материалы по информатике, истории, культурологии, медицине, педагогике, политологии, праву, психологии, религиоведению, социологии, технике, филологии, философии, экологии, экономике*



[ПОДРОБНЕЕ](#)



УДК 81'42

## ФАКТОИДЫ КАК РЕЗУЛЬТАТ ИЗМЕНЕНИЙ В ЦЕННОСТНОЙ КАРТИНЕ МИРА (НА ПРИМЕРЕ ТЕКСТОВ СМИ)

Л. В. Копоть

*Кандидат филологических наук, доцент,  
ORCID 0000-0002-2501-4762,  
e-mail: kopot79@mail.ru,  
студентка,*

Д. Ю. Тлишева

*Адыгейский государственный университет,  
г. Майкоп, Республика Адыгея, Россия*

## FACTOIDS AS A RESULT OF CHANGES IN THE VALUE PICTURE OF THE WORLD (ON THE EXAMPLE OF MEDIA TEXTS)

L. V. Kopot

*Candidate of Philological Sciences, Associate  
Professor of the Russian Language Department  
ORCID 0000-0002-2501-4762,  
e-mail: kopot79@mail.ru,*

D. Yu. Tlisheva

*student of the Faculty of Philology,  
Adyghe State University,  
Maikop, Republic of Adyghe, Russia*

---

**Abstract.** The purpose of the study: to consider factoids in the media as an integral part of the value picture of the world that is undergoing changes. The subject matter of factoids presented in the media was determined; the conceptual field of the concept "factoid" is analyzed.

**Keywords:** value picture of the world; factoid; lie; fiction; fake; rumors.

---

В современном обществе, по мнению В. И. Карасика (2014, 2017), А. В. Беловой (2015), Е. Е. Несмеянова (2018), происходит трансформация знаний, которая состоит в «возрастании ориентационного и процедурного знания, в карнавальном переворачивании популярного научного знания, в размывании прототипной информации в массовом сознании, в продвижении недостоверной информации в медиадискурсе» [3, с. 20]. Это, по-видимому, связано с развитием информационных технологий, новым, «игровым», отношением субъекта к реальности. Знания, будучи информацией, образуют ценностную картину мира, служащую ориентиром в окружающем мире.

В этом отношении весьма актуальным становится медийный дискурс, популяризирующий знания массовой культуры об

окружающей действительности. Как считает В. И. Карасик, сегодня медийное общение ориентировано не только на информирование и воздействие, но и развлечение, что приводит к появлению непроверенной информации. Ученый убежден, что подобная ситуация «соответствует важнейшей характеристике эпохи постмодерна – отсутствию ценностных координат в обществе» [3, с. 17].

Под ценностной картиной мира, вслед за И. В. Андреевой, понимаем «общую систему знаний об окружающем мире, определяющую человеческую деятельность, отраженную в обыденной действительности в сознании человека, опирающуюся на принцип ценностной ориентированности, который выступает в ней как главный принцип иерархизации предметов» [1, с. 8].



Е. Е. Несмеянов утверждает, что ложь и обман – ценности общества, выступающие как фактор организации и самоорганизации любого социума [5, с. 57].

Особой разновидностью лжи, тиражируемой в средствах массовой информации, являются фактоиды: «недостоверное или ложное утверждение, непроверенная или сфабрикованная информация» (Белоедова, 2015); «информация, публикация, недостойная доверия, или событие сомнительной истинности, принимаемое повсеместно за правду» (Комлев, 2006); «имитация факта» (Карасик, 2017).

Таким образом, фактоид – недостоверная информация, непроисходившее событие, имеющее при этом широкую известность, подобно факту.

В концептуальное поле фактоида входят такие понятия, как *слухи (молва), сплетни, фейк, дезинформация, ложь и вымысел*. *Слухи* – ничем не подтвержденное известие о ком-нибудь или о чем-нибудь [6, с. 732]; *сплетня* – слух о ком-нибудь или о чем-нибудь, основанный на неточных или заведомо неверных сведениях [6, с. 756]; *фейк* – заведомо ложная информация, адресованная широкой публике; *дезинформация* – это распространение заведомо ложных сведений, предназначенных конкретным адресатам; *ложь* – намеренный обман [6, с. 331]; *вымысел* – ложь [6, с. 115].

Нами выявлена следующая тематика фактоидов в СМИ.

1. Создание отрицательного имиджа для политических оппонентов, а также членов их семей: *Задержан сын бывшего главы Хабаровского края Сергея Фургала // Вышло опровержение о задержании сына Фургала*.

2. Привлечение внимания к торговой марке, бренду. *Сотрудники магазина «М. Видео» задержаны за мошенничество с бонусными картами // «М. Видео»*

*опровергла информацию о задержании сотрудников за мошенничество*.

3. Информация о жизни представителей шоу-бизнеса: *Бари Алибасов умер после отравления жидкостью для прочистки труб // Смерть Бари Алибасова опровергли*.

4. Информация о паранормальных явлениях: *В горах Ингушетии пограничники поймали «снежного человека» // Снежный человек и министр обвели людей вокруг пальца*.

5. Привлечение внимания к социальным проблемам в обществе, катастрофам: *Кровля станции переливания крови сгорела в Сергаче 14 ноября // В МЧС опровергли возгорание госпиталя в Сергаче*.

6. Демонстрация лингвокультурных особенностей представителей разных стран: *В Турции подрались русские и украинские туристы // Сообщение о массовой драке оказалось «уткой»*.

7. Первоапрельские фактоиды: *Сбежавший из зоопарка аллигатор находится в реке Бейсуг // По многочисленным обращениям граждан в редакцию обращаем внимание на дату выпуска – 1 апреля*.

Таким образом, фактоиды как лингвокультурное явление представляют собой фрагмент ценностной картины мира, которая свидетельствует, как нам кажется, о деструктивных изменениях в массовом сознании граждан, их подходе к способам оценки явлений. Значимость фактоидов в эпоху постмодерна существенно возрастает, что во многом связано с идеей развлечения, игры.

#### Библиографический список

1. Андреева И. В. Ценностная картина мира как лингвистическая и философская категория // Аналитика культурологии, 2006. – № 6. – С. 7–13.
2. Белоедова А. В. О фактах и фактоидах в современных журналистских текстах // Вопросы



- журналистики, педагогики, языкознания, 2015. – № 24 (221). – С. 89–94.
3. Карасик В. И. Фактоиды как лингвокультурное явление // Политическая лингвистика, 2017. – № 3. – С. 21–30.
  4. Комлев, Н. Г. Словарь иностранных слов. – М., 2006. URL: <http://dic.academic.ru>
  5. Несмеянов Е. Е. Ложь как ценность: зарождение концепции // Гуманитарные и социальные науки, – 2018. – № 6. – С. 57–67.
  6. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. – 4-е издание. – М. : А ТЕМП, 2004. – 944 с.

© Копоть Л. В., Тлишева Д. Ю., 2022

## СРОЧНОЕ ИЗДАНИЕ МОНОГРАФИЙ И ДРУГИХ КНИГ



*Два места издания Чехия или Россия.  
В выходных данных издания  
будет значиться*

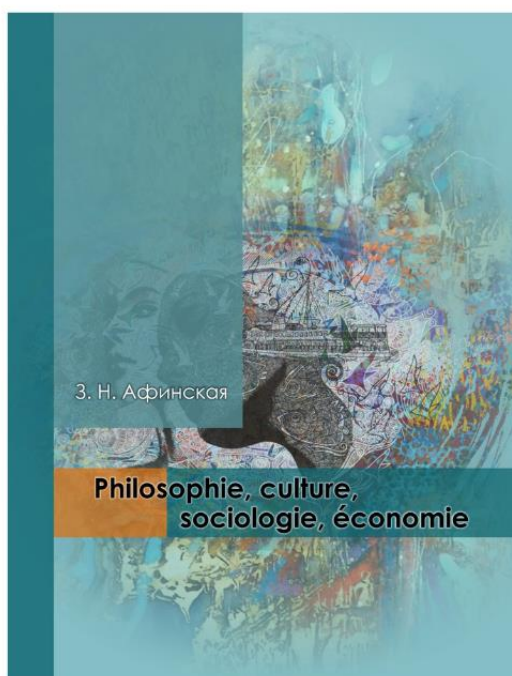
**Прага: Vědecko vydavatelské  
centrum "Sociosféra-CZ"**

*или*

**Пенза: Научно-издательский  
центр "Социосфера"**

## РАССЧИТАТЬ СТОИМОСТЬ

- Корректурa текста
- Изготовление оригинал-макета
- Дизайн обложки
- Присвоение ISBN



## У НАС ДЕШЕВЛЕ

- Печать тиража в типографии
- Обязательная рассылка
- Отсудка тиража автору