

СОФИЙСКИ УНИВЕРСИТЕТ „СВ. КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ“



Факултет по славянски филологии

Катедра по общо, индоевропейско и балканско езиковедие

Автореферат

на дисертационен труд за присъждане на научната и образователна степен

„доктор“ на тема

Езикови характеристики на фалшивите новини

Докторант: Руслана Маргова

Научен ръководител: доц. д-р Екатерина Търпоманова

Професионално направление: 2.1. Филология

Научна специалност: Общо и сравнително езиковедие (Общо езиковедие)

София, 2023 г.

Дисертационният труд е обсъден и насочен за публична защита от Катедрата по общо, индоевропейско и балканско езикознание към Факултета по славянски филологии на СУ „Св. Климент Охридски“ на 23 март 2023 г.

Публичната защита на дисертационния труд ще се състои на 2023 г. от ... часа в Ректорат, Софийски университет „Св. Климент Охридски“, съгласно Правилника за условията и реда за придобиване на научни степени и академични длъжности при Софийския университет, пред научно жури, назначено със заповед на Ректора в състав:

Съдържание

I. Увод.....	6
1.1. Въведение в темата и актуалност на изследването	6
1.2. Мотивация на изследването	7
1.3. Цел и задачи на изследването	8
1.4. Обект и предмет на изследването	9
1.5. Хипотеза.....	9
1.6. Методология	10
1.7. Процедури.....	11
1.8. Трудности	11
II. Понятиен апарат	12
III. Темата за фалшивите новини в историята и в журналистиката	14
IV. Граничните области, свързани с дезинформацията.....	15
V. Философски положения.....	16
Максимите на Грайс, ренаративът и динамичната семантика	16
VI. Преглед на изследваните езикови маркери за дезинформация	19
VII. Ренаративът като белег за възможна дезинформация.....	20
7.1. Допълнителни маркери за възможна дезинформация в журналистическите текстове: въвеждане на тезата за ренаратива	20
7.2. Евиденциалността в български в исторически аспект	21
7.3. Терминът евиденциалност в световната езиковедска литература	21
7.4. Типология на евиденциалността	22
7.5. Понятиен разнобой.....	23
7.6. Преглед на понятието евиденциалност в българската езиковедска наука ...	23
7.7. Евиденциалността като граматикализация на когнитивните състояния	24
7.8. Опосредствана и неопосредствана евиденциалност, два полюса на дистанцираност	24
7.9. Ренаратив	26
7.9.1. Значение на ренаратива	26

7.9.2. Начин на добиване на информацията при ренаратива.....	26
7.10. Инференциал (конклузив)	27
7.10.1. Значение на инференциала	28
7.10.2. Начин на добиване на информацията при инференциала.....	28
7.11. Дубитатив и ренаратив	29
7.12. Адмиратив и ренаратив	29
7.13. Индикатив, перфект за констатация	29
7.14. Езикова омонимия на ренаратива	29
VIII. Употреби на ренаратива в медиите	31
8.1. Ренаративът в дамаскините и дамаскините като журналистика на Средновековието	31
8.2. Ренаративът като журналистика: авторът е неясен.....	32
8.3. Ренаративът като журналистика: да се направим на някого другото.....	33
8.4. Ренаративът като журналистика: без гаранция	33
8.5. Ренаративът като журналистика: да си намерим алиби.....	34
8.6. Ренаративът като недостоверност: новините като приказни	34
8.7. Ренаративът като недостоверност: ренаратив и в заглавието на журналистическите текстове	35
8.8. Новата посока на заглавията – от ренаратив към кликбейт.....	35
8.9. Автоматична обработка: евиденциалност	36
8.10. Употреби на ренаратива в журналистиката – обобщение.....	36
8.11. Ренаратив и откриване на дезинформация	36
8.12. Алгоритъм.....	37
8.13. Забележка: Развитието на детската реч и употребата на евиденциалността.....	37
IX. Други маркери на дезинформацията и тенденции в журналистическите заглавия	37
9.1. Кликбейт заглавия – езикът като мърч и скриване на информацията.....	38
9.2. Още кликбейт стратегии	39
9.3. Промяна на съдържанието в лийда	40
9.4. Смесване на жанровете	41

9.5. Сегашно предсказно време	41
9.6. Откриване на емоции: залез на хеджиращите думи	42
9.7. Дисплеймърите – нова ера в журналистиката	42
9.8. Сайтове сателити.....	44
9.10. Обобщение – езикови маркери за откриване на дезинформация	44
X. Езикови експерименти с употребата на ренаратив и неговите омоними.....	45
XI. Документални записи на случаи с дезинформация	50
XII. Заключение	50
Приноси	54
Бъдеща работа	54
Благодарности	56
XIII. Библиография	56

I. Увод

Pro captu lectoris habent sua fata libelli.

De litteris, De syllabis, De Metris, Terentianus Maurus

1.1. Въведение в темата и актуалност на изследването

Темата за дезинформацията, постистината, хибридните войни, представена с метонимията фалшиви новини, както и откриването и разобличаването им, преживява разцвет през последните десетина години. Изследователите на проблема посочват примери за дезинформация, пропаганда и манипулация още в древността, цитирайки източници, запечатали събития от най-ранната световна история, но всички днес се обединяват около няколко основни разлома в съвременното ни, довели категорично до актуалност на темата.

Както мнозина отбелязват, войната в Украйна започва още през 2014 г. и в полето на медиите, за да стане днес абсолютно доминираща и да бъде определяна като първата същинска хибридна война. По-видимо събитие на дезинформация за световната общественост преди войната в Украйна обаче е гласуването във Великобритания на референдума за напускане на Европейския съюз на 23 юни 2016 г. Тогава близо 52% от британците дават подкрепата си за излизането от съюза, а днес сме свидетели на следствията от това събитие. Същата 2016-а година е ключова и заради още една политическа промяна, отразила се на целия свят – гласуването за президент в САЩ и спечелването на поста от републиканеца Доналд Тръмп, който днес има собствена социална мрежа TruthSocial¹. Двете събития – Брекзит и победата на Тръмп – изглеждат толкова невероятни на анализаторите през 2016 г., че преди да се случат, никой не вярва, че ще се стигне до подобни развързки. Впоследствие обяснението се оказва новото старо явление на манипулиране на информацията, този път подсилено от ролята на новите медии – неконтролираните в онзи момент социални мрежи и техните предефинирани послания към определени аудитории. Тези послания успяват коренно да преобърнат обществените нагласи и да повлияят на хода на историята.

Разследването на неочакваната развързка през 2016 г. изважда на бял свят фабрики за тролове в македонския град Велес, контролирани от съветника на Доналд Тръмп Стивън Банън, както и грандиозни манипулации на компанията Кеймбридж аналитика, заради която бившата компания Фейсбук и настояща Мета плаща близо милиард долара за колективен иск през 2022 г.² Оказва се, че чрез новинарски послания в социалните медии вотът за Брекзит във Великобритания и този за избирането на Тръмп са били предопределени. Заровете са били хвърлени.

¹ <https://truthsocial.com/>

² <https://www.bbc.com/news/technology-64075067>

Проявите на дезинформация не стихват с тези важни събития. Днес, по-малко от десетилетие след разкритията за ролята на манипулациите в социалните мрежи, светът бе изправен пред пандемията от разпространението на вируса sars-cov-2 – известен популярно като *коронавируса*, причинил инфекциозното заболяване COVID-19. Пандемията и неваксинирането предизвика безпрецедентно нарастване на смъртността, което доведе до намаляване на продължителността на живота в целия свят и България е една от най-силно засегнатите страни. Тази болест, която доведе до смъртта на милиони хора³, бе последвана от инфодемия – ново явление по определението на Световната здравна организация – бързо и широкообхватно разпространяване на точна и неточна информация, при която е трудно да се научи съществена информация по даден проблем⁴. Светът стана свидетел на още една вълна на дезинформация – този път по отношение на здравето, която физически застрашаваше живота на хората (Posetti, Bontcheva, 2020), а днес, по данни на УНИЦЕФ, 67 милиона деца в световен мащаб са пропуснали една или повече ваксинации в рамките на три години⁵.

Още не свършила инфодемията, докато Европа и САЩ преодоляваха последиците от Брекзит и управлението на Доналд Тръмп, в границите на европейския континент започнаха ожесточени военни действия, които се водят с всички средства, включително с информационните. В тази историческа обстановка – на инфодемия, на физическа и информационна война, и на манипулиран от социалните медии граждански вот – актуалността на изследването на дезинформацията е повече от обоснована.

1.2. Мотивация на изследването

Авторът на настоящото изследване има дългогодишен опит като международен редактор, който всекидневно е отразявал редица от гореспоменатите събития – от самия им зародиш, до развитието им и в някои случаи до отшумяването им.

Журналистическият опит от първа ръка и езиковедската университетска подготовка предизвикаха научния интерес към анализа на възможните начини на разкриване на дезинформацията и доведоха до настоящото изследване.

Макар и фокусирано в лингвистиката, то опира и в други дисциплини заради характера на самата тема за дезинформацията, която не може да остане единствено в полето на езикознанието. Изследването е своеобразна снимка на настоящите проблеми, произтичащи от пропагандата, манипулацията и разюздаността на медиите в български и международен план.

³ <https://www.worldometers.info/coronavirus/>

⁴ https://www.who.int/health-topics/infodemic#tab=tab_1

⁵ <https://www.unicef.org/reports/state-worlds-children-2023>

1.3. Цел и задачи на изследването

Целта на настоящото изследване е да се открият езиковите характеристики на дезинформацията в новините във времето на постистината, като езикът на изследване е българският. Крайната цел е по-лесно да бъдат разпознавани т.нар. фалшиви новини, които са метонимия на дезинформацията. Под „дезинформация“ се разбира доказуемо невярна или подвеждаща информация, която се създава, представя и разпространява с цел да се извлече икономическа изгода или съзнателно да се въведе в заблуждение обществеността, като последиците от това могат да бъдат в ущърб на обществения интерес.

Поставеният изследователски проблем е да се провери дали съществуват езикови характеристики, които да подсказват наличието на т.нар. фалшиви новини – т.е. дезинформация в медиите на българския език и какви точно са тези езикови белези.

За да бъде осъществена целта, ще се решат следни задачи:

- ще бъде направен исторически преглед на казуси, свързани с дезинформацията;
- ще бъде направен преглед на граничните науки, свързани с разбирането на явлението дезинформация;
- ще бъде направен преглед на философския подход по темата за истината;
- ще бъде описан понятиен апарат на български език – своеобразен речник, свързан с темата за дезинформацията и изобщо новата журналистика в условия на социални медии;
- ще бъдат събрани примери на заглавия на български език от новинарския поток, които да предоставят поле за езиков контекстен анализ; събраните новини ще са предимно от онлайн медиите, върху които основно ще бъде езиковедският анализ;
- ще бъде анализиран досегашният опит в откриването на дезинформация на различни езици и на български език, ще бъде изведен списък от възможни езикови маркери, които вече са описани като подсказващи дезинформация;
- ще бъдат анализирани езиковите явления – евиденциалност и в частност ренаративът и неговите омонимни форми; ще бъде разгледан ренаративът в исторически план;
- ще бъдат демонстрирани особени случаи за дезинформация, които са показателни за явлението;
- ще бъдат предложени изводи, свързани с езикознанието и откриването на дезинформация.

1.4. Обект и предмет на изследването

Обект на изследването е българският език, а предмет на изследването са медийните текстове, публикувани в онлайн медиите, както и в т.нар. *трансмедийни публикации* – с публикувано съдържание едновременно онлайн и на хартия, печатно. Особено внимание се обръща на журналистическите заглавия в медийните текстове. От една страна те са най-близо до новия тип онлайн информация, която не допуска дълги текстове в аносите в социалните мрежи – затова журналистическите заглавия приличат на твитове. Тези заглавия приличат и на съобщения от социалния канал Телеграм. От друга страна в заглавията журналистите прилагат цялото си умение да привлекат вниманието на читателите към текстовете, концентрират информацията и използват цялата си фантазия в заглавията. По заглавията обаче може да се предположи доколко съдържанието на новината е истинно, благодарение на използваните похвати – езикови белези, които могат да бъдат разчетени като флаг, предупреждение, подсказване за дезинформация или недостоверна информация.

През последните години съществува известна двойственост на медиите, отразена в т.нар. *трансмедийна журналистика* и в трансмедийното разказване на истории. Става дума за феномена, при който журналистите едновременно създават няколко различни видове текстове, еднакви по тема и съдържание, но вариращи по стилистика и изпълнение. Те са предназначени за различните видове медии – за вестниците, за онлайн изданията и за социалните мрежи. Разбирането е, че историите са разказани по различни начини – освен като текст във вестник, те са представяни и като послание в социални мрежи, подкрепено понякога от видео. Съдържанието онлайн е по-различно.

С особено внимание ще се разгледат журналистическите заглавия, защото ролята им в дезинформацията е основна.

1.5. Хипотеза

Разработената тук хипотезата е, че е възможно да съществуват формални езикови характеристики, които да подсказват, че даден текст не е достоверен или по-общо: че става дума за дезинформация.

Освен лексикални и графични маркери, основният акцент на изследването пада върху категорията евиденциалност в български език. Евиденциалността граматикализира когнитивните състояния на говорещия, свързани с получаване на предаваната информация от определен източник и с нейното класифициране (Ницолова, 2008). Хипотезата е, че определени езикови характеристики на български – като ренаратива от хипернаклонението на възпроизведената реч реалис II – е възможно да подсказват на читателя, че поднесеното съдържание не е достоверно и като следствие от неговата употреба новината, представена с тази езикова форма, не отговаря на журналистическите стандарти за достоверност. При проверка на поднесената информация, белязана от тези езикови характеристики, ние сме действително свидетели на дезинформация.

Другата хипотеза е, че съществуват определени езикови конструкции, използвани в журналистическите текстове като заглавия, които предполагат възможност за недостоверна информация.

1.6. Методология

Изследването на темата изисква интердисциплинарен подход. Тъй като има философска, журналистическа и лингвистична част, са приложени и различни методи от посочените науки. Използвани са и общо научни методи – анализ на информацията, синтез на данните, обобщения на събраното знание и извеждане на заключения на база на анализа и синтеза.

Първоначално са изброени и описани различните допирни точки на темата, откриването на дезинформация с различните науки, като са дадени посоки за последващи тълкувания.

От журналистическа гледна точка е направена подредба на различните понятия, които се появяват в полето на разпознаването на дезинформацията. Изследвани са различните връзки между тези понятия и е съставен своеобразен речник, посветен на описаната терминология, който може да бъде разглеждан и като лингвистично достижение.

Във философската част се прави кратък исторически обзор на отношението на понятието истина през различни философски теории. През методите на феноменологията и в частност чрез теорията на потенциалността се анализира появата на дезинформацията и осъществяването на *фалшивата новина*. От друга страна са анализирани максимите от философията на езика, създадени от Грайс, както и тяхното отношение към разпадането на т.нар. от Грайс кооперативен принцип, но в конкретния анализ фокусът пада върху поднасянето на новините. Езиковият феномен ренаратив и неговите омонимни форми са разгледан като противопоставящи се на информативността на изказването. През критическата теория на Хабермас пък е пречупена темата за истината в езика и е предложен анализ на *новата структурна промяна в публичното пространство*, по думите на самия Хабермас. Разпадането и неосъществяването на истината е четено и през постструктурализма на Бодриар.

В лингвистичната част са приложени различни методи. Направен е анализ и синтез на съществуващата информация по темата за дезинформацията на български език, като няма ограничение единствено в научните статии, а е изследван и въпросът как е представена дезинформацията в медийното пространство, като са цитирани различни отгласи от пострадали или създаващи дезинформация хора.

Анализирани са и са синтезирани основните езикови маркери, свързани с дезинформацията. Съставен е списък с вече открити белези, а след емпирично наблюдение, са предложени и нови допълнителни езикови маркери. От една страна те са на лексикално равнище, а от друга – на граматично.

Употребите им са показани чрез контекстов анализ. Подробно са разгледани техните проявления, детайлно са анализирани причините за използването на определени

граматични форми и на отделни лексикални единици. Ренаративът и омонимните му форми са разгледани как се развиват в контекст.

Чрез изследване на причините за създаване на подвеждаща информация е направен и психолингвистичен анализ – разглеждат се причините за особеното поведение при журналистите и желанието им за по-голяма, по-бърза и по-лесна популярност. Приложени са и свидетелски разкази, които представят някои от психолингвистичните фактори за генерирането на дезинформацията.

В прегледа на феномена ренаратив е приложен и историческо-лингвистичен метод, от една страна като се коментира произхода на ренаратива, а от друга – като се предполага, че употребата на ренаратива в бъдеще ще бъде изместена и заменена заради стремежа в журналистиката към още по-неясни заглавия.

За да са подкрепени емпирично наблюденията, ръчно е събран корпус от заглавия, който не е аотиран и структуриран, но служи за извличане на илюстративен материал.

Теоретичните постановки, върху които е основано проучването на темата за откриването на дезинформацията, са главно от областта на езикознанието – морфологията, семантиката, текстовата лингвистика.

1.7. Процедури

Научно-теоретичните процедури, по които ще бъде извършено изследването, са свързани най-вече с езикознанието. Въпреки че е направен преглед на проявлението на темата и в други науки, анализите са най-вече на ниво морфология и прагматика.

Научно-приложните процедури са свързани както с анализа на бази данни от случаи – корпус от заглавия, демонстриращ езиковото явление, като са разгледани и отделни казуси.

Практично-приложните процедури, по които ще бъде водено изследването, са свързани с възможността изведените правила да са приложими в бъдеще при автоматична обработка на езика с методите на компютърната лингвистика за ограничаване на дезинформацията.

1.8. Трудности

Първата основна трудност е да се ограничи изследването на дезинформацията и т.нар. фалшиви новини в полето на лингвистиката. Като предмет на изследване дезинформацията е многопластова и всеобхватна и е обект на изучаване от редица науки. Тя може да бъде анализирана от психологическа, социална, философска, логическа, етическа, военна и друга гледна точка.

Втората трудност е свързана със събирането на данните. В огромното поле от информация и много медии, които дават различни възможности, е трудно да се прецени кой обект да бъде анализиран и кой обект си струва да бъде анализиран. В момента изследователите на дезинформацията се опитват да напишат правилата, според които да подбират достойната

за анализ зловредна информация. В настоящото изследване са подбрани заглавия с определени езикови характеристики.

Третата трудност е понятийният апарат. Макар и решена до голяма степен, все още съществува размитост по отношение на понятията, свързани с дезинформацията. Изследването предлага уеднаквяване на речника, използван в български език.

Четвъртата трудност при анализа на дезинформацията е динамичната среда – често примерите за дезинформация изчезват *безследно* и безславно от лесното за промяна интернет пространство. Затова при подбора данните трябва да бъдат задължително архивирани. В противен случай някои от тях стават недоказуеми. Този феномен е още едно фалшифициране на информацията – фалшифициране на степен.

Петата трудност е свързана с факта, че всекидневно развитие на дезинформацията изпреварва анализирането ѝ и във всеки момент създателите на умишлено некоректно съдържание изнамират нови начини да дезинформират и са стъпка напред пред анализаторите и ловците на дезинформация.

II. Понятиен апарат

За да бъде ясно за какво става дума в настоящата работа е изработен понятиен апарат, организиран на клъстери, който описва различни понятия от дезинформацията. Тази глава има описателен, систематизиращ и дефиниращ характер – предлага списък с опит за дефиниции на някои понятия, навлезли в българския език през последните години в резултат на дигитализирането на медиите и по-стари понятия, но свързани с полето на дезинформацията.

Трудност при систематизирането на понятията около дезинформацията е и изключителната динамика на темата. Само от началото на подготвянето на този текст до последната му редакция са допълнени редица новопоявили се понятия. В този смисъл трябва да се вземе предвид, че много от понятията са неологизми, други все още се използват с версиите им на английски, като някои се транскрибират или пък се превеждат смислово на български език, трети са своеобразен професионален жаргон на журналистите и занимаващите се с темата за дезинформация. Дори и не на български език, много от тези понятия се използват и у нас. За да се разреши проблемът с небългарското изписване е предложена българска транскрипция на някои от тези думи, но описанието на тази работа не е предмет на този текст. В същото време са предложени и понятията на английски, където е необходимо, а на места е направена и историческа справка.

В момента съществуват различни опити за „стабилизиране“ на знанието в областта на дезинформацията на български. Най-сериозният е свързан с издаването на наръчника на Айртън и Позети, озаглавен „Журналистика, фалшиви новини и дезинформация“ (Айртън и Позети, 2021), в който са дефинирани основните понятия за дезинформацията. Някои от отбелязаните тук термини се откриват и в „Речника на новите думи в българския език“ (Благоева и екип, 2021). Използвани са наръчниците на Димов и Иванов от 2020 г., на Ауад

и екип от 2021 г. Друг опит е на Министерството на транспорта, информационните технологии и съобщенията. То публикува онлайн речник, насочен към разширяване на професионалната подготовка и медийното образование в цифровата среда⁶. Речникът е двуезичен – с английски и български статии, но съдържа и грешки, дължащи се вероятно на машинен превод, без да е обърнато нужното внимание за редакция на българското съдържание.

Описани са: *фалшиви новини* (новини, които не са доказани, манипулативни са), *дезинформация* (умишлено манипулирана информация с цел да навреди), *неточна информация* (няма зла умисъл при предоставянето на неточната информация) и *злонамерена информация* (злонамерено поднесена невярна информация с цел да навреди), *пропаганда* (*разпространение* на дадена гледна точка по такъв начин и с такава крайна цел, че получателят на съобщението да я приеме „доброволно“ като своя), *манипулация* (*съзнателно* и прикрито подтикване на друго лице да изпитва определени състояния, да взема решения и да извършва действия, необходими за постигане на собствените цели на внушаващия) и *информационна война, хибридна война* (военно понятие, свързано с действия, които включват комплекс от конвенционални и неконвенционални, военни и невоенни средства за постигане на конкретни политически, икономически и др. цели), *постистина* (времето на постистината се отличава с недоверие към фактите), *инфодемия* (твърде много информация – истинна и неистинна, в която човек не може да се ориентира), *информационно претоварване, замърсяване* (*неподходяща*, случайна, неадекватна и некачествена информация), *опорки и наративи* (основни тези на отделни медии или пропагандни машини с определена цел), *интернет предубеденост* (липса на критично отношение към поднасяната информация), *астротърфинг* и *координирано неавтентично поведение* (създаване на впечатление за спонтанна масова реакция на обществото към факт, събитие или идея), *кликбейт* (заглавия, привличащи внимание), *дийпфейк* (фалшификати, генерирани от изкуствен интелект – текстове и визуални изображения), *сайтове гъби* (сайтове, които си приличат), *микротаргетиране* (насочване на персонализирани реклами, политически съобщения и т.н. към хора въз основа на подробна информация за тях), *ехо камери, ехо стаи, балони, бабъли* (*затворена* сфера, в която хората са единомишленици и чуват само собственото си мнение и се самоубеждават в него), *ефект на илюзорната истина* (*склонността* да вярваме, че невярната информация е истинна, след като многократно сме подложени на нея), *тролове, хейтъри, лъкърси, ботове* (различни играчи на онлайн сцената за дезинформация с различни функции), *убактивизъм* (активизъм в онлайн среда), *чурнализъм и ленива журналистика* (наподобяване на журналистика), *газлайтинг* (психологически тормоз, при който насилникът поставя под съмнение адекватността на жертвата и омаловажава фактите и реалните ѝ възприятия), *медийна грамотност* (дефинират се различни видове грамотност: информационна грамотност (information literacy); компютърна грамотност (computer literacy): синоними – ИТ/информационни технологии/електронни/електронни информационна грамотност; библиотечна грамотност (library

⁶ <https://www.mtc.government.bg/bg/glossary>

literacy); медийна грамотност (media literacy); мрежова грамотност (network literacy): синоними – интернет грамотност, хиперграмотност; цифрова грамотност (digital literacy): синоним – цифрова информационна грамотност), *разобличаване на дезинформацията, предварително разобличаване на дезинформацията* ((възможността да се изобличи дезинформация или предварително да се предположи, че нещо може да бъде с подвеждащо съдържание), *журналистика на данните (data (driven) journalism, бавна журналистика, журналист и фактчекър* (тези понятия са свързани със същинската журналистика, с проверени източници и съществени теми и данни), *култура на отхвърлянето (кенсъл култура, cancel culture или call-out culture), трансмедийна журналистика и платформизация на новините* (представяне на една и съща новина върху различни платформи – на хартия, онлайн, в аудио-визуалните медии), *инфотеймънт* (забавление чрез информация). Тук не са поместени цялостните обяснения заради ограничения обем на този текст.

III. Темата за фалшивите новини в историята и в журналистиката
Изследването се занимава с преглед на основните популярни случаи в световната история, свързани с фалшивите новини. Разгледани са няколко аспекта – от една страна е направен исторически преглед, от друга страна е засегнат и въпросът за историята като фалшива новина – на кого принадлежи историята и кой как я пише. Описани са анекдотични случки, представени в различни документи. Подчертана е ролята на потребителите – читателите във възприемането и в разпространението на дезинформацията.

В исторически аспект са отбелязани редица любопитни случаи – от историята за египетския фараон Рамзес II (1279 – 1213 г. пр. Хр.), който лъже след провала си при сражение с хетите, че е победил, а хората му така и не разбират истината; през „Изкуството на войната“ от VI век пр.Хр. На Сун Дзъ, който обяснява, че е необходим компромис между истината и лъжата, за да се решават конфликтите; популярната измама на римския император Октавиан Август, който разпространява твърдение за Марк Антоний, че е във връзка с египетската царица Клеопатра; минава се през темата за слуховете, през Средновековието и редица фалшиви реликви, фалшиви древни скулптури, фалшиви документи, през първите *фалшиви новини* – историята с първия печатен вестник в САЩ New York Sun от 1835 г., който публикува твърдения, че има извънземна цивилизация на Луната, и всичко това заради събиране на повече читатели. Случаят остава в историята като „Голямата лунна измама от 1835 г.“; отбелязан е българският опит с предаването „Ку-ку“ от 22 декември 1991 г.; случаите с Брекзит и Кеймбридж аналитика, както и фалшивите интервюта на репортера на 2018 г. Клаас Релоциус от в. „Шпигел“. Дезинформацията не е запазена марка на съвременността, но просто се е наричала по различен начин в световната история.

Следва и преглед на съмнителни факти в полето на историята - всепризната максима е, че историята се пише от победителите. В полето на историята със сигурност има много неясноти и съмнителни факти. От Античността до наши дни всякакви артефакти, фолклор, всякакви видове ръкописи, документи, хроники, писма, фрески могат да бъдат съмнителни. Римската църква първа произвежда фалшификата Donatio Constantini още през VIII в., за да легитимира правото си на единствена религиозна институция. Папите са

твърдели, че документът е даден от император Константин I Велики. Част от учените смятат, че документът е съставен по времето на папа Стефан II (752-757), а според други това е станало към средата на IX век, например.

Да се изфабрикува „автентичен документ“ от древни времена се превръща в нещо като интелектуална мода между студентите в различните европейски университети от Средновековието. Мистификацията и фабрикуването на текстове не е новост.

Погледът към историята не е еднозначен – има разлика във възприемането на историческите събития от победителите и от победените. Свидетели сме на подобни спорове и днес⁷. Важно е обаче да съществува съзнанието, че не всичко е еднопосочно и пределно ясно, за да не бъдем предубедени и в следствие на това – ограничени в познанието си.

Отбелязано е загубата на доверие в журналистиката. Съвременното състояние на журналистиката не може да бъде обобщено с лека ръка. Все пак едно наблюдение ни допада особено: важноста на прозрачността за доверието към новините. „Прозрачността е новата обективност“, казва д-р Дейвид Уайнбъргър от Харвард през 2009 г⁸.

Лъжата се разпространява значително по-бързо и по-широко от истината, особено когато става дума за фалшиви политически новини, новини за тероризъм, природни бедствия, наука, градски легенди или финансова информация. Афоризмът за лъжата, която обиколила света, докато истината си връзва обувките, е добра метафора. Като въздействат, фалшивите новини са със 70% по-голяма вероятност да бъдат ретуитнати (разпространени в Туитър), отколкото истинните.

IV. Граничните области, свързани с дезинформацията

Тъй като темата е интердисциплинарна, специално внимание е обърнато на граничните области на познанието, свързани с дезинформацията. Подходът към темата е организиран по оста от конкретната личност към общността – развива се по посока от психологията, медицината, физиологията, към социологията, политологията, преминава през правото, връзките с обществеността и достига до образованието.

Трудно е да се приоритизира коя наука има най-голяма роля в противопоставянето на дезинформацията.

Има съществена разлика между това, в което хората вярват, и онова, което споделят в социалните медии. Тази разлика до голяма степен се дължи на невнимание, много повече отколкото на целенасочено споделяне на дезинформация. Затова може успешно да се подтикнат потребителите на социалните медии да се съсредоточат повече върху точността.

⁷ <https://bntnews.bg/news/kakvo-pishe-v-uchebnicite-po-istoriya-v-republika-severna-makedoniya-1087585news.html>

⁸ <https://nexa.polito.it/nexacenterfiles/masera2016.pdf>

Левандовски коментира теорията за инокулацията – инокулацията почива на идеята, че ако потребителите са предупредени, че може да бъдат дезинформирани и са се запознали с примери за евентуалните начини, по които могат да бъдат подведени (нещо като описания по-горе *prebunking*), те ще станат по-чувствителни към дезинформацията (Lewandoswski, 2012).

От правна гледна точка Европейската комисия предлага да се създаде нов независим Европейски съвет за медийните услуги, съставен от националните медийни органи. Комитетът ще насърчава ефективното и последователно прилагане на правната уредба на ЕС в областта на медиите, като подпомага Комисията в изготвянето на насоки по медийни регулаторни въпроси. Той ще може също така да издава становища относно национални мерки и решения, засягащи медийните пазари и концентрацията на тях.

През 2021 г. Европейската комисия предложи т.нар. *Guidance on strengthening the Code of Practice on Disinformation* (Кодекс за поведение (по превода на Огнянова, 2021) срещу дезинформацията), а през 2022 г. Кодексът вече е факт⁹.

V. Философски положения

Когато става дума за истина и за търсенето на истина е неизбежно изследването да се опре на философски положения. Въпреки утилитарната дефиниция за дезинформация, която включва и обществения интерес.

В станалата наложителна напоследък нова професия на проверителя на факти – фактчекър, се настоява, че истината не е друга гледна точка. Важно уточнение, което трябва да бъде отправно при анализите на феномена на дезинформация.

Важен е консенсусът около онова, за което не се съгласяваме. Постоянно трябва да имаме в ума си забележката на Юрген Хабермас, според когото никога не е имало толкова знание за нашето незнание (Jürgen Habermas über Corona: „So viel Wissen über unser Nichtwissen gab es noch nie“¹⁰).

Максимите на Грайс, ренаративът и динамичната семантика

Максимите на Грайс са прекрасна платформа за интерпретация на евиденциалите в българския език. Ако максимите на Грайс се нарушават, това може да е изразено и чрез евиденциали. Ницолова обобщава, че докато и индикативът, и конклузивът означават някаква адекватна информираност на говорещия за съобщаваното, другите два евиденциала – ренаратив и дубитатив не означават информираност на говорещия за съобщаваното, но те означават такава информираност от гледна точка на трето лице, чиято информация говорещият препредава. При това с ренаратива говорещият не дава никаква собствена оценка за истинността на съобщението, а с дубитатива изразява и съмнение

⁹ <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/code-practice-disinformation>

¹⁰ <https://www.fr.de/kultur/gesellschaft/juergen-habermas-coronavirus-krise-covid19-interview-13642491.html>, последно видян на 18.4.2023

относно тази истинност (Ницолова, 2016). Втората максима на Грайс – ще я наречем „не лъжи“ се проявява в специфичен вариант, при това граматикализиран.

Използвайки ренаратива, говорещият се опитва да направи изказването си истинно, въпреки че подозира, че може и то да не се окаже такова заради възможната неистина, която се съдържа в преразказаното.

Действително при ренаратива говорещият не дава никаква собствена оценка, но споделяйки информацията, той я мултиплицира. Въпросът нарушени ли са при ренаратива максимите на Грайс е многопластов. От една страна никой не би могъл да докаже до каква степен говорещият е сигурен в твърдението. Самата употреба на ренаратива предполага някакво съмнение, което обаче е имплицитно и не е ясно изразено, както при дубитатива. Т.е. ренаративът категорично се различава от дубитатива. Следователно от една страна изискванията по максимите на Грайс са изпълнени – съобщава се нещо, то може и да е истинно и адекватно.

От друга страна обаче употребата на ренаратива сякаш нарушава изискването изказването да не е по-информативно от необходимото. Изказващият нарушава изискването за информативност, като казва нещо, което е в повече, което е възможно да не е сигурен, и по този начин нарушава истинността.

Остава въпросът доколко това изказване е по-информативно от изискванията на Грайс. В същото време обаче говорещият казва всичко това, за да играе то ролята на доказателство. Заради липсата на оценъчност може да се оневини изказващият се – на прагматично ниво той не носи отговорност за изказването си и може да се доверим, че е изпълнил и принципа на адекватност и достатъчност на информацията, защото не може да се докаже дали е убеден във фактите или не.

Що се отнася до тезата „Не казвай нещо, за което няма доказателства“ – тук ренаративът напълно я пристъпва от една страна – говорещият няма доказателства, доколко е вярно онова, което казва. Но от друга страна, самото казване на нещото, което е казано от друг, е информираност, доказателство. Ницолова е права, като казва, че между двата полюса – истинност и неистинност, обусловени от адекватна и неадекватна информираност на говорещия, съществуват редица преходни случаи.

През призмата на динамичната семантика, когато се употребява ренаратив, ролята на участниците в интерпретацията на посланието е главна – от тях зависи как точно ще интерпретират съобщеното – като истинно или не, като възможно или не, като достоверно или не. В този смисъл разсъжденията могат да отидат и по-далече – дали интерпретацията не прави едно послание истинно, или не, и дали интерпретаторът в крайна сметка не носи отговорност за истинността. Инструментариумът на динамичната семантика дава възможност да се заподозре говорещият, че се опитва да заложи на интерпретаторите на изказването цялата отговорност, а те със сигурност ще допринесат с допълнителен

контекст към изказването и ще внесат допълнително знание. В този смисъл дали добитото знание е истинно, или не – изглежда остава за сметка на интерпретатора.

В помощ на определянето на истината съществува т.нар. истинностно-кондиционална семантика (Carston, 2011), която се занимава с истинността и при която значението на едно изречение се състои в истинността му, а частите на изречението допринасят към значението.

Ако следваме тази семантика, ренаративът се намира в едно особено място – той сякаш разрушава самия език. Ренаративът приписва на един предмет определено свойство и едновременно го отнема. Тук ренаративът влиза в противоречие с информативността на изказването. Както казва Полименов, смисълът на нашето говорене за света е такъв, че за да бъде информативно, едно изказване не може едновременно да приписва на един предмет определено свойство и да го отрича. Това би наподобявало, казва Полименов, игра на шах, в която правим определен ход и веднага го връщаме. Той заключава, че „който, казвайки нещо, си противоречи, всъщност не казва нищо, не е възможно с противоречиво изказване да се извърши истински ход в езиковата игра“ (Полименов, 2018).

Затъване и липса на стабилна основна за определяне на какво е истина съществува днес при определянето на т.нар. фалшиви новини. Доказателствата са хиляди, а тази хлъгзавост, флукуация е използвана от пропагандатори на различните тези. Вацов припомня, че Богдан Богданов, многократно и по различни поводи, е казал, че истината е не друго, а моментно „спиране“ на обичайната флукуация на значенията в дискурса и стабилизиране на парадигмално значение: „спирането до истина е един вид запазване на определено добро значение“ (Вацов, 2016).

В началото на април 2020 г., в интервю за германския Frankfurter Rundschau, Хабермас споделя своите виждания за кризата с коронавируса¹¹. Няколко са ключовите изречения на големия философ. Едно от тях е позицията му, че „никога досега не е имало толкова много знание за нашето незнание и такава принуда да се действа и живее в несигурност“.

Само две години по-късно, през есента на 2022 г. Хабермас издава нова книга, озаглавена Ein neuer Strukturwandel der Öffentlichkeit (*Нова структурна промяна в публичното пространство)¹². В нея той критикува социалните медии и казва, че една либерална демокрация не само всички граждани имат равни политически права, но са и равни участници в дискурса. Проблемът обаче е, пише Хабермас, че не всички граждани участват в дискурса с еднакво ниво на познание, еднаква концепция за справедливост и едни и същи принципи на дебат. Това може да доведе до екстремизъм, предупреждава

¹¹ <https://www.fr.de/kultur/gesellschaft/juergen-habermas-coronavirus-krise-covid19-interview-13642491.html>

¹² <https://www.deutschlandfunkkultur.de/besprechung-juergen-habermas-der-neue-strukturwandel-der-oeffentlichkeit-100.html>

Хабермас. След триумфа на интернет рационалността и основаването на фактите вече не са гарантирани, казва той, докато критикува натрупването на медийна власт чрез големите социални медийни платформи.

VI. Преглед на изследваните езикови маркери за дезинформация

Ренаративът е един от белезите в дезинформирането. Досегашните разработки обаче дават здрава основа и посока за бъдещата работа, като дефинират ясно стратегиите за откриване на дезинформация. За прегледност ги представяме в списък, тъй като могат да служат като протокол, като стратегия за разобличаване на дезинформацията.

Обобщение на основните стратегии, които се използват в компютърната лингвистика за откриване на недостоверни новини в български език:

1. Ключови думи, хеджиращи думи, определени списъци с глаголи (модалност), наречия, прилагателни.
2. Проверка дали думите в заглавията се повтарят в текста – доколко заглавието е подходящо за текста.
3. Проверка дали текстът съдържа автор, дата.
4. Проверка на сайта, на който е публикуван текста и създаване на списък с достоверни сайтове.
5. Проверка дали текстът цитира източници – има ли линкове към източници.
6. Доколко има специални символи в заглавието.
7. Доколко има правописни грешки в заглавието и в целия текст.
8. Проверка за жаргонни думи.
9. Проверка за настроението на текста (sentiment analysis).
10. Списъци от „спешни думи“.
11. Евиденциалност (свидетел, цитира източник, липсва такава информация).

И в България, както и по света, се работи в една и съща посока, като методите за английския език са предефинирани и за българския, съобразени с особеностите му. Въпреки задълбочените анализи и свършената работа, остава широко поле за изследване, като настоящата работа ще се опита да допринесе за запълването на някои празноти. Настоящата работа ще предложи допълни езикови маркери и стратегии, които биха могли да бъдат схващани като флаг за дезинформация в българския език – от една страна това е ренаративът (виж. *Ренаративът, като белег за възможна дезинформация и Употреби на ренаратива в медиите*), а от друга – цяла поредица от маркери, които не са били описани подробно в литературата досега (виж. *Други маркери на дезинформацията*).

VII. Ренаративът като белег за възможна дезинформация

7.1. Допълнителни маркери за възможна дезинформация в журналистическите текстове: въвеждане на тезата за ренаратива

Към вече изброените маркери, открити от различни изследователи, тук ще бъдат добавени няколко маркера, които според нас са важни и могат да предположат наличие на дезинформация.

Добавените тук маркери ще са в две посоки – едната ще се фокусира върху тезата, че ренаративът е маркер за съмнително съдържание, а другата посока е свързана с доразвиване на посочените в предната глава общи езикови маркери и ще добави още нюанси към вече направените от други изследователи разработки, като даде посоки и за допълнителни проучвания.

И при изследването на употребите на ренаратива, и при допълването на вече посочени езикови маркери фокусът ще падне първо върху новинарските заглавия и по-малко върху основното съдържание. Новинарските заглавия търпят динамично развитие във времето и са доста показателни в исторически план. След 1989 г. заглавията станаха твърде информативни и се опитваха да изкажат цялата информация. Стигна се до феномена читателите да прочитат единствено заглавията във вестниците, а много от заглавията останаха в колективната памет като анекдоти. В новото време на онлайн медиите се изисква друг подход. Ако при вестника първоначално се плаща и след това се чете, в онлайн медиите първо трябва да се събуди интересът, а след това читателите обръщат внимание на текста и съответно изданието може да спечели от четенията. Днес дори реномирани световни онлайн издания (били преди това само печатни) предлагат информация в заглавието, без тя да е напълно изчерпателна, за да предизвикат интереса на читателите. След това се налага читателят да си плати, за да дочете текста.

Заглавието може да се възприеме и като марка, бранд на определено издание и конкретен автор. Макар и да се очаква да е информативно, в него може да има игра на думи, неологизми, изместване на значения, които да привличат вниманието на читателите, само и само фразата да доведе до повече публика. Игровите заглавия не са задължително свързани с дезинформацията, но трябва да бъдат четени с внимание.

Още в заглавията може да се срещне ренаративът. Както пише Дузен, евиденциалността има особена роля в откриване на дезинформацията (Duzen et al., 2022). Категорията евиденциалност е основополагаща за българския език. Герджиков отбелязва, че тя е един от най-важните белези за единството на българския език във всичките му говори (Герджиков, 1984). Настоящото изследване разглежда употребата на ренаратива и неговата роля в дезинформирането.

Тезата е, че ренаративът в българския език се използва в журналистически текстове, за да се каже нещо, което не задължително е проверено и достоверно, според изискванията на журналистическата професия. В същото време благодарение на ренаратива журналистите

придобиват своеобразен вид професионално алиби пред себе си и пред обществото, че те не разпространяват нещо непроверено, не дезинформират, защото в самата форма на ренаратива не се съдържа категоричност, че нещото, за което те съобщават, се е случило наистина.

По този начин употребата на ренаратив от една страна изпълнява чисто практическа функция – журналистите успяват да съобщят някакъв факт на публиката, който едновременно е съобщен, но е и завоалиран, защото не е ясно дали в действителност се е случил. В същото време съобщеното не е напълно проверено, но журналистите са оставили следа, знак за липсата на тази проверка и са указали тази двойственост, използвайки ренатаратива. Важно е да се отбележи, че цялата тази функционалност на ренаратива е имплицитна, вътрешна. Тя не е използвана нарочно, не е заучен похват, не е стратегия, която да се преподава в училище или в университета. В този смисъл е важно да се взема предвид употребата на ренаратива.

Причината за използването на ренаратива от страна на журналистите не винаги е свързана с идеята за дезинформацията. Често журналистите са принудени да публикуват новини, които не са напълно проверени, но трябва да го направят, ако искат от една страна да поддържат интереса на публиката, от друга страна да бъдат на едно ниво с колегите си от останалите медии и да не „закъсняват“ от новинарския поток. Особеността на медиите през последните години и възможността за корекция на публикуваните текстове в реално време провокира журналистите да използват тази форма на ренаратив още повече. По-късната редакция на текста и дори унищожаването на следите от дадено послание предизвикват определена безотговорност, разюзданост в журналистическото поведение, мотивирано и от липсата на адекватна харта за журналистическа етика.

7.2. Евиденциалността в български в исторически аспект

Евиденциалността е една от характеристиките, отличаващи съвременния български език от старобългарския език. Тъй нареченото преизказване на глаголното действие, както се нарича евиденциалността през по-голямата част на XX в., е една от най-характерните отлики на българския език по отношение на другите славянски езици, но и по отношение на повечето индоевропейски езици (Герджиков, 1984). Освен това е смятано и за един от най-важните белези на единството на българския език във всичките му говори (Герджиков, 1984:3).

7.3. Терминът евиденциалност в световната езиковедска литература

Макар и много използвано, понятието евиденциалност поставя много въпроси. Евиденциалността в много езици върви заедно с други езикови категории (Dendale and Tasmowski, 2001). Според Дандал и Тасмовски три основни въпроса поставят изследователите на евиденциалността при дефинирането ѝ: 1) връзката на евиденциалността с епистемичната модалност; 2) въпросът за класификацията на различните подкатегории на евиденциалността, включително и по периферията като

миративността – когато нещо е забелязано току-що от разказващия; 3) разширяването на евиденциалността/медиативността в граматикализирана морфосинтактична категория.

Търмопанова поставя други четири въпроса, свързани с дефинирането на евиденциалността: 1) мотивирано ли е обособяването на независима глаголна категория евиденциалност; 2) какво е основното значение на евиденциалността; 3) в кои езици може да се приеме, че има граматикализирана проява на евиденциалността; 4) евиденциалността и адмиративността част от една категория ли са или две отделни категории (Търмопанова, 2015).

Отношенията между модалността и евиденциалността са тема, често дискутирана както в езиковата типология, така и в изследванията на конкретни езици, притежаващи евиденциална категория (Алексова, 2017). Четири са основните подходи към евиденциалността, според Алексова: 1) епистемичността и евиденциалността са две различни неща (Aikhenvald, 2004); 2) частично се припокриват (Ницолова, 2008) 3) евиденциалността е част от епистемичната модалност (Герджиков, 1984); 4) съществува категория от по-висок ранг, обхващаща евиденциалността, разбираема като източник на информация, и епистемичната модалност, покриваща епистемична възможност, вероятност и сигурност.

Съвременният термин евиденциалност е англосаксонски, но е възприет в българската езиковедска наука, макар да се конкурира с епистемична модалност, той е ясно разграничен. За евиденциал първи пише Якобсон през 1957 година (Jakobson, 1957).

Разбирането е, че всички езици притежават начин за уточняване на източника на информация. Европейските езици (като германски и романски езици) препредават информация от чрез модални глаголи (испански: *deber de* (може да се преведе като „би трябвало да“), холандски: *zouden* (би трябвало), немски: *sollen*) или други лексикални средства (наречия) или фрази (*it seems to me* ‘струва ми се’).

Елементите в европейските езици, указващи източника на информация, не са задължителни. Австралийската изследователка от руски произход Александра Айхенвалд категоризира евиденциалността, като смята, че всеки език има свой начин да отбележи извора на информацията, но не при всеки език това е граматикализирано (Aikhenvald, 2004). Изучавайки близо 500 езика, тя твърди, че около една четвърт от езиците в света имат някакъв вид граматична евиденциалност (Aikhenvald, 2004).

7.4. Типология на евиденциалността

Евиденциалните системи на езиците според Айхенвалд се делят на пет типа спрямо отношението към информацията от първа ръка или не – съответно 1. от първа ръка (*firsthand*) срещу “не от първа ръка“ (*non-firsthand*); 2. “не от първа ръка“ срещу останалото; 3. преразказана информация срещу останалото; 4. сетивно добита информация срещу преразказана; 5. информация, придобита чрез слуха, срещу всичко друго. Според

Айхенвалд в българския език противопоставянето върви по оста „от първа ръка“ срещу „не от първа ръка“.

7.5. Понятиен разнობой

Съществува разнობой и в понятийния апарат в различните езици. Без претенция за изчерпателност, привеждаме пример с френския език. Въпреки приемането на термина евиденциал, трябва да се отбележи, че съществуват и термините 'verificational' и 'validational', които понякога заместват 'evidential.' Френските лингвисти използват термина „медиативен“, с изключение на някои трудове от последните години. Това е в резултат на работата на Генчева за *l'énonciation médiatisée* – опосредствано изказване (Guentcheva, 1996). Във френската езикова традиция Дандал отбелязва, че мнозина лингвисти, когато анализират conditionnel, отхвърлят термина évidentialité (евиденциалност) с аргумента, че е калка от английски и предпочитат термина médiatif (медиатив). На френски авторите (Дандал, Бурова) боравят с le conditionnel de conjecture (кондиционал за предположение), de reprise (за преповтаряне, преразказване), journalistique (журналистически).

Особено важно е наблюдението на евиденциалността, направено от авторите, работещи с френски, в диахронен план. Те са открили, че въпросният кондиционал – или маркер за евиденциалност в журналистически текст, съществува още по страниците на т.нар. първи френски вестник La Gazette на Теофраст Ренодо (Théophraste Renaudot). Още през 1631 г. има пример за журналистически кондиционал (Bourova, 2013) по отношение на съобщаване на нещо, което не е съвсем сигурно дали се е случило. Използването на евиденциалността в журналистиката не е само български патент, а е практика, появила се относително скоро след появата на печатната преса на Гутенберг.

7.6. Преглед на понятието евиденциалност в българската езиковедска наука

Двама езиковеди правят подробен преглед на отношението към евиденциалността в българското езикознание – Георги Герджиков, що се отнася до времето от Освобождението до края на XX век, и Екатерина Търпоманова – за времето от 1984 г. до днес.

Следвайки типологията на Герджиков, Руселина Ницолова добавя нови моменти при дефинирането на евиденциалността (Търпоманова, 2015). Ницолова поставя в центъра източника на информация, като описва няколко основни опозиции в категорията: собствена / чужда информация; информация от личен опит / от общ опит; пряка / опосредствана информация; начин на получаване на информацията (сетивно възприятие, ендорфorno възприятие, умозаключение, чужда реч) (Ницолова, 2008). Евиденциалността се свързва и с когнитивната класификация на информацията, които са продължение на разбиранията на Герджиков по отношение на статута на евиденциалността като самостоятелна глаголна категория и приема неговия модел на вътрешна организация – четиричленна категория, която съдържа един неопосредстван и три опосредствани члена, съответно индикатив и конклузив, ренаратив, дубитатив“ (Търпоманова, 2015:16).

7.7. Евиденциалността като граматикализация на когнитивните състояния

След подробния исторически преглед на критиката към категорията евиденциалност, анализа на различните подходи към темата спрямо българския език и в световен план, за евиденциалност в настоящото изследване ще приемаме разбирането на Ницолова, според която „евиденциалността граматикализира когнитивните състояние на говорещия, свързани с получаване на предаваната информация от определен източник с нейното класифициране“ (Ницолова, 2008:332).

Изясняването на същността на евиденциалността, ренаратива и инференциала ще допринесе за разбирането на функционирането на дезинформацията в българската езикова среда.

Ницолова я нарича още медиативна информация, по френски маниер. Все още няма приет единен модел в езикознанието, който да опише значението на евиденциалността. Тук ще се приеме, че евиденциалните значения се съдържат в пресупозициите на изказването. Пресупозициите са смислови предпоставки – изречения, по-точно пропозиции, които трябва да бъдат истини, за да бъде истинно изказването (Ницолова, 2008).

7.8. Опосредствана и неопосредствана евиденциалност, два полюса на дистанцираност

Търпоманова обобщава: „в евиденциалната система в български се противопоставят опосредствана и неопосредствана евиденциалност“ (Търпоманова, 2015:34). Според категоризацията на Ницолова – Търпоманова, както ще я наречем тук, евиденциалността включва следните две основни категории по отношение на собствената информация: 1) „неопосредстваната евиденциалност се изразява от формите на наклонението индикатив, които са допълнително маркирани със значението директна информация, а в някои случаи, когато има прехвърляне на информацията към силните знания на говорещия и източникът ѝ става нерелевантен за изказването, индикативните форми са немаркирани с евиденциалност (Търпоманова, 2015). Както отбелязва Ницолова, индикативът означава както свидетелски действия, възприети лично от говорещия, така и действия, представляващи знанията на обществото – неща, които се смятат вече за известни и тогава при индикатива начинът на получаването на това знание от говорещия не се означава специално – то е някак иманентно; 2) опосредстваната евиденциалност в трите форми – ренаратив (преизказване), инференциал (умозаклучение/неумозаклучение), дубитатив (съмнение към преизказаната информация) (Търпоманова, 2015).

Трите опосредствани евиденциала произхождат от минало неопределено време (перфект) и общият им морфологичен маркер е миналото (несвършено или свършено) деятелно причастие, като всеки от тях има собствена морфологична форма – ренаративът в 3 лице се употребява без спомагателния глагол, инференциалът се употребява със спомагателния глагол съм във всички лица и числа, дубитативът има допълнителен маркер – *бил*. Становището за произхода на опосредствените евиденциали е подкрепено от редица учени – Герджиков, Ницолова, Кехайов.

Следвайки парадигмата, може да демонстрираме формите за трето лице (пример Търпоманова, 2015:35):

индикатив• *чете*;

ренаратив• *четял*;

инференциал• *четял е*;

дубитатив• *четял бил*.

В темпоралната парадигма на опосредстваните евиденциали времената се групират по двойки, с изключение на аорист: обща форма за презенс и имперфект – ренаратив *четял*, инференциал (само имперфект) *четял е*, дубитатив *четял бил*; обща форма за перфект и плусквамперфект – ренаратив *четял бил*, инференциал (само плусквамперфект) *четял е бил*, форма за дубитатив не се образува, тъй като би трябвало да се повтори *бил*, което не е приемливо за българския; обща форма за футурум и футурум претерити – ренаратив *щял да чете*, инференциал (само футурум претерити) *щял е да чете*, дубитатив *щял бил да чете*; обща форма за футурум екзактум и футурум екзактум претерити – ренаратив *щял да е чел*, инференциал (само футурум екзактум претерити) *щял е да е чел*, дубитатив *щял бил да е чел*; отделна форма за аорист – ренаратив *чел*, инференциал *чел е*, дубитатив *чел бил*.

Важно е да се подчертае, че евиденциалността не е механично означаване на източника на информация, както например се записват източниците на документите в канцеларските книги (Ницолова, 2008).

Ницолова описва два полюса на дистанцираност на говорещия от предаваната информация – като индикативът стои на единия полюс – липса на дистанцираност, а дубитативът е на другия полюс – с най-голяма дистанцираност. Между тях като отделни степени стоят инференциалът (както Ницолова го нарича конклузив) и ренаративът. „Би могло да се помисли, че конклузивът, с който се предава собствена информация, изразява по-малка дистанцираност от ренаратива, с който се предава чужда информация. Оказва се обаче, че в наративни текстове и в непряка реч конклузивът, който посочва, че информацията е несвидетелска и се основава на общия опит, и ренаративът се използват паралелно, което от чисто когнитивно информативна гледна точка е напълно оправдано, тъй като и в двата случая реалният източник на информация е чуждата реч“ (Ницолова, 2008:356).

Изследователите (Ницолова, Търпоманова) подчертават, че при инференциала говорещият подчертава, че неговата информация е несвидетелска, а при ренаратива, че не самият говорещ, а трето лице е дало оценка за истинността на съобщението, макар че говорещият не възразява срещу тази оценка. Освен това не бива да се забравя, че инференциалът и ренаративът се различават само в трето лице – в първо и второ лице формите им са еднакви.

За да опише отношението на говорещия към съдържанието на предадената информация, Ницолова въвежда хиперкатегорията информация за предаваната информация от говорещия и хипернаклоненията на актуалната реч – реалис I и реалис II. Хипернаклонението реалис I означава, че според говорещия в актуалната реч пропозицията *p* представлява реална ситуация *P*, като представителите на това наклонение са два евиденциала: индикатив и инференциал (конклузив при Ницолова), които се различават не само по отношение значение на източника на информация, но и по темпоралните форми, с които се реализират. Индикативът има девет времена в трите темпорални плана – сегашно, минало и бъдеще, а инференциалът има пет времена, които действат само в плана на миналото (Ницолова, 2008).

Хипернаклонението реалис II означава, че според автора на речта *X* във възпроизведената реч пропозицията *p* представлява реална ситуация *P*, като два евиденциала представят това наклонение: ренаратив и дубитатив. Те се различават според оценката на говорещия, възпроизвеждащ речта относно оценката на автора на речта *X* за реалността на ситуацията *P*. При ренаратива говорещият не възразява срещу оценката на *X*, само подчертава, че според *X* ситуацията *P* е реална, а при дубитатива възразява – изразява съмнение, че оценката на *X*, че ситуацията *P* е реална, е истинна. Ренаративът има пет темпорални парадигми, а дубитативът – четири (Ницолова, 2008).

7.9. Ренаратив

Изследователят на българската граматика Руселина Ницолова с намигване отправя сериозно предупреждение в книгата си, посветена на българската морфология, в контекста на ренаратива: „Описанието на ренаратива (други термини: преизказни форми, преизказно наклонение, приказно наклонение, подчинително наклонение, сълагателно наклонение, неопределени форми, отдавна минали времена, несвидетелски форми, имперцептив, аудитив, наратив, коментатив) както и на другите евиденциални форми има дълга и мъчителна история в българското и чуждестранното езикознание“ (Ницолова, 2008:361).

7.9.1. Значение на ренаратива

В семантиката на ренаратива е иманентно заложено да се подозира или поне да се сигнализира, че се съдържа липсата на тази директно придобита информация. Наблюдението на журналистически текстове показва, че има случаи, в които спомагателният глагол не се пропуска във формата за трето лице единствено число на ренаратива и така ренаративът се превръща от ренаратив в инференциал, по категоризацията на Търпоманова.

7.9.2. Начин на добиване на информацията при ренаратива

Още в преднаучния период на изследването на ренаратива някои автори са го наричали третолично наклонение, тъй като само в трето лице ренаратив и инференциал се различават чрез липса/наличие на формата за сегашно време на глагола *съм* (Ницолова, 2008). Във връзка с това възниква въпросът дали в първо и второ лице има омонимия, или трябва да се мисли за два варианта на синкретични форми с общо значение.

В контекста на анализа на дезинформацията е много важно следното отбелязване на Ницолова: „X е автор на субстратната реч, която говорещият преизказва. X може да бъде напълно анонимен, когато ренаративът предава информация от опита на обществото, например в приказките, легендите, слуховете, мълвата, клюките, сплетните.“ В по-ново време това е и дезинформацията – фалшивите новини. Ницолова отграничава приказките от слуховете, като казва, че при тях авторът на речта X не може да бъде посочен от говорещия, но при клюките говорещият най-често не иска да посочи автора. Тя продължава още по-нататък като казва: „Възможно е говорещият сам да е автор на речта, но с ренаратив предава информацията като чужда реч, за да не поеме отговорност за нейната истинност – да се означае *allusion au discours d'autrui* според определението на Златка Генчева“ (Ницолова, 2008: 368). Това решение на говорещия да легитимира собствената реч, представяйки се за някой друг, е забележимо и при дезинформацията.

Дезинформация е когато евиденциалите са използвани не в съответствие с граматическото им значение, за да предадат на слушателя невярна, но желана от говорещия да бъде предадена като истинна информация. „Това обаче в никакъв случай не означава, че ренаративът няма определено граматическо значение и че той е само стилистически вариант на индикатива и конклузива, както мисли Фридман“, критикува Ницолова и подкрепя Генчева, която смята за най-главно в значението на ренаратива неизразяването от говорещия на някаква гаранция за преизказаните думи и поставянето на изказването извън определенията „истинно“ или „неистинно“.

Привеждайки примери, Търпоманова коментира, че в някои текстове се наблюдава и редуване на преизказни форми без и със спомагателен глагол в един текст, а понякога и в едно изречение, но е трудно да се направи някаква генерализация кога и при какви условия се случва това. Търпоманова също забелязва случаи, в които са използвани ренаративни форми със спомагателен глагол.

Наблюденията върху журналистически текстове показват същото – разколебаване на употребата на формите на ренаратива с форми, които наподобяват инференциал. Както и колебания дали определена форма не може да бъде интерпретирана като перфект за констатация в индикатив, вместо ренаратив.

Важна характеристика на българския ренаратив, която се изтъква от много автори, е възможността да се употребява в цялостни и дълги текстове. Ренаративът се среща в разнообразни стилове и жанрове и възможно цял текст да бъде издържан в ренаратив.

7.10. Инференциал (конклузив)

За инференциала като определение отново ще се осланяме на дефиницията на Търпоманова: „в български се употребява по-рядко в сравнение с ренаратива, но също се отличава с висока степен на задължителност – ако говорещият иска да предаде дадена информация като резултат от умозаключение, той ще употреби именно инференциалните

форми“ (Търпоманова, 2015:38). В настоящата работа се използва терминът инференциал вместо конклузив според терминологията на Търпоманова (Търпоманова, 2015).

Морфологичният маркер на инференциала е наличието на спомагателен глагол съм във всички лица (за разлика от ренаратива, при който липсва в третото лице). Поради тази причина всички форми на инференциала в аорист (ходил съм) съвпадат с формите на индикативния перфект, припомня Търпоманова съвпадението, коментирано от много изследователи на евиденциалността (Герджиков, 1984; Алексова, 2003; Ницолова, 2008).

Търпоманова обобщава за инференциала: „Като част от опосредстваната евиденциалност инференциалът предава индиректна информация – говорещият представя събитията не като свидетелски, а като получени от умозаклучение въз основа на някакви факти“ (Търпоманова, 2015:40).

7.10.1. Значение на инференциала

Анализирайки семантиката на инференциала, Алексова настоява, че „в българския език евиденциалността, вкл. инференциалът, е част от езиковите средства за изразяване на епистемична модалност, тъй като чрез отделните евиденциали се кодират различия в ангажираността на говорещия с предаваната в изказването информация“ (Алексова, 2016).

7.10.2. Начин на добиване на информацията при инференциала

При умозаклучителния инференциал говорещият сигнализира, че съобщава на слушателя своето мнение, а при неуимозклучителния – своето знание, но така наречено – слабо, несвидетелско знание. „Когато става дума за мнение, говорещият смята, че ограничената пропозиция *p* в изказването е истинна в един от възможните светове, който не съвпада задължително с реалния свят, за разлика от знанието, когато пропозицията *p* е истинна в един възможен свят, който задължително съвпада с действителния свят“ (Ницолова, 2008:354). Ницолова признава, че евиденциалните признаци в значението на инференциала (конклузива) се преплитат с епистемически модални принципи и споменава предложената от Куцаров субективно модална грамема – умозаклучително наклонение, което заедно с императива и кондиционала се противопоставя на несубективно-модалния индикатив (Ницолова, 2008).

Москова настоява върху оценъчността на инференциала (конклузив) и отбелязва, че той има употреби в плана на миналото както при несвидетелска, така и при свидетелска позиция на говорещия, а употребите му в плана на неминалото (напр. в сегашно и бъдеще време) са най-вече адмиративни поради комбинирането на значението на тези времена и на конклузива (Москова, 2019). Идеята за тази адмиративност е на Герджиков, възприета и от Алексова. Москова подчертава, че „конклузивът е грамема от четиричленната евиденциална категория, чиято семантика може да се дефинира като маркиране на степента на ангажираност на говорещия с достоверността на предаваната информация“ (Москова, 2019).

Журналистите употребяват инференциала, както и ренаратива интуитивно, за да прикрият липсата на собствена директно придобита информация.

7.11. Дубитатив и ренаратив

Настоящото изследване не акцентира върху другия евиденциал – дубитатива. Причината е, че дубитативът няма много честа употреба в публицистичния жанр. За разлика от преизказните форми дубитативът не се използва в цялостен разказ. Той се употребява обикновено в отделни изказвания, най-вече от разговорната реч, които нерядко са емоционално оцветени (Ницолова, 2008:372).

Разликата от ренаратива обаче е съществена – дубитативът не просто не препредава чуждата реч, но и означава силно съмнение, недоверие на говорещия относно достоверността на предаваната информация с източник трето лице. Дубитативът директно категоризира информацията на третото лице като недостоверна.

7.12. Адмиратив и ренаратив

По отношение на адмиратива, който е омонимен на ренаратива, трябва да се отбележи, че съществуват големи различия в мненията на езиковедите за същността му. Адмиративът е наричан инотатив, модалност на учудването, ексclamатив, предполагало се е албанско влияние, което е недоказуемо. За настоящото изследване ключово важно е, че в журналистически текстове адмиративът е смятан за знак за емоционално представяне на фактите и изразяване на субективното мнение на автора, като адмиративни форми се откриват и в заглавия на статии, като обикновено става въпрос за развлекателна тематика (Търпоманова, 2015). Настоящото изследване ще покаже, че адмиратив може да се открие и в по-сериозни статии, свързани с политики.

7.13. Индикатив, перфект за констатация

При перфект за констатация, когато говорещият наблюдава само резултата от действието, а не самото перфектно действие, може във формата за трето лице да липсва спомагателен глагол съм. Този вид статален перфект, наречен перфект за констатация, става основа за ренаратива и адмиратива (Ницолова 2008).

7.14. Езикова омонимия на ренаратива

Формите за ренаратива в сегашно време и в имперфект съвпадат с формите на инференциала (конклузива) в имперфект с разлика в трето лице. Формата на ренаратива в сегашно време и в имперфект съвпада с една особена форма на статалния перфект – перфекта за констатация, когато е възможно изпускане на формата за трето лице на спомагателния глагол съм. Формите на дубитатив аорист са омонимни с ренаратив перфект/плюсквамперфект. Формата на адмиратива в сегашно време съвпада с формите за сегашно време на ренаратива.

Описани са подробно различните форми на ренаратива, инференциала, дубитатива и адмиратива, като е предложена и схема на омонимите на ренаратива (Ницолова, 2008):

Наклонения на актуалната реч	Наклонения на възпроизведената реч
Хипернаклонение реалис I	Хипернаклонение реалис II
Индикатив Статален перфект за констатация аз съм носел, -а, -о ти си носел, -а, -о той е носел, той носел тя е носела, тя носела то е носело, то носело	Ренаратив Сегашно/имперфектно време носел, -а, -о съм носел, -а, -о си носел, -а, -о Ренаратив перфект/плусквамперфект бил съм носил, -а, -о бил си носил, -а, -о бил е носил, -а, -о Ренаратив аорист носил, -а, -о съм носил, -а, -о, си носил, -а, -о Дубитатив Аорист носел, -а, -о съм бил, -а,-о носел, -а, -о си бил, -а,-о носел, -а, -о бил, -а,-о
Инференциал (конклузив) Имперфект	X (без изменение)

носел, -а, -о съм	
носел, -а, -о си	
носел, -а, -о е	
Перфект/плусквамперфект	
бил съм носил, -а, -о	
бил си носил, -а, -о	
бил е носил, -а, -о	
Аорист	
носил, -а, -о съм	
носил, -а, -о си	
носил, -а, -о е	

Адмиратив
носел, -а, -о съм
носел, -а, -о е
носел, -а, -о

Фигура 1

VIII. Употреби на ренаратива в медиите

Ренаративът и неговите граматически форми-омоними инференциалът, перфектът за констатация – са свързани с журналистическите текстове – пряко, силно, неразривно. Рядко се появява другият омоним на ренаратива – адмиративът – в журналистическите текстове. Тук ще направим подробна демонстрация на тази връзка.

8.1. Ренаративът в дамаскините и дамаскините като журналистика на Средновековието
Разглежданото езиково явление евиденциалност се основава на опозицията неопосредстваност – опосредстваност (по Герджиков) на информацията, както приехме, – т.е. повече от която и да било друга граматична категория евиденциалността и особено ренаративът са свързани с предоставянето и опосредстването на информацията и

оценката на самата информация в българския език. Както вече бе коментирано, името на ренаратива на английски е силно свързано с репортеривността, с репортажността. Подобно е и във френски – но чрез думата за посредник – медиативността.

Герджиков пише, че свидетелство за ясно разграничение на категорията модус на изказването има налично в дамаскините от XVII-XVIII век, като категорията вече е развита на основата на перфекта (Герджиков, 1984).

Дамаскините са нов литературен жанр, възникнал у нас по името на превода на автора на „Съкровище“, гръцкия книжовник Дамаскин Студит от XVI век, чието произведение е преведено на български език от епископ Григорий Прилепски в манастира "Св. Троица" в Атон. След първоначалните преводи съдържанието на тези сборници се променя – то вече включва различни жития, поучения, апокрифи, мъдри мисли, които са творчески преработени от дамаскинарите. Може да се каже, че дамаскините са медията през Средновековието у нас – нещо като алманасите в Западно-Европейската литература, както са вестниците в по-новото време и онлайн медиите днес. И в онази медия – дамаскините – вече се вижда проявата на възникналата в говорния български език категория евиденциалност.

Запазвайки връзката с многовековната българска писмена традиция, дамаскинарите от началото на XVII век създават нов тип книжовен език, аналитичен по своя строеж, в който са отразени живите говорни особености, а тези живи говорни особености са пренесени в писменото слово. Появата на дамаскините е метафора и за още нещо – за отгласването от догматизма на религиозния текст и от неговата истина във философски и религиозен план и започването на интерпретациите, преразказите.

Доколко има примери за евиденциалност и ренаратив в медиите по българските земи в диахронен план може да е фокус на бъдещо изследване, както са направени такива изследвания за други езици.

8.2. Ренаративът като журналистика: авторът е неясен

Ренаративът и неговите омоними инференциалът, статалният перфект и дубитативът аорист имат и една добавена стойност в ерата на дезинформацията: могат да бъдат разчетени като граматически маркер за евентуално недостоверно предаване на фактите.

В същото време се случва да се напише източникът в печатния вариант на изданието, защото „печатаното остава“ (перифразираме известната сентенция), за разлика от написаното в интернет, което може да се променя непрестанно и винаги да бъде обновено, редактирано и изтрито. Въпреки съществуването на начини да се достъпи съдържание, публикувано в мрежата и редактирано по-късно, това е доста сложно, трудно и рядко се прави. По тази причина публикуваното онлайн може да понесе да бъде измамно за определен период от време, докато отпечатаният текст е доказателство за измама, ако не е коректно предаден. Особената двойственост на трансмедийната журналистика може да бъде друга тема за задълбочен анализ. От друга страна не трябва да се забравят

статистическите данни, свързани изобщо с интереса към печата у нас през последните години.

Отвъд тази двойственост – на съществуване на източник в печатното издание и липсата на такъв в онлайн изданието, емпирични наблюдения показват, че често след заглавие в ренаратив, основната информация няма източник, а той маркиран само с „източник, пожелал анонимност“/„експерти“/„запознати“/„учени“ и пр.

8.3. Ренаративът като журналистика: да се направим на някого другото

Коментирайки функционалността на ренаратива, Ницолова прави още едно интересно наблюдение: понякога е възможно говорещият сам да е автор на преразказаната реч, но с ренаратива да я предава като чужда реч, „за да не поема отговорност за нейната истинност, т.е. да означае *allusion au discours d'autrui* (намек за чужда реч) според сполучливото определение на Златка Генчева“, пише Ницолова. В съвременната ера на дезинформация този *намек за чужда реч* може да прерасне в изфабрикувани доказателства за иначе фалшиви новини. Примерите с линкове към фалшиви сайтове с фалшиво съдържание са много, а позоваването на този тип сайтове също може да във всеки един момент да бъде премахнато, подменено или редактирано.

При ренаратива има една деперсонализация – особено при формите за трето лице. Тя много прилича на деперсонализацията при перформатива Това е истина!, за който говори Вацов (Вацов, 2016) – при ренаратива от една страна авторът на изказването се крие, се деперсонализира, за да не носи отговорност, но от друга се деперсонализира и се крие, за да се институционализира казаното в контекста на тази деперсонализация на истинните изказвания, на този перформатив. С изказването на нещо през ренаратив, ние казваме че то е истинно и го обявяваме за истинно, докато се скриваме самите себе си.

Друг поглед към разпада на личностното дава Радка Влахова: „Една от най-типичните характеристики на тоталитарния език е неговата инперсоналност. Предлагам това определение, за да отлича езиковото граматическо понятие безличност от характеристиката на речта, в която конкретната личност с нейната персонална отговорност за делата ѝ отсъства. В речта на тоталитарното общество доминират безличните, възвратно-страдателните и неопределеноличните конструкции, т.е. конструкции, в които субектът на действието не може да бъде идентифициран” (Влахова, 1999).

8.4. Ренаративът като журналистика: без гаранция

Ренаративът заедно с дубитатива в рамките на хипернаклонението реалис II предава информация, чиито източник е чужда реч, а това е двойко.

Търпоманова (2015:32) описва журналистическата стратегия, като казва: „Всеки журналист, който пише даден текст, използва целия наличен арсенал от лексикални и граматически средства, които му предоставя езикът, за да въздейства на читателите или слушателите по определен начин. Евиденциалните форми са едно от средствата за такъв вид въздействие. Индикативните времена, особено аорист и имперфект, създават усещане

за ангажираност на журналиста с достоверността на неговия текст, но това е защото в български те могат да бъдат натоварени и със свидетелско отношение, добавено към фактологичността на индикатива като наклонение. Обратно, преизказните форми могат да бъдат използвани от автора на текста с цел да се освободи от отговорността за достоверността на новината, като чрез тях специално изтъква, че цитира чужда реч, а с дубитативните – и че изразява съмнение към чуждата реч. Тези нюанси на ангажираност или дистанцираност обаче се създават въз основа на главното значение на категорията – посочването на източника на информацията.“

8.5. Ренаративът като журналистика: да си намерим алиби

Обратно на индикатива, преизказните форми могат да бъдат използвани от автора на текста с цел да се освободи от отговорността за достоверността на новината. Избягването от отговорност е важен похват при поднасянето на дезинформацията. Макар все още да няма правни санкции за разпространение на дезинформация в България, а да действа общото гражданско право, все пак редакторите до голяма степен се предпазват от поемането на отговорност за съдържанието на даден текст, особено когато той не отговаря на истината. В случая не става дума за мнения, коментари, лични изказвания, които също са част от публицистиката. В скоба само ще подчертаем, че при работата си за проверка на факти, фактчекърите никога не се занимават с проверка на мнения и изказвания. Причината е проста – всеки политик или обществена личност е възможно да е правил всякакви изказвания пред различна публика по различно време, които е почти недоказуемо при работата на фактчекърите. Затова те се опитват да анализират факти в смисъла на случки и действия, а не изказвания.

Лингвистичният феномен ренаратив в българския език изиграва съществена роля при създаването на алиби на редакторите. Той се използва масово, като на граматично ниво се „натъртва“, че представената реч е чужда, а като вземем предвид горната забележка – за възможността всеки да говори каквото и когато си поиска, може да се предположи, че поднесената информация чрез ренаратив рядко може да бъде достоверна.

Наблюденията по време на събирането на лингвистичен материал за това изследване показват, че съществуват онлайн издания, които изобщо не използват ренаратив¹³. Доказателства за тези наблюдения могат да се дадат трудно, защото трябва да се създадат корпуси само от тези медии, за да се отчете с примери това твърдение. Възможно е да се демонстрира как една новина се поднася от различните издания, но това отново няма да покаже тенденцията, заради ограничеността на конкретните случаи.

8.6. Ренаративът като недостоверност: новините като приказки

Подобно на приказките, ренаративът се използва в учебниците, за да се опише старата история, като основното време е аорист и допълнителни са имперфектът, плусquamперфект и бъдеще в миналото (Ницолова, 2008), а Генчева (Guentchéva, 1996) казва, че събитията

¹³ <https://www.dnevnik.bg/>, <https://www.dw.com/bg/>

сами разказват за себе си, както отбелязва още Бенвенист. Историкът се представя въобще като несвързан със събитията, тъй като остава неопределен. Журналистите използват ренаратива, като го смесват с другите времена – вероятно донякъде случайно, донякъде – неосъзнато. Превключването от индикатив в ренаратив и обратно невинаги е мотивирано. Неясно е доколко журналистите се замислят за граматическите разлики между ренаратива и индикатива, докато пишат съобщенията си.

Нашето предположение е, че невинаги те си дават сметка каква граматична форма използват и защо. Подобно психолингвистично изследване в бъдеще може да задълбочи отговорите по този въпрос.

8.7. Ренаративът като недостоварност: ренаратив и в заглавието на журналистическите текстове

Изискването за достоверна информация и проверка на съдържанието на новината е в основата на журналистиката. Журналистът е длъжен да посочи откъде получава предаваната информация, дали е свидетел или не. В епохата на дезинформацията обаче наблюдаваме разпад на това изискване. Журналистическите заглавия са в ренаратив, когато журналистът не е сигурен в онова, което съобщава и когато иска да манипулира.

Почти революционно за хората, живели преди 1989 г., звучи възможността журналистите да могат свободно да избират дали да вярват на официалната подавана от институциите информация или не, за която говори Ницолова и обяснява, че има стилистичен ефект, който се постига чрез ренаратива: така се снижава регистърът на официалната реч до регистъра на битовата разговорна реч, до слуховете, клюките и подобни.

Отдавна тази забележка се е превърнала в норма. Както пишат анализаторите на новата епоха на дезинформацията, един от основните проблеми във времето на дезинформация е този, че гражданите не вярват на институциите. Това дистанциране от официалното изявление, за което говори Ницолова, днес се е превърнало едва ли не в норма – нито един журналист не иска да се идентифицира с официалната власт. Без да навлизаме в подробности – доказателство за това е перманентната политическа криза, в която е България, успоредно с кризата заради пандемията и заради войната в Украйна.

8.8. Новата посока на заглавията – от ренаратив към кликбейт

В хармония с изискването за индикатив на Ницолова се забелязва и друга тенденция – под влияние на онлайн медиите, ренаративът отстъпва място на кликбейт заглавията и на заглавията в сегашно време в индикатив, които демонстрират като вече случил се факт информация от бъдещето: „Мъск идва в България“¹⁴. Тенденцията е за употреба на сегашно време в индикатив за все по-нереални събития, което прави откриването на дезинформацията още по-сложна. Както много наблюдатели отбелязват, докато търсим път да открием дезинформацията, дезинформаторите търсят път да заобиколят правилата,

¹⁴ <https://bnr.bg/post/101740502/ilon-mask-idva-v-bulgaria>

чрез които откриваме, че ни дезинформират. Пример за подобно заглавие е „Извънземните кацат през X-точки“¹⁵. Както ще се види, към кликбейт заглавия прибягват не само „недоверните“ медии, а и сериозните.

8.9. Автоматична обработка: евиденциалност

За евиденциалността като маркер на достоверността пише Осенова в разработката на анотации за технология за анализи в реално време на големи масиви от съдържание, което е генерирано от различни потребители (Осенова, 2018). Предложението от нея модел може да бъде доразвит и допълнен с употребите на ренаратива и омонимните му форми.

8.10. Употреби на ренаратива в журналистиката – обобщение

В обобщение може да заключим, че става дума за няколко проявления на ренаратива в журналистическите текстове.

1. Авторът е неясен
2. Да се направим на някого друго
3. Не гарантираме за съдържанието
4. Като алиби
5. Приказност
6. Ренаратив в подмамващи заглавия

8.11. Ренаратив и откриване на дезинформация

Проблемът с тълкуването на формите в трето лице при граматичната омонимия на ренаратива в сегашно време и имперфект, които съвпадат с формите на инференциала (конклузива) (както Ницолова отбелязва – чийто интервал на референтност е главно в полето на миналото), със статалния перфект за констатация и с адмиратива (в сегашно време) е отбелязан от редица автори (Герджиков, Ницолова, Търпоманова, Алексова, Московска).

Ренаративът перфект/плюсquamперфект е омоним с дубитатива (аорист). Формата на инференциалния перфект/имперфект се различава от формите на ренаратива перфект/плюсquamперфект само в 3 л., както и формата на инференциалния аорист – от инференциалния ренаратив – отново само в 3 л.

Някои предлагат стратегии за снемане на многозначността, но в настоящото изследване предлагаме друго решение: да приемем, че тази омонимна конструкция на ренаратива с инференциалния имперфект, с перфект за констатация, с адмиратив в сегашно време – независимо от граматичната си стойност и определение, в определени случаи, често

¹⁵ <https://telegraph.bg/telegraphplus/novini/astro-izvynzemnite-kacat-prez-h-tochki-idvat-s-izblci-na-energiia.-nasa-gi-naricha-portali-v-magnitnoto-pole-348568>

срещани в публицистичните текстове, може да изпълнява една прагматична функция и тя е да заблуждава. Точно тази форма може да бъде посочена и граматичен маркер за дезинформация. Когато в журналистически заглавия имаме употреба на ренаратив – независимо от времето – или неговите омоними, плюс инференциал имперфект, в трето лице, трябва да бъдем нащрек доколко съдържанието е истинно.

Правим уговорката с инференциал имперфект, защото понякога е разколебана употребата на ренаратива и инеферциала в заглавията.

8.12. Алгоритъм

Възможен е опит за съставяне на алгоритъм за откриване на ренаратива/инференциала/статалния перфект/дубитатива/адмиратива. Независимо от омонимията и съвпадението на тези граматични категории, стана ясно, че те биха могли да са маркер за засилване на вниманието, ако се появят в журналистически текст. По тази причина един алгоритъм за автоматично откриване на тези евиденциали би спомогнал и за автоматично откриване на вероятна дезинформация с методите на компютърната лингвистика и автоматичната обработка на езика. Тъй като става дума за граматични конструкции с определена структура, тази структура може да бъде подробно описана за цялата парадигма на глаголите в българския език и да се тества върху съществуващите корпуси.

8.13. Забележка: Развитието на детската реч и употребата на евиденциалността

Когато се разглежда употребата на ренаратива в българския език, неизменно присъства едно предположение – въпреки че той се употребява интуитивно от носителите на езика, става дума за фина употреба, за допълнително умение, за детайлно познаване на езика. Доказателство за необходимата допълнителна чувствителност и умение при употребата на ренаратива се открива в усвояването на български език като чужд и в усвояването на българския като майчин от децата.

Някои наблюдения върху езиковото развитие на децата, носители на български език като роден, показва, че те възприемат евиденциалността на сравнително късна възраст. Първоначално децата преразказват случки или в аорист, или в имперфект, без значение дали са били свидетели на действието, дали получават информацията от друго лице, или само заключават за случката. Бъдеща разработка и изследване по темата би осветлило въпроса доколко евиденциалите ренаратив, конклузив и дубитатив са знак за едно задълбочено владение на езика.

IX. Други маркери на дезинформацията и тенденции в журналистическите заглавия
Ренаративът и неговите омонимни форми са силен белег за откриване на дезинформация.

Новата онлайн среда изисква и нови средства за привличане на внимание, които са и трансформирани стари похвати. В новата онлайн среда обаче съществуват сигнали, които да показват, че дадена информация може да не е напълно достоверна.

Ако, както доказваме, употребата на ренаратива в българския език може да се интерпретира като белег за дезинформация, то трябва да се има предвид, че евиденциалите имат точно определено граматическо значение, което влиза в определени взаимоотношения с много други лингвистични и екстралингвистични фактори в текста, а глаголната евиденциалност е само един от маркерите на относителността на текста.

Тук се разглеждат още:

1. Кликбейт заглавия с определени ключови думи и конструкции

а) кой, как, колко

б) ето защо, вижте как

в) думи като истината, лъжата, голяма новина

г) недовършени заглавия с многоточие (напр. Швеция ще ваксинира с АстраЗенека само... 2021-03-25, 19:39:51)

2. Промяна в съдържанието на лийда

3. Смесване на жанровете

4. Сегашно предсказно време за нещо неслучващо се

5. Откриване на емоции

6. Дисплеймъри

7. Сайтове сателити

9.1. Кликбейт заглавия – езикът като мърч и скриване на информацията

Изданията, които посочихме като неизползващи ренаративни конструкции, или поне като изключително рядко използват ренаратив, използват главно индикатив, точно както Ницолова (2008) и Търпоманова (2015) отбелязват – за да настояват за достоверна журналистическа реч. Кликбейт заглавията вече са били анализирани от компютърните лингвисти, заедно с дезинформацията (Karadzhov et al., 2018), както и от други изследователи (Мавродиева, Войнова).

Новините също са маркетингов продукт, а като маркетингови продукти и продукти на т.нар. *мърч* – съкратено от английската дума мърчандайзинг (merchandising), днес сме свидетели на съвкупност от лингвистични техники и стратегии, които целят да помогнат продажбата или по-скоро четенето на тези новини. За анализ на това явление може да послужат съветите на маркетинг анализаторите за заглавията на статиите¹⁶. Според тях

¹⁶ (<https://www.mequoda.com/articles/audience-development/social-media-headlines/>)

заглавието на статията във вестника не трябва да съвпада със заглавието във Фейсбук или Твитър. Те очертават пет тематични ядра-заглавия, които продават добре:

Как да (How-to);

Ползи (Benefit);

Списък (List);

Съвети (Tips);

Причини (Reasons).

Следва статистика на ядра-заглавия показва доколко схемата работи и за българските медии.

Добре известно е, че медийните гиганти Фейсбук, Твитър, Гугъл пазят като търговската тайна алгоритмите, с които индексират по-напред дадена новина и не си позволяват да инструктират директно какви са изискванията, за да има дадена новина по-голямо посещаване от страна на читателите. Затова маркетинг и медийните анализатори достигат до някакви предположения за тези алгоритми, стъпвайки главно на опита и на лайковете на определено послание. Всички усилия са насочени в търсене на повече четения и по-голяма популярност, а не в търсене на адекватно отразяване на някакво събитие.

Общият извод, който се налага, е, че такъв тип заглавия – подчинени на петте ядра – редовно се появяват в медиите. Те са като котви, които трябва да поддържат читателския интерес. По-задълбочено наблюдение показва, че подобни заглавия се срещат в определени часови пояси – когато потокът от информация не е интензивен – късно вечер, през уикендите, по време на ваканциите, а целта им е да поддържат читателския интерес и в моментите, когато не съществуват същински новини.

9. 2. Още кликбейт стратегии

Както вече бе отбелязано, съществуват редица наръчници за откриване на фалшиви новини, както има много съвети онлайн за откриването им, публикувани от ентузиастични и различни организации¹⁷.

Кликбейт заглавията действат психологически и наподобяват до голяма степен предлаганото преживяване от телевизията (радиото): сякаш подтиквайки го да чете и да отвори съобщението, онлайн медията позволява на читателя сам да „види“ („чуе“) и открие новината, сам да прецени за какво става дума и сам, безпристрастно и базирайки се на собствения си опит, да прецени и да вземе решение какво да извлече като информация. Много често тези „свидетелства“ са съпроводени от обещания за снимка и видео. В същото време не всеки читател би имал търпението да изгледа дълги минути видео и се

¹⁷ <https://library.lasalle.edu/c.php?g=631369&p=4415013>

доверява на предложения му преразказ, маскиран като автентичен. Изглежда, че стремежът на създателите на посланието в медията неосъзнато или пък напълно целенасочено е да дадат по-голяма автентичност и истинност на предложеното съдържание, в противовес на станалите твърде популярни фалшиви новини, които очевидно манипулират и вече сякаш са станали по-лесно разгадаеми заради големия шум, който се вдига около тях.

Може да се отбележи и един диахронен мотив за подобен разпад, важен конкретно за медиите в България. В началото на новото хилядолетие, след настъпването на демокрацията, в стремеж към изчерпателност, адекватност към съдържанието на новината и желание за привличане на читатели с оригинални заглавия, редакторите до голяма степен успяваха да кажат всичко с няколко думи, което в момента се разпада заради естествения ход на махалото от една крайност в друга.

Именно в този разпад на журналистическото и отказа от съобщаване на новина идва и мястото на фалшивите новини. Изглежда тези разпаднати заглавия съпътстват точно някои от фалшивите новини, някакъв вид *разпаднати фалшиви новини*.

Не е задължително новините, поднесени под тези заглавия, да са непременно фалшиви, но е твърде вероятно. Причините са няколко. Читателят се оставя на манипулацията за истинност и мързеливо приема описаното за чиста монета, този път без да провери, защото му е предложена пълна дистанция от събитието – все едно самият читател е бил на него (особено ако има добавено видео, което едва ли някой ще изгледа, ако не е крайно заинтригуван). Според предложена таксономия от Вълчанов, може да се говори по-скоро за дезинформация – съвкупност от вярно, невярно и полувярно съдържание (Вълчанов 2018).

9.3. Промяна на съдържанието в лийда

Като следствие от кликбейт заглавията и стремежът за повече четения е и промяната в лийда на новината (от англ. lead ‘водя’). Структурата на новината като обърната пирамида и воденето на новината с лийд се наложи в журналистическата практика след 1989 г. Тя е неизменна част от обучението по журналистика. Допреди епохата на социалните мрежи в лийда трябваше да се съдържа важната информация, отговаряща на т.нар. големи пет въпроса – *Кой? Какво? Къде? Кога? Защо?*, в някои случаи с добавен въпрос *Как?*

В момента обаче се наблюдава разпад и на тази структура на обърната пирамида и на информативния лийд в началото на текста. Днес, парадоксално, важното е друго – да **не става** ясно какво е съдържанието на новината от казаното в заглавието и от видимата част от линка в социалната мрежа. За да се открие съдържанието и новината, трябва да се посети линка в изданието, където е публикуван целия текст. Първото изречение често вече не е лийд, а е общо и твърде често напълно отвлечено от същината. Истинският лийд следва едва след своеобразното въведение, което е привлякло повече читатели. Тази

стратегия може да се възприема като част от информационния шум, на който сме свидетели напоследък.

9.4. Смесване на жанровете

Както бе подчертано няколко пъти, при проверка на фактите не се проверяват твърдения, които са лично мнение, защото често подобни твърдения са недоказуеми. Докато се съобщават някакви факти, може да се прокарва оценъчност към съдържанието. Подобни примери са много чести, когато става дума за политика и политически фигури. Тази стратегия е част от прилагането на т.нар. ефект на илюзорната истина, описан по-горе – въпреки че нещо не е факт, когато е повторено, то става познато и започва да се възприема от читателя, въпреки първоначалния стрес. Механизмът действа много подобно на прозореца на Овертън¹⁸, при който от немислими и недопустими, повтаряните и предъвкваните неща стават поносими в обществото. Замаскирани под жанра на новинарска статия, коментарите на редакторите действат подсъзнателно на случайно попадналия на тях читател. В тези случаи освен за дезинформация, ставаме свидетели и на манипулация.

Един от проблемите при онлайн медиите е, че въпреки съществуването на отделни рубрики, читателите не обръщат особено внимание на тях. Например ако даден текст е поместен в частта анализи, или мнения, читателят невинаги ще обърне внимание на този факт.

Освен вече споменатото сливане на жанрове, често се случва мненията и анализите да не са подписани, да се публикуват от името на изданието, което пък ги прави „новини“ – актуални и пълнокръвни, а не просто позиция на някой автор. В настоящото изследване няма да представим конкретни примери, защото те са силно политически обвързани, а искаме да запазим неутралност, но политолози и социолози могат да изследват този феномен.

9.5. Сегашно предсказно време

Обичайна форма за сигурните бъдещи действия в близко бъдеще в новинарските заглавия е сегашното време на глагола. В граматиката то е наричано сегашно предсказно време (Ницолова, 2008:265). Понякога обаче съобщените с него твърдения не биха се случили – медиите слагат заглавие в сегашно време за нещо, което е несигурно или е само идея. Целта отново е да се привлече вниманието, да се повишат т.нар. „четения“ на дадена новина. Това също може да се схваща за подвеждаща информация, но е трудно да бъде идентифицирано автоматично заради честотата на употребата на сегашното време: „Забраняват на длъжници три години да работят“¹⁹ (16.05.2022); „Влизаме в Шенген до

¹⁸ <https://www.nytimes.com/2019/02/26/us/politics/overton-window-democrats.html>

¹⁹ <https://trud.bg/%D0%B7%D0%B0%D0%B1%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%8F%D0%B2%D0%B0%D1%82-%D0%BD%D0%B0-%D0%B4%D0%BB%D1%8A%D0%B6%D0%BD%D0%B8%D1%86%D0%B8-%D1%82%D1%80%D0%B8-%D0%B3%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D0%BD%D0%B8-%D0%B4%D0%B0-%D1%80%D0%B0%D0%B1%D0%BE%D1%82%D1%8F%D1%82/>

края на годината²⁰ (18.10.2022); „Плащаме в лева, рестото в евро (Как ще преминем към новата валута?)“²¹ (6.11.2022). Изключително интересен е случаят със заглавието „Готвачът на Путин“ праща кървав чук в калъф от цигулка на Европарламента (видео)²².

Използването на сегашното предсказно време може да бъде смятано за белег за недостовърност, но големият проблем е, че сегашното време е едно от най-използваните времена и е трудно да бъде отличена тази му употреба от останалите. Такава употреба би била доловена единствено от човек, затова не може да се направи автоматично откриване на подобни конструкции.

9.6. Откриване на емоции: залез на хеджиращите думи

По-нагоре в текста беше спомената ползата от анализ на емоциите на текста, особено ако той се прави автоматично за големите масиви от данни. Става дума не само за определяне на положителната, отрицателната или неутралната настройка, а за нюансиране на емоциите, за анализ на настроеността. Това нюансиране би могло да допринесе за откриването на дезинформацията, защото дезинформацията е пряко свързана с емоциите, както многократно се отбелязва в настоящото изследване. В английския език вече са съставени речници, които да подпомагат подобни изследвания – LIWC-22 се обновява периодично и към него се добавят нови и нови данни, които допринасят за автоматичното анализиране на текстовете. За българския език е възможно да се създадат подобни ресурси, които да подпомагат автоматичната обработка на текстовете.

Свързани с настроеността са и хеджиращите думи, защото често дорисуват картината. В новия тип заглавия обаче вече не присъстват хеджиращи думи. Лексикалните маркери като „значи“, „следователно“, „вероятно“, „може би“, „едва ли“, „без съмнение“, „сигурно“, „уж“, „също така“ и др., които означават умозаклучение или предположение с известна степен на вероятност или обобщение, не присъстват в заглавията.

9.7. Дисклеймърите – нова ера в журналистиката

През последните години се появи един нов тип текст, който съпътства статиите – наречен на английски *disclaimer*, а на руски *предупреждение*. Всъщност става дума за текст, който в западната традиция е вид отказ от отговорност на медията за публикуваното съдържание. Отказът от отговорност за медиите може също да предупреждава потребителите за точността и надеждността на медиите, отбелязвайки, че информацията може да не е пълна или правилна. Точно в този контекст можем да смятаме, че дисклеймърите са някакво

²⁰ <https://www.plovdiv-press.bg/2022/10/18/%D0%B2%D0%BB%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D0%BC%D0%B5-%D0%B2-%D1%88%D0%B5%D0%BD%D0%B3%D0%B5%D0%BD-%D0%B4%D0%BE-%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%8F-%D0%BD%D0%B0-%D0%B3%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D0%BD%D0%B0%D1%82%D0%B0-%D0%B5%D0%B2/297311/>

²¹ <https://btvnovinite.bg/bulgaria/plashtame-v-leva-no-ni-vrashtat-v-evro-eto-kak-shte-minen-kam-edinnata-evropejska-valuta.html>

²² <https://dnes.dir.bg/svyat/gotvachat-na-putin-prashta-karvav-chuk-v-kalaf-ot-tsigulka-na-evroparlamenta-video>

предупреждение за особено съдържание, макар и да не е ясно с какъв точно знак – положителен или отрицателен.

Причина за това – да не е ясен знакът – е появата на тази особена формула текст в руските опозиционни медии – например в сайта Медуза²³. Този сайт бе основан от независими журналисти от руския официален медиен сайт lenta.ru, които през 2014 г. го напуснаха и създадоха свой опозиционен сайт на руски език в Рига, Латвия. Сайтът се радва на голяма популярност и само за три месеца печели над милион читатели. На 23 април 2021 г. руското министерство на правосъдието обявява сайта за чужд агент. Оттогава абсолютно всяка новина, публикувана на този сайт, е придружена от текст, предупреждаващ, че тази статия е дело на чуждестранен агент. След началото на руското навлизане в Украйна на 24 февруари 2022 г. подобно съобщение се вижда на сайтовете на редица руски опозиционни медии, след като Роскомнадзор поведе борба срещу всяка медия, която съобщава различно съобщение от тези на официалната власт. Тук ще приведем само един пример на подобно съобщение: „Следното съобщение (материал) е създадено и (или) разпространено от чуждо средство за масова информация, изпълняващо ролята на чуждестранен агент, и (или) от руско юридическо лице, което изпълнява ролята на чуждестранен агент.“

Подобни съобщения могат да се прочетат в редица руски медии, които успяват да разпространят информацията си по „апокрифни“ канали. Тяхното съдържание обаче е възприемано като достоверно и истинно в европейска среда.

В българските медии наскоро се появи версия на тези дисклеймъри със следното уточнение:

„ВАЖНО!!! Уважаеми читатели на Поглед.инфо, ограничават ни заради позициите ни! Влизайте директно в сайта www.pogled.info . Споделяйте в профилите си, с приятели, в групите и в страниците. По този начин ще преодолеем ограниченията, а хората ще могат да достигнат до алтернативната гледна точка за събитията!?

Когато видите знака "фалшиви новини", това означава, че тази статия е препоръчително да се прочете!!!

Абонирайте се за нашия Ютуб канал/горе вдясно/: <https://www.youtube.com>“²⁴

В последствие Фейсбук акаунтът на изданието е блокиран, а след януари 2023 г. компанията Мета отказа да модерират акаунтите в България. Темата с алгоритмите за модериране на съдържание на Фейсбук заслужава отделно внимание, но няма да бъде застъпена в този текст.

Дисклеймърите отварят нова ера в журналистиката. Очакванията ни са да се появяват все повече и по-често и това е пореден поток от допълнителна информация, сред която

²³ <https://meduza.io/>

²⁴ <https://pogled.info/svetoven/russia/vazhno-mvnr-rusiya-shte-zashtitava-teritoriyata-si-s-vsichki-sredstva.146356>

читателят да трябва да се ориентира. За момента обаче може да се каже, че това е знак за особен статут на новината – като например тези в цитирания български сайт. Що се отнася до руската медийна среда, мнението ни е, че е особен вид протест: когато всички текстове са с дисклеймър, все едно че дисклеймър няма – новините от особени се превръщат в стандарт, в оригинал, в истинни.

9.8. Сайтове сателити

Добре позната стратегия при изграждането на мрежа от сайтове, които да се цитират едни други, не е изненадващата. Тя се разпознава и в българските медии. Подобно изследване е направено от екипа на Якимова (Якимова, 2022). В анализирания примери лесно могат да се забележат подобни връзки между медии, които припознават една или друга политика. Разпознават се и сателити, изградени специално за мултиплициране на определен тип новини. Проблематично е, когато големи информационни сайтове имат подобно поведение, но това не е обект на настоящото изследване. Единствено се налага да бъде отбелязано.

9.10. Обобщение – езикови маркери за откриване на дезинформация

Кликбейт заглавията са анализирани от редица автори, но в конкретното изследване предложихме допълнителни стратегии за откриването им – на базата на маркетинговия подход, от който изведохме ключови думи, подпомогнат от кликбейт стратегиите за преувеличение, раздразнение, възбуда, особена пунктуация, образност, липса на информация, двусмислие, некоректен синтаксис. Отбелязана е липсата на свързаност на заглавието с основния текст. За доказателство за употребата на кликбейт заглавията бе използвана статистиката на Гугъл. Неоднократно в настоящата работа се подчертава, че личното мнение на даден журналист не може да бъде новина – то може да е коментар, но не може да бъде смятано за достоверност. В същото време днес заради социалните медии до голяма степен нюансите в журналистическите жанрове се размиват и биват размивани, често и с желание за подмяна на позицията и дезинформацията.

Друга интересна стратегия за дезинформацията е използването на сегашно предсказно време за нещо неслучило се и неслучващо се, само и само текстът на новината да звучи привлекателно, статията да бъде прочетена, да ѝ бъде обърнато внимание от читателите. И при тази стратегия се залага на интерпретацията на читателя – отговорността за онова, което е разбрал, отново е негова, а не на пишещия, независимо, че пишещия действа манипулативно, защото знае, че онова, което е написал, че се случва в заглавието, не би се случило, тъй като се изисква изпълнението на поредица от условия.

Истинските новини съдържат повече съмнение, което дори често е изразено, с помощта на хеджиращите думи. Тази тенденция, която е много силно застъпена в езиците, в които преизказността не е морфологизирана, се среща и в българския език, успоредно с ренаратива и омонимните му форми.

Използването на новият тип метатекст – дисклеймърите, който насочва читателя към някакво знание, но отново медията не носи особена отговорност за твърденията, а заявява, че представената новина е само една от възможностите, която обаче може да бъде и истинна, но в никакъв случай не са категорични.

Сайтовете сателити добавят още безпорядък, като умножават недоказаните новини, но пречат на читателите да разобличат лесно дезинформацията.

Тук описаните стратегии допринасят, заедно с ренаратива, за демаскирането на дезинформация.

Всички поднесени тук примери бяха подкрепени с конкретни заглавия от медиите, което е още един ресурс за бъдещ анализ и може да обогати сегашния подход за автоматично откриване на заглавия.

Х. Езикови експерименти с употребата на ренаратив и неговите омоними
Събрани са ръчно 622 заглавия от онлайн медии, в течение на 7 години (от 2015 г. до 2022 г.), от български новинарски сайтове. Причината да не се използват съществуващите до сега корпуси на българския език е специфичната задача, която е поставена – да се открие ренаративът или омонимните му форми в заглавията и да се проследи неговата функция. Както стана ясно от изложението дотук, заглавията са показателни за промяната на езиковата среда, както и са съдържателни за евентуалното откриване на дезинформация.

Събраните тук заглавия са в предполагаем ренаратив (конклузив на спомагателния глагол съм, дубитатив, перфект за констатация или адмиратив), като е приложена стратегията за търсене на тази омонимна форма. Изследването ще приеме, че става дума за ренаративна употреба, за да се спести постоянното изброяване на другите форми.

Сайтовете, от които са събрани заглавията, са новинарски, със сравнително голяма популярност през изследвания период. Медиите са били с ясни собственици към момента на събирането на заглавията и са били легитимни по законите на България. Не става дума за сайтове с неясен произход, клонинги или сателити на други сайтове, макар че често съдържанието може да се припокрива и да има 100% съвпадения на съдържанието на дописките и дори в заглавията. В този смисъл до голяма степен съдържанието, което е свързано със светски новини, спортни новини и криминални новини може да се открие напълно огледално в редица от сайтовете, без да бъде редактирано, като в много от случаите заглавията също не са променени – не може да се говори за особен почерк или запазена марка на дадено издание.

По-различна е ситуацията с политическите новини, където съществуват разминавания, а съвпаденията говорят за политическа свързаност на медиите и за клъстърни сайтове, приближени до определен политически играч. Анализът на политическото съдържание и сателитната свързаност обаче не е цел на настоящото изследване, но може да бъде забелязана и доказана при всеки отделен случай. Може да се изкаже една препоръка – ако

целта е да се открият сателитни сайтове, то такава изследване трябва да се прави синхронично, за да се демонстрира този феномен, като се задава и политическият контекст, в който би било правено изследването, защото в диахронен план много от доказателствата в интернет могат да се изгубят и да не са достъпни.

Един от основните източници на събраните заглавия – сайтът *monitor.bg* е закрит на 24 март 2022 г., а съдържанието му е пренасочено към нов новинарски сайт *telegraph.bg*. Някои от заглавията са труднооткриваеми в момента на завършване на това изследване, но с помощта на *Wayback machine*²⁵ могат да бъдат открити. Други са напълно изчезнали, но се откриват в сателитни сайтове. Този проблем демонстрира един основен принцип при фактчекинга днес – нуждата от архивиране при проверка на съдържание в интернет. Поставя се един от генералните проблеми пред фактчекърите – какво всъщност проверяват, ако съдържанието вече е изчезнало, но „е свършило политическата си работа“ – вече е повлияло на нагласите на обществеността. Други заглавия от събраните изобщо не могат да бъдат открити – те стоят като застинало свидетелство на времето и единствено евентуално търсене в хартиеното течение на изданията може да докажат тяхното минало съществуване и факта, че не са изфабрикувани за това изследване, както и да се анализира политическата им роля в онзи конкретен момент на появата им. По този начин ставаме свидетели на своеобразна подмяна на историята – тези формирали малко или много общественото мнение заглавия, вече не съществуват, забравени са, след като са изиграли ролята си, без да е останала следа от тях и съответно – без да се търси отговорност, ако са били манипулативни и е ставало дума за дезинформация.

Въпреки това събраният езиков материал е показателен и анализиран по няколко различни начини.

Постфактум – след като са събрани, а не докато са събирани, заглавията са анотирани от трима носители на езика. Маркерът, по който са анотирани, е доколко звучат истинно. Възможните стойности, от които анотаторите са имали право да избират, са три – достоверно съобщение (със знака 1), недостоверно съдържание (със знака 0), неутрално съдържание (или позиция на анотатора „не знам“ – със знака 2). Анотациите са направени ръчно, без да се използва специален софтуер.

След анотирането е направена ръчна проверка на съдържанието на статиите. Както беше споменато, много от статиите „са изчезнали“ заедно със сайта, на който са били публикувани. Направено е обаче обратно търсене, като на 10% от статиите е намерен еквивалент и в момента, без да се използва *Wayback machine*. Разгледан е основният текст на новината, а не само на заглавието. Проверени са:

1) Наличие – липса на автор на съобщението, поместено в сайта.

²⁵ <https://archive.org/web/>

Б) Наличие – липса на линк в съобщението, който да води към източника.

В) Наличие – липса на свързано със заглавието съдържание.

Разглежданите примери могат да се групират тематично до голяма степен по същия начин, по който са отделите в редакциите – политически, криминално-политически, криминален, международен, спортен, светски.

Оказва се, че новините, които се възприемат от читателите като истински, са главно когато ренаративът е приет като преразказ на чужда реч и когато става дума за материя, свързана с развлечения – от спортни, международни любопитни новини, светски новини. Когато става дума за криминалните новини, когато те са с любопитни подробности (от типа на „убил търговец и го изгорил на клада“), те също се възприемат като истинни. Това показва, че публиката е склонна да приеме като истинни всякакви любопитни факти и покрай атрактивното заглавие да прочете новината.

По-особен е случаят с политическите новини. При тях, както са забелязали изследователи на партийните медии в САЩ, хората са пристрастни – ако новината е свързана с техен избраник и е отрицателна, те я приемат за невярна, а ако е с политик или личност, която не одобряват, ще приемат новината като вярна. Явлението съществува и в българските медии. Днес се наблюдава и друга разделителна линия: „за Русия/против ваксините“ в опозиция на „против Русия/за ваксините“.

Много от заглавията с ренаратив аотаторите възприемат еднакво, но има и такива, които водят до пълен разнобой. Те обикновено са свързани с политическа и по-сериозна тематика, където читателят притежава предварително знание и предубеждение и на базата на него взема решение за конкретния текст. Ренаративът изпълнява ролята си – журналистът съобщава нещо, което обаче е доразвито по-късно от читателя в посоката, в която той реши.

При втория експеримент се разглеждат конкретни текстове – ключови случаи с употребата на ренаратива. Текстовете са били публикувани по различни поводи. За да се види по-отчетливо разликата между различния тип новини и нюансите на използването на ренаратива, случаите са групирани тематично (както са разпределени отделите в редакциите) – политически, криминални, международни, светски и спортни. Налага се изводът, че ренаративната конструкция действително е белег за недостоверност или поне може да бъде възприеман като сигнал за извършване на задълбочен фактчекинг от експерти по справяне с дезинформацията.

Най-голям интерес предизвиква употребата на ренаратива в политическите новини, тъй като тези новини са от обществено значение и дезинформацията в тях може да донесе най-много щети. В първия разгледан тук случай един сайт цитира друг, който не е достоверен, а взаимното им цитиране прилича на омагьосан кръг – сайтове сателити цитират сами себе си, за да си придадат важност и достоверност – типичен пример за дезинформационна

стратегия. Във втория случай авторът на новината няма особено доверие към казаното и показва съмнението си още в заглавието, като и отношение към героите в новината – отново пример за дезинформация, но този път в смисъла на предпоставяне на теза, на заемане на позиция в новина, която би трябвало да е безпристрастна. В третия случай отново сме свидетели на недоверие от страна на автора на новината, но същевременно се долавя и нотка одобрение или поне положително отношение като към проявена хитрост. Четвъртият случай показва едновременно съмнение към съдържанието, но и самоувереност в собствената правота - отново има смесване на жанрове – на новина с лично мнение и отношение. Петият случай отново е демонстрация на комбинация на различни жанрове - мнение и новина едновременно, а заглавието освен в ренаратив е и подсилено с кликбейт дума "Разкритие" и пунктуация "!". Шестият случай показва несигурност на няколко степени – от една страна е използван ренаратив, от друга семантиката на глагола в ренаратив е свързана с недоверие, от трета страна става дума за социологическо проучване, което също може да бъде поставено под въпрос, а от четвърта - заглавието завършва с въпросителен знак. Но има новина, публикувана е, въпреки всички неясноти. Както бе отбелязано по-рано, допълнителен белег за евентуална дезинформация е и самият сайт – самата платформа, която е със съмнително за познавачите на новини име "breaking.bg" и е от типа сателитни сайтове. Въпреки това шестият пример може да се смята за христоматиен по отношение на нарушението на добрите журналистически практики. Седмият пример показва една ясна и донякъде положителна тенденция в контекста на свободата на словото, наложила се в българските медии след 1989 г. – недоверието в институциите. Ако преди 1989 г. институциите в България бяха неоспорими и никой не смееше да им се противопостави гласно, то в следващите години се достигна до демонстрация на неуважението към държавните институции. От една страна е схващано като свобода на словото и на позициите, но от друга страна е сочено от съвременните анализатори на дезинформацията като една от предпоставките за разцвет на фалшивите новини. Любопитно е представянето на една и съща новина в различните медии от политическия спектър и преливането от доверие в пълно недоверие, изразено отново с езикови маркери – от ренаратив до директно обвинение в лъжа ("Белият дом уличи в лъжа Петков"). Налице е пълен разпад на информативността. Осмият случай демонстрира несигурността на редактора по време на писането на новината. Имплицитно се усеща и наложеното му изисква все пак да я публикува, въпреки че няма никаква яснота. В този случай ясно могат да се открият и множеството редакции на текста на новината, но от това тя не става по-качествено написана или информативна. Деветият случай отново има смесване на жанрове – личното мнение на редактора замества информативността, а заглавието е дори обидно. В случая събуждането на емоция у читателя работи, но освен ренаративът и смесването на жанрове, то е и белег за възможна дезинформация.

Ренаративът при отразяването на криминалните новини играе ролята на белег за несигурност, но рядко може да се гледа като дезинформация. Не е такъв случаят обаче при международните новини, които често са политически или здравни. При тях има особеност

– те пристигат на български често по официални канали и би трябвало да са автентични. Използването на ренаратива в международните новини има различни отсенки, заради спецификата на всяка международна новина. Ако са политически – те могат да бъдат и подвеждащи, особено ако са свързани с местната, българската политика. Когато става дума за криминални събития – катастрофи, атентати, земетресения, наводнения – ренаративът отбелязва динамика и текущо състояние на нещата. Когато обаче с ренаратив са отразени новини, свързани със здравна или научна тематика, трябва да се има предвид, че е възможно да не е напълно проверена информацията и дори да става дума за дезинформация, както в случаите с разпространението на пандемията от коронавируса. Въпреки това в настоящото изследване темата с фалшивите новини и коронавируса не е особено засегната, защото опитът е да акцентът да падне на обща тенденция за всички типове новини, а не само за конкретна тематика.

Както многократно бе посочено, когато се проверяват новини от фактчекъри, водещ е общественият интерес. Но когато се анализира дадено езиково явление като ренаратива – то е анализирано и в случаи, които не са от изключителен обществен интерес както са светските, спортните новини и любопитните недоказуеми твърдения ("Шекспир пушил марихуана"). Ренаративът често е използван в този тип заглавия и със сигурност до голяма степен става дума за подвеждаща информация. Тук обаче може да се направи едно сравнение – този тип заглавия наподобяват анекдоти – те целят повече четения, но никой няма да пострада от съдържанието им, а само може да се позабавлява.

Категорично обаче е заключението, че ренаративът и омонимните му форми могат да бъдат знак за недостоварност и маркер (флаг) за дезинформация. Последващ фактчекинг би доказал дали във всеки конкретен случай става дума за злонамерена информация, дезинформация или подвеждаща информация.

Важно е да се анализират и темите, около които е забелязван ренаратив освен за извършване на проверка на данните от подготвени журналисти, но и за да може да се опишат пребънking (prebunking) – да се предположи по коя тема е възможно да се използва дезинформация и към нея да бъде подхотено с особено внимание предварително, още преди да се дезинформира по нея.

В много от разгледаните тук заглавия станахме свидетели и на приложени други споменати стратегии – като кликбейт заглавия, несвързаност на лийда със заглавието, предлагане на мнение като новина – смесване на жанровете. Тези експерименти доказват, че ренаративът функционира заедно с другите езикови стратегии за дезинформация и е неотменна част от цялостната посока за стремеж у пишещите да бягат от отговорност, да си създават алиби и да прехвърлят отговорността за взимането на крайното решение дали някакъв факт е истинен или не върху читателите.

ХІ. Документални записи на случаи с дезинформация

След като бяха показани различни случаи с употреби на ренаратива и на други езикови белези за откриване на дезинформация в български език, в тази част са показани документални разказ за възприемане или създаване на фалшиви новини и дезинформация. Показана е гневна реакция във Фейсбук по повод дезинформационно съдържание. Следва свидетелство на заместник-министъра по дигиталната трансформация на Украйна за началото на войната, историята за набиране на руски тролове, както и свидетелски показания на главен редактор на фейкнюз сайт.

ХІІ. Заключение

Днес цялото общество се вълнува от въпросите за истината, (заедно с вълненията около въпросите за здравето и за мира, които цялото общество смяташе доскоро за окончателно решени). Възможно ли е журналистите да казват истината и само истината във всекидневната си работа и какъв ресурс им е необходим за това? Кой ще реши кое е истина? Какво е общественият интерес и защо той е на страната на истината? Въпросите са повече от отговорите.

Разработката за езиковите маркери и стратегии, които се използват при дезинформацията, и с чието познаване тя би могла да се открие, показва една посока – отговорността се носи все по-малко от пишещия, а все повече от четящия дадено съдържание. Употребата на ренаратива е еманация на тази тенденция, но тази нова посока на носене на отговорност не е видима само през употребата на ренаратива, а и през употребата на всички отличени в настоящия текст езикови маркери, с които може да се открие дезинформация.

Евиденциалността отличава съвременния български език от старобългарския, а преизказването на глаголното действие е една от най-характерните отлики на българския език по отношение на другите славянски и повечето индоевропейски езици. Преизказността е и един от най-важните белези на единството на българския език във всичките му говори. Социолози и психолози могат да анализират защо точно тази черта е характерна за българския, но е ясно, че всеки носител на езика борави с тези нюанси.

Настоящата работа се занимава с връзката между езиковото явление ренаратив и дезинформацията.

Резултатът от изследването е категоричен – определени езикови характеристики на българския език – като ренаратив от хипернаклонението на възпроизведената реч реалис II – могат да бъдат четени като белег за дезинформация. Съществуват и други езикови конструкции (част от кликбейт заглавия, подменени лийдове и хеджиращи думи), който предполагат недостоверна информация.

Съставен е понятиен апарат за българския език, с който да се опише дезинформацията и проявленията ѝ в медийната среда в България. Дефинирането на понятията е наложително, за да стане ясна темата на изследването. На второ място е направен исторически преглед на редица случаи, успоредяващи се с дезинформацията, манипулацията, мистификацията,

пропагандата. Не е изненада, че макар едва през последните години да се говори за дезинформация, явлението не е ново и има своите проявления дълбоко назад в човешката история. Познаването на различните исторически примери дава насоки за многостранното анализиране на дезинформацията. В този смисъл тя е обект на изследване на различни науки – именно такъв опит за описание на няколко разнопосочни възможности е направен в частта, посветена на интердисциплинарността на темата. Разбирането на явлението е невъзможно без призмата на психологията, медицината, правото. Но когато става дума за търсене на истината – трябва да се започне от самото понятие истина, да се стъпи на философските достижения за истината. Връзката между езика и мисленето е обект на дълги анализи. Витгенщайн, Куайн, Фреге, Остин, Сърл се занимават с философия на езика, защото езикът е мислене, езикът е смисъл. За Витгенщайн е съществен въпросът как езикът репрезентира действителността. Именно при репрезантирането на действителността идва и мястото на ренаратива (преразказа). Ако журналистът е само преводач (преразказващ) на действителността, то на читателят трябва да интерпретира получената информация – ренаративът предлага на читателя сам да интерпретира какво и как според него се случва, на базата на малкото дадена информация, получена от тази морфологична категория. Читателят трябва да разбере, да интерпретира, да достигне до истината, представена му не напълно достоверно. Използвайки ренаратива, журналистът се опитва да направи изказването си истинно, въпреки че подозира, че може и да не е, заради възможната неистина, която се съдържа в преразказаното. Дали интерпретацията не прави едно послание истинно, или не, и дали интерпретаторът в крайна сметка не носи отговорност за истинността? Динамичната семантика дава възможност да се заподозре говорещият, че се опитва да заложи на интерпретаторите на изказването цялата отговорност. Ренаративът се намира на едно особено деструктивно място – приписва на един предмет определено свойство и едновременно го отнема, противоречи на информативността на изказването и в същото време информира. Казаното е казано, дори и да бъде коригирано по-късно, дори да се самоанулира, то остава следа, влияе, моделира, предразполага мисленето. Това е и една от целите на дезинформацията – дори и да бъде разобличена, тя остава следа, подозрение, съмнение.

На чисто езиково равнище – ренаративът е особен. Той е един от белезите за владеене на българския език – емпирични наблюдения показват, че децата го овладяват на доста късен етап от развитието си, а изучаващите български като чужд език често не успяват да го употребяват, въпреки че е залегнал в учебната програма.

Ренаративът и омонимните му форми се използват в журналистическите текстове. Заедно с редица други езикови маркери той може да бъде възприеман като знак за възможна дезинформация или невярна информация. Особено значима е употребата му в заглавията, които пък са еманация на журналистически тенденции. За целите на настоящото изследване е създаден корпус от заглавия в ренаратив. Отделно от тях са анализирани конкретни случаи. Събран е и доказателствен материал от първо лице на потърпевши от дезинформация, както и на създаващи дезинформация. Анализът на отделните случаи

показва, че има няколко основни употреби на ренаратива в журналистическите текстове, които трябва да се имат предвид и да бъдат тълкувани във всеки отделен случай. Ренаративът се използва, когато става дума за преразказ, а авторът на съдържанието е неясен (той може да е пожелал анонимност или да е анонимен източник, както може да бъде обезличен като експерти, учени, запознати). В тези случаи текстът действително изисква подробна проверка, защото може да сме свидетели на манипулация и жертви на дезинформация. Ренаративът се използва и да кажем нещо, без да кажем нищо – да не гарантираме за съдържанието, но в същото време да поднесем това съдържание (както по-горе бе споменато – една от целите на дезинформацията). Към тази употреба се успоредява и употребата му като алиби за пишещия – той отказва да носи отговорност за съдържанието, но пък няма как да не го поднесе. Ренаративът се употребява в различни типове новини – и в политически, и в разследвания, и в криминални, и в международни, и в научни, и в спортни, и в светски. Ако употребата му в последните две е безобидна и носи единствено забавление, то когато става дума за съществен обществен интерес на новините, на употребата на ренаратив трябва да се гледа като възможност за подвеждане на публиката.

Ренаративът в българския език се използва заедно с другите езикови маркери и стратегии – кликбейт заглавия, хеджиращи думи, липса на свързаност между заглавие и основен текст, подмамваща употреба на сегашното време, дисклеймъри, които приковават вниманието и задават посока за разсъждения, сайтовете сателити, в които, ако неопитен читател реши да провери дадена новина – ще я намери мултиплицирана, и вместо да се усъмни, е възможно да приеме, че чете *самата истина*.

Заглавията с *кой, как, колко, ето защо, вижте как, истината за, лъжата за, голяма новина, многоточия* владеят медиите, а читателите в крайна сметка не получават нужната информация, но отговорността за загубеното им време е тяхна, тъй като те не са били достатъчно далновидни, за да не се подвежат по тези заглавия. Другата опасност – заглавията, в които превратно се използва сегашно време за нещо, което се очаква да се случи, но няма никаква гаранция, че ще стане – за пожелателни събития, с цел отново да бъдат постигнати повече четения – отговорността за интерпретацията отново опира в полето на читателя. Той трябва да използва общата си информация и да успее да изгради усет за възможните подмамващи тези. След описаните кликбейт заглавия, които подвеждат и не носят съдържателна информация, стоят въвеждащи изречения – лийд на новината, които вече не са лийд по правилата на журналистиката, а отвлечени създаващи единствено излишен журналистически шум фрази. Читателят може да се изгуби в тях и единствено да продължава да отваря страници, с надеждата да достигне до стойностно съдържание. Това същинско съдържание може и изобщо да не бъде достигнато в подобни „кухи“ текстове. В същото време се забелязва и още една обратна тенденция – към заглавия, които са дълги, но неинформативни, отново целящи дълго задържане на читателя пред текста и водещо до печалба за медията (монетизиране на усилията), но отново изискващи неговата бдителност и компетентност.

Все повече се употребяват хеджиращи думи, жаргонни думи, спешни думи, чиято употреба в заглавията доскоро бе характерна само за таблоидите на английски език, но днес такава употреба може да бъде открита и в българския. Липсата на подобни думи пък отличава определени медии с по-качествена журналистика

Заради особената специфика на онлайн изданията се наблюдава смесване на жанровете – личните мнения се представят като доказани факти, а коментарите изглеждат като достоверни проверени новини, заглавията са манипулативни заглавия.

Ако читателите решат да проверят някоя новина, може да се случи да се лутат из сателитните сайтове, които репродуцират като криви огледала едни и същи манипулативни тези.

В много от текстовете се провокира емоционална реакция на читателя, която често е свързана с опит за дезинформация – залага се на силната емоция, която да предизвика повече интерес към текста и да замъгли бистрата мисъл.

В много от статиите се появяват с т.нар. дисклеймъри – допълнителни забележки към съдържанието, които представляват някаква добавена информация с особена стойност. Дисклеймърите са различни видове – от такива, които отбелязват, че съдържанието не отговаря на определени изисквания (в Русия), до такива, които целят да привлекат вниманието към текст – нещо като кликбейт заглавие, повдигнато на степен (посоченият пример по-горе със сайта, който казва, че когато има дисклеймър, новината задължително трябва да се прочете).

Ренаративът заема своето място в цялата поредица от вече дефинирани езикови маркери за откриване на дезинформацията. Той може да бъде смятан за белег за дезинформация заедно с всички описани по-горе.

Подкрепено от колекции от заглавия, както и от документални записи на случаи, свързани с дезинформацията, работата освен всичко е свидетелство за времето, в което е създадена.

Предложените тук анализи и стратегии за откриване на дезинформация имат и приложен характер – те могат да бъдат използвани не само за откриване на вече създадена дезинформация и откритите новини и наративи да бъдат проверявани, а и за предварителен анализ кои теми е възможно да бъдат манипулирани, по кои теми може да бъде извършена дезинформация (описаното по-горе *prebunking*), като така ефективността на противопоставянето срещу дезинформацията ще бъде доста по-голяма.

Настоящото изследване демонстрира и новата посока на бягство от отговорност от страна на пишещите, на медиаторите, на създаващите текстове – читателите са онези, които трябва да подбират, анализират, интерпретират текстовете на новините и читателите трябва да взимат решенията за същността на съдържанието им – доколко то е истинно и доколко не и с каква цел то е предоставено на публиката.

Откриването на дезинформация е част от уменията, необходими на всеки днес. Ако следваме максимата на Алвин Тофлър, през XXI век трябва да се отучим, че друг носи отговорност за нас и да се научим, че ние вземаме решенията и ние можем да действаме.

Приноси

1. Езикови приноси
 - 1.1. Систематизиране и дефиниране на терминологията на български език, свързана с дезинформацията
 - 1.2. Анализирание на ренаратива като белег на дезинформацията
 - 1.3. Извеждане на схема, според която да се открива ренаративът автоматично
 - 1.4. Събиране на база от заглавия (малък дейтасет) и анализирание на данни, свързани с ренаратива и дезинформацията
 - 1.5. За първи път се анализират дисклеймърите като феномен в новинарското текстово съдържание.
 - 1.6. За първи път се коментира усвояването на евиденциалите от носителите на езика и от чужденци
2. Интердисциплинарни
 - 2.1. Свързване на темата за дезинформация с редица области на знанието в българската езикова среда
 - 2.2. Предложения за бъдещи изследвания в областта на дезинформацията – социополитически, психологически, транснационални

Бъдеща работа

Социологическо историографско изследване – защо сме свидетели точно на такъв тип фалшиви новини – фалшивите новини като описание на обществото ни. Бъдещо проучване може да се направи по темата как фалшивите новини отразяват съвременното ни. Любопитна гледна точка би била тази да разберем защо сме свидетели на точно такива фалшиви новини.

Да се проведе допълнително изследване на фалшивите новини автоматично с регулярен израз, описващ ренаратива и омонимните му форми.

Анализирайки случаите на поява на дезинформация, могат да се предложат темите, по които предварително може да се очаква дезинформация (*prebunking*).

Не е изследвано миналото причастие и доколко то е свързано с фалшивите новини при заглавия от типа „Дъжд от сигнали срещу свещеник, канил монахини на тройки“²⁶. Подобен анализ би задълбочил темата за ренаратива и дезинформацията.

Докато настоящия текст беше подготвят, се появиха и нови наративи, които са отбранявани и мултиплицирани от различни играчи. Те предоставят и нови посоки за анализ на употребата на ренаратива в контексти на хибридната война в глобален план.

Евентуално изследване за усвояването на ренаратива от децата – кога се случва, на каква възраст, как.

Смесването на жанровете и представянето на политически тези и мнения като абсолютни новинарски истини би могло да бъде анализирано по-задълбочено от социополитическа гледна точка. Тази стратегия – за смесването на жанровете – е дезинформация на различно от езиковото ниво.

Разработване на темата за дисклеймърите, като предупреждение за фалшивите новини.

Евентуално изследване на евиденциалността в диахронен план – проучване на дамаскините като медията на Средновековието и проявлението на евиденциалността там.

Задълбочено изследване на ренаратива в контекста на динамичната семантика.

Изследване на типичните за България наративи, свързани с дезинформацията, но в диахронен план, както и доколко имат езикови характеристики, които да ги отличават от общия поток новини.

Темата за отразяването на научни новини в българските медии заслужава по-задълбочено изследване.

Изследване за промяната на лийда заради социалните медии – лийдът вече не е отговор на важните въпроси, а отвлечено въведение, които събужда още повече предположения отколкото отговори.

Изследване на употребата на сегашно време в индикатив – сегашно предсказно – като за вече случило се събитие или като сигурно бъдеще: „Готвачът на Путин“ праща на Европарламента кървав чук в калъф от цигулка (видео)“ и доколко това е достоверно. Забелязва се тенденция, която си струва да бъде анализирана в контекста на дезинформацията и създаването на излишен медиен шум: под влияние на онлайн медиите, ренаративът отстъпва място на кликбейт заглавията и на заглавията в сегашно време в индикатив, които демонстрират като вече случил се факт информация от бъдещето: „Мъск идва в България“²⁷. Тенденцията е за употреба на сегашно време в индикатив за все по-нереални събития, което прави откриването на дезинформацията още по-сложна. Както

²⁶ <https://novini.bg/show/osemnadeset-plus/756198>

²⁷ <https://bnr.bg/post/101740502/ilon-mask-idva-v-bulgaria>

много наблюдатели отбелязват, докато търсим път да открием дезинформацията, дезинформаторите търсят път да заобиколят правилата, чрез които откриваме, че ни дезинформират. Пример за подобно заглавие е „Извънземните кацат през X-точки“²⁸.

Изследване на създадени с помощта на изкуствен интелект ChatGPT новинарски текстове и езиковите им характеристики.

Благодарности

Благодаря на научния ми ръководител доц. Екатерина Търпоманова за чувството за хумор, за острия ум и за хвърлянето в и ваденето от дълбокото; на доц. Милена Добрева за вдъхновението, за доверието и за подредеността.

Благодаря на моите приятели. Те си знаят.

Благодаря на семейството ми, което си тръгна. Благодаря на семейството ми, което остана.

Това изследване частично е финансирано по проекта GATE по ОП НОИР, договор BG05M20P001-1.003-0002-C01.

XIII. Библиография

Айртън, Ч., Позети, Дж. (2021). *Журналистика, “фалшиви новини” и дезинформация*, поредица на ЮНЕСКО, ред. Павлова, И., ред. Инджов, И. ред. Занкова, Б., София, Издателски комплекс на УНСС, Медии 21.
<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000377660>.

Алексова, К. (2017). Дубитативът и семантичните карти на модалността и евиденциалността. В *Надмощие и приспособяване* (297-306). Факултет по славянски филологии, Софийски университет „Св. Кл. Охридски“.

Вацов, Д. (2016). Това е истина!, Нов български университет

Вацов, Д. (2017). Логика на пропагандата. Първа част., кн. 47, бр 1/2017, Критика и Хуманизъм

Войнова, К. (2017). Ролята на заглавията в онлайн медиите, *Надмощие и приспособяване*, 444-451

Войнова, К. (2019). Манипулация и аргументация в онлайн медиите. *Съвременна лингвистика*, (1), 44-48.

Герджиков, Г. (1984). Преизказването на глаголното действие в българския език, *Наука и изкуство*, София

Ницолова, Р. (2008). Българска граматика. Морфология, УИ „Св. Климент Охридски“

²⁸ <https://telegraph.bg/telegraphplus/novini/astro-izvynzemnite-kacat-prez-h-tochki-idvat-s-izblici-na-energiia.-nasa-gi-naricha-portali-v-magnitnoto-pole-348568>

- Ницолова, Р. (2016). За нарушенията на максимите на Грайс – максима за истинността, (предварителна версия), Форум „Българска граматика“ 2. Унив. изд. „Св. св. Кирил и Методий“, Велико Търново
- Огнянова, Н. (2021) „Няма да има министерство на истината в ЕС“: По следите на едно обещание, Сб. Дезинформацията: Новите предизвикателства, София, Университетско издателство "Св. Климент Охридски", 2021, с. 92
- Осенова, П. (2018). Лингвистични особености на слуховете, Обществените процеси и тяхното отражение в езика. Проблеми на социолингвистиката.
- Полименов, Т. (2018). Истина и смисъл, категории на логическия анализ на езика, УИ „Св. Климент Охридски“, София
- Търпоманова, Ек. (2015). Евиденциалност в балканските езици: български и албански, София
- Aikhenvald, A. Y. (2004). Evidentiality. OUP Oxford.
- Carston, R. (2011). Truth-conditional semantics. *Philosophical perspectives for pragmatics*, 10, 280.
- Bourova, V., & Dendale, P. (2013). Serait-ce un conditionnel de conjecture? Datation, évolution et mise en relation des deux conditionnels à valeur évidentielle. In *Marqueurs temporels et modaux en usage* (pp. 183-200). Brill.
- Dendale, P., Tasmowski, L. (2001). Introduction: Evidentiality and related notions. *Journal of pragmatics*, 33(3), 339-348.
- Duzen, Z. Riveni, M., Aktas, M. (2022). Misinformation Detection in Social Networks: A Systematic Literature Review. In *International Conference on Computational Science and Its Applications* (57-74). Springer
- Jakobson, Roman O. (1957). Shifters, verbal categories, and the Russian verb. Cambridge, MA: Harvard Univ. Press.
- Lewandowsky, S. (2012). *Countering Misinformation and Fake News Through Inoculation and Prebunking*, Bristol, 2012