

Отримано: 19 січня 2020 року

Прорецензовано: 23 січня 2020 року

Прийнято до друку: 29 січня 2020 року

e-mail: svetarybachok@gmail.com

DOI: 10.25264/2519-2558-2020-9(77)-121-124

Рибачок С. М. Лексичні засоби впливу мовної одиниці «фейк». *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: серія «Філологія»*. Острог: Вид-во НаУОА, 2020. Вип. 9(77). С. 121–124.

УДК: 811.111

Рибачок Світлана Михайлівна,
кандидат філологічних наук, доцент
Тернопільський національний економічний університет

ЛЕКСИЧНІ ЗАСОБИ ВПЛИВУ МОВНОЇ ОДИНИЦІ «ФЕЙК»

Стаття привертає увагу до проблеми прихованого інформаційно-та соціо-психологічного впливу мовних засобів на свідомість людини. Виявлено, що прихований вплив домінуючої мовної одиниці «fake news» формується на основі трансформацій денотативно-сигніфікативного зв'язку, зумовленого екстралінгвістичними чинниками. Ефективні засоби впливу лексеми «fake» є порожній денотат, що не відповідає дійсності, дифузний денотат, що позначає різномірні явища та розтягнуті сигніфікати. Лексичними та граматичними засобами впливу даної лексеми є синонімічні засоби, евфемізми на семіотичному рівні та метафори, штамп, міфи та введення експерта на метасеміотичному рівні, що цілеспрямовано використовуються медіа та соціальними онлайн ресурсами.

Ключові слова: вплив мовних засобів, лексичні засоби впливу слова, трансформація денотативно-сигніфікативного зв'язку, порожній, дифузний денотат, медіа та соціальні ресурси.

Svitlana M. Rybachok,
Candidate degree in Philology, Associate professor
Ternopil national economic university

LEXICAL MEANS OF THE LINGUISTIC SIGN «FAKE» TO INFLUENCE PEOPLE

The article focuses on the problem of the latent informational and socio-psychological influence on people by means of linguistic means, aimed at stimulation a person for actions that are contrary to his interests, system of values and/or gaining political advantage or disparage an opponent in online media resources. It is investigated that the latent impact properties of the dominant language unit «fake» is formed by its denotative and signicative meanings transformation caused by extralinguistic factors. The effective means of such exposure are an «empty denotate», which reflects the phenomena and is actualised by the lexical items «fake» in situations when they denote an unreal class of referents; a diffuse denotate denoting heterogeneous phenomena and extended semantic changes in signification when the lexical items «fake» is used to refer to new objects and acquire a new dimensions.

The lexical and grammatical properties of this linguistic unit such as synonyms, euphemisms used on the semiotic level are described. Special metasemiotic extralinguistically motivated means of the linguistic sign «fake» such as metaphors, myths, and expert input are purposefully used in media and social online resources to influence people due to the creator's aim.

Key words: linguistic means, influence by lexical means, denotative-significative transformation, empty denotation, diffuse denotation, media and social resources.

Інформаційно- та соціально-психологічний вплив на свідомість людини за допомогою слова спрямований на спонукання людини до дій, які часто суперечать її інтересам, поглядами, а також на трансформацію мовної та концептуальної картин світу, системи цінностей суспільства в цілому.

Постановка проблеми. Актуальність проблеми пов'язана з тим, що в сучасному інформаційному суспільстві зростає значущість технологій та ролі медійних та соціальних онлайн ресурсів, що сприяють підвищенню уваги суспільства до теорії і практики використання спеціальних засобів, серед яких найважливішим знаряддям впливу на свідомість є мова. Мова соціально-психологічного впливу в таких ресурсах являє собою певну систему комунікації, що володіє необхідним інструментарієм на всіх рівнях мови: від слова до тексту.

У 2017 за версією авторитетного лексикографічного ресурсу Collins English Thesaurus (CET) домінуючим словом року стало «fake news» [13]. Основною причиною ухвалення такого рішення визнано те, що кількість вживань цієї мовної одиниці порівняно з іншими роками зросла на 365% в медіаресурсах та Інтернеті, зокрема, де її вживають для впливу на свідомість користувачів, маніпулювання суспільною думкою громадян. Більше того, дана англомовна одиниця калькувалася і транслювалася у різні сфери життєвої діяльності, як побутові, так і професійні, а також різними мовами світу. З тих пір словосполучення безперервно почали використовувати безліч політичних діячів, зокрема американський президент Д.Трамп, інші світові лідери, журналісти, і пересічні люди. Президент США Д. Трамп у 2018 році три тисячі разів написав у соціальну мережу Twitter. Крім того, 193 рази Д. Трамп згадав «fake news» [4; 12]. Показово, що на запит «fake news» Google видає 5 млн результатів. За неповний перший місяць 2018 року ця фраза була використана близько двох мільйонів разів у Twitter [4; 12].

Мета статті – дослідити лексичні способи та форми впливу мовної одиниці «fake news» / «фейк» на матеріалі англо-мовних та україномовних медіа та соціальних онлайн ресурсів. Зокрема, було проаналізовано українські популярні медіа ресурси Українська правда, Главком, американські медіа та соціальні ресурси Twitter та ін. [4–12].

Огляд останніх досліджень з цієї проблеми. Дослідження лінгвістичного аспекту впливу на суспільну свідомість будується на теоретичних положеннях фундаментального мовознавства. Запропонована Ф. де Соссюром дихотомія мова – мовлення дала основу для визначення онтології впливу на свідомість: номінація та мовна оцінка певного явища не нав'язуються адресанту мовою, а є результатом його вільного вибору. Для вивчення процесу впливу на свідомість істотне теоретичне значення мають також теорія мовного знака (Ч. Морріса, Ф. де Соссюра та ін.); різні концепції взаємодії мови і суспільства (В. Гумбольдта, Е. Сепіра і ін.). У вітчизняних мовознавчих студіях об'єктом аналізу ставали питання маніпу-

лювання словом у ЗМІ (А. А. Данилова), жанрові особливості фейк ньюс (О. В. Грищенко), лінгвальні аспекти вираження неправди (О. І. Морозової), лінгвокогнітивні, комунікативно-прагматичні параметри псевдоновин (Ю. О. Омельчук) ін. [1, 2, 3].

Виклад основного матеріалу. Вплив мовних засобів, на думку А. А. Данилова, базується на: 1) референції, що дозволяє визначити істинність або хибність складових висловлювання через співвіднесеність сигніфікату з денотатом, з об'єктами дійсності; 2) композиції – угрупуванню мовних блоків з метою максимального впливу на аудиторію. Також, дослідник вказує, що на рівні слова найбільш ефективними є лексичні засобами впливу, що базуються на порушенні денотативно-сигніфікативного зв'язку, предметної співвіднесеності, що може мати різні реалізації, які у комплексі позначаються як екстралінгвістично мотивована позиційна заміна [1].

Лексикографічне джерело подає таке визначення мовної одиниці «fake news» у CET – false, often sensational, information disseminated under the guise of news reporting [13]. Аналіз семантичного наповнення лексеми «fake» в її репрезентації лексичними засобами в англійській мові включає такі ознаки:

(а) “такий, що не відповідає дійсності, не достовірний, скопійований неприродний, штучний, синтетичний – гносеологічна ознака, яка експлікується словами not genuine or real; an imitation that is passed off as genuine; artificial, seems unnatural;

(б) з метою ввести в оману” – телеологічна ознака, на яку вказує словосполучення in order to deceive, for dishonest purposes;

(г) кваліфікують дії, предмети, людські емоції, абстрактні сутності – репрезентаційна ознака, що відбивається словами copy, imitate, make, perform, created by human beings;

(г) “негативна оцінність” – аксіологічна ознака, що передається словами dishonest, false, illegal (нечесний, фальшивий, незаконний).

На матеріалі текстів медійних та соціальних ресурсів виявлено такі денотативно-сигніфікативні трансформації мовної одиниці *fake news*, зумовлені екстралінгвістичними чинниками.

1. *Порожній денотат; (фіктивний) денотат*, позначає факти, об'єкти що не існують в реальності, тільки віртуально, в уяві.

До переліків таких фіктивних денотатів, які не позначають нічого в реальності, не мають предметної співвіднесеності, включають величезні списки фейкової інформації: від про-трампівського фейку «*про вашигтонську піцерію, де сексуально розбещували дітей, і яким керувала Гіллари Клінтон*», до російських фейків «*про розп'ятих хлопчиків на Донбасі*» у численних онлайн ресурсах: What is fake news? [7], Russia's top lies about Ukraine [8].

2. *Дифузний денотат*, який позначає різні предмети, або вигадані історії з метою дискредитації «*a catch-all term to discredit all kinds of stories*» [7]. Деякі досвідчені фахівці взагалі відмежовуються від цього мовного знаку на позначення безлічі предметів та явищ. «*Мені ця фраза не подобається через те, що її використовують для опису усього. Чи це спонсорований пост, оголошення, візуальне спонукання, бот у Twitter, чутки, – люди просто використовують його щодо будь-якої інформації, яка їм неприємна*» [5]. “*Fake news*” is a term that can mean different things, depending on the context [14].

3. *Денотат позначає новий сигніфікат*.

На думку деяких психоаналитиків, сигніфікат превалює над денотатом. Тому для людини важливіше відображення предмета в його свідомості, ніж буквальне визначення об'єкта. Відомо, що денотат (у перекладі з французької – «позначати») і сигніфікат (у перекладі з французької – «значити») є двома основними елементами знака. Знак відсилає не до самого предмета, а до представлення про цей предмет. Дослідники вказують, що з часом мовна одиниця «*fake news*» через розмитість і широке значення стала безглуздою, порожньою, яку навіть складно визначити. Адже її почали вживати у значеннях дезінформації, пропаганди, теоретичної змови та помилок [5]. «*Even as the idea of “fake news” becomes more difficult to define, when it's wielded as a tool by the president-elect to sidestep criticism, its rhetorical strength grows and any of its definitions start to seem applicable*» [9].

4. *Сигніфікат може бути віддалений від денотата за допомогою розтягування позначуваного*. Сигніфікат для людини має більшу вагу, ніж буквальне визначення слова. Відображення денотата у свідомості людини – це комплексне явище, що залежить від характеристик комунікації (епохи, культури), від структури повідомлення, від світогляду і культури комунікатора (того, хто передає) про позначуване, наприклад, американський президент назвав: «купою сміття» видання BuzzFeed, яке опублікувало 35-сторінкову доповідь про те, що має компромат на Трампа, котрий відмовився від діалогу з кореспондентом CNN: «*Trump calls CNN ‘fake news’ and BuzzFeed, «failing pile of garbage»*» [9].

3) *Референт* – об'єкт позамовної дійсності, який має на увазі мовець, коли вимовляє певну мовну одиницю, в прагматичних цілях може здійснюватися номінація одухотвореного референта неживим іменником, як у дописі Трампа, у якому він називає журналістів фейком, “*They can make anything bad. Because they are the fake, fake, disgusting news,*” Trump said. [10].

4) Негативні конотації як додаткові компоненти значення мовної одиниці, що доповнює її предметно-логічний зміст суб'єктивними негативними відтінками оцінки, емоційності, експресивності, функціонально-стилістичної забарвленості, а також відтінками, зумовленими соціальними, ідеологічними, культурними, ситуаційними аспектами комунікації; *Disgraceful! Disgusting news, Fake News and bad journalism have caused a big downturn* [12].

Отже, прихований вплив мовної одиниці «*fake news*» формується на основі трансформацій денотативно-сигніфікативного зв'язку, зумовленого екстралінгвістичними чинниками. Найбільш ефективними мовними засобами впливу є порожній денотат, що не відповідає дійсності, дифузний денотат, що позначає безліч різнорідних предметів і явищ та додаткові, розтягнуті сигніфікати.

Спираючись на дослідження А. А. Данилової, розглянемо лексичні та граматичні прийоми і форми впливу мовної одиниці «*fake news*», що використовуються у сучасних медійних та соціальних ресурсах на семіотичному (синонімія, евфемізм, зміна асоціативного поля, спрощення та ін.) і метасеміотичному (метафори, штампи, міфи, введення експерта) рівнях [1].

1. Лексико-семантична варіативність (синонімія): в процесі номінації з метою прихованого впливу комунікатори часто вибирають з семантичного поля слово, найбільш віддалене за змістом від семантичного ядра, а також багатозначне слово,

одне зі значень якого можна «притягнути» до позначення об'єкта номінації, наприклад, *ворожа інформація, фальшиві звіти, неправдива інформація*; : *Top lies, Fake News is the Enemy! Joe Biden repeated his false claim that he opposed the war in Iraq immediately after it began. #DemDebate* [11].

2. Евфемізми, засновані на стійких змінах семантичного поля слова: «*суперечливі відомості з розмитим формулюванням; емоційне, невиважене рішення*»[11].

3. Зміна асоціативного поля слова, що характеризується об'єднанням навколо слова-стимула групи слів-асоціатів. Асоціативний ряд може бути модифікований частотою вживання слова в певному контексті, нагнітанням емоційно маркованих епітетів, повторів, як у прикладі звинувачення Трампом журналіста М. Антоніо і т.д.: *December, 24. 2018. A third rate conman who interviewed me many years ago for just a short period of time has been playing his biggest con of all on Fake News CNN. Michael D'Antonio, a broken down hack who knows nothing about me, goes on night after night telling made up Trump stories. Disgraceful!*[12].

4. Спрощення викладу подій, що редукує сенс висловлювання, у прикладі коли американський президент підтримує С.Сандерс, яку преса гостро критикує: *December, 22. 2018 The reason Sarah Sanders does not go to the "podium" much anymore is that the press covers her so rudely & inaccurately, in particular certain members of the press.... Fake News!* [12].

5. Прагматично навантажені лексичні групи: образи і поняття, що конструюються в онлайн ресурсах за допомогою лексико-граматичних засобів і повторювані в великій кількості з метою навішування певних ярликів як у прикладі негативного відношення американського президента до відомої медійної компанії CNN : *When Jim Acosta, Senior White House Correspondent for CNN, attempted to ask Trump a question, the President-elect refused to answer. "Not you. Your organization is terrible," Trump said. "I'm not going to give you a question, you are fake news."* [9].

7. Прийом, побудований на екстралінгвістично вмотивованій позиційній заміні прирівнювання людей до неживих предметів, подій і явищ у негативному світлі: *«Donald J. Trump December, 27, 2019. This is a very big deal in Europe. Fake News is the Enemy of the People!»* [12].

8. Метафори. Сенс вживання метафори в маніпуляційних цілях зводиться до підміни раціонального обґрунтування судження ірраціональним, а також варіантом аргумента до авторитету, та мають формальні ознаки вираження загальновідомого факту або непорушної істини. Більшість метафор, використовуваних в сучасних онлайн ресурсах, можна звести до відомої дихотомії «добро» – «зло», на їх основі вибудовується опозиція «ми» – «вони/вороги». Наприклад, американський президент трактує фейкові новини як тотальне політичне полювання на відьом, або спосіб звинуватити людей, які критикують його, чи мають протилежну думку «Trump D. Fake News – A Total Political Witch Hunt! [12]. Кембриджський словник надає таке тлумачення *witch hunt – an attempt to find and punish people whose opinions are unpopular and who are said to be a danger to society*: [14]. Відповідно, фейкові новини – це спосіб знайти і покарати людей з непопулярними думками, і переконати суспільство, що вони становлять загрозу.

10. Штампі: судження, які стверджують певне положення яке відтворюється, в той час як в його основі може бути помилкове, бездоказове судження. Наприклад, американський президент переконливо називає «*Fake news*» такі медійні компанії як CNN та інші, які його критикують.

11. Міфи: стійкі вербальні конструкції з широким інтертекстуальним використанням, засновані на положенні, який потребує обґрунтування, і в той же час претендує на статус істинного судження, наприклад, те що фейкові дописи американського президента з метою дискредитації подій, опонентів, журналістів, медійних компаній вже самі стають міфами «*President Donald Trump's "fake news" tweets aimed at discrediting news coverage...*»

12. Уведення експертів, дослідників. Така категорія формується певним набором слів, що мають відповідні конотації: достовірність, точність, доказовість. Думки експертів є функціонально і прагматично зумовленими і можуть наводити різні результати досліджень, рекомендації, наприклад різні дослідження фейкових новин у соціальній мережі Twitter на сторінці американського президента різними експертами, організаціями:

«*a study that suggests President Donald Trump's "fake news" tweets aimed at discrediting news coverage could actually help journalists. The authors of that paper recommend journalists "engage in a sort of news jujitsu, turning the negative energy of Trump's tweets into a force for creating additional interest in news"*;

«*All the president's tweets: Effects of exposure to Trump's 'fake news' accusations on perceptions of journalists, news stories, and issue evaluation*": *From Virginia Tech and EAB, published in Mass Communication and Society. By Daniel J. Tamul, Adrienne Holz Ivory, Jessica Hotter, and Jordan Wolf*;

«*When Trump turns to Twitter to accuse legitimate news outlets of being "fake news," does the public's view of journalists change? Are people who read his tweets less likely to believe news coverage? To investigate such questions, researchers conducted two studies, during which they showed some participants a sampling of the president's "fake news" tweets and asked them to read a news story.* [14].

Висновки. На основі аналізу лексичних засобів впливу мовної одиниці «fake news» виявлені найбільш поширені способи прихованого впливу на свідомість з метою зміни системи цінностей, досягнення політичних цілей: виділення стійкої лексеми, яка позначає фіктивний денотат чи порожній денотат, об'єкти, що не існують в реальності; дифузний денотат, який позначає безліч різних явищ, та розтягнутий сигніфікат, зумовлений екстралінгвістичними чинниками. Лексичними та граматичними засобами впливу даної лексеми, що цілеспрямовано використовуються медіа та соціальними онлайн ресурсами на семіотичному рівні є синонімічні засоби, евфемізми, та метафори, штампі, міфи та введення експерта на мета-семіотичному рівні.

У подальших дослідженнях актуальним є аналіз синтаксичних, логіко-структурних засобів впливу, які моделюють структуру висловлення та підсилюють ефект лексичних засобів впливу мовної одиниці «fake news» на свідомість.

Література:

1. Данилова А. А. Манипулирование словом в средствах массовой информации. М.: Добросвет: КДУ, 2009. 232 с.
2. Грищенко Е. В. Фейк-ньюз как жанр новостного дискурса. *Научный вестник Международного гуманитарного университета*. Серия 5. «Филология». 2014. Вып. 13. С. 220–222.
3. Омельчук Ю. О. Псевдонимы как жанр современного англоязычного медиадискурса: лингвокогнитивный, коммуникативно-прагматический параметры : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Херсон, Запоріжжя. 2018. 22 с.
4. ЗМІ підраховали електронні твіти Трампа. URL: <https://glavcom.ua/news/zmi-pidrahuvali-tviti-trampa-za-2018-rik-557937.html>.
5. Фейкові новини та дезінформація охопили світ. URL: <https://glavcom.ua/world/observe/feykovi-novyni-dezinformaciya-ohopila-svit-i-shcho-z-cim-teper-robiti-467985.html>.
6. Фейкові новини українського інтернету. URL: <https://ms.detector.media/profstandarti/post/5918/2012-10-18-top-8-feikovikh-novin-ukrainskogo-internetu/>
7. What-is-fake-news-pizzagate. URL: <https://www.theguardian.com/media/2016/dec/18/what-is-fake-news-pizzagate>.
8. Russia's top lies about Ukraine part-1. URL: <https://www.stopfake.org/en/russia-s-top-lies-about-ukraine-part-1/>
9. Trump fake news press conference/. URL: <https://www.theverge.com/2017/1/11/14238768/trump-fake-news-press-conference-buzzfeed-cnn>.
10. Donald Trump fake disgusting news. URL: <https://globalnews.ca/news/4370327/donald-trump-fake-disgusting-news>.
11. DemDebate <https://cnn.com/2020/01/17/politics/biden-iraq-kfile/index.html>.
12. [Електронний ресурс]. URL: <https://twitter.com/realDonaldTrump>.
13. (CET) Collins English Thesaurus. URL: <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/fake-news>.
14. (CD) Cambridge Dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/witch-hunt>.
14. Fake news conspiracy theory. URL: <https://journalistsresource.org/studies/society/internet/fake-news-conspiracy-theories-journalism-research/>.