

Корецкая Ольга Владимировна

**ФЕЙКОВЫЕ НОВОСТИ КАК ОБЪЕКТ ИЗУЧЕНИЯ МЕДИАЛИНГВИСТИКИ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СМИ)**

В статье рассматриваются языковые особенности фейковых новостей с точки зрения медиалингвистики. Анализ фейковых новостей в англоязычных СМИ актуален для понимания процесса формирования современного глобального информационного пространства. Делается вывод, что план выражения фейковых новостей более важен, чем их план содержания, поэтому для привлечения внимания читателей в них используются всевозможные языковые средства, такие как, например, метафоры и стилистически маркированная лексика.

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/2/2017/9-1/32.html](http://www.gramota.net/materials/2/2017/9-1/32.html)

Источник

**Филологические науки. Вопросы теории и практики**

Тамбов: Грамота, 2017. № 9(75): в 2-х ч. Ч. 1. С. 118-120. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/2.html](http://www.gramota.net/editions/2.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/2/2017/9-1/](http://www.gramota.net/materials/2/2017/9-1/)

**© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)  
Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [phil@gramota.net](mailto:phil@gramota.net)

Также можно признать, что только слышащие учащиеся осознают механизм зависти *сравнение*, что несвойственно слабослышащим детям, тогда как последним больше знакомо *чувство обиды*, испытываемое в ситуации, когда они хотят иметь то, чего у них нет.

*Список источников*

1. **Ефремова Т. Ф.** Толковый словарь [Электронный ресурс]. URL: <http://www.efremova.info/word/zlost.html> (дата обращения: 25.05.2017).
2. **Зависть** [Электронный ресурс] // Психология и психиатрия. URL: <http://psihomed.com/zavist> (дата обращения: 25.04.2017).
3. **Кора головного мозга: зоны ассоциативные** [Электронный ресурс] // База знаний по биологии человека. URL: <http://humbio.ru/humbio/physiology/000c43c9.htm> (дата обращения: 20.05.2017).
4. **Кузнецов С. А.** Большой толковый словарь русского языка. Изд-е 1-е. СПб.: Норинт, 1998. 1534 с.
5. **Ненависть** [Электронный ресурс] // Психология и психиатрия. URL: <http://psihomed.com/nenavist/> (дата обращения: 09.05.2017).
6. **Ненависть** [Электронный ресурс] // Толковый словарь Дмитрия Ушакова. URL: <http://ushakova-slovar.ru/description/nenavist/35318> (дата обращения: 25.05.2017).
7. **Ожегов С. И., Шведова Н. Ю.** Толковый словарь русского языка. М.: Азбуковник, 1999. 944 с.
8. **Энциклопедический словарь по психологии и педагогике** [Электронный ресурс]. URL: [http://psychology\\_pedagogy.academic.ru/](http://psychology_pedagogy.academic.ru/) (дата обращения: 10.03.2017).

**SEMANTIC-SYNONYMIC FIELD OF THE NOTION “ENVY” IN THE COMMON CONSCIOUSNESS OF HEARING AND HARD-OF-HEARING ADOLESCENTS**

**Kolodina Nina Ivanovna**, Doctor in Philology, Professor  
**Kleimenova Mariya Vyacheslavovna**  
*Voronezh State Pedagogical University*  
*verteria@mail.ru*

**Lyabina Olesya Gennadievna**, Ph. D. in Philology, Associate Professor  
*Tambov*  
*lyabina78@mail.ru*

This article is the result of a psycholinguistic experimental study conducted in groups of hearing and hard-of-hearing adolescents to identify the structure of the notion “envy” in common consciousness. The aim of the work is to construct a semantic-synonymous field, which is a collection of lexical units, obtained by summing words-synonyms and word-associations. The conception of a semantic-synonymic field is confirmed by coinciding units of synonymous and associative fields constructed according to the proposed by students lists. In turn, the revealed coincidences of priority units of semantic-synonymic fields of two groups of adolescents suggest that the thinking processes in the performance of tasks for writing words-synonyms and word-associations occur in the same zone of the cerebral cortex both for hearing and hard-of-hearing respondents. Units that do not have coincidences in the fields characterize the specificity of the thinking of hearing and hard-of-hearing children as two different ways of encoding and decoding information. Units that do not contain semantic features with respect to the investigated notion “envy” are noted, but they are linked in the minds of the respondents with the given word on some other grounds.

*Key words and phrases:* hearing and hard-of-hearing adolescents; structuredness of notion “envy”; conception of semantic-synonymic field; common consciousness.

УДК 8; 811.111

*В статье рассматриваются языковые особенности фейковых новостей с точки зрения медиалингвистики. Анализ фейковых новостей в англоязычных СМИ актуален для понимания процесса формирования современного глобального информационного пространства. Делается вывод, что план выражения фейковых новостей более важен, чем их план содержания, поэтому для привлечения внимания читателей в них используются всевозможные языковые средства, такие как, например, метафоры и стилистически маркированная лексика.*

*Ключевые слова и фразы:* медиалингвистика; фейковые новости; информационная война; информационное пространство; медиадискурс.

**Корецкая Ольга Владимировна**, к. филол. н.  
*Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова*  
*ok0807@yandex.ru*

**ФЕЙКОВЫЕ НОВОСТИ КАК ОБЪЕКТ ИЗУЧЕНИЯ МЕДИАЛИНГВИСТИКИ  
 (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СМИ)**

Термин «фейковые новости», эквивалентом которого в английском выступает словосочетание *fake news*, означающее ложную, недостоверную информацию, появился в англоязычных СМИ сравнительно недавно и получил широкое распространение в 2016-2017 годах. Фейковые новости напрямую связаны

с информационной войной, в цели которой входит искажение фактов для политической пропаганды и манипуляции массовым сознанием, а также создания образа врага.

Оказывая психологическое воздействие на массы, информационная война, прежде всего, осуществляется языковыми средствами. Именно поэтому изучение фейковых новостей представляет интерес с точки зрения медиалингвистики, которая рассматривает язык СМИ как многогранное дискурсивное явление, где все языковые процессы представлены в динамике и отражают современную картину мира [1; 2]. Таким образом, анализ функционально-стилистических особенностей фейковых новостей актуален для понимания роли английского языка в создании глобального информационного пространства, а следовательно, и языкового пространства в целом, которое, с точки зрения когнитивной науки, является «самой важной категорией в восприятии мира человеком» [3, с. 193].

В первую очередь, говоря о взаимосвязи между информационной войной и фейковыми новостями, имеет смысл упомянуть неологизм *hybrid warfare* «гибридная война». По мнению автора статьи *BBC News* «Hybrid Warfare: The New Conflict between East and West» («Гибридная война: новый конфликт между Востоком и Западом»), посвященной отношениям России и Запада, в таком виде «войны» на первый план выходит как раз то, на чем строятся фейковые новости, а именно пропаганда и провокация («where propaganda and provocation take centre stage») [7].

Как следствие, распространение ложных сведений происходит при помощи фейковых новостей, которые получили особую популярность в так называемую «эпоху постправды» (*post-truth age*), когда, согласно данному в Оксфордском словаре определению, эмоциональное восприятие информации и личные убеждения имеют гораздо большее значение в формировании общественного мнения, чем объективные факты [12]. В данном случае языковые единицы *fake news* и *post-truth* становятся своего рода синонимами, поскольку *fake* означает «фальшь, подделку», а *post-truth* – «правду, которая теряет свою актуальность», т.е. ту же самую фальшь и дезинформацию.

Интересно отметить, что прилагательное *fake* в составе словосочетания *fake news* стало не первым, характеризующим недостоверную информацию. Гораздо раньше в том же значении стал использоваться другой синоним *hoax*, возможно, происходящий от сокращения глагола *hocus* «обманывать» [8]. Существительное *hoax* до сих пор активно используется в желтой прессе в различных заголовках, а одной из самых известных сфабрикованных историй стала «The Great Moon Hoax» («Большое лунное надувательство», или «Лунная утка»), опубликованная в 1835 году в газете *The Sun* о жизни на Луне [11].

Лексемы *fake* и *hoax* также образуют одно семантическое поле с существительным *conspiracy*, которое, в свою очередь, входит в состав устойчивого словосочетания *conspiracy theory* «теория заговора». Таким образом, фейковые новости можно рассматривать и как разновидность теорий заговора, преследующих те же самые цели, а именно влияние на массовое сознание путем намеренного искажения фактов и создания ложной картины мира.

Примером таких фейковых новостей в 2016 году во время американской избирательной кампании стала теория заговора под названием *Pizzagate* «Пиццагейт», связанная с подпольной политической организацией, состоящей из членов Демократической партии [9]. С точки зрения медиалингвистики интересна словообразовательная модель данного названия: суффикс *-gate*, который со времен Уотергейтского скандала стал ассоциироваться с любым громким скандалом, добавляется к существительному *pizza* (кодовому слову, связанному с пиццерией, где будто бы происходили встречи тайного общества). В результате возник очередной неологизм, быстро распространившийся в СМИ.

Еще одним синонимом к словосочетанию *fake news* выступает существительное *bombshell*, которое означает неожиданную новость, обычно неприятного характера [6]. Как правило, такие новости отличаются интригующими заголовками, призванными привлечь внимание читателей. Так, например, в заголовке «BOOM! Wikileaks Confirms Hillary Sold Weapons To ISIS» («Сенсация! Wikileaks подтверждает, что Хиллари продавала оружие ИГ») ключевым становится выделенное заглавными буквами существительное *boom* с восклицательным знаком, показывающее, что дальше последует нечто сенсационное: по данным *Wikileaks*, Хиллари Клинтон якобы продавала оружие ИГ [4]. Интересно отметить, что оба слова *bombshell* и *boom* этимологически связаны с громким звуком и ассоциируются с эффектом разорвавшейся бомбы, который пытаются вызвать фейковые новости.

Отличительной чертой фейковых новостей также является использование стилистически маркированной лексики. Например, в заголовке статьи «With Trump in Charge, Climate Change References Purged From Website» («С приходом к власти Трампа упоминания об изменении климата удалены с сайта»), опубликованной в *The New York Times*, ключевым становится глагол *purge* [5]. Обладающий отрицательными коннотациями, он означает целенаправленное удаление информации из источников или насильственное выдворение группы лиц из коллектива. При этом он часто встречается в политическом контексте в значении «проводить чистку (в рядах партии)». В результате авторы статьи подчеркивают, что сразу после инаугурации Дональда Трампа, неоднозначно относящегося к проблеме изменения климата, на официальном сайте Белого Дома «была вычищена» вся информация, касающаяся экологических вопросов. Однако нигде не упоминалось, что с приходом каждого нового президента процедура по изменению информационного наполнения сайта является стандартной, поэтому новость намеренно была преподнесена как сенсационное действие, нацеленное на полное «сжигание мостов» между прежней и новой администрацией.

Эта же тема политической конфронтации поднимается в еще одной фейковой статье в *The Washington Post* под названием «The State Department's entire senior administrative team just resigned» («Все высшее руководство Госдепартамента только что ушло в отставку»), в которой говорится о том, что весь основной состав Госдепартамента США подал в отставку [10]. В самом начале статьи используется библейская метафора *mass exodus* «массовый исход» в отношении высокопоставленных дипломатов, которые не желают работать с Дональдом Трампом. И вновь стандартная процедура смены штатного состава Белого Дома с приходом к власти новой главы преподносится как акция массового протеста.

Таким образом, подытоживая особенности фейковых новостей с точки зрения медиалингвистики, можно сделать следующие выводы. Во-первых, фейковые новости тесно связаны с «эпохой постправды» и теориями заговора, образуя синонимический ряд с такими лексемами, как *hoax*, *post-truth* и *conspiracy*. Во-вторых, фейковые новости отличаются стилистически маркированной лексикой и богатой метафоризацией, поэтому план выражения в данном случае играет гораздо более важную роль, чем план содержания. В-третьих, фейковые новости в целом и в англоязычной прессе в частности, прежде всего, касаются таких глобальных политических событий, как, например, выборы президента США, что показывает их значимость в ведении информационной войны как явления медиадискурса XXI века.

#### Список источников

1. **Александрова О. В.** Язык средств массовой информации как часть коллективного пространства общества [Электронный ресурс] // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования: учебное пособие / под ред. М. Н. Володиной. URL: <http://evartist.narod.ru/text12/07.htm> (дата обращения: 02.07.2017).
2. **Добросклонская Т. Г.** Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ffl.msu.ru/research/publications/dobrosklonskaya/dobrosklonskaya-medialingvistika.pdf> (дата обращения: 02.07.2017).
3. **Лексикографические штудии 2013:** международная коллективная монография / под ред. Н. В. Пятаевой. М. – Берлин: Директ-Медиа, 2015. 219 с.
4. **BOOM! Wikileaks Confirms Hillary Sold Weapons To ISIS** [Электронный ресурс] // Truth Inside of You. 2016. October 7. URL: <http://www.truthinsideofyou.org/boom-wikileaks-confirms-hillary-sold-weapons-to-isis/> (дата обращения: 02.07.2017).
5. **Davenport C.** With Trump in Charge, Climate Change References Purged From Website [Электронный ресурс] // The New York Times. 2017. January 20. URL: [https://www.nytimes.com/2017/01/20/us/politics/trump-white-house-website.html?\\_r=1](https://www.nytimes.com/2017/01/20/us/politics/trump-white-house-website.html?_r=1) (дата обращения: 02.07.2017).
6. <http://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/bombshell?q=bombshell> (дата обращения: 02.07.2017).
7. **Kendall B.** Hybrid warfare: The new conflict between East and West [Электронный ресурс] // BBC News. 2014. November 6. URL: <http://www.bbc.com/news/world-europe-29903395> (дата обращения: 02.07.2017).
8. **Nares R.** A Glossary: Or, Collection of Words, Phrases, Names, and Allusions to Customs, Proverbs, & c., which Have Been Thought to Require Illustration, in the Works of English Authors, Particularly Shakespeare, and His Contemporaries [Электронный ресурс]. URL: [https://books.google.ru/books?id=OjITAAAAQAAJ&pg=235&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.ru/books?id=OjITAAAAQAAJ&pg=235&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false) (дата обращения: 02.07.2017).
9. **Pizzagate conspiracy theory** [Электронный ресурс] // Wikipedia. URL: [https://en.wikipedia.org/wiki/Pizzagate\\_conspiracy\\_theory](https://en.wikipedia.org/wiki/Pizzagate_conspiracy_theory) (дата обращения: 02.07.2017).
10. **Rogin J.** The State Department's entire senior administrative team just resigned [Электронный ресурс] // The Washington Post. 2017. January 26. URL: [https://www.washingtonpost.com/news/josh-rogin/wp/2017/01/26/the-state-departments-entire-senior-management-team-just-resigned/?utm\\_term=.7acfecab15af](https://www.washingtonpost.com/news/josh-rogin/wp/2017/01/26/the-state-departments-entire-senior-management-team-just-resigned/?utm_term=.7acfecab15af) (дата обращения: 02.07.2017).
11. **The Great Moon Hoax of 1835 (text)** [Электронный ресурс] // The Museum of Hoaxes. URL: [http://hoaxes.org/text/display/the\\_great\\_moon\\_hoax\\_of\\_1835\\_text/](http://hoaxes.org/text/display/the_great_moon_hoax_of_1835_text/) (дата обращения: 02.07.2017).
12. **Word of the Year 2016 is...** [Электронный ресурс] // English Oxford Living Dictionaries. URL: <https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016> (дата обращения: 02.07.2017).

#### FAKE NEWS AS THE OBJECT OF STUDY OF MEDIA-LINGUISTICS (BY THE MATERIAL OF ENGLISH MEDIA)

**Koretskaya Ol'ga Vladimirovna**, Ph. D. in Philology  
*Lomonosov Moscow State University*  
*ok0807@yandex.ru*

The article considers the linguistic features of fake news from the point of view of media-linguistics. The analysis of fake news in the English media is topical to the understanding of the process of modern global information space formation. It is concluded that the plan of fake news expression is more important than its content, so to attract the attention of readers there are various linguistic means used in it, such as, for example, metaphors and stylistically marked vocabulary.

*Key words and phrases:* media linguistics; fake news; information war; information space; media discourse.