

НОВЫЕ СЛОВА И ЗНАЧЕНИЯ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ XXI ВЕКА (НА ПРИМЕРЕ ЯЗЫКОВОЙ ЕДИНИЦЫ «ФЕЙК»)

Н.А. Сегал¹, А.Н. Мищенко¹, И.В. Уварова²

¹ Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского, г. Симферополь, Россия

² Кубанский государственный медицинский университет Минздрава России, г. Краснодар, Россия

В статье рассматривается вопрос об особенностях функционирования языковой единицы «фейк» в текстах СМИ различной направленности за период с 2014 по 2022 г. Уделяется внимание исследованиям, посвященным анализу феномена «фейк» как лингвистического, так и нелингвистического понятия для комплексного понимания специфики исследуемой единицы. Новизна исследования видится в том, что впервые предпринята попытка системного и многоаспектного анализа языковой единицы «фейк», активно функционирующей в современных медиа разных типов. Актуальность исследования обусловлена широкой популярностью понятия «фейк», его закрепленностью в языковой картине мира представителей разных культурных традиций, обуславливающей расширение семантико-прагматического, деривационного и метафорического потенциала номинирующей единицы в текстах СМИ. Приводятся определения феномена «фейк» как объекта лингвистических и междисциплинарных исследований. Доказано, что языковая единица «фейк» в текстах русскоязычных СМИ приобретает дополнительную семантику и меняет свой коннотативный фон, обусловленный политическими событиями и прагматическими установками автора медиатекста.

Ключевые слова: фейк, фейк-новости, фейковый, медиакоммуникация, медиатексты, СМИ, манипуляция, языковые средства, коннотация.

Введение

Военно-политические события начала 2022 года, необходимость манипулирования массовой аудиторией, центральная роль интернет-коммуникации при влиянии на адресата делают электронные СМИ мощным инструментом пропаганды, формирующим настроения представителей всего цивилизованного общества. На первый план при этом выходят не факты, а комментарии, а на объективные данные наслаивается субъективная оценка автора медиапродукта. Все это представляет собой идеальные условия для создания фейков, которые наполняют медиaprостранство различных государств и используются как для привлечения внимания отдельных групп лиц, так и для создания определенных настроений на многомиллионных территориях.

Материалы, методы, обзор

Скорость распространения фейков в медиaprостранстве настолько велика, что это понятие, как и само явление, имеет отношение к общественно-политической, социально-экономической, культурной, спортивной и другим сферам деятельности человека. Причиной стремительного распространения фейков, на наш взгляд, является либо нежелание СМИ проверять поступающую информацию, либо, наоборот, желание привлечь внимание потенциального читателя сенсационным заявлением, преимущественно для разного рода

политических или финансовых целей. Чтобы установить подлинность информации, специалисты проходят курсы по выявлению фейков, мессенджеры создают специальные отделы для борьбы с распространением ложной информации, некоторые медиа создают отдельные рубрики для разоблачения фейковых новостей. Отдельное место занимает лингвистическая экспертиза по выявлению фейковой информации, степень которой весьма различна и может быть связана с оценочным суждением. Так, по мнению С.И. Стернина и А.М. Шестериной, занимающихся проблемами анализа текстов на признаки фейковой информации, термин «фейк» применим лишь к новости или сообщению, содержащему эксплицитное либо скрытое сообщение, а само оценочное суждение может быть отнесено к «фейку», так как человек может иметь любое суждение, включая ошибочную оценку. Данный тезис подчеркивает, что оценочные суждения рассматриваются не как факты, а как мнение независимо от признаков недостоверности информации [7, с. 12].

Как показал анализ разного рода медиа и обзор научной литературы, фейк является объектом как лингвистических дисциплин (политической лингвистики, медиалингвистики, риторики), так и междисциплинарных исследований (право, экономика, медицина, социология, реклама и др.). Однако в лингвистических исследованиях, посвященных изучению фейка, предметом анализа стано-

вится феномен «фейк» и фейковые новости как жанр медиакommunikации, как инструмент речевого воздействия на потенциального читателя, как средство социального управления, а «фейк» как языковая единица лишь в отдельных случаях соотносится с темами исследований ученых в различных областях знаний, не становясь объектом комплексного изучения.

Так, в исследовании Д.И. Ляшенко, В.Ю. Меликяна «Феномен «фейк» в системе видов речевого воздействия» (2021) авторами предпринята попытка определения лингвистического статуса рассматриваемого феномена путем рассмотрения речевой модели фейка, а также отграничение фейка от смежных лингвистических явлений (аргументации, убеждения, коммуникативного давления). По мнению авторов статьи, «фейк является некорректным типом речевого воздействия, при котором нарушение норм логоса, пафоса и этоса способствует реализации деструктивного коммуникативного замысла и порождает речевую агрессию в коммуникации» [5, с. 72].

В работе «Языковые особенности фейковых новостей (на материале фейковых новостей о Дональде Трампе и предвыборной кампании США-2020)» А.Р. Бодулевой, Л.Р. Сайфугдиновой, А.С. Салиной выявлены заголовки статей с интегральной семой «фейк», а именно *нечестный, ошибочный, вводящий в заблуждение, беспочвенный, фальшивый*, раскрыта семантика исследуемой единицы [1, с. 471].

В научной статье Р.Я. Кондратьева, Н.Г. Мироновой «Фейк-новости как инструмент социального управления и объект применения методов информационной безопасности» (2020) рассматривается термин «фейк-нюс» как «дезинформирующее сообщение в СМИ, которое вводит аудиторию в заблуждение и обычно решает задачу получить финансовую, политическую или иную выгоду для создателя фейкового сообщения» [3].

Исследователи Н.Н. Кошкарова, Е.С. Бойко в статье «Фейк, я тебя знаю: лингвистические механизмы распознавания ложной информации» (2020) анализируют фейковые новости, функционирующие в различных типах дискурса: рекламном, политическом, научном и др. На основе данного анализа авторы приходят к выводу, что главной особенностью фейков является среда их обитания – медиaprостранство, а также разнообразные цели (от оценки сложившейся ситуации до нагнетания обстановки) [4, с. 77].

На наш взгляд, абсолютно новое понимание термина «фейк» описано в работах Н.Ф. Пономарева, который считает, что «фейки – это медиапродукт в формате новостной журналистики, но с неопределенным истинностным значением, которое конструируется влиятельными акторами и распространяются влиятельными медиаагентами для достижения политических или коммерческих целей, легитимизи-

руются авторитетными новостными медиа и воспринимаются целевыми группами как достоверные новости из надежных источников» [6, с. 60].

Отдельного внимания заслуживают работы, рассматривающие фейк и фейковость в экономике (Г.П. Журавлева, Н.В. Манюхина), фейк в радиоэфире (С.Н. Ильченко), фейк как правовое явление (Р.Б. Головкин, Д.Г. Зыбин, А.В. Ходырев), фейк в медицине (А.Ю. Егоров, М.Л. Зобин, В.В. Кузнецов) и многие другие.

Материалом для исследования послужили русскоязычные тексты с упоминанием слова «фейк», размещенные в различных интернет-изданиях (газетах, журналах, информационных агентствах и др.) за период с 2014 по 2022 г., а также новостные каналы и радио. В процессе исследования выявлено и проанализировано более одной тысячи контекстов с исследуемой языковой единицей «фейк», критерием отбора которых стала ее семантика, метафорический потенциал, деривационные возможности, частеречная принадлежность, вовлечение в языковую игру. Ключевым был метод сплошной выборки независимо от рейтинга издания, его тиража или информационной направленности. В процессе написания статьи были использованы описательный и интерпретационный методы, метод контекстуального анализа, дистрибутивный метод, метод лингвистического моделирования.

Результаты и обсуждения

Обилие современных СМИ как в России, так и за рубежом способствует формированию политического сознания представителя определенной лингвокультуры, а разность интересов отдельных индивидов, социальных групп, национальностей влияет на восприятие информации, которая активно тиражируется во всем многообразии форм и содержания. Так, события февраля 2022 г. в Украине и России повлияли на появление новых смыслов такого языкового факта, как фейк, во всем его многообразии. Сегодня сложно установить происхождение лексемы фейк, так как появляются все новые версии. Проанализировав наиболее объективные, мы определили, что лексема «фейк» (с англ. fake – подделывать, обманывать). Таким образом, «фейк» в русском языке можно понимать как обман, подделку, фальшивку, следовательно, «фейковый» – как ложный, поддельный и синонимичные ему значения.

Обзор лексикографических источников показал, что лексема «фейк» и ее производные входят в объем сленговых единиц, в словарях сочетаемости лексемы «фейк» и «фейковый» отсутствуют. Проанализировав медиатексты из виртуального интернет-пространства, мы обнаружили, что самая широкая сочетаемость наблюдаются у прилагательного «фейковый», которое фиксируется с такими словами, как *аккаунт, сайт, новости, информа-*

ция, ролики, фотографии, личность, со всем тем, что поддается подделке, ложным сведениям. Однако это не полный перечень, а сочетаемостные возможности данной языковой единицы весьма велики и ввиду новых социально-политических реалий активно функционируют в различных словосочетаниях: *США – фейковая страна, с фейковой историей, распространяющая по миру фейковые «ценности», фейковые новости и утверждения...* (livejournal.com, 22.12.2019).

Анализ медиатекстов показал, что в актуальном медиaprостранстве обращает на себя внимание лексическая гиперболизация, предполагающая, что определенная ложь, выдаваемая за факты, является очевидной: *«Комсомольская правда»: США готовят меч, чтобы разрубить «карабахский узел». Это не просто фейк, а дважды или трижды, или даже фейк в квадрате* (Новости – Армения, 07.07.2019); *Фейк в кубе: Readovka подробно объясняет, почему ситуация с мариупольским роддомом является выдумкой* (https://readovka.news, 10.03.2022).

Очевидным представляется тот факт, что в современном медиaprостранстве наблюдается не только активное появление новых слов с компонентом «фейк» (в частности, нами были выделены следующие: гиперфейк, суперфейк, мегафейк, квазифейк, фейкер, фейкерша, фейкист, фейкизм, фейкомет, фейкометчик, фейкометатель, фейкобросатель, фейкосоздатель, фейкотворец, фейкотворец, фейкостроитель, фейкодел, фейкоплод, дипфейк, дефейкизация, фейконуть, фейковать, фейчить, фейтить, фейковиреус, фейкопандемия, фейковид, фейковакцинация, фейковакцина, фейкоизоляция, фейкинг, фейкист, фейкозапуск, украфейк, фейк-операция, фейк-фильм, фейк-трейлер, фейк-контроль, фейк-машина, стопфейк, антифейк), но и создание словосочетаний, со временем превращающихся в устойчивые. Таким устойчивым сочетанием, на наш взгляд, стало сочетание *«фабрика фейков»*, под которым понимается группа людей, создающая и распространяющая лживые материалы о спецоперации в Украине и ситуации в России с февраля 2022 г. по настоящее время. Данное сочетание стремительно распространилось и укрепилось в медиатекстах, что подтверждается сотнями упоминаний в различных новостных сводках: *Украинская «фабрика фейков» продолжает свою работу по ежедневному вбросу в Интернет неправдивых сведений о социально-экономической обстановке в России* (https://ria56.ru, 12.03.2022); *Фабрика фейков: как устоять, когда потоки вранья сбивают с ног?* (https://www.1tv.ru, 27.02.2022). В данном примере речь идет о создании фейка при помощи компьютерной игры с целью фальсифицировать поражение российского истребителя. Приведем еще один пример: *«Фабрика фейков» продолжает атаковать русских матерей и сеять панику* (Первый

русский, 02.03.2022). В данном контексте жертвами сфабрикованной информации о том, что сын якобы попал в плен или вовсе был убит, стали русские матери. Сочетание с ключевым компонентом «фабрика» соотносится с фабричной терминологией и становится средством создания метафорических сценариев: *По каким лекалам шьет фейки тайная фабрика Украины* (https://russian.rt.com, 11.03.2022); *Фабрика фейков. Украина поставила производство лжи на поток* (https://smotrim.ru, 03.03.2022); *Конвейер русофобской лжи. Фабрика фейков рассказывает об украинских и западных фейках, запущенных против России, и о том, как эти фейки делают* (ОК, 20.03.2022); *Украинская фабрика фейков работает на полную мощность* (https://amp.vesti.ru, 01.03.2022); *Технологами таких «фабрик фейков» выступают профессиональные сотрудники спецслужб* (https://newsland.com, 09.03.2022); *Украинские фабрики фейков массово штампуют фальшивые новости, распространяя их среди украинцев и россиян* (https://360tv.ru, 02.03.2022).

В текстах СМИ при использовании ключевой единицы «фейк» наблюдается метафорический перенос на природные явления: *Фейковый дождь – либеральные СМИ и коронавирус* (Просто о политике, 25.03.2020); *Фейковое цунами. Как распознавать фейки про спецоперацию на Украине?* (https://pikabu.ru, 21.03.2022); *Видеоролики о «фейковом снеге» получили широкое распространение в связи с непогодой в Техасе* (REGNUM, 23.02.2021); *Доклад «Беллоны» вызвал шквал фейковых новостей о секретной ядерной катастрофе* (https://bellona.ru, 30.03.2017).

Несомненный интерес вызывает менее популярная, но уже достаточно активная в текстах СМИ разновидность фейка, а именно «дипфейк» (deep learning, «глубокое обучение» + fake «фейк, подделка»), которая представляет собой особый медиаконтент, в котором посредством нейросетей лицо и мимика одного человека заменены на лицо и гримасы другого, чаще – известного, на какой-либо картинке или в видеоролике. Таким примером может послужить дипфейк с участием президента Украины Владимира Зеленского, в котором он якобы призывает украинцев сложить оружие: *Зеленский попал в фейк. Уже несколько недель украинские власти предупреждают украинцев, что им могут встретиться подобные «дипфейки», призывающие их сдаваться* (https://ru.euronews.com, 16.03.2022). О широкой популярности дипфейков свидетельствует следующий контекст: *«В Китае же фактически ставится знак равенства между дипфейками и фейками, и уголовная ответственность предусмотрена за любую публикацию заведомо ложной информации», – отметил эксперт* (Ридус, 13.03.2022); *Кроме того, в 2022 году нас ждет новая большая проблема – дипфейк. Конечно, аб-*

солютно новым назвать это явление сложно, однако его масштаб в наступившем году существенно вырастет (BIS Journal, 05.03.2022).

Можно заметить, что в медиатекстах наряду с лексемой «фейк» в качестве ее дублета употребляется языковая единица «фейк-ньюз» с различными вариантами написания: фейкньюс, фейкньюз, фейк-ньюз, фейк-ньюс, fake news, что подтверждается следующими контекстами: **Фейкньюс** – это опасное оружие, которое может устроить массовые беспорядки, испортить отношения между людьми и странами, сорвать бизнес-планы и обрушить мировые рынки, заявил Дмитрий Песков (Смотрим, 21.05.2021); **Значит, победа будет не за правдой, а за «фейкньюз»?** (Голос Правды, 16.03.2022); **Ранее все «фейк-ньюз»** распространили информацию о том, что ЕС последует за Штатами в этом вопросе. Трамп негодует, что многие лидеры европейских стран отказались «сплотиться» (Pravda.Ru, 09.03.2022); **Напомним, что в России к «фейк-ньюз» относятся гораздо строже, чем в США. Совсем недавно в РФ ужесточили существующие законы, касающиеся фейков и дезинформации...** (Live24, 11.03.2022); **Фейкньюс: импортозамещение остановилось из-за недостатка импортных компонентов** (Известия Мордовии, 13.03.2022); **Запретный лот: как Европа борется с fake news** (Известия, 17.03.2022).

В контексте военно-политических событий февраля–марта 2022 года лексема «фейк» стала пониматься как оружие, средство для осуществления военных действий: **Украина умеет только фейками воевать...** (Фишки.нет, 28.02.2022); **Песков назвал фейки опасным оружием** (<https://www.ntv.ru>, 21.05.2021); **Диверсия: фейки как оружие массового поражения** (ЖЖ, 06.07.2021); **Фейк, как оружие: главное не увлекаться** (Военное обозрение, 02.03.2022); **И в этой новой реальности эффект от фейка может быть не меньше, чем от разорвавшейся бомбы** (Новости России, 07.03.2022).

Исследуемая единица «фейк» может употребляться в сочетании с адъективами, как правило, в значении признака по действию либо с субъективной оценкой: **Ядерный фейк** (<http://www.compromat.org>, 11.05.2015); **За «военные» фейки и призывы к санкциям вводится уголовная ответственность** (Вести.ру, 04.03.2022); **«Это большой фейк»: Киев ответил на сообщения о планах сбросить «грязную бомбу» на Россию** (SOVA, 26.02.2022); **Наглый фейк: Европейский суд признал документы по Катыни подделкой** (11.12.2018); **А хакерские провокационные фейки, направленные на демонизацию российских военных, считаю отвратительной ложью. Российская армия всегда была освободителем** (Заря 32, 11.03.2022); **Нарва взяла на вооружение географический фейк** (Современное обозрение, 07.06.2022); либо притяжательные прилагательные: **Но в отличие от порошковских**

фейков с паспортами и обломков автобуса, тема обмена не фейковая, не закрыта и актуальность не потеряла (Свободная Пресса, 31.08.2021); **Слишком много деталей, слишком странные вещи произносят задействованные люди, слишком неубедительны аргументы «против», и никто даже не пытается всерьез крикнуть что-то в духе трамповского «fake news!»** (<https://www.sport-express.ru>, 20.07.2018).

Обращает на себя внимание широкое использование в актуальном медиaprостранстве динамических глаголов, наделенных следующими характеристиками:

1. Процесс создания недостоверной информации: **Как украинская «фабрика лжи» плодила фейки под надзором Запада** (<https://ren.tv>, 07.03.2022); **Фейки штампуют на фабриках лжи** (<https://smoldaily.ru>, 10.09.2021); **О том, как клепают фейк «сенсации» в азербайджанской прессе** (<https://infoteka24.ru>, 21.02.2021); **По словам заместителя председателя Совбеза, фейки «стряпают» за огромные деньги пиар-агентства и фабрики троллей** (Гасс, 05.04.2022); **Фейки фабрикуются на Украине и в некоторых странах Запада чуть ли не ежеминутно** (<https://ren.tv>, 07.03.2022); **Разоблачение каждый день: Киев лепит фейки из всего подряд** (<https://www.vesti.ru>, 17.04.2022).

Проанализируем ключевые глагольные единицы, вступающие в синтагматические отношения с лексемой «фейк». Так, глагол **плодиться** во втором значении фиксируется с пометой «разговорное» и закреплен в сознании носителей русского языка с негативной коннотацией («2. перен. разг. Возникать, появляться во множестве» [2, с. 214]). Глагол **штамповать** во втором значении также фиксируется с пометой «разговорное» и моделирует контексты с негативной коннотацией («2. перен. разг. Делать что-либо по общепринятым, избитым образцам, шаблонно» [2, с. 813]). В медиатекстах глагол **клепать** представлен оттенком третьего значения («II несов. неперех. разг.-сниж. Клеветать, наговаривать на кого-либо [2, с. 517]) и характеризуется резко негативной коннотацией. Глагол **стряпать** представлен в контекстах в значении 2 («2. перен. Создавать что-либо наскоро, кое-как, небрежно [2, с. 745]). Лексема **фабриковать** определяется как «2. перен. Создавать, производить и распространять что-либо ложное, предосудительное, неблагоприятное [2, с. 637]. Глагол **лепить** в контекстах используется как оттенок к четвертому лексико-семантическому варианту в значении «II несов. перех. разг.-сниж. Делать что-либо одинаковое (обычно нежелательное или малоприятное), многократно, одно за другим [2, с. 618].

Все представленные глаголы объединяют следующие характеристики: они являются динамичными, в контекстах представлены перенос-

ными значениями, зафиксированными в лексико-графической практике и закрепленными в русском языковом сознании и имеют негативную коннотацию.

2. Процесс распространения ложной информации: *Фейки разлетаются как горячие пирожки: как уберечь себя от недостоверной информации в Интернете* (<https://texterra.ru>, 17.05.2021); *Почему фейки распространяются быстрее правдивых новостей* (<https://rg.ru>, 02.05.2020); *Мы ясно видим, как легко разносятся фейки* (<https://old.oprf.ru>, 10.02.2021); *Для чего тиражируются украинские фейки и каких информационных вбросов можно ждать в ближайшее время* (<https://iz.ru>, 13.07.2022); *Киев множит фейки о ситуации на Запорожской АЭС* (<https://mfd.ru>, 01.07.2022). Большинство указанных глаголов также фиксируются в «Толково-словообразовательном словаре» под ред. Т.Ф. Ефремовой в переносном значении и широко закреплены в языковой картине мира носителей русского языка: *Разлетаться* 1. || перен. разг. Делаться известным многим; широко распространяться [2, с. 789]; *Распространяться* 1. || перен. разг. Появляться в большом количестве; размножаться [2, с. 954]; *Разноситься* || перен. разг. Распространять среди многих; разглашать [2, с. 879].

Таким образом, можно говорить о моделировании негативно коннотированного медиаобраза не только с опорой на стержневую единицу *фейк*, но и с учетом его контекстного окружения.

Лексема *фейк* получила широкое распространение в текстах СМИ не только как отдельная языковая единица, но и в составе устойчивых выражений из различных сфер без трансформации компонентов либо при помощи замещения, усечения, дополнения компонентов устойчивой конструкции: *Фейк или не фейк, вот в чем вопрос?* (<https://adi19.ru>, 19.07.2022); *Новость или фейк – вот в чем вопрос* (<https://www.comnews.ru>, 22.03.2022); *Фейков бояться – в Интернет не ходить* (Коммерсант, 01.07.2021); *Что такое фейк и как с ним бороться?* (Партнер, 02.04.2022); *Фейк на хлеб не намажешь* (sb.by, 22.06.2022); *Фейку – фейковая смерть* (Вечерняя Москва, 21.12.2020); *Семь фейков на неделе: учимся находить «fake news»* (Образование, 30.10.2019); *Фейк посеешь – штрафы пожнешь. Наказуемо ли сеяние паники?* (Ставропольские ведомости, 25.09.2018); *Фейки по осени считают. Что приготовили кибермошенники россиянам в локдаун* (<https://rspectr.com>, 08.11.2021); *Тысяча и один фейк* (Известия, 12.11.2021); *Мы наш, мы новый фейк построим* (Фонд Норванк, 15.09.2018). Такие элементы языковой игры характеризуются высокой степенью узнаваемости, яркой образностью и широким манипулятивным потенциалом.

Заключение

Анализ семантико-прагматических особенностей языковой единицы «фейк» позволяет выявить характерные особенности моделирования контекстов, содержащих заведомо ложную информацию, способствует процессу формирования положительного или негативного отношения к происходящим событиям и ситуациям и их оценке. Наряду с устоявшимися и стереотипными контекстами и создаваемыми ими образами в массмедийных текстах реализуются и новые, нетипичные значения, которые позволяют по-новому охарактеризовать определенные политические, экономические и иные действия, их отражение в актуальном медиапространстве. Специфика реализации ключевой единицы «фейк», определяемая лингвистическими и экстралингвистическими фактами, свидетельствует о значимости данного явления и номинирующего его слова, вариативности ее коннотации, обусловленной прагматическими установками адресанта и его предпочтениями, а также целевой аудиторией медиапродукта.

Благодарности: Исследование выполнено при финансовой поддержке РНФ № 22-28-00064 «Теория и методика метафорического моделирования образа полиции в электронных СМИ России, Украины и Белоруссии: аксиология, эволюция, ситуационная динамика, прагматика».

Литература

1. Бодулева, А.Р. «Языковые особенности фейковых новостей (на материале фейковых новостей о Дональде Трампе и предвыборной кампании США-2020) / А.Р. Бодулева, Л.Р. Сайфутдинова, А.С. Салина // Вестник Марийского государственного университета. – 2020. – Т. 14, № 4. – С. 466–473.
2. Ефремова, Т.Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный: Св. 136000 словар. ст., ок. 250000 семант. единиц: в 2 т. / Т.Ф. Ефремова. – М.: Рус. яз., 2000.
3. Кондратьев, Р.Я. Фейк-новости как инструмент социального управления и объект применения методов информационной безопасности / Р.Я. Кондратьев, Н.Г. Миронова // Современные технологии управления. – 2020. – № 1 (91). – <https://sovman.ru/article/9106/>.
4. Кошкарлова, Н.Н. «Фейк, я тебя знаю: лингвистические механизмы распознавания ложной информации» / Н.Н. Кошкарлова, Е.С. Бойко // Политическая лингвистика. – 2020. – № 2 (80). – С. 77–82. DOI 10.26170/pl20-02-08Ф.
5. Ляшенко, Д.И. «Феномен «фейк» в системе видов речевого воздействия» / Д.И. Ляшенко, В.Ю. Меликян // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. – 2021. – № 3. – С. 63–74.

6. Пономарев, Н.Ф. Фейковые новости в информационной войне // *Филология в XXI веке.* – 2019. – №2 (4). – С. 54–64.

7. Стернин, И.А. Маркеры фейка в медиа-текстах / И.А. Стернин, А.М. Шестерина. – Воронеж: ООО «Ритм», 2020. – 34 с.

Сегал Наталья Александровна, доктор филологических наук, доцент, доцент кафедры русского, славянского и общего языкознания, Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского (Симферополь), natasha-segal@mail.ru; ORCID: 0000-0002-8213-5050

Мищенко Анна Николаевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры русского, славянского и общего языкознания, Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского (Симферополь), anutik-anutik18@mail.ru; ORCID: 0000-0002-7088-0942

Уварова Ирина Викторовна, кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой лингвистики, Кубанский государственный медицинский университет Минздрава России (Краснодар), mi46@rambler.ru; ORCID: 0000-0002-9378-4494

Поступила в редакцию 22 марта 2022 г.

DOI: 10.14529/ling220305

NEW WORDS AND MEANINGS IN THE RUSSIAN LANGUAGE OF THE 21st CENTURY (BASED ON THE LANGUAGE UNIT “FAKE”)

N.A. Segal¹, natasha-segal@mail.ru, orcid.org/0000-0002-8213-5050

A.N. Mishchenko¹, anutik-anutik18@mail.ru, orcid.org/0000-0002-7088-0942

I.V. Uvarova², mi46@rambler.ru, orcid.org/0000-0002-9378-4494

¹ The Vernadsky Crimean Federal University, Simferopol, Russian Federation

² Kuban State Medical University, Krasnodar, Russian Federation

The functional peculiarities of the language unit “fake” in media texts of various directions for the period from 2014 to 2022 are considered. Attention is paid to the studies devoted to analyzing the phenomenon of “fake” as a linguistic and non-linguistic concept for a comprehensive understanding of the specifics of the unit under study. The novelty of the research is seen in an attempt to systematically and comprehensively analyze the language unit “fake”, which is actively functioning in modern media of various types. The relevance of the research is due to the wide popularity of the concept of “fake”, its fixation in the linguistic worldview of representatives of different cultural traditions, which determines the expansion of the semantic-pragmatic, derivational and metaphorical potential of the nominating unit in the texts of the media. Definitions of the phenomenon of “fake” as an object of linguistic and interdisciplinary research are given. The research results prove that the language unit “fake” in the texts of Russian-language media acquires additional semantics and changes its connotative background due to political events and pragmatic attitudes of the author of the media text.

Keywords: fake, fake news, media communication, media texts, mass media, manipulation, language means, connotation.

Acknowledgements: The study was carried out with the financial support of the RNF No. 22-28-00064 “Theory and methodology of metaphorical modeling of the image of the police in the electronic media of Russia, Ukraine and Belarus: axiology, evolution, situational dynamics, pragmatics”.

References

1. Boduleva A.R., Saifutdinova L.R., Salina A.S. [Linguistic Features of Fake News (based on the Material of Fake News about Donald Trump and the US Election Campaign 2020)]. *Vestnik Marijskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of Mari State University], 2020, vol. 14, no. 4, pp. 466–473. (in Russ.)
2. Efremova T.F. *Novyy slovar' russkogo yazyka. Tolkovo-slovoobrazovatel'nyy* [Russian New Dictionary. Explanatory Derivational]. Moscow, Russian Language Publ., 2000.
3. Kondratiev R.Ya., Mironova N.G. [Fake News as a Tool of Social Management and an Object of Application of Information Security Methods]: *Sovremennye tehnologii upravlenija* [the Modern Management Technologies], 2020. No. 1 (91). Access mode: <https://sovman.ru/article/9106>. (in Russ.)
4. Koshkarova N.N., Boyko E.S. [Fake, I know You: Linguistic Mechanisms for Recognizing False Information]: *Politicheskaja lingvistika* [Political Linguistics], 2020, no. 2 (80), pp. 77–82. DOI 10.26170/pl20-02-08F. (in Russ.)

5. Lyashenko D.I., Melikyan V.Yu. [The Phenomenon of “Fake” in the System of Types of Speech Influence]. *Aktual'nye problemy filologii i pedagogicheskoy lingvistiki* [Actual Problems of Philology and Pedagogical Linguistics], 2021, no. 3. pp. 63–74. (in Russ.)

6. Ponomarev N.F. [Fake News in the Information War]: *Filologija v XXI veke* [Philology in the XXI Century], 2019, no. 2 (4), pp. 54–64. (in Russ.)

7. Sternin I.A., Shesestina A.M. *Markery fejka v mediatekstah* [Fake Markers in Media Texts]. Voronezh: Rhythm Publ, 2020. 34 p.(in Russ.)

Natalya A. Segal, Doctor of Philology, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Russian, Slavic and General Linguistics, V.I. Vernadsky Crimean Federal University (Simferopol), natasha-segal@mail.ru; ORCID: 0000-0002-8213-5050

Anna N. Mishchenko, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor of the Department of Russian, Slavic and General Linguistics, V.I. Vernadsky Crimean Federal University (Simferopol), anutik-anutik18@mail.ru, ORCID: 0000-0002-7088-0942

Irina V. Uvarova, Candidate of Philological Sciences, Head of the Department of Linguistics, Kuban State Medical University (Krasnodar); ORCID: 0000-0002-9378-4494

Received 22 March 2022

ОБРАЗЕЦ ЦИТИРОВАНИЯ

Сегал, Н.А. Новые слова и значения в русском языке XXI века (на примере языковой единицы «фейк») / Н.А. Сегал, А.Н. Мищенко, И.В. Уварова // Вестник ЮУрГУ. Серия «Лингвистика». – 2022. – Т. 19, № 3. – С. 35–41. DOI: 10.14529/ling220305

FOR CITATION

Segal N.A., Mishchenko A.N., Uvarova I.V. New Words and Meanings in the Russian Language of the 21st Century (based on the language unit “fake”). *Bulletin of the South Ural State University. Ser. Linguistics*. 2022, vol.19, no. 3, pp. 35–41. (in Russ.). DOI: 10.14529/ling220305
