

Омельчук Ю. О.,

аспірант кафедри англійської мови та методики її викладання
Херсонського державного університету

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНА СПЕЦИФІКА ВЕРБАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПТУ *LIE* В МЕДІАДИСКУРСІ (НА МАТЕРІАЛІ АНГЛОМОВНИХ ПСЕВДОНОВИН)

Анотація. У статті на матеріалі англійських «фейкових новин» описано прямі номінації концепту *LIE* – лексеми *lie, lying, deceit* – та когнітивні механізми творення непрямих засобів його номінації; виявлено та структуровано логіко-поняттєвий шар концепту *LIE*, що складається з чуттєво-образного ядра та базового шару, який репрезентовано через ближню і дальню периферію. З'ясовано, що концепт *LIE* моделюється як багатомірне інтегративне ментальне утворення та об'єктивується в медіадискурсі з метою реалізації авторської інтенції впливу на адресата. Визначено особливості вербалізації концепту *LIE* у руслі лексико-семантичного параметру.

Ключові слова: медіадискурс, псевдонovina, «фейк», концепт, структура концепту, ядро, периферія.

Постановка проблеми. Концепт *LIE* (НЕПРАВДА, ОБМАН) репрезентується як один із найбільш культурно і соціально значущих компонентів концептосфери сучасної людини. Керуючись визначенням О.С. Кубрякової, за яким концепт є «одиницею мислення та інформаційної структури, що відображає знання й досвід людини», «одиницею національної свідомості» [1], під концептом *LIE* ми розуміємо виражену вербальними і невербальними знаками сукупність певним чином організованих знань і уявлень мовців про явище обману, маніпулювання інформацією, приховування правди чи навмисне повідомлення неправдивих фактів. У сучасній науковій парадигмі знань вивчення концептів є неабияк актуальним у межах різних видів дискурсу, однак вивчення концепту *LIE* у медіадискурсі поки що не отримало належного висвітлення.

Обман стає нині досить поширеним феноменом в інформаційному просторі, зокрема медійному. Будучи одним із жанрів інфотейнменту, що має розважальний характер та передбачає «створення масовокомунікаційного впливу на аудиторію» [2, с. 239], псевдонovини або «фейкові новини», займають значну частину сучасного медіадискурсу і здійснюють потужний щоденний вплив на реципієнтів.

Значна увага до вивчення концепту *LIE* у медіадискурсі зумовлена тим, що він становить найбільш вичерпний і комплексний контекст реалізації зазначеного концепту, в якому наявні показові ситуації його вияву, що конкретизують різноманітні характеристики явищ обману, маніпуляції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У сучасній лінгвістиці дискурс як ситуативно зумовлена розмовно-мовленнєва діяльність досліджується у працях Н.Д. Арутюнової, О.С. Кубрякової, І.С. Шевченко тощо. Специфіку реалізації концепту як ментальної одиниці у дискурсивній діяльності розглядають Л.Р. Безугла, М.М. Болдирев, В.І. Карасик, О.І. Морозова, М.В. Нікітін, Й.А. Стернін, І.С. Шевченко та інші вітчизняні і закордонні науковці.

Представники лінгвокогнітивного підходу – В.І. Карасик, З.Д. Попова, Й.А. Стернін – зосереджуються на описі та моделюванні структури досліджуваного концепту як глобальної ментальної одиниці концептосфери сучасної людини.

В умовах посиленого інтересу до вивчення дискурсу та його видів медіадискурс, що дедалі більше популяризується та глобалізується, вирізняється значущістю у системі аксіологічних орієнтирів аудиторії та засобами маніпулювання суспільними думками.

Апелюючи до читацької, глядацької аудиторії чи слухачів у Інтернет-мережі, журналісти-автори псевдонovин використовують певні лінгвістичні механізми з метою впливу на адресатів та формування їх поглядів і переконань, зміну уподобань. Тим самим привертають увагу до важливих суспільних проблем, висміюють деякі ганебні явища, поширені у певній спільноті, дезінформують і провокують громадськість, впливають на свідомість і навіть сіють паніку, розпалюють ворожнечу. За таких умов концепт *LIE* несе певне ідеологічне навантаження, що, в свою чергу, посилює актуальність його дослідження для виявлення взаємозв'язків мови і соціуму, мови та ідеології.

Метою статті є здійснення лексико-семантичного аналізу одиниць, що вербалізують логіко-поняттєвий шар структури концепту *LIE* (НЕПРАВДА, ОБМАН) на матеріалі англійського фейкового новинного контенту в умовах сучасних реалій розвитку суспільної міжкультурної комунікації та масової інформації.

Виклад основного матеріалу. Дослідження медіадискурсу сприяє визначенню особливостей мислення та реагування окремих мовців і груп людей, реципієнтів певних медіапродуктів, а також дає змогу простежити методи впливу на аудиторію. Сучасний медіадискурс є сферою функціонування мови, в якій спостерігаються інтенсивний розвиток та стійка тенденція до нових трансформаційних процесів. Реагуючи на будь-які інноваційні процеси, що відбуваються у суспільстві, медіадискурс вказує на розвиток соціуму, його позитивні і негативні зміни у визначений період часу. Вибір певної мовної одиниці, граматичної форми або конструкції не лише свідчить про мовний смак, мовні уподобання та звички окремих людей, а й сигніфікує мовні навички окремих класів і соціальних груп, тобто усього суспільства певного історичного періоду [3, с. 220].

Медіадискурсом (медійним, мас-медійним дискурсом) вважають реальність, створену засобами масової комунікації, що опосередковують продукування, зберігання і поширення суспільно важливої інформації [1, с. 15]. В епоху активного прогресу людства та розвитку інформаційних технологій медіадискурс є провідним типом дискурсу, що забезпечує безперервну комунікацію суспільства. Сучасні мас-медіа є одним з ефективних засобів впливу на формування суспільної думки та прийняття певних рішень. Особистісні, професійні та соціальні

стосунки комунікантів невіддільні від медіадискурсу, що здебільшого використовується з метою досягнення відповідного перлокутивного ефекту.

До детермінантних ознак медіадискурсу належать: 1) групова співвіднесеність (адресант поділяє погляди своєї групи); 2) публічність (відкритість, орієнтованість на масового адресата); 3) дисенсна орієнтованість (створення протиріччя з подальшою дискусією); 4) інсценування і масова спрямованість (вплив на кілька груп одночасно) [4, с. 27–40].

Підтримуємо думку А.М. Максюті, що жанри медіадискурсу розрізняють за цілями впливу на аудиторію, широтою висвітлення реальності, засобами образної виразності, глибиною аналізу та широтою узагальнення. Традиційно виділяють інформаційні, аналітичні та художньо-публіцистичні жанри. До інформаційних жанрів відносять новину, замітку, інтерв'ю, бесіду, репліку, коментар, репортаж, звіт та ін.; до аналітичних – статтю, бесіду, кореспонденцію, рецензію, проблемне та портретне інтерв'ю та ін., до художньо-публіцистичних – нарис, фейлетон, памфлет, пародію тощо [5, с. 199].

Час та сучасні соціальні потреби суспільства диктують нові вимоги до засобів масової інформації. Цим зумовлена поява нових медійних жанрів, зокрема розважальних. У межах інфотейнменту, особливості якого полягає у використанні різноманітних прийомів привернення уваги реципієнтів та актуалізації другорядних новин, на особливу увагу заслуговують псевдоновини або фейки.

«Фейк» (від англ. *fake*) означає обман, підробку, фальсифікацію. У журналістиці це поняття використовується з метою позначення неправдивої інформації. «Фейк» – це спеціально створена новина, подія чи журналістський матеріал, який містить неправдиву або перекручену інформацію, що дискримінує певну людину чи групу осіб в очах аудиторії [6, с. 185]. Це явище має довгу історію, але нині характер і масштаби його поширення сприяли появі нової якості – постправдивої політики [7]. Саме прикметник *post-truth* (*постправдивий*) визнано словом 2016 р. в Оксфордському словнику [8]. Як «постправдиві» розуміються обставини, за яких об'єктивні факти менш впливові в формуванні громадської думки, аніж апеляції до емоцій та особистих переконань. Саме такий постправдивий світ, наповнений хибною інформацією, підживлює прийняття ірраціональних рішень та процвітання популізму. За даними дослідницького центру New Research Center, 64% американців визнали, що фейкові новини збивають їх із пантелику [7].

Псевдоновини вербалізуються в медіадискурсі через перекручення фактів, їх фальсифікацію або замовчування. Будь-які маніпулювання інформацією заради досягнення певної мети є обманом. Систематизація типів маніпуляції, за С. МакКорнаком, дає змогу виокремити такі види обману:

- маніпулювання якістю інформації (фальсифікація деяких фактів, навмисне приховування правди);
- маніпулювання кількістю інформації (приховування частини правди або нашарування недостовірної інформації на правдиві факти);
- повідомлення двозначної, нечіткої інформації;
- замовчування – повне приховування правди;
- спотворення – навмисне повідомлення неправдивої інформації [9].

Знання людини про неправду та обман підводяться під знак концепту LIE (НЕПРАВДА, ОБМАН) та актуалізуються у тексті псевдоновин лексичними одиницями на позначення брехні.

Процес формування лексичних номінацій неправди проходить через стадії категоризації (порівняння ментальної репрезентації одноразової події з «еталоном», усталеною схемою нормативної комунікативної події), схематизації (абстрагування релевантних ознак комунікативної події неправди), композиції (об'єднання цих ознак), закорінення концепту неправди – процесу, що завершується його символізацією, тобто поєднанням з певною мовною формою [10, с. 61].

Автори «Краткого словаря когнитивних термінів» розглядають концепти як ідеальні абстрактні одиниці, смисли, якими оперує людина в процесах мислення і які відображають зміст досвіду і знання, зміст результатів усієї діяльності людини і процесів пізнання нею навколишнього світу у вигляді певних одиниць, «квантів знання». При цьому наголошується, що зміст концепту включає інформацію про те, що індивід знає, припускає, думає, уявляє про певний елемент світу. Концепти зводять усе різноманіття спостережуваних явищ в єдине ціле, певні, вироблені суспільством категорії і класи [11, с. 90].

В.І. Карасик пропонує вважати концепти первинними культурними утвореннями, виразом об'єктивного змісту слів, які мають сенс і тому трансльовані в різні сфери буття людини, зокрема у сфери понятійного, образного та діяльнісного освоєння світу [12, с. 102].

Концепт LIE як компонент медіадискурсу є однією з найбільш значущих одиниць концептосфери сучасної людини й усього соціуму, оскільки він є практично наскрізним у сучасній комунікації.

О.І. Морозова зазначає, що в лексемі *lie* неправда може бути представлена як ОБ'ЄКТ, СЕРЕДОВИЩЕ та ПОДІЯ, організуючим центром яких постає концепт ЛЮДИНА [13].

Концепт LIE має трикомпонентну структуру – понятійний, образний та ціннісний складники (за В.І. Карасиком). Проте у фокусі нашої уваги лише логіко-поняттєвий шар зазначеного концепту, особливості якого простежуємо на вербальному рівні через систему парадигматичних і синтагматичних відношень одиниць англійської мови. Визначення лексико-семантичних особливостей концепту LIE здійснюється через виокремлення денотатно-сигніфікативного центру семантичного поля *lie*.

Семантичний аналіз лексеми *lie*, котра належить до загальноновживаної лексики, дає змогу стверджувати, що її денотатно-сигніфікативний центр представлено неправдивим твердженням.

Так, наприклад, Longman Dictionary of Contemporary English подає таку загальноприйнятну дефініцію: *an untrue or deceptive statement deliberately used to mislead* – неправдиве чи оманливе твердження, що навмисно використовується для введення в оману [14].

У словнику English Oxford Living Dictionary виявлено 3 значення заявленої лексеми: шлях, напрям чи позиція, коли про щось обманюють – *the way, direction, or position in which something lies*; положення, в яке ставиться м'ячик для гольфу, особливо для зручності наступного удару – *position in which a golf ball comes to rest especially as regards the next ease of the next shot*; заїгн або укриття для тварин – *the lair or place of cover of an animal* [15]. Дві останні семми не описані в інших словниках, що є свідченням того, що через дуже вузьку специфіку вживаності ці значення не є актуальними.

Таким чином, ядром концепту LIE як прототипової одиниці з найбільшою чуттєво-наочною конкретністю, що може бути як загальнонародною, так і груповою й індивідуальною, виступає

концептуальна ознака *неправда, обман* – *something that you say or write that you know is untrue*, а периферію становлять усі інші ознаки. Саме ця ядерна концептуальна ознака зафіксована і у дефініціях лексики *lie*, що визначається як «те, що суперечить правді, істині; брехня» і має винятково негативне значення в українських тлумачних словниках [16, с. 774].

Лінгвостилістичний аналіз текстів англomовних фейкових новин засвідчив, що концепт LIE вербалізується за допомогою таких лексичних одиниць: *bluff, canard, deceit, distortion, exaggeration, fable, fabrication, fairytale, falsehood, fib, fiction, half-truth, humbug, misinformation, myth, pose, prevarication, slander, story, tale, untruth, whopper*.

На синтагматичному рівні сполучуваність лексичної одиниці *lie* презентується поєднанням із такими частинами мови, як дієслово, прикметник, іменник: *to tell a lie, to believe a lie, to live a lie, a white lie, a big lie, a pack of lies, a lot of lies*.

Метафоричний спосіб вербалізації та семантизації концепту LIE є доволі продуктивним у сучасному англomовному медіадискурсі, зокрема у його псевдоновинному контенті. Про це свідчить наявність цілої низки синонімів із відповідною негативною конотацією (*lying, fable, fairytale, false, invention, misinterpretation, prevarication, whopper*). У метафоричному контексті синонімічні слова на позначення лексики *lie* та похідні словосполучення мають негативне значення і формують протилежне позитивному ставлення до зазначеного явища у свідомості реципієнта: *the lie of the land* – абсолютна неправда, маячня; *give the lie to something* – обманювати, брехати; *live a lie at live* – жити в брехні; *give the lie to* – спростовувати; *lie in one's throat* – нахабно брехати [17].

Базові шари концепту (семми), тобто сукупність його концептуальних ознак (сем) ототожнюються з базовими семантичними ознаками слова-імені концепту, що виводяться через аналіз дефініцій, синонімічного та антонімічного рядів, прикладів його актуалізації у тексті. Так, аналіз базової номінації концепту LIE у текстах англomовних псевдоновин сприяв виокремленню таких сем на позначення: процесу обману (*managed to give the lie to authority; I had been living a lie*), його часопросторових ознак (*he's telling modern lies, just fairy tale of the previous century, the lie of the land*), кількісних характеристик (*speaking*

about a pack of lies, too much lies), міри і ступеня вияву (*try to avoid a half-truth, it was a "big lie"; a bald-faced lie ever; the whole thing was a complete lie; obviously lied in his throat*) та форм вияву брехні (*fake news, fairy tale, false story, fiction, myth, taradiddle*) [17].

До ближньої периферії семантичного поля поняття *lie* належать такі синонімічні номінації, які було виокремлено через залучення лінгвостилістичного аналізу текстів англomовних псевдоновин: *deception, fable, fib, falsehood, misreport, nonsense, slander, whopper*. Ці одиниці номінують обманливе твердження, прозору брехню, недостовірні повідомлення чи розрахунки, перекручення фактів, применшення або перебільшення чогось, нісенітниця, чутки, наклепи. До дальньої периферії відносимо дериваційні лексичні одиниці: *fiction, mock, prank, pretense, sham* та одиниці вторинної номінації: *fairytale, fakestory, falsenews, myth*. Протилежний за значенням антонімічний шар становлять такі лексики, як *honesty, non-fiction, truth, truthfulness, uprightness*.

Таким чином, логіко-поняттєвий шар концепту LIE у текстах англomовних псевдоновин може бути репрезентований у такий спосіб (рис. 1):

Отже, ядро логіко-поняттєвого шару концепту LIE становить концептуальна ознака неправди. У межах ближньої периферії поля зазначеного концепту перебувають номінації, що спонукають до негативної оцінки, негативних емоцій, а дальню периферію становлять когнітивні ознаки наслідків і відчуттів.

Висновки. Проведений нами лексико-семантичний аналіз лексичних одиниць, що вербалізують концепт LIE, демонструє виявлення системного характеру синтагматичних і парадигматичних зв'язків лексики *lie*, свідченням чого є її поєднання з широким колом номінативних одиниць (дієслів, іменників, прикметників) та наявність значної кількості синонімів і фразеологічних виразів.

Перспективи подальшого наукового пошуку вбачаємо у виявленні та описі образного й ціннісного складників концепту LIE на матеріалі текстів англomовних псевдоновин. Також вважаємо за доцільне звернутися до передконцептуальних ознак, тобто тих, що виокремлюють з архетипів, які лежать у підґрунті концепту LIE.

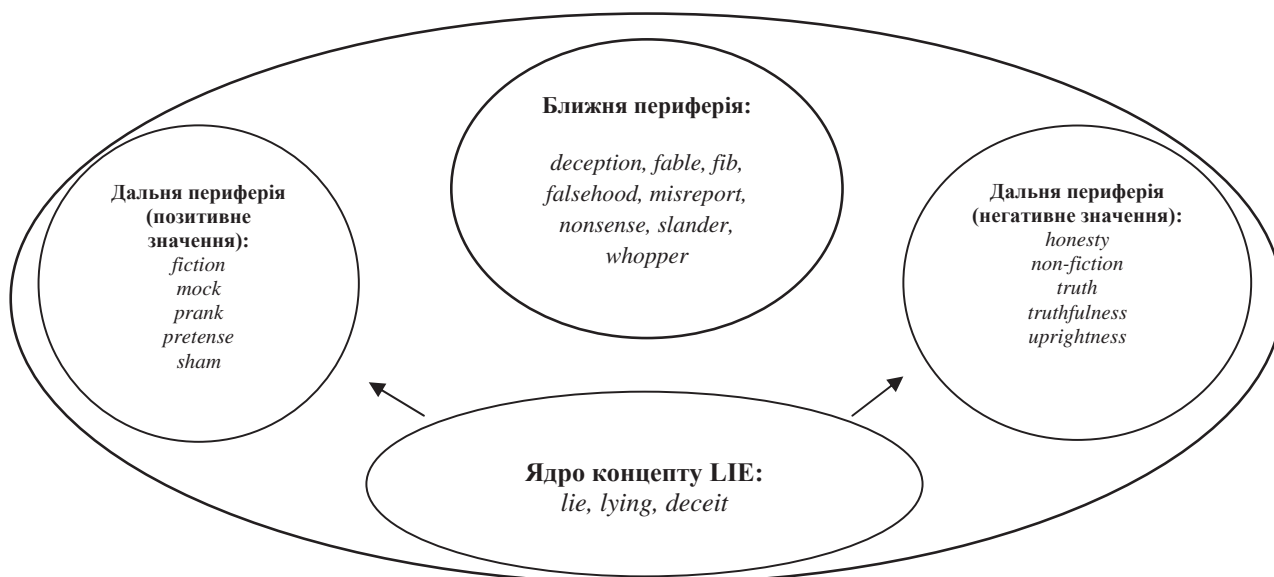


Рис. 1. Логіко-поняттєвий шар концепту LIE у текстах англomовних псевдоновин

Література:

1. Кубрякова Е.С. Язык и знание: На пути получения знаний о языке: Части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира / Е.С. Кубрякова. – М. : Языки славянской культуры, 2004. – 560 с.
2. Морозова О.О. Інфотеймент як методика здійснення масово-комунікаційного впливу на аудиторію / О.О. Морозова [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [file:///C:/Users/user/Downloads/sit_2012_13_33%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/user/Downloads/sit_2012_13_33%20(1).pdf)
3. Суська О.О. Розвиток інформаційно-комунікативних теорій мас-медіа та вивчення впливу інформаційного простору на особистість людини / О.О. Суська // Слово. Символ. Текст. – К., 2006. – С. 211–226.
4. Желтухина М.Р. О содержании дискурса масс-медиа / М. Р. Желтухина // Вісник Луганського педагогічного університету імені Тараса Шевченка. – Луганськ, 2007. – № 11 (128), Ч. 1. – С. 27–40.
5. Максюта А.В. Місце політичного інтерв'ю на тлі медіадискурсу / А.В. Максюта // Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка: Філологічні науки. – 2009. – Випуск 45. – С. 198–201.
6. Мудра І.М. Поняття «фейк» та його види у ЗМІ / І.М. Мудра // Теле- та радіожурналістика. – 2016. – Випуск 15. – С. 184–188.
7. Кокорська О.І. Фейк як феномен сучасного суспільства / О.І. Кокорська [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://jpv.s.donnu.edu.ua/article/view/3684/3717>.
8. Word of the Year 2016 is... [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016>.
9. McCornack S.A. Information manipulation theory / S.A. McCornack // Communication Monographs. – 1992. – V. 59. – P. 1–16.
10. Морозова Е.И. Ложь как дискурсивное образование: лингвокогнитивный аспект : [Монография] / Е.И. Морозова. – Харьков : Экограф, 2005. – 300 с.
11. Кубрякова Е.С. Краткий словарь когнитивных терминов / Е.С. Кубрякова, В.З. Демьянков, Ю.Г. Панкрац, Л.Г. Лузина. – М.: Филол. ф-т МГУ им. М.В. Ломоносова, 1997. – 245 с.
12. Карасик В.И. Языковой круг : личность, концепты, дискурс / В.И. Карасик. – Волгоград : Перемена, 2002. – 476 с.
13. Морозова Е.И. Метафорический образ лжи, запечатленный именем существительным LIE / Е.И. Морозова [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://linguistics.kspu.edu/webfm_send/1675.
14. Longman Dictionary of Contemporary English [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ldoceonline.com/dictionary/lie>.
15. English Oxford Living Dictionaries [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://en.oxforddictionaries.com/definition/lie>.
16. Великий тлумачний словник сучасної української мови / [Уклад. і голов. ред. В.Т. Бусел]. – К.; Ірпінь: ВТФ «Перун», 2005. – 1728 с.
17. The Onion [Electronic source]. – Access mode : <http://www.theonion.com/article/consspiracy-theorist-convinces-neil-armstrong-moon--2796>.

Омельчук Ю. А. Лексико-семантическая специфика вербализации концепта LIE в медиадискурсе (на материале англоязычных псевдоновостей)

Аннотация. В статье на материале англоязычных «фейковых новостей» описаны прямые номинации концепта LIE – лексемы *lie, lying, deceit* – и когнитивные механизмы создания косвенных средств его номинации; выявлен и структурирован логико-понятийный шар концепта LIE, который состоит из чувственно-образного ядра и базового шара. Последний, в свою очередь, представлен полем ближней и дальней периферии. Выяснено, что концепт LIE моделируется как многомерное интегративное ментальное образование и объективируется в медиадискурсе с целью реализовывать авторские интенции и повлиять на адресата. Определены особенности вербализации исследуемого концепта с позиции лексико-семантического параметра.

Ключевые слова: медиадискурс, псевдоновость, «фейк», концепт, структура концепта, ядро, периферия.

Omelchuk Yu. Lexical and semantic specificity of the concept LIE verbalization in media discourse (case study of English pseudo news)

Summary. The article examines direct nominations of the concept LIE –lexemes *lie, lying, deceit* – and cognitive mechanisms of formation of indirect means of its nomination; logical and notional layer of the concept LIE structure with its sensory-shaped nuclear and the base layer has been reconstructed. The latter, in its turn, is pointed out through the near and far periphery. It has been revealed that the concept LIE is modeled as a multidimensional integrative mental formation and is objectified in a media discourse with the aim of realizing the author's intentions and influencing the addressee. The features of the given concept verbalization are determined via lexical and semantic parameters.

Key words: media discourse, pseudo news, “fake”, concept, structure of the concept, nuclear, periphery.