

levados por Hugo Chávez, controlam e interferem em todas as áreas da sociedade local. Д. Трамп, указывая на тот же источник опасности, идентифицирует врага со злом, используя следующую фразу: *the dictator Maduro is a Cuban puppet, protected by Cuban bodyguards, hiding from his own people.*

Таким образом, создание «образа врага» с помощью лингвистических средств позволяет выразить негативизм в адрес политического субъекта, когда целью является не только причинение ему ущерба, но и повышение солидарности в своем сообществе.

А. Б. Окаева

ЯЗЫК СМИ КАК ЭЛЕМЕНТ КОЛЛЕКТИВНОГО ПРОСТРАНСТВА СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА

Сегодня жизнь среднестатистического человека практически невозможно представить без информационного поля. Средства массовой информации стали неотъемлемой частью нашей жизни. Большая часть населения земного шара начинает свой день с новостей. Естественно, что СМИ являются мощным средством воздействия на человеческий разум. Язык средств массовой информации наиболее быстро реагирует на все изменения в общественном сознании, отражает любые колебания в состоянии последнего и влияет на его формирование. Язык средств массовой информации является своеобразным полигоном для новых языковых единиц и позволяет проследить те тенденции в развитии языка, которые формируются на современном этапе.

Каждое новое событие получает свое наименование и начинает развиваться в языковом пространстве. Познание мира системно, оно органически связано с неразрывностью знаний, в языковом отношении выражающихся посредством *дискурса* – динамического процесса, с помощью которого осуществляется предикативная связь явлений окружающего мира с непосредственным выражением ее при помощи языка. Поскольку значительный сегмент медийного пространства существует в англоязычном формате, именно английский язык поставляет те лексические единицы, которые затем переходят в коллективное информационное пространство современного общества.

Сегодня нет необходимости быть ученым для того, чтобы с легкостью оперировать такими понятиями, как: *emoji, fake news, alternative facts, Brexit, youthquake, climate emergency, plastic footprint, COVID-19, social distancing* или *lockdown*. В наши дни медиaprостранство посредством электронных версий известных словарей регулярно информирует современное общество о тех изменениях, которые происходят в языке. Как известно, еще в 2016 г. понятие *post-truth* стало «словом года» по версии издательства Оксфордского университета. В переводе на русский язык, как правило, оперируют понятием *постправда*. Очевидно, что спустя всего несколько лет концепт «post-truth» рассматривают как полноправный элемент медиадискурсе XXI века. Многие ученые полагают, что общество само выбрало существование в *post-truth*

world или *мире постправды*, а правительства различных стран лишь целенаправленно манипулируют общественным мнением, ограничивая или закрывая доступ граждан к реальной информации.

В online-версии словаря «Макмиллан», также как и в «Оксфордском словаре», лексическая единица *post-truth* зафиксирована как прилагательное, указывающая на ситуацию, в рамках которой эмоциональное восприятие информации, равно как и личные убеждения и предпочтения играют несравнимо более значимую роль, нежели объективные факты. Вслед за основным концептом появились и такие словосочетания, как *post-truth politics* и *post-truth age*, означающие соответственно *политику постправды* и *эпоху постправды*, и обладающие выраженными отрицательными коннотациями. Современный медиадискурс стал полигоном, где тестируются всевозможные трактовки тех или иных событий, для которых объективные факты менее значимы, нежели эмоциональный компонент и контекст, окружающие то или иное событие. Очевидно, что неутрачивающие информационной войны настоящего времени генерируют *fake news* или недостоверные/целенаправленно искаженные новости, основанные на изначально ложных/сфабрикованных данных, преподносящихся как непреложная истина.

Согласно приложению Google Trends, всплеск поискового интереса к понятию *fake news* совпал с президентской кампанией в США в 2016. Безусловно, само понятие существовало и ранее, но именно последнее десятилетие характеризуется ростом подобных сообщений и увеличением их влияния на общественное мнение. Исследованием заведомо ложной и сомнительной информации и ее восприятием занимаются самые разные специалисты – социальные и когнитивные психологи, политологи, политтехнологи, историки СМИ, социологи, ученые в области *network science* и специалисты в области распространения компьютерных вирусов. Анализируется природа интереса человека к недостоверной, но вполне соответствующей нашим ожиданиям информации, изучается степень устойчивости ложных идей и концепций, и даже их способность повторяться в общественном мнении с пугающей регулярностью. В феврале 2017 г. в Гарварде (США) состоялась научная конференция «Combating Fake News: An Agenda for Research and Action», в рамках которой учёные обсуждали природу данного феномена и способы борьбы с ним. Специалисты из ведущих научно-исследовательских центров США и Европы анализировали степень воздействия *fake news* и связанных с этим явлением элементов современного медиадискурса на среднестатистического гражданина. Идеального способа противодействия распространению ложной информации в современном медиапространстве предложено не было.

Но следует разделять понятия *fake news* и *misinformation*. В случае с *misinformation*, неверное или ошибочное информирование происходит без злого умысла одного или нескольких источников. Прежде всего, это неумышленный обман потребителя путем донесения до него сообщения, в котором все или часть фактов не соответствуют действительности, или искажены в силу заблуждения или по невнимательности. В эту же категорию входят и опечатки, и непроверенные новости, и колонки-мнения, написанные

на основе неполной или ложной информации (автор может быть абсолютно уверен в надежности своего информатора). По мнению учёных, этот элемент *fake news* – неизбежная плата за несовершенство человеческой природы, редакционного процесса и/или информационных систем. Всемирно известный медиамагнат первой половины 20-го в. Джозеф Пулитцер полагал, что «в тот день, когда газета выйдет без единой опечатки, мир станет другим». Сам Пулитцер снискал как славу скандального журналиста и издателя, который не брезговал созданием *fabricated news*, так и способствовал переходу своего издания *The New York World* от принципов *жёлтой прессы* к формату *расследовательской журналистики* и созданию высшей школы журналистики и учреждению профессиональной премии.

В 2017 г. «словом года» по версии издательства Оксфордского университета стало слово *youthquake*, значение которого можно определить как любые социальные, культурные или политические изменения, ставшие возможными благодаря представителям молодого поколения. Распространение этой лексической единицы в информационном пространстве было вызвано теми социальными трансформациями, которые происходили в различных частях света и находили свое отражение в информационном поле. На первый взгляд, слово могло показаться новым, но в действительности этой лексической единице уже примерно 50 лет и своим появлением она обязана молодежной культуре 1960-х. В 2017 г. это слово получило новое звучание благодаря возросшему интересу как социальным и культурным событиям второй половины 20-го века, так и к роли, которую играет молодежь в современном мире.

2019 г. запомнился огромным вниманием населения Земли к экологическим проблемам. Небывалая жара, стремительное таяние льдов, наводнения и смерчи заставили многих из нас с гораздо большим интересом изучать информацию о тех глобальных климатических изменениях, с которыми столкнулась наша планета сегодня. Появление понятия *climate emergency* в качестве «слова года» уже никого не удивило. Медиапространство активно оперировало этим термином в течение всего 2019, информационное поле начала 2020 тоже во многом отражало экологическую повестку. До того момента, пока сообщения о пандемии нового коронавируса не изменили не только медиасреду, но и привычный уклад жизни населения практически всех стран мира. Сайты большинства средств массовой информации открываются сообщениями о *COVID-19*, основных постулатах поведения в формате *social distancing*, а также обсуждение насущных проблем граждан тех стран, которые живут в режиме *lockdown*. За несколько месяцев наш мир изменился до неузнаваемости, а новая медийная реальность только начинает формироваться и оказывать влияние на каждого из нас. Наряду с новыми лексическими единицами будут циркулировать и хорошо знакомые понятия. А вопрос о достоверности получаемой информации и массовом распространении *fake news* в период пандемии будет одним из самых актуальных. По мнению UNESCO именно недостоверная информация может нанести самый серьёзный ущерб сейчас.