

Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет

Факультет іноземної філології та соціальних комунікацій
Кафедра германської філології

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня «магістр»

Спеціальність 035 «Філологія»
Спеціалізація 035.041 «Германські мови та літератури
(переклад включно), перша – англійська»

Прагмалінгвальні засоби фейкових новин: аспект перекладу

Допущено до захисту «__» _____ 2024 р.

Зав. каф. германської філології ____ канд. філол. наук, доц. Баранова С. В.

Виконав:
студ. групи ПР.м-31/1
Клочко Олександр Олександрович

Науковий керівник:
канд. філол. наук, доц.
Медвідь Олена Миколаївна

Суми 2024

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1 ПРАГМАЛІНГВІСТИЧНІ ЗАСАДИ ФЕЙКОВИХ НОВИН.....	7
1.1. Поняття та сутність прагмалінгвістики.....	7
1.2. Характеристика фейкових новин.....	8
Висновки до розділу 1.	18
РОЗДІЛ 2 ПРАГМАЛІНГВІСТИЧНІ ЗАСОБИ В ФЕЙКОВИХ НОВИНАХ.....	20
2.1. Лексичні та стилістичні особливості фейкових новин.....	20
2.2. Комунікативні стратегії та тактики у фейкових новинах.....	23
Висновки до розділу 2.	29
РОЗДІЛ 3 ПРОБЛЕМИ ПЕРЕКЛАДУ ФЕЙКОВИХ НОВИН.....	30
3.1. Труднощі перекладу прагмалінгвальних засобів.....	30
3.2. Методи ідентифікації фейкових новин у перекладі.....	32
Висновки до розділу 3.	37
РОЗДІЛ 4 МЕТОДОЛОГІЯ ПРОЦЕСУ НАВЧАННЯ ІНТЕРПРЕТАЦІЇ ФЕЙКОВИХ НОВИН У ПЕРЕКЛАДІ.....	38
4.1. Сучасні методи і техніки перекладу новинних медіа текстів.....	38
4.2. Практичні рекомендації щодо навчання перекладу фейкових новин.....	42
Висновки до розділу 4.	47
ВИСНОВКИ.....	49
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	51
SUMMARY.....	62

ВСТУП

Scientia potentia est

Інформація відіграє одну з найважливіших ролей у нашому житті. У різний спосіб нами споживається величезні об'єми інформації: свідомо й несвідомо, з книжок та телефону, усно та письмово, корисної і не дуже... Вона формує наш світогляд, наші переконання, наші уявлення, наші ідеали... Інформація — це такий же ресурс як і час, як гроші, як вода, і він надає суттєву перевагу тому, хто правильно ним розпорядиться, обробить і осмислить. «*Knowledge is power*» (Знання — це сила) — ця фраза належить Френсісу Бекону, і вона чітко дає зрозуміти, що знання, як результат осмисленої інформації, це певна рушійна сила, яка дає змогу розширювати свої можливості. Але на противагу цьому вислову є частина не менш відомого: «*Ignorance is strength*» (Неуцтво — це сила). Цей вислів взятий із книги Джорджа Орвелла «1984», і є частиною пропагандистського гасла, яке використовувалося для підтримання тоталітарного режиму, який жорстко контролює інформацію, завдяки чому маніпулює суспільством. Контраст даних висловів підкреслює ключову роль інформації в нашому житті.

Тож інформація може бути використана для шкоди. Прикладом такого використання є пропаганда, дезінформація, фейкові новини, соціальна інженерія, інформаційно-психологічні операції, інформаційна війна, гібридна війна, шантаж, дискредитація... Перелічувати можна дуже багато, оскільки інформація — це ресурс, який пронизує всі сфери нашого життя, і тільки від наміру людини залежить як він буде використаний.

Одним із найнебезпечніших і найпоширеніших проявів зловживання і викривлення інформації є фейкові новини. Загалом їх можна розглядати з різних ракурсів. Вони можуть бути частиною маркетингу, піар-діяльності, політики... але найнебезпечним є використання фейкових новин як частина елементу інформаційної війни, наслідки якої є більш масові і критичні, ніж у будь-якому іншому прояві. Ведення інформаційної війни як у обороні, так і в наступі, може мати дуже позитивні або дуже негативні наслідки для однієї зі сторін конфлікту. Починаючи від дезінформації ворожих збройних сил, які без актуальної інформації про противника не можуть вжити відповідних заходів, закінчуючи створеною панікою серед цивільного населення з усіма спливаючими наслідками. Інформація може та використовується як зброя, яку, подекуди, можна порівняти до зброї масового ураження.

Фейкові новини не є чимось дуже новим, вони вже були в часи Римської імперії. Вони використовувались у міру можливостей і технологій тих часів, але

зі стрімким розвитком інформаційних технологій фейкові новини теж почали набирати обертів, і чим далі, тим більше можливостей для їх створення і розповсюдження з'являється.

Актуальність теми дослідження продиктована часом і обставинами. Починаючи з 2014 року Україна перебуває в умовах тотальної інформаційної війни, яка є частиною гібридної війни, що веде країна агресор — росія, намагаючись дискредитувати й дестабілізувати нашу державу як із середини, так і зовні. А починаючи з 2022 року ця війна посилилася кратно. Зважаючи на це й на те, що будь-яка війна має у своїй основі так звану «війну щита та меча», постійне змагання між оборонними та наступними технологіями, ідентифікація одного з основних засобів нападу в інформаційній війні, а саме фейкових новин, має велику актуальність.

Наукова база представлена роботами дослідників різних сфер науки, від основ філософії, соціології, політології, психології до кібербезпеки і лінгвістики. Наразі маніпуляція в ЗМІ ускладнюється фейковими стратегіями, і тому вивчення лінгвістичних засобів реалізації фейку є необхідним і актуальним. Фейк як аспект дезінформації ретельно вивчали Fallis D. D. (2009), Burkhardt J. M. (2017), Laser M. J. (2018), Курбан О. (2016), Мудра І. (2016), Кіца М. (2016), Коваленко А., Марченко Т. (2018), Батрименко О., Неліпа Д. (2022), Лебідь А., Вашист К., Назаров М. (2022), Тищенко В., Мужанова Т. (2022), Глушук Є. (2023), Бондаренко С. (2023) та інші. Вплив лінгво-комунікативних особливостей медіадискурсу взагалі і англomовного зокрема досліджували O'Halloran K. L. (2004), Danet B., Herring S. C. (2007), Squires L. (2010), Eisenlauer V. A. (2013), Buono M. P., Snajder J. (2017), Barkovich A. (2020), Шкіцька І. Ю. (2018), Соловйова Т. О. (2022), Navrylenko K. M. (2024) та інші. Вивчення лінгвістичних засобів різних рівнів, зокрема сили впливу лінгвальних одиниць мовленнєвих патернів фейку новинних повідомлень на психо-емоційну сферу окремих реципієнтів інформації та соціо-політичну поведінку суспільства в цілому залишається в маргінальній зоні багатьох парадигм гуманітарної науки.

Об'єктом дослідження є фейкові новини, як текстовий продукт масової комунікації, що містить прагмалінгвальні засоби.

Предметом роботи є особливості функціонування прагмалінгвальних засобів у фейкових новинах та їхня передача через переклад.

Мета роботи полягає в тому, щоб виявити та проаналізувати прагмалінгвальні засоби у фейкових новинах, які поширюються в українському інформаційному просторі. Також у дослідженні їх трансформації в процесі перекладу українською. Дослідження зосереджено на визначенні способів, за

допомогою яких фейкові новини модифікуються під час перекладу та які нові смислові нюанси додаються або втрачаються в цьому процесі.

Мета дослідження реалізується досягненням таких завдань:

1. Визначення прагмалінгвістичних засад фейкових новин.
2. Аналіз прагмалінгвальних засобів у фейкових новинах.
3. Виокремлення та аналіз проблем перекладу фейкових новин.
4. Актуалізація методології процесу навчання інтерпретації фейкових новин у перекладі.

Під час написання роботи використовувалися семантико-когнітивний та дискурсивний підходи, по-перше, щодо вивчення понятійного контенту концепту «фейк» (через лексикографічний метод, зокрема словникову дефініцію, яка екстраполює семантичне навантаження даної лексичної одиниці на дискурсивне вивчення), а по-друге, щодо ретельного дослідження лінгвальних засобів реалізації фейку в новинних медіа текстах, зокрема через загальні **наукові методи**: пошук, індукція та дедукція, аналіз та синтез, дескриптивний і порівняльний методи, класифікація; і різні види лінгвістичного аналізу, зокрема контекстуальний, семантико-синтаксичний, стилістичний; а методи систематизації й узагальнення допомагають зробити висновки щодо результатів дослідження і визначити перспективи вивчення зазначеної проблеми.

Теоретична значущість роботи полягає у визначенні проблеми класифікації фейкових новини, та їхніх тактик і стратегій. Робота може бути основою для подальшого дослідження даної проблеми.

Практичне значення одержаних результатів може бути використане в подальшому дослідженні фейкових новин та їхніх прагмалінгвальних особливостей. Також одержані результати у вигляді практичних рекомендацій можуть бути використані в навчальному процесі навчання процесу перекладу медіа текстів та підвищення медіаграмотності студентів-перекладачів.

Наукова новизна дослідження полягає в тому, що дана робота може бути використана як основа для розробки методів навчання медіаграмотності сучасного суспільства та підвищення рівня його резилієнтності.

Апробація результатів дослідження. Представлена в таких працях:

- Теза на тему: «Мовні засоби фейкових новин» на XII Всеукраїнській студентській науково-практичній конференції «Перекладацькі інновації» (25 листопада 2022 р.).
- Теза на тему: «Переклад медіа: аспект пропаганди» на на XIII Всеукраїнській студентській науково-практичній конференції «Перекладацькі інновації» (24 листопада 2023 р.).

- Фахова стаття: Vol. 16 No. 2 (2024): Philological Treatises «Імплементція прагмалінгвальних засобів для реалізації маніпулятивних стратегій фейкових новин».

Структура роботи. Робота складається зі вступу, чотирьох розділів У розділах міститься:

Розділ 1. Опис ролі прагмалінгвістики у вивченні фейкових новин, також їх детальна характеристика.

Розділ 2. Аналіз основних лексичних і стилістичних особливостей та тактик і стратегій фейкових новин.

Розділ 3. Виокремлення основних труднощів перекладу фейкових новин, аналіз методів їх ідентифікації.

Розділ 4. Розроблені практичні рекомендації щодо навчання перекладу фейкових новин на основі аналізу методів і технік їх перекладу.

Кожен містить по два підрозділи та висновки. Висновок і список використаних джерел із додаванням посилань на емпіричний матеріал дослідження.

РОЗДІЛ 1

ПРАГМАЛІНГВІСТИЧНІ ЗАСАДИ ФЕЙКОВИХ НОВИН

1.1. Поняття та сутність прагмалінгвістики

У сучасному світі, де інформаційний простір наповнений суперечливими й навіть маніпулятивними повідомленнями, прагмалінгвістика допомагає зрозуміти, як мова може бути використана для впливу на аудиторію, створення певного ставлення чи переконання. Це робить її надзвичайно актуальною для аналізу фейкових новин, завдяки яким можуть формувати громадську думку через приховані мовні тактики і стратегії.

Тож, що таке прагмалінгвістика й що вона вивчає? Спираючись на українські наукові роботи, можна знайти такі визначення:

Прагмалінгвістика вивчає умови використання мови комунікантами в актах мовленнєвого спілкування в процесі комунікації, а також міжкультурної, особливо під час перекладу текстів іншою мовою [1, с. 174].

Слід зазначити, що за спостереженнями деяких учених прагмалінгвістика має ще декілька термінів на її позначення. За висновками Альони Кучер: «Різнобій, що присутній у трактуванні терміну прагматика, призводить до різного контекстного оперування. Попри первинне тлумачення прагматики, в основі якого постає розгляд мови в діяльнісному аспекті, що демонструє своєрідну інтеракцію людини як домінанти та мовної системи у вигляді здійснення мовленнєвих актів, термін прагматика на сучасному етапі розвитку науки має ширше розуміння, що втілює антропоцентричну парадигму знань» [13 с. 299]. Тому слід розглянути також інші визначення:

За думкою Лебедевої Н. і Тимакової В., прагматика — це підклас лінгвістичної та семіотичної сфери, яка пов'язана зі способом, за допомогою якого контекст формує значення я. Прагматика пов'язана з багатьма сферами лінгвістичних досліджень, а також філософії та соціології. У лінгвістиці прагматика має справу з багатьма іншими підходами та теоріями, такими як теорія мовленнєвих актів, розмовна імплікатура, граматики та розмова у взаємодії [14, с. 153].

Салата І. А. надає таке визначення: прагматика — це, як відомо, семантика мови в дії, яка покликана вивчати поведінку знаків у реальних процесах комунікації [22, с. 58].

Натомість Енциклопедія сучасної України, спираючись на роботи Карабана В., Бацевича Ф. та інших, подає таке визначення: лінгвістична прагматика — розділ лінгвістики, що вивчає вияви суб'єктивного (людського)

чинника на всіх рівнях мови й у межах усіх аспектів її функціонування, комунікації людей [57].

В іноземних джерелах також можна знайти аналогічні визначення, наприклад: на сайті університету Philipps-Universität Marburg: *Pragmalinguistics is a central field of linguistics. It examines the great variety of linguistic behaviours and linguistic interactions against the backdrop of their cultural, cognitive, and situational conditions* (Прагмалінгвістика є центральною галуззю лінгвістики. Вона досліджує велику різноманітність мовної поведінки та мовних взаємодій на тлі їх культурних, когнітивних та ситуативних умов.) [50]; або: *Pragmatics is a branch of linguistics concerned with utterance and speaker meaning* (Прагматика — це розділ лінгвістики, який займається вивченням висловлювання та значенням мовця) [49, с. 30].

Також слід зазначити, що за спостереженнями Соколовської С. В., сучасна лінгвістична прагматика є міждисциплінарною галуззю, яка охоплює логіко-філософські, соціо-психолінгвістичні, етнографічні аспекти [24, с. 441]. А оскільки фейкові новини не є чимось вузьконаправленим і зачіпають якомога більше аспектів людської діяльності, прагмалінгвістика є ключовим інструментом у їх аналізі й виявленні.

Отже, з усього вище зазначеного можна зробити проміжний висновок: прагмалінгвістика — це наука про використання мови для досягнення впливу на людей під час комунікативної ситуації. Дана наука досліджує слова, фрази, мовні тактики і стратегії, які можуть формувати думки, настрої, емоції та поведінку з огляду на специфіку ситуації під час якої відбувається спілкування. Це все робить прагмалінгвістику ключовим елементом дослідження, аналізу й розуміння феномену фейкових новин.

1.2. Характеристика фейкових новин

Оскільки фейкові новини можуть застосовуватися у різних сферах нашого життя, то їх можна розглядати через різні галузі: журналістика, психологія, політологія, філологія, соціологія, військова справа тощо. Тому кожна з цих галузей має своє визначення терміну фейкові новини.

Звертаючись до онлайн словників можна отримати доволі одноманітне й узагальнене визначення: *false stories that appear to be news* [62]; *false news stories* [64]; *false, often sensational, information disseminated under the guise of news reporting* [63].

У праці Літвінчук І. С. фейк є різновидом дезінформації, його можна сприймати як навмисне маніпулювання фактами [17, с. 182].

І. Мудра, з точки зору журналістики, пропонує таке визначення: 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 [19, с. 185].

Доскіч Л. С. надає таке визначення: Фейк (від англ. fake – підробка) – це неправдиві новини, вигадані історії з метою отримання будь-якої вигоди (фінансової, політичної тощо), достовірність яких забезпечують сфабриковані медійні формати: текстове повідомлення, реклама, фото-, відео- або аудіопідробки, використання ботів, тролів, які беруть активну участь в обговореннях [6, с. 73].

Саприкін О. А. з точки зору інформаційної війни вважає: Фейк – у розумінні цього терміна як інструменту інформаційної війни – дезінформація, умисне викривлення тих чи інших явищ, фактів, подій, причому зловмисність такого викривлення старанно приховується; навпаки, фейкове повідомлення містить усі ознаки правдивого повідомлення, що дає можливість впливу на певну аудиторію завдяки використанню симулякрів [23, с. 89].

З точки зору юриспруденції Черниш Р. Ф. пропонує два визначення:

- фейк у широкому сенсі (з урахуванням направленості на шкоду національній безпеці) – це поширення в Інтернет-мережі, засобах масової інформації чи в будь-який інший спосіб у довільній формі актуальних в даний проміжок часу для конкретної спільноти відомостей/даних про події, факти, обставини які не відбувалися, частково правдивої інформації чи її розповсюдження крізь призму суб'єктивізму, що, за певних умов, може негативно вплинути на розвиток внутрішньо чи зовнішньополітичних процесів та зашкодити міжнародному іміджеві держави [32, с. 110];
- фейк у вузькому значенні – це поширення недостовірних відомостей/даних у вигідному для конкретної особи (групи осіб) ракурсі з метою викривлення об'єктивної реальності для досягнення певної мети [32, с. 110].

З праці Курбана О. В. можна знайти таку класифікацію щодо розуміння феку:

- фейки — неправдиві інформаційні повідомлення, метою яких є введення в оману представників певних цільових груп [12, с. 98];
- за класичним визначенням, фейк — це підробна або фальшива інформація, що поширюється в медіа просторі [12, с. 99];
- за своєю сутністю, фейк є різновидом інформаційної зброї спрямованої дії, яка застосовується для здійснення прихованої трансляції певних ідей

або меседжів. Останні, у свою чергу, використовуються для зміни емоційних та психологічних установок певних цільових груп [12, с. 99].

Дані визначення в рамках однієї статті підкреслюють різнобічність поняття «фейк» у різних сферах його застосування.

Натомість, в англomовному просторі поступово відмовляються від терміну “*fake news*” або максимально стараються його уникати. У праці Клер Вордл та Хоссейн Дерахшан “Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making” зазначається, що даний термін повністю не розкриває сутність явища і здебільшого використовується для політичних маніпуляцій [55, с. 5].

У праці “The science of fake news” також зазначено що даний термін використовується як політична маніпуляція: “*We define fake news to be fabricated information that mimics the output of the news media in form, but not in organizational process or intent. ... We recognize that some have advocated eschewing the phrase because of its use as a political weapon*” (Ми визначаємо фейкові новини як сфабриковану інформацію, яка імітує вихідні дані ЗМІ за формою, але не за організаційним процесом чи наміром. ... Ми визнаємо, що дехто виступає за уникнення цієї фрази через її використання як політичну зброю) [38, с. 2].

Більш детальний розбір терміну подано у праці Фаді Сафіддін “Chapter 1: History of Fake News”, у якій зазначено що загальна проблема більшості визначень полягає у тому, що вони розглядають фейкові новини як повністю сфабрикований матеріал без елемента правди. Також проблемою є те що даний термін широко використовується у політичному дискурсі. На думку автора, більш коректним визначенням є таке: “*We define fake news as a phenomenon in which news or narratives that have been manufactured to deliberately deceive a targeted audience where it is designed to be transacted through a networked economy which disseminates through the trust and ethical or psychological disposition of the network*” (Ми визначаємо фейкові новини як явище, у якому новини або розповіді, створені для навмисного введення в оману цільової аудиторії, призначені для трансляції через мережеву економіку, яка поширюється через довіру та етичні чи психологічні настрої мережі.) [39, с. 11].

Поняття «фейкові новини» як термін мав різні значення в залежності від часу. У аналітичній доповіді «Фейки як інструмент впливу на вибори» від Національного інституту стратегічних досліджень згадується: «Зокрема, у 30-х роках ХХ ст., за свідченням експертів, поняттям *fake news* активно користувалися фактчекери, які викривали журналістські помилки у мейнстримних англomовних виданнях. З кінця 30-х та в 40-х роках ХХ ст. словосполучення *fake news* використовували на позначення військової

пропаганди, описуючи бойові дії під час Другої світової війни. У 90-ті роки ХХ ст. цим словосполученням почали позначати сатиру. У 2016 р. поняття *fake news* як термінове (зважаючи на обмежений час для коментування) та єдино можливе пояснення 12 шокуючих результатів виборів у США та «власної недалекоглядності» використали американські експерти. Зміст поняття включив як відверту брехню, так і невважену інформацію, що традиційно використовується під час виборчих кампаній (вихваляння, цькування опонентів тощо). Власне, із 2016 р. *fake news* позначає унікальний зв'язок між алгоритмами соціальних мереж, рекламними системами, «створювачами» брехливого контенту та резонансними подіями» [30, с. 9]. Як зазначають автори, таке довільне використання терміну створює неабияку плутанину.

До такого самого рішення прийшов Комітет із питань цифрових технологій, культури, медіа та спорту Великобританії у своєму п'ятому звіті на сесії 2017–2019 рр. У додатку до звіту були надані рекомендації, у першій з них зазначалося *“The term ‘fake news’ is bandied around with no clear idea of what it means, or agreed definition. The term has taken on a variety of meanings, including a description of any statement that is not liked or agreed with by the reader. We recommend that the Government rejects the term ‘fake news’, and instead puts forward an agreed definition of the words ‘misinformation’ and ‘disinformation’. With such a shared definition, and clear guidelines for companies, organisations, and the Government to follow, there will be a shared consistency of meaning across the platforms, which can be used as the basis of regulation and enforcement.”* (Термін «фейкові новини» поширений без чіткого уявлення про те, що він означає, чи узгодженого визначення. Термін набув різноманітних значень, включаючи опис будь-якого твердження, яке не подобається або з яким не погоджується читач. Ми рекомендуємо Уряду відмовитися від терміну «фейкові новини» та натомість висунути узгоджене визначення слів «дезінформація» та «дезінформація». З таким спільним визначенням і чіткими вказівками для компаній, організацій і уряду, яких слід дотримуватися, буде спільна узгодженість значень на платформах, які можна використовувати як основу регулювання та забезпечення виконання.) [53].

Якщо розглядати фейкові новини через прагмалінгвістику та спиратися на оглянуті вище визначення, то можна отримати таке формулювання: фейкові новини – це мовний матеріал, який використовується для досягнення впливу на аудиторію.

Як вже зазначалось, фейкові новини – це комплексне явище, тому вони мають доволі широку класифікацію. Це дещо ускладнює їх розуміння, оскільки фейкові новини розглядаються багатьма науковими галузями (зокрема журналістика, соціологія, філологія, психологія й військово мистецтво тощо).

Черниш Р.Ф. пропонує таку класифікацію:

- За методом поширення: масово медійні (створюють для поширення в рейтингових ЗМІ) і локальні (поширюються під час розмов, у соціальних спільнотах, блогах тощо);
- За зовнішньою формою поширення: фотофейк, відеофейк, фейковий журналістський матеріал, фейковий допис, чутка;
- За територіальною спрямованістю: внутрішні (спрямовані на громадян конкретної території, держави) та зовнішні (спрямовані на представників міжнародної спільноти);
- За направленістю (аудиторія): представники певних соціальних верств/певного віку (наприклад, студенти, пенсіонери) та всі громадяни;
- За метою: сіяння паніки, розпалення міжнаціональної (расової, релігійної тощо) ворожнечі; поширення хибної думки; маніпулювання свідомістю; розважальний характер; звернення уваги на когось/щось; підготовка суспільства до сприйняття якоїсь події, явища, рішення тощо [32, с. 110].

Курбан О. В. у своїй праці визначив три типи фейкових новин, а саме:

- Фейки на основі достовірної інформації;
- Фейки на основі напівправди;
- Фейки на основі вигаданих фактів [12, с. 99-101].

Фаді Сафіддін подає таку класифікацію видів фейкових новин:

- Сатиричні новини;
- Пародійні новини;
- Пропагандистські новини;
- Маніпуляційний візуальний вміст;
- Сфабрикований контент;
- Альтернативна правда, або постправа;
- Хибний зв'язок [39, с. 5-9].

У праці К. Вордл та Х. Дерахшан зазначається 7 категорій міс- та дезінформації:

- Сатира або пародія;
- Оманливий контент;
- Підроблений контент;
- Сфабрикований контент;
- Хибний зв'язок;
- Хибний контекст;
- Маніпульований контент [55, с. 17].

У праці Є. А. Довганюк подається комплексна класифікація:

- Залежно від співвідношення достовірної та недостовірної інформації:
 - «Новина» являє собою брехню від початку до кінця;
 - «Новина» містить брехню на тлі в цілому достовірної інформації, представленої вибірково;
 - В основі «новини» лежить реальна подія, окремі фрагменти якої спотворені.
- Залежно від достовірності обставин часу і місця події, що сталася:
 - «Новина» презентує правдиву інформацію, що мала місце в минулому;
 - «Новина» про подію, яка реально відбулася в одному місці, презентується як подія, що відбулася в іншому.
- Залежно від складу осіб, що згадуються у «новинах»:
 - «Новина» містить посилання на нібито місце висловлювання публічної особи, яке розміщене від імені фейкового акаунта;
 - «Новина» виставляє другорядного учасника події в якості головної дійової особи;
 - «Новина», заснована на неперевіреніх показаннях осіб, які нібито були свідками якихось подій.
- Залежно від цілей створення і поширення:
 - «Новини», що створюються і розповсюджуються з метою розваги реципієнта;
 - «Новини», що створюються і розповсюджуються з метою досягнення політичних переваг;
 - «Новини», що створюються з метою дискримінації осіб за ознакою походження, раси, статі, національності, місця проживання, мови, майнового і посадового становища, відношення до релігії, переконань, належності до громадських об'єднань, а також інших обставин;
 - «Новини», що створюються і розповсюджуються з метою поширення інтернет-трафіку;
 - «Новини», що створюються і розповсюджуються з метою шахрайського заволодіння грошовими коштами та іншим майном споживачів;
 - «Новини», що створюються з метою нанесення шкоди інформації, яка зберігається у комп'ютері користувача;
 - «Новини», що створюються і розповсюджуються з метою привертання уваги до окремої особистості, кампанії, проекту;

- «Новини», що створюються і розповсюджуються з метою маніпуляції ринком або отримання певних переваг в економічній діяльності.
- Залежно від рівня сприйняття достовірності:
 - «Новини», що носять явно виражений фейковий характер;
 - «Новини», здатні викликати сумнів щодо їх «фейковості» і спонукати споживачів перевірити отриману інформацію;
 - «Новини», сфальсифіковані настільки переконливо, що сумнівів в їх «фейковості» практично не виникає [5, с 57-61].

З наведених класифікацій і визначень видно, що поняття фейкові новини можна класифікувати різними методами й за різними принципами. Також, ми пересвідчилися, що єдиного визначення поняття немає, воно буде змінюватися в залежності від сфери, у якій науковці стикаються з даним поняттям. Це все ускладнює розуміння та ідентифікацію фейкових новин.

Але фейкові новини не завжди були настільки комплексними й небезпечними. Хоча поняття відносно нове й почало набирати обертів, воно має давню історію.

У праці Джулі Посетті та Еліс Метьюз зазначається, як приклад перших фейкових новин, що місінформація, дезінформація і пропаганда були особливостями людського спілкування принаймні з римських часів, коли Антоній зустрів Клеопатру. Октавіан вів пропагандистську кампанію проти Антонія, яка мала на меті очорнити його репутацію [51, с. 1].

Джоанна М. Буркхардт у своїй книзі “Combating Fake News in the Digital Age” виокремлює чотири історичні періоди фейкових новин:

- Додрукарська ера: Інформація передавалася усно або через написи на камені, глині та папірусі. Контроль над інформацією надавав владу лідерам, що сприяло створенню ієрархічних суспільств.
- Післядрукарська ера: Винахід друкарського верстата та поширення грамотності дозволили ширше розповсюджувати інформацію. Літературні навички стали цінними, а маніпуляції інформацією стали складнішими через зростання грамотності.
- Ера ЗМІ: З появою радіо та газет фейкові новини набули нових форм. Відомі приклади включають радіопередачу Орсона Уеллса “Війна світів”, яка спричинила паніку через неправдиві повідомлення про вторгнення марсіан.
- Ера інтернету: Інтернет значно збільшив масштаби поширення фейкових новин. Веб-сайти та соціальні мережі стали платформами для швидкого розповсюдження неправдивої інформації, часто з комерційними мотивами [42, с. 5-7].

Фаді Сафіддін також у своїй праці спирається на слова Джоанни М. Буркхардт і у висновку припускає, що технологічно фейкові новини будуть і надалі розвиватися, щоб уникати контрзаходів [39, с. 17].

У працях Джулі Посетті та Еліс Метьюз [51, с. 1], Кьяра Масчеллоні [45, с. 2] також згадується що поштовхом для поширення фейкових новин стало винайдення друкарського верстата у 1493 році.

Проте, яким би старим не був феномен фейкових новин, вони в усі часи створювались для досягнення певних цілей, хоча масштаб і ефективність обмежувались технологіями тих часів.

Бенте Калснес виокремлює такі цілі створення фейкових новин:

- Політичні;
- Фінансові, або ж комерційні;
- Соціальні [43, с 7-11].

Натомість у матеріалі “*No Alternative Facts: Fake News and Disinformation in Digital Technology*” прописано дещо більше цілей створення фейкових новин та їх пояснення, а саме:

- Пропаганда;
- Дискредитація;
- Економічний/грошовий прибуток. Одним із головних мотивів поширення дезінформації є грошова вигода. Будь-хто може створити фальшивий веб-сайт з інтригуючим вмістом, покликаним залучити якомога більше трафіку до їхніх фейкових новин. Чим більш інтригуючим або «гучнішим» є їхній фальшивий вміст, тим більше відвідувань їхнього веб-сайту та більше людей натискатимуть на оголошення;
- Політичний. Часто метою є раціоналізація дій політичної партії та/або кандидата або просування їхніх політичних чи економічних інтересів. Інакше кажучи, цей тип дезінформації є «відточеною приманкою для кліків», яка навмисно створена для маніпулювання соціально-політичними думками та практикою людей шляхом викликання емоційних реакцій;
- Особиста слава. Неправдива інформація з метою отримати славу чи вищий соціальний статус;
- Заподіяння шкоди особам (включаючи наклеп);
- Поляризація;
- Жарт;
- «Тому що я можу!» [54, с. 19].

Але, не зважаючи на те що в даній праці описано більше цілей створення фейкових новин, більшість з них підпадають під критерії попередніх, а саме:

жарт, «Тому що я можу!»), особита слава – це все можна віднести до соціальних цілей, які несуть загрозу лише на особистісному рівні, впливаючи переважно на окремих людей чи вузьке коло осіб. Однак, значно небезпечними є цілі, спрямовані на масове маніпулювання громадською думкою, політичний вплив чи економічну дестабілізацію, адже вони можуть призводити до більш серйозних суспільних наслідків, поширюючи паніку, недовіру до державних інституцій або підриваючи соціальну згуртованість.

Деякі схожі причини описуються у праці “*Reality Lost*”:

- Розваги/тролінг;
- Веб-трафік/гроші;
- Маркетинг/збут;
- Пропаганда/боротьба за владу [40, с. 64].

Якщо розглядати фейкові новини як інструмент політичного впливу на вибори або як інструмент передвиборчої кампанії, то, згідно аналітичної доповіді НСІД «Фейки як інструмент впливу на вибори», вони можуть створюватися для таких цілей:

- Поляризація суспільства, дезорієнтація потенційних виборців, вплив на суспільні дебати;
- Зрив виборів;
- Маніпулювання результатами виборів, підрив довіри до виборчої системи, державних установ, інституту представництва та демократичного суспільного ладу загалом;
- Підрив довіри до конкретного політика та органів, відповідальних за проведення виборів («центральної виборчої комісії»), до джерела інформації та загалом інформації як такої (зокрема, стосовно виборів), спотворення ідей та програм сторін, що змагаються, а також самої ідеї вибору [30, с. 20].

Оскільки, за словами Беленчук І. В., фейкові новини є одним з багатьох інструментів інформаційної війни, то є сенс розглядати їх зокрема в цьому напрямку [1, с. 1-2]. Фейкові новини, як один із засобів інформаційної війни, згідно з Петрик В. [21], чия класифікацію згадує Ухваль П. О., можуть застосовуватися для досягнення цілей, що на нашу думку, є найнебезпечнішими:

- Дестабілізація політичних відносин, стимулювання конфліктів та боротьби за владу;
- Формування громадської думки, маніпулювання громадською думкою та політичною орієнтацією для створення політичного напруження та хаосу;
- Створення атмосфери бездуховності та формування негативного ставлення до культури, історичної спадщини в суспільстві противника;

- Провокування репресивних заходів влади щодо опозиції;
- Провокування соціальних, політичних, етнічних та релігійних зіткнень;
- Введення населення в оману щодо дій органів влади, дискредитація їх авторитету;
- Вплив на політичні рішення інформаційна війна може спрямовувати політичні процеси, впливаючи на рішення органів влади та формування політичного курсу;
- Зниження рівня інформаційного забезпечення діяльності органів влади та інспірація помилкових управлінських рішень;
- Ініціювання страйків, масових заворушень та акцій протесту;
- Створення чи посилення опозиційних угруповань чи рухів;
- Дискредитація історичної та національної самобутності народу;
- Здійснення іншого деструктивного ідеологічного впливу;
- Формування передумов для економічної, духовної чи військової поразки;
- Підрив морального духу населення та зниження обороноздатності;
- Применшення світових досягнень у науці, техніці та інших галузях та перебільшення помилок і недоліків;
- Представлення свого способу життя як реального майбутнього і необхідність наслідування його іншими народами;
- Нанесення шкоди інформаційно-технічній інфраструктурі та захист від інших деструктивних впливів;
- Підрив міжнародного авторитету держави та її співпраці з іншими країнами [29, с 27-28].

З огляду на вище згадані цілі використання фейкових новин можна зрозуміти, що вони мають доволі серйозно впливати на цільову аудиторію для їх досягнення. Деякі вчені зазначають, що фейкові новини мають значний вплив на громадську думку. Результатом цього впливу може бути конфлікти, підрив довіри до ЗМІ або влади, створення ілюзії суспільного руху або невдоволення [16, с. 717].

Зокрема, у праці Есми Аймер, Сабріни Амрі, Жилія Брассар “Fake news, disinformation and misinformation in social media: a review” (табл. 1.1) [37, с. 30] подається таблиця з порівнянням різних видів фейкових новин та їх базовими характеристиками.

Таблиця 1.1

A comparison between the different types of intent-based fake news

	Intent to deceive	Propagation	Negative Impact	Goal
Clickbait	High	Slow	Low	Popularity, Profit
Hoax	High	Fast	Low	Other
Rumor	High	Fast	High	Other
Satire	Low	Slow	Low	Popularity, Other
Propaganda	High	Fast	High	Popularity
Framing	High	Fast	Low	Other
Conspiracy theory	High	Fast	High	Other

Висновки до розділу 1

Фейкові новини – це мовний матеріал, який використовується для досягнення впливу на аудиторію. Як було досліджено вище, даний термін має різне визначення, переважно це залежить від контексту, у якому постало питання визначення. Також слід згадати що в англomовному середовищі поступово відмовляються від терміну “fake news”, замінюючи його більш конкретні термінами “disinformation” (дезінформація) та “misinformation” (помилкова інформація). Це створює певну плутанину в наукових колах, оскільки всі три терміни мають різні визначення й різну ієрархію. Одні вчені вважають, що дезінформація є синонімом до слова фейкові новини, інші вважають, що це засіб дезінформації, а деякі вважають що термін вже не є актуальним, бо створює плутанину не маючи чіткого визначення.

У тому числі фейкові новини не мають якоїсь уніфікованої класифікації, натомість присутня розгалужена й складна класифікація, яка, як і термін, змінюється відносно сфери застосування: політика, піар-діяльність, соціальна інженерія, військова справа тощо. Мета використання фейкових новин у цих сферах зрозуміла – вплив на політичні, комерційні, військові або соціальні процеси. При цьому кожна мета характеризується різним масштабом, наслідками та рівнем впливу на цільову аудиторію.

Попри вищезгадані складнощі у дослідженні фейкових новин зрозуміла мета їх використання та цілі – політичні, комерційні, військові й соціальні. Кожна з цих цілей має свій масштаб, ймовірні наслідки й вплив на цільову аудиторію.

Саме ж поняття фейкові новини далеко не нове. Історія знає приклади використання фейкових повідомлень ще за часів Римської імперії. Але з розвитком технологій, а саме появою інтернету й ширшого спектру засобів масової інформації фейкові новини вийшли зовсім на новий рівень – як загроза.

РОЗДІЛ 2

ПРАГМАЛІНГВІСТИЧНІ ЗАСОБИ В ФЕЙКОВИХ НОВИНАХ

2.1. Лексичні та стилістичні особливості фейкових новин

Лексичні та стилістичні особливості фейкових новин проявляються у різних частинах медіа текстів, але заголовок є тим елементом, що найбільше впливає на читача, привертаючи його увагу й формуюче перше враження про увесь подальший текст.

Ключова роль заголовку у текстах ЗМІ зазначена у роботі Шульської Н. М. і Зінчук Р. С. «Комунікативно-функційний потенціал заголовків у мові сучасних медіа», оскільки за їх словами авторів: «Однією з найважливіших функцій засобів масової комунікації є маніпулювання увагою та свідомістю потенційної аудиторії. ... Дієвим при цьому є якраз заголовок як перший крок спілкування автора й реципієнта. Він орієнтує читача на відповідну інформацію, адресату суб'єктивну настанову, комунікативну інтенцію» [34, с. 222].

Лебедь І. у своїй праці «Заголовки публікацій у ЗМІ на прикладі газети "День" і журналу "Країна"» подає види залучення матеріалу, за допомогою яких привертається увага реципієнта:

І немовні: графічні – реалізуються за допомогою шрифтових виділень, графічних засобів, прийомів верстання; інформативні – привертають увагу читача своїми цікавими і необхідними відомостями; смислові – використання замовчування, обмануте очікування.

ІІ мовні: лексичні; словотворчі; морфологічні; синтаксичні; стилістичні [15, с. 65].

У заголовках до фейкових новин можна зустріти велику кількість лексичних та стилістичних засобів, які мають привернути увагу читача. Тому, аби заволодіти його увагою, там будуть застосовуватися найпродуктивніші засоби. В роботі Ялі О. І. «Актуалізація та відтворення в англо-українському перекладі стратегії маніпулювання (на матеріалі політичного дискурсу)» зазначено, що використання лексичних засобів мовного маніпулювання є найбільш продуктивним поміж інших. Серед найпродуктивніших авторка вважає такі лексичні засоби: метафора, синоніми, антоніми, конотативи, слова-амеби, конверсиви, софістичими, неологізми, евфемізми й дисфемізми. Останні два засоби є найбільш вживаними через їх функції вуалізації [36, с 55, 62].

Тому у подальшому дослідженні є сенс приділити увагу саме евфемізмам і дисфемізмам.

Евфемізм широко застосовується у ЗМІ для зменшення емоційного впливу на читачів. Тож, почнемо з визначення.

Тринадцятко Є. В. у статті «Евфемізми та дисфемізми у політичному дискурсі: лінгвоперекладацький аспект» зазначає: евфемізм (від грец. *Euphemeo* - розмовляю ввічливо) — емоційно нейтральне слово або вираз, що служить для прикритого позначення предмета або явища, пряме найменування якого представляється в даній ситуації неможливим через грубість і порушення норм пристойності [28, с. 17].

Авторка виділяє такі основні функції евфемізмів:

- Пом'якшення грубостей та неприємностей для того, хто говорить;
- Маскування дійсності, камуфляж;
- Приховування реальності [28, с. 14].

Сподобаєва А. Д. у своїй праці «Функціонування евфемізмів у сучасному британському політичному дискурсі: прагмалінгвістичний аспект» на основі багатьох визначень дослідила, що евфемізм – це нейтральне слово або вираз, що вживається мовцем з метою заміни чи пом'якшення номінацій, які є різкими, неприйнятними чи забороненими, і виконує прагматичні цілі спілкування, а саме допомагає мовцю сформуванню довірливі відносини та комунікативну співпрацю з аудиторією та ефективно впливати на неї [25, с. 18].

Також у цій роботі наведено такі функції евфемізмів:

- Вуалітивна — передбачає маскування та приховування прямого змісту повідомлення;
- Маніпулятивна — допомагає здійснити вплив на оцінки, судження та погляди адресата;
- Кооперативна — сприяє формуванню комунікативної співпраці між адресантом і адресатом;
- Елевативна (піднесення) — перебільшує низькі чи середні стандарти;
- Пом'якшувальна — змінює різке і грубе значення слова на більш нейтральний або позитивний евфемізм;
- Дистортивна — спотворює інформацію у свідомості аудиторії та ілюструє неприйнятні реалії дійсності як їх діаметральні протилежності;
- Провокаційна — дозволяє виокремити проблемне питання та підштовхує до рішучих дій;
- Табування — наголошує на необхідності заміни заборонених номінацій, що викликають негативну реакцію і пов'язані зі смертю, похоронними ритуалами та людськими хворобами [25, с. 27-28].

Якщо ж розглядати евфемізм як інструмент фейкових новин, то його маніпулятивний потенціал був описаний у роботі Корнеласвої Є. В. «Лінгвістична природа евфемізмів», а саме: «Евфемізми відволікають увагу

реципієнта від об'єкта, що може викликати антипатію. Здатність евфемізмів маніпулювати реципієнтом визначається тим, що вони приховують істинну сутність явища через створення нейтральної чи позитивної конотації» [11, с. 72].

На противагу евфемізму, є супутнє явище – дисфемізм. Це явище також широко застосовуються при створенні фейкових новин, для збільшення емоційного впливу на читача.

Тринадцятко Є. В. також у вище згаданій праці розглядає дисфемізми. На її думку дисфемізм — це навмисно різка форма вираження емоційної оцінки, заміна стилістично нейтрального слова або вираження грубим, зниженим [28, с. 19].

Авторка виокремлює їх функції:

- Образа, звинувачення;
- Зниження соціального статусу, репутації опонента, його дискредитація;
- Небезпека;
- Самоствердження за допомогою дисфемії [28, с. 19].

Вострецова В. О. та Решетарова І. В. у дослідженні «Дисфемізм: status quo ad praesens» визначають як цілеспрямоване випинання негативних боків, ганджу денотату, погіршення характеристик об'єкту [2, с. 184].

Яворська Ю. Д. у праці «Прагматичні аспекти англійських евфемізмів та дисфемізмів політичного дискурсу соціальних медіа» зазначає що, евфемізми та дисфемізми є тактичними мовними засобами, які широко використовуються в політичному медіа дискурсі, за допомогою яких досягається бажаний прагматичний ефект мовленнєвого акту. Ці мовні засоби є способом цільового впливу на масову аудиторію в політичних газетних текстах, що реалізується через мовленнєві стратегії, перш за все, за допомогою тактики дискредитації [35, с. 78].

2.2. Комунікативні стратегії та тактики у фейкових новинах

Будь-яка комплексна й довготривала діяльність потребує ретельного й систематичного планування. Від якості проведення планування може залежати успіх усього задуму. Оскільки фейкові новини, як зазначалось вище, створюються для переслідування вкрай різних цілей, починаючи від простого жарту й закінчуючи створенням інформаційно-психологічної спеціальної операції, то й рівень планування у них може значно варіюватися. У першому випадку планування може бути або мінімальним, або взагалі відсутнім. Натомість у другому випадку й подібних до нього рівень планування відіграватиме вирішальну роль і базуватиметься на стратегії і тактиці. А

оскільки Руда О. у своєму дослідженні визначає термін «маніпуляція» як: «свідоме введення в оману з певною метою» [18, с. 49], то вона також наголошує, що «Маніпуляція не є власне мовним феноменом. Це явище універсальне, а тому має безліч визначень у різних галузях знання. Але беззаперечним є той факт, що маніпулювання базується на лінгвальних структурах і реалізується в мовленнєвій діяльності» [18, с. 50]. Тому у питанні стратегій і тактик фейкових новин треба звертати увагу на аспект маніпулювання. Натомість у онлайн словнику присутнє більш узагальнене визначення: “the action of influencing or controlling someone or something to your advantage, often without anyone knowing it” [66].

Визначення понять «маніпуляційна стратегія» і «маніпуляційна тактика» може надати більше уявлення про механізм маніпулювання за допомогою фейкових новин.

Почати треба з маніпуляційної стратегії, оскільки вона слугує основним планом дій, які спрямовані на досягнення глобальних цілей. Руда О. дає таке пояснення цьому терміну: «Маніпулятивну стратегію репрезентують мовні засоби, ужиті з метою маніпулювання, у поєднанні з певними прийомами структурування та подання інформації» [18, с. 50]. Спираючись на це визначення можна зробити висновок, що маніпулятивна стратегія – це набір маніпулятивних мовленнєвих тактик. Шкіцька І. Ю. подає таке визначення: «Маніпулятивна мовленнєва тактика – така мовленнєва дія, яка відповідає певному етапу в реалізації тієї чи тієї стратегії і є сукупністю в певний спосіб організованих прийомів здійснення прихованого впливу, націленого на досягнення бажаного ефекту чи попередження небажаного результату, визначений стереотип (модель) мовленнєвої поведінки, вироблений суспільством і національною культурою» [33, с. 51].

Якщо класифікувати зв'язок стратегій і тактик та мовних засобів фейкових новин з точки зору піар-діяльності у рамках передвиборчої кампанії, цікавими є результатів доробку (табл. 2.1) Марченко Т. С [10, с. 214].

Таблиця 2.1

Мовні засоби реалізації маніпулятивних стратегій і тактик

Стратегії	Тактики	Мовні засоби
Стратегія дискредитації	Тактика критики	Пейоративна лексика Дисфемізми
	Тактика створення загрози	Слова-афективи
	Тактика звинувачення	Пейоративна лексика Слова-афективи
	Тактика натяку	Іронія Пейоративна лексика
	Тактика створення опозиції «свій-чужий»	Антитеза Евфемізм
Стратегія персоналізації / фрагментації	Тактика переакцентування	Повторення Гедж-маркери
Стратегія маніпулювання імпліцитними смислами	Тактика вуалізації	Синоніми з розмитим або подвійним семантичним значенням
Стратегія нормалізації	Тактика переакцентування	Повторення Номіналізація
	Тактика вуалізації	Евфемізми Метонімія Конструкції з квазіекспліцитним суб'єктом
Стратегія драматизації	Тактика ціннісних орієнтації	Слова-афективи Метафори
	Тактика створення загрози	Слова-афективи
	Тактика перебільшення	Синоніми з більшим смисловим навантаженням

У навчальному посібнику «Гібридна війна і журналістика. Проблеми інформаційної безпеки» класифікують такі методи для реалізації стратегій і тактик інформаційного впливу за допомогою текстових повідомлень:

- Замовчування;
- Подання неправдивого факту;
- Поєднання правдивих і неправдивих фактів і коментарів;

- Представлення випадкових явищ як типових і системних;
- Зміщення акцентів у повідомленні шляхом пропусків, підбирання маніпулятивних рубрик, заголовків, виділених цитат;
- Введення в оману некоректним посиланням на джерела повідомлення (наприклад, завуальовані натяки на авторитетність – «з надійних джерел отримано інформацію»);
- Оприлюднення фактів, отриманих із неофіційних і ненадійних джерел;
- Використання часових розбіжностей (використання фактів про минулі події для підтвердження повідомлень про сучасні реалії; згадування фактів минулого з перекручуванням їх із розрахунку, що деталей ніхто не пам'ятає; спотворення хронології подій);
- Заглушування повідомлень про важливі факти другорядними або створення строкатої мозаїки повідомлень про актуальні і неактуальні події з метою ускладнення формування реципієнтом пріоритетів;
- Збільшення частотності відтворення повідомлень на одну й ту саму тему;
- Використання певних слів-подразників із виразними позитивними чи негативними конотаціями – «правда», «свобода», «демократія», «патріотизм», «зрада», «фашизм», «корупція»; апеляція до почуттів і спекулювання на очікуваннях – «достаток у домі», «стабільність», «впевненість у майбутньому», «гордість за батьківщину»;
- Використання штампів (наприклад, «глобальні проблеми», «захист інтересів»);
- Навішування ярликів (наприклад, «хунта», «країна, яка не відбулася»);
- Приховування відсутності змісту або потенційно небезпечного змісту повідомлення за поетизмами – метафорами, порівняннями, гіперболами, риторичними запитаннями, окличними реченнями, і емоційно забарвленою лексикою;
- Використовування дієслівних форм, наприклад, дієслів наказового способу, для спонукання до прямої дії («проголосуй», «не спи», «визначайся»);
- «Гіпнотизування» реципієнтів термінами, неологізмами, запозиченнями, точне значення яких часто не відоме не лише широкій аудиторії, а й самим мовцям;
- Нав'язливе обговорення протягом певного часу обмеженої кількості (1-3) топ-тем (їх іменують «ідея дня», «топ-теми тижня», «порядок денний ЗМІ» тощо);
- Сплутування художніх образів і реальності (апелювання до відомих літературних творів, фільмів, творів культури мас-медіа) або використання ментальних стереотипів, національних символів тощо;

- Домінування новин негативного чи трагічного змісту, залякування небезпеками військового, екологічного, економічного характеру (наприклад, «Україну перетворюють на ядерний могильник»)[3, с. 87-88].
Американський Інститут аналізу пропаганди [52] виокремлює такі «техніки пропаганди», які описані й інтерпретовані у монографії Рудої О., а саме:

- Ухилення від істини, що реалізується в тактиці «дозування правди».
- Викривлення істини (тактики повторювання, гіперболізації чи применшення, спрощення понять, замовчування, «підтасування» і фабрикація фактів, подрібнення інформації, «підміна цілей»).
- Імунізація висловлювань, репрезентована тактиками посилення на авторитети («рекомендація») та використання універсальних висловлювань; «свідчення», що полягає в підтвердженні свідками правильності висловленої думки.
- Модифікація ілюктивної сили висловлювань (тактики категоричної та некатегоричної номінації).
- Групова ідентифікація, яку демонструють тактики інклюзивності («включення») та дистанціювання (віддалення); солідаризації – використання семіотичної опозиції «ми» – «вони», «навішування ярликів», стереотипізації, «перенесення ставлення / оцінки» («трансфер»), що ґрунтується на асоціації описуваних подій, ідей, фактів із цінностями певної групи людей.
- Структурування за принципом релевантності, що виявляється в тактиці подання важливої інформації на початку чи наприкінці повідомлення.
- Позичіонування (самопозичіонування, позичіонування опонентів, програми), яка реалізується через використання мовних засобів, характерних для групи, на яку здійснюється вплив, через тактики вихваляння, посилення на попередні заслуги, «своє коло», «свій хлопець». Тактика «спільна платформа» базується на бажанні людей бути подібними до членів спільноти, до якої вони належать чи хочуть належати. За допомогою цієї тактики констатується загальноприйнятність певного типу поведінки [18, с. 56].

З оглянутих матеріалів найширше й найдетальніша класифікація стратегій, тактик і мовних засобів представлена у праці Омельчук Ю. О., на основі матеріалу було виписано класифікацією стратегій, тактик, технологій та способів лінгвістичної реалізації фейкових новин.

- Аргументативна стратегія:
 - **Тактика маніпулювання**, де використовуються технології маніпулювання цифрами, маніпулювання фактами, виправдання

негативних наслідків певних подій, наслідків своєї діяльності. Способи лінгвістичної реалізації: числівники, прикметники, прислівники міри і ступеня, okazіоналізми. Приклад використання okazіоналізму: (90) “CRINK: It’s the new ‘Axis of Evil’”;

- **Тактика деталізації**, де використовуються технології перспекції, градації, або створення логічного ланцюжка. Способи лінгвістичної реалізації: конструкції 3 will, іменники з позитивною конотацією, підрядні речення з позитивною установкою, повтори, однорідні дієслова, паралельні конструкції.
- Апелятивна стратегія:
 - **Тактика ідеологізації**, де використовуються технології апелювання до патріотичних почуттів. Способи лінгвістичної реалізації: ідеологеми, емфатичні конструкції, власні назви на позначення національної приналежності. Приклад використання ідіологеми: (81) “Trump is obnoxious – but his victory shows the American Dream is alive”;
 - **Тактика маніпулювання масовою свідомістю**, де використовуються технології апелювання до потреб адресата. Способи лінгвістичної реалізації: емоційно забарвлена лексика, лексика, що актуалізує соціальні концепти, окличні речення;
 - **Тактика ретроспекції**, де використовуються технології привертання уваги до прорахунків чи провалів. Способи лінгвістичної реалізації: емоційно забарвлена лексика, одиниці, фразеологічні дієслова і прикметники з негативною семантикою. Приклад використання прикметника з негативною семантикою: (85) “EDF colonel: Russia's naval training exercise was smaller than announced”
- Валоративна, або оцінна, стратегія:
 - **Тактика позиціонування**, де використовуються технології гіперболізації успіху. Способи лінгвістичної реалізації: синонімічні ряди з конотативним значенням, синонімічні ряди лексем зі значенням позитивної якості;
 - **Тактика дискредитації опонента**, де використовуються технології створення негативного образу опонента. Способи лінгвістичної реалізації: порівняльні сполучники, прислівники міри ступеня. Приклад використання прислівника міри ступеня: (76) “Former President Donald Trump and his backers Tuesday hammered Vice President Kamala Harris for her trip to the southern border, suggesting

the visit is merely a last-ditch political stunt ahead of the 2024 elections.”;

- **Тактика дистанціювання**, де використовуються технології висування позитивних якостей і применшення недоліків. Способи лінгвістичної реалізації: динамічні дієслова, домінування позитивних засобів оцінки, глузливо-іронічний тон. Приклад використання позитивних засобів оцінки: (77) “Ukraine Has Invented Its Own Precision Glide Bomb. It Could Become A Key Weapon For Strikes On Targets In Russia”.
- Стратегія оптимізації перлокутивного впливу:
 - **Емоціотвірна тактика**, де використовуються технології метафоризації. Способи лінгвістичної реалізації: метафоричні образи, асоціації. Прикладом такої тактики може бути такий заголовок: (75) “*Block by block, Kamala Harris storms Philadelphia in 11th-hour vote push*”;
 - **Тактика мнемонізації**, де використовуються технології візуального акцентування. Способи лінгвістичної реалізації: графічне виділення тексту, розділові знаки. ;
 - **Тактика вуалізації**, де використовуються технології супроводження тексту малюнком, фото- та відео-інформацією. Способи лінгвістичної реалізації: алюзії, що виражаються національно-культурні концепти, експресивна лексика, іронія, натяк, фото- і відео-матеріали [20, с. 150-164].

Висновки до розділу 2

Застосування фейкових новин має бути чітко спланованим з використанням відповідних тактик й стратегій для досягнення поставлених цілей. Без їх використання ефективність маніпуляційного впливу різко знижується.

Основними лексичними засобами фейкових новин є метафори, антоніми, дисфемізми, номіналізація, синоніми, іронія, хедж-маркери, слова-амеби, конотативи, асоціації, порівняльні сполучники, динамічні дієслова, евфемізми, конструкції з квазіекспліцитним суб’єктом, домінування позитивних засобів оцінки, глузливо-іронічний тон, слова-афективи, антитеза, метонімія, софістичними, метафоричні образи, прислівники міри ступеня, неологізми, конверсиви тощо. За допомогою цих засобів досягаються такі цілі: дискредитація, персоналізація або фрагментація інформації, замовчування, створення негативного образу опонента тощо.

У залежності від сфери застосування фейкових новин, стратегії, тактики й методи можуть докорінно відрізнятися. Це ускладнює розуміння фейкових новин та їх механізму впливу, оскільки у складі різних стратегій і тактик можуть бути однакові методи або навпаки застосовані методи можуть бути складовою кількох тактик. Тому слід особливу увагу приділяти сфері, у якій була ідентифікована фейкова новина, задля точної класифікації тактики й стратегії, що були застосовані під час її створення.

Розуміння стратегії, тактики й методів/технологій, які закладаються під час створення фейкових новин, полегшує їх ідентифікацію та подальше виявлення, дозволяє з'ясувати причини й цілі застосування, проаналізувати та оцінити вплив на суспільство, визначити шляхи поширення.

РОЗДІЛ 3 ПРОБЛЕМИ ПЕРЕКЛАДУ ФЕЙКОВИХ НОВИН

3.1. Труднощі перекладу прагмалінгвальних засобів

Як зазначається у доробку Короля А. та Волощук В. завданням перекладача є передача та збереження апелятивної функції в тексті маніпулятивного характеру, йому треба не тільки передати суть повідомлення, а ще й взяти до уваги культурні особливості цільової мови аби не загубити емоційну повноту [48, с. 130].

Також за висновками їх роботи виокремлено такі рівні й відповідні засоби маніпуляцій:

- На **граматико-синтаксичному** рівні характерними засобами маніпуляції є синтаксичні та граматичні повтори, використання модальних дієслів, риторичних, метакомунікативних, сугестивних запитань;
- Засобами маніпулятивного впливу на **лексико-семантичному** рівні постають метафори, епітети, гіпербола, позитивно чи негативно конотативні слова, лексичні повтори, наростаюча градація (клімакс) з метою посилення емоційності повідомлення;
- Маніпуляції на **фонографічному** рівні здійснюються переважно за допомогою зміни розміру, кольору шрифту, тобто виключно у невербальній площині [48, с. 133].

Загалом у праці зазначено основну складність перекладу фейкових новин. Текст перекладу має бути перекладеним зі збереженням не тільки змісту, а й відтворенням всіх функцій змісту оригіналу, перекладач має знаходити рівноцінні за семантичним і стилістичним навантаженням виразні засоби [48, с. 133].

Оскільки фейкові новини створюються для впливу на конкретну аудиторію, з конкретним набором умов і цілей, будь-який неточно підібраний засіб у перекладі може створити ще більшу дезінформацію, або зовсім нівелювати її.

Схожу думку про переклад фейкових новин має Ялі. О. І., вона зазначає, що під час перекладу треба враховувати специфіку й спрямованість тексту оригіналу. Здебільшого буквальний і дослівний переклад не дають бажаного результату [36, с. 55]. Тому на цей аспект треба теж звертати увагу перекладача під час здійснення перекладу.

Як зазначалось вище, місінформація діє так само, як і дезінформація, але вона не цілеспрямована на обман, це може бути простою помилкою перекладача або редактора. Аби не створити місінформацію на основі новин треба особливу

увагу приділяти перекладацьким труднощам, вживаючи зокрема, на кшталт, описані у праці Хабарова Н. А. «Переклад та його прагмалінгвістичні особливості» механізми, які впливають на вибір мовних засобів із метою відтворення прагмалінгвістичного потенціалу тексту оригіналу, а саме:

- Опущення;
- Описовий переклад;
- Заміна;
 - Генералізація;
 - Конкретизація [31, с. 175-176].

Акцентуючи увагу на даних механізмах можна нейтралізувати або підкреслити елемент фейку.

Слід пам'ятати про мовні та стилістичні особливості ЗМІ, які можуть створити складність під час перекладу. У праці Тікан Я.Г. і Потапенко К.В. було виокремлено такі:

- Високий відсоток стійких і клішованих виразів, журналістські штампи, стандартні терміни і назви;
- Наявність оціночних епітетів, прямих звернень до читача;
- Насиченість реаліями суспільно-політичного і культурного життя, алюзіями і цитатами;
- Використання ідіоматичної лексики, гри слів, каламбурів, прислів'їв і приказок [27, с. 492].

Ці особливості можуть бути використані для створення фейкових новин, оскільки вони звичні за стилістикою ЗМІ й можуть не викликати підозри.

Також у праці зазначається, що англomовним ЗМІ властиві явища евфемізації та політкоректності, оскільки, на думку авторів, в основі мовної коректності не закладено бажання образити або принизити почуття читачів. Тож при перекладі треба особливу увагу приділяти цьому аспекту, аби не тільки коректно передати інформацію, а й толерантно.

У навчальному посібнику «Гібридна війна і журналістика. Проблеми інформаційної безпеки» зазначено, що однією з найважливіших причини спотворення інформації є проблеми перекладу і полісемія, які створюють можливість для різнотлумачення одного й того ж самого різними способами, зазначені як одні з основних причин спотворення інформації [3, с. 102].

Загалом переклад фейкових новин може не відрізняється від перекладу звичайних новин, але дуже важливо зважати на мету такого перекладу. Оскільки неправильний підхід до перекладу подібного матеріалу може посилити його маніпулятивний ефект і розширити цільову групу.

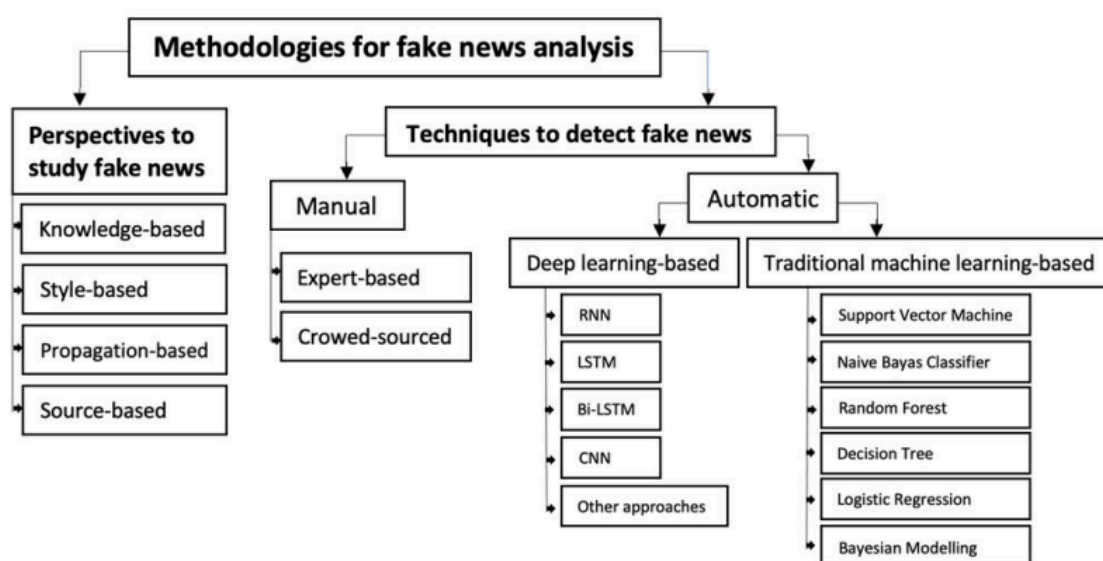
3.2. Методи ідентифікації фейкових новин у перекладі

Оскільки метою перекладу завжди є адекватна передача сенсу оригінального матеріалу, то ідентифікація перекладеної фейкової новини можливо не буде відрізнятися від ідентифікації оригінальної фейкової новини.

Робота “A review of methodologies for fake news analysis” представляє таблицю (табл. 3.1) [46, с. 3], де представлено методологію аналізу фейкових новин.

Таблиця 3.1

A classification of the overall methodologies in fake news analysis.



На сьогодні методів ідентифікації фейкових новин доволі багато, вони представлені великою кількістю мовних моделей та нейромереж, які на відміну від людини можуть обробляти великі потоки даних й робити це з порівняно високою точністю. Такі системи мають як переваги, так і недоліки, у праці Тищенка В. С. «Аналіз методів навчання та інструментів нейромереж для виявлення фейків» описані основні характеристики подібних систем:

Переваги:

- Нейронні мережі можуть обробляти великі обсяги даних, що робить їх добре придатними для аналізу великих обсягів тексту, зображень і відео;
- Нейронні мережі можуть автоматично вивчати складні патерни та особливості, що робить їх ефективними для виявлення тонких невідповідностей та аномалій у фейкових медіа;
- Нейронні мережі можна адаптувати і тонко налаштовувати під конкретні завдання і домени, що забезпечує високу точність і специфічність у виявленні фейкових медіа [26, с. 30-31].

Недоліки:

- Нейронні мережі потребують великих обсягів високоякісних даних для навчання, які не завжди доступні або можуть бути дорогими для придбання;
- Нейронні мережі можуть бути вразливими до ворожих атак, коли зловмисники маніпулюють вхідними даними, щоб змусити мережу видавати неправильні результати;
- Нейронні мережі можуть бути дорогими в обчислювальному плані, вимагаючи значних обчислювальних потужностей і часу для навчання та запуску [26, с. 30-31].

Не згадати про дані методи ідентифікації фейкових новин неможливо, оскільки з розвитком технологій створення фейкових новин також розвиваються методи виявлення й подальшої протидії даній загрозі. Але увага нашого дослідження прикута до дослідження ідентифікації фейкових новин з точки зору лінгвістики.

Спираючись на посібник Гороховського О. «Фактчек як тренд розслідувань: можливості та перспективи», можна виокремити такі маніпуляції та їх ознаки:

- Применшення/перебільшення цифрових показників;
 - перебільшення/применшення одних величин на користь інших;
 - хибність проміжків часу, порівняльних періодів;
 - узагальнення, хибне трактування понять, методик підрахунку, причинно-наслідкових зв'язків;
 - високе емоційне забарвлення, критика, звинувачення.
- Узагальнення;
 - для надання правдивості заявленим фактам використовуються такі слова: «практично», «фактично», «майже», «однозначно», «без сумніву» та ін.;
 - декларативність риторики, присутність гасел;
 - звернення до гучних джерел, документів, апелювання до попередніх заяв, обіцянок, планів.
- Гіперболізація явищ/подій та їх наслідків;
 - вражаючі свідомість порівняння величин, масштабні узагальнення цифрових показників, проміжків часу, інших фактичних даних;
 - використання таких слів та словосполучень як: «жахлива подія / ситуація», «неприпустимо», «страшно», «ганебно» і та ін.;
 - для надання ваги аргументації — висока емоційність риторики, присутність критики, агресії, погроз.
- «Перенесення» властивостей і ваги одних понять на інші;

- на хвилі критики (або піднесення) — створення спотвореного уявлення про суть об'єкта, його властивості, можливості, вплив, взаємодію об'єкта з іншими об'єктами;
- оманлива демонстрація високого рівня обізнаності в темі риторики, «турботи» спікера;
- емоційність, декларативність риторики, критика, агресія, зневага до контраргументів.
- Надання ваги викривленим даним завдяки використанню вигаданого або дійсного впливового джерела;
 - демонстрація карколомних, вражаючих даних / фактів, аргументації до них з посиланням на визнані джерела, експертні ресурси;
 - приписування одним джерелам властивостей, можливостей, ознак інших, як наслідок — створення хибної картини щодо їх реальних функцій, завдань, мети;
 - оманлива демонстрація глибокої обізнаності, високе емоційне забарвлення, декларативність риторики, критика, зневага до опонентів.
- «Тіньовий ефект»;
 - навмисний акцент на тих даних, що демонструють успішність (в поточному часі чи в майбутньому) із нехтуванням інших показників, наприклад, реально досягнутих, або досягнутих за рахунок чого;
 - оманлива демонстрація високої обізнаності в темі, оманлива аксіономічність тверджень;
 - потужна емоційність, декларативність, риторика, використання гасел, закликів.
- Надання ваги заяві за рахунок використання фактів, перевірка яких ускладнена;
 - оманлива демонстрація: високої обізнаності в темі, володіння глибинними знаннями, широким спектром дотичної інформації;
 - створення хибного уявлення, викривленої картини дійсності про оголошені факти, надання їм ознак правдивості;
 - високе емоційне забарвлення, декларативність риторики, критика, агресія.
- Ототожнення подій та явищ з періодом чи особами;
 - популістична, декларативна риторика, використання гасел, аргументації підкріпленої гаслами, публічних штампів, соціальних міфів, стереотипних кліше;

- демонстрація зневаги до певного періоду часу, групи осіб, однієї особи, її дій, наслідків її дій;
- висока емоційність, агресія, критиканство, багаторазові повторення.
- «Забалакування» гострої теми суміжною, але другорядною;
 - надання об'єкту непритаманних йому властивостей, як наслідок — створення хибної картини щодо структури, діяльності об'єкту або його складових;
 - декларативна риторика та аргументація, використання гасел, публічних штампів, соціальних міфів, стереотипних кліше, апелювання до найбільш вразливих суспільних проблем;
 - яскраве емоційне забарвлення риторики, критика, агресія, зневага, спонукання до дій.
- Викривлення системи порівняння даних/періодів;
 - порівняння зручних величин/періодів, узагальнення, спрощення, надання ваги другорядним факторам, ознакам;
 - демонстрація високої обізнаності в темі, глибокого розуміння причинно-наслідкових зв'язків, оманлива аксіономічність, інколи беззаперечність, тверджень, оманливий конструктив;
 - висока емоційність, декларативність, використання гасел [4, с. 72-78].

У матеріалі “Guide to Fact-Checking and Information Verification” подається дещо простіший, але ефективний список ознак фейкових новин, а саме:

- Якщо щось звучить надто добре, шокує або дивно, щоб бути правдою, це, ймовірно, так і є;
- Якщо інформація викликає у вас страх, гнів чи задоволення та викликає у вас емоції, перевірте її точність, перш ніж ділитися нею;
- Бачите граматичні чи орфографічні помилки? Будьте дуже підозрілі;
- Якщо ви чуєте чутки про те, що щось відбувається, наприклад, насильницькі протести тощо, виконайте пошук у Новинах Google, щоб підтвердити це. Якщо це велика новина, авторитетна новина організація висвітлила б її;
- Уважно подивіться на адреси та URL-адреси веб-сайтів або ідентифікатори соціальних мереж, деякі з них виглядають знайомими, щоб ввести в оману аудиторію;
- Перевірте посилання в історії – чи історія посилається на фактичний вміст або джерело, на які вона посилається;
- Якщо ви підозрюєте, що отримуєте неправдиву інформацію, перегляньте інші історії, фотографії та відео на веб-сайті та запитайте себе, чи виглядають вони достовірними;

- Перегляньте сторінку «Про нас», щоб переконатися, що ви не переглядаєте сатиричний сайт [41, с. 7].

У доробку Дяк Т. П., Грицюк Ю. І., Горват П. П. «Проблема виявлення фейкових новин на веб-сайтах мережі Інтернет» наведено такі ознаки фейкових новин:

- Примітивізм масовий продукт завжди достатньо спрощено створюють, позаяк без цього він не зможе отримати значного поширення;
- Низький статус читачів призначені для аудиторії, яка за різних причин не перевірятиме достовірність наданої інформації;
- Надемоційне подання розраховане на негативний психологічний стан потенційних читачів, які не піддаватимуть критичному аналізу надану інформацію;
- Практично не мають продовження, позаяк розраховані виключно на оперативну та миттєву маніпуляцію суспільною думкою [7, с. 80].

У праці Міщенко Л. та Клименко І. “Method for Detecting Fake News Through Writing Style” виділено специфічні лексичні напрями фейкових новин, а саме:

- Емоційно заряджена лексика: це включає слова та фрази, які несуть сильний емоційний відтінок, часто викликаючи певні почуття, реакції та настрої у читача чи слухача. Ці слова можуть викликати позитивні та негативні емоційні реакції та часто використовуються, щоб переконати, вплинути або емоційно залучити аудиторію.
- Слова опису репортажу: вони мають вирішальне значення в оповіданнях, діалогах, інтерв'ю та журналістських статтях; ці слова допомагають приписувати заяви та дії конкретним особам, збагачуючи текст і роблячи його більш привабливим та інформативним.
- Слова ймовірності: вони передають невизначеність, вірогідність або вірогідність. Вони часто виражають можливість події чи стану, створюючи відчуття ймовірності чи випадковості. У різних контекстах слова ймовірності допомагають передати ступінь надійності чи невизначеності.
- «М'яка лайка» зазвичай стосуються виразів або фраз, які вважаються відносно м'якими або менш образливими, ніж більш суттєві форми лайки. Ці вирази все ще можуть виражати розчарування, роздратування чи підкреслення, але, як правило, менш вульгарні чи соціально неприйнятні. Люди часто використовують м'які лайливі слова, щоб висловити свої почуття без відвертих чи грубих слів [47, с. 84-85].

У статті Літвінчук І. С. наведено ознаки, на які варто звернути увагу, оскільки саме за ними можна швидко розпізнати дезінформацію:

- Непереверені джерела: якщо інформація не має зазначеного джерела або джерело не можна перевірити, це може бути ознакою дезінформації;
- Емоційне забарвлення: якщо інформація намагається викликати сильні емоції, такі як гнів, страх або обурення, це може бути спрямовано на маніпулювання;
- Неточна або викривлена інформація: якщо інформація суперечить фактам, які вам відомі, або містить невірну інтерпретацію фактів, це може бути ознакою дезінформації;
- Надмірна спрощеність: якщо інформація занадто проста та однозначна, це може бути ознакою того, що це замовна інформація або маніпуляція;
- Безглузді твердження: якщо інформація містить безглузді твердження, такі як загальні максими або твердження, які суперечать здоровому глузду, це може бути ознакою дезінформації [17, с. 183].

Висновки до розділу 3

Якість перекладу фейкових новин на пряму залежить від вміння перекладача ідентифікувати їх для подальшого адекватного їх перекладу. Оскільки без навичок розпізнавати ознаки фейкових новин перекладач не зможе повною мірою зосередитися на особливостях перекладу подібного матеріалу, й у результаті він ризикує посилити або послабити маніпулятивний вплив медіатексту.

Зважаючи на розвиток технологій, а саме з появою різноманітних нейромереж і мовних моделей, з'явилися нові методи створення й виявлення фейкових новин. Але попри всі їх зазначені переваги основним недоліком подібних систем є доступність і масштабування використання.

Тому перекладач має самостійно вміти ідентифікувати фейкові новини за основними їх ознаками, а саме: емоційно заряджена лексика, відсутність посилання на джерела або наявність сумнівних джерел, апелювання до емоцій, узагальнення тощо.

Також при появі сумнівів щодо правдивості новин треба обов'язково звертатися до першоджерела й перевіряти його переклад, оскільки при перекладі можуть бути застосовані опущення, описовий переклад, заміна, а саме; генералізація або зайва конкретизація.

РОЗДІЛ 4

МЕТОДОЛОГІЯ ПРОЦЕСУ НАВЧАННЯ ІНТЕРПРЕТАЦІЇ ФЕЙКОВИХ НОВИН У ПЕРЕКЛАДІ

4.1. Сучасні способи і техніки перекладу новинних медіа текстів

Аналізуючи оригінал новини й її переклад у інших ЗМІ можна наочно продемонструвати підхід до перекладу новини самими новинними сайтами, оскільки саме у процесі перекладу можуть вноситися будь-які свідомі й несвідомі зміни. Наприклад:

(91) *“Elon Musk’s Secret Conversations With Vladimir Putin”*

(91) *“Regular contacts between world’s richest man and America’s chief antagonist raise security concerns; topics include geopolitics, business and personal matters”*

Поданий заголовок і підзаголовок взято з сайту The Wall Street Journal, сама ж новина має позначку “Exclusive”, що означає що вона має обмежену доступність.

(69) *«WSJ: Ілон Маск регулярно спілкується з Путіним із кінця 2022 року»*

(69) *«Американський мільярдер і винахідник Ілон Маск регулярно спілкується з керівником РФ Володимиром Путіним із кінця 2022 року. Вони говорять про особисті теми, ділову та геополітичну ситуації.»*

Даний заголовок і підзаголовок належать українському ЗМІ, а саме: Суспільне новини.

У перекладі заголовку ми бачимо посилання на *The Wall Street Journal*, а саме: “WSJ”, що є конструкцією з квазіекспліцитним суб’єктом, тим самим створюючи враження неупередженості, бо далі буде поданий текст новини.

У оригіналі згадується фраза “Secret Conversations” (Таємні розмови або переговори), натомість у перекладі ми бачимо «регулярно спілкується», у перекладі було застосовано механізм опущення, це може створити враження що Маск спілкувався не скриваючись. Також у заголовок винесено й додано слово «регулярно», скоріш за все для привернення більшої уваги, в очікуванні наступної інформації подібного характеру.

У заголовок та підзаголовок також додано слова «із кінця 2022 року», яких у оригалі немає, але є далі у тексті. Це також зроблено для привернення уваги аудиторії щодо актуальності новини.

У підзаголовку дещо розширений опис Маска «Американський мільярдер і винахідник Ілон Маск», натомість у оригіналі ми маємо “world’s richest man” (найбагатша людина світу), скоріш за все даний прийом конкретизації застосований для підкреслення статусу аби акцентувати увагу на його діях.

Також у оригінальному заголовку присутній дисфемізм “*America’s chief antagonist*” (головний антагоніст Америки), де слово “*antagonist*” має явно виражену негативну конотацію згідно з визначенням “a person who is strongly opposed to something or someone” [58] (людина, яка категорично проти чогось або когось), а слова “*America’s chief*” підсилюють й конкретизують. Натомість у перекладі ми маємо «керівником РФ Володимиром Путіним», хоча з точки зору перекладу незрозуміло, чому було саме так перекладено, оскільки у заголовку оригіналу конкретно згадується, з ким комунікував Маск. Проте у перекладі теж присутня одна особливість, а саме: «керівником РФ». Даний вираз застосований тому, що Україна не визнає Володимира Путіна чинним президентом рф [9].

Оскільки серед західних ЗМІ деякі новини можна прочитати тільки маючи платну підписку, це дещо ускладнює фактчекінг і відкриває можливості маніпулювати змістом та словами з заголовків.

(89) “*Russia has taken out over half of Ukraine power generation*”

Такий заголовок має стаття на сайті Financial Times.

(71) «Україна втратила 35 ГВт генерації електроенергії з початку великої війни — FT»

А так його переклали на сайті Економічної правди, посилаючись на Financial Times.

У цьому випадку переклад заговку не відповідає оригіналу.

У заголовку оригіналу чітко вказано “*Russia has taken out*” (Росія вивела з ладу). Натомість у перекладі зазначено «Україна втратила», що може ввести у оману читачів, оскільки втратити генерацію можна через різні фактори.

Далі йде “*over half of Ukraine power generation*” (більше половини електроенергетики України), де “*over half*” – це узагальнення яке не дає конкретики. Але в перекладі застосовано конкретизацію: «35 ГВт генерації електроенергії». Тут наведено конкретну величину втрат, але оскільки стаття має обмежений доступ, то перевірити, чи насправді вказана цифра фігурує у тексті оригіналу важко.

Також у перекладі додано «з початку великої війни», що є механізмом конкретизації, що заподіяні втрати у цей період часу.

У кінці заголовку перекладу посилання на Financial Times, що є конструкцією з квазіекспліцитним суб’єктом, але на відміну від попереднього прикладу це посилання розміщено у кінці заголовку аби воно в останню чергу впадало в очі.

Але не слід забувати, що деякі новинні агрегатори передрукують новину, посилаючись на авторів. Так, на сайті Kyiv Post було опубліковано цю саму новину з Financial Times, але зі зміненим заголовком:

(88) “*Russia Destroys Over Half of Ukraine’s Power Generation – FT Reports*”

Зі змін тут присутнє слово “*Destroys*” (знищила) замість “*taken out*” (вивела з ладу), що є прямим прикладом того, що у заголовку оригіналу застосоване явище евфемії, тобто пом’якшення.

Після розбору й аналізу одного або двох перекладів, можна переходити до більш комплексного підходу й аналізувати значно більшу кількість заголовків. Наприклад, маємо таку новину:

(74) “*Putin’s ‘Merchant of Death’ Is Back in the Arms Business. This Time Selling to the Houthis.*”

Знову новина з обмеженим доступом від *The Wall Street Journal*. Особливістю подібного підходу у тому, що заголовок буде виступати приманкою, у ньому будуть найінтригуючі частини статті, щоб привернути увагу читача, й він отримав платний доступ до цієї новини.

(73) «*Віктор Бут залучений до продажу російської зброї хуситам — WSJ*»

Це переклад новини від Суспільне новини.

(70) «*”Торговець смертю” Віктор Бут повернувся у збройовий бізнес, - WSJ*»

Цей переклад належить інформаційному агентству УНІАН.

(93) «*WSJ: “Торговець смертю” росіянин Віктор Бут залучений до продажу російської стрілецької зброї хуситам*»

Цей переклад належить Голосу Америки UA(VOA).

(68) «*”Торговець смертю” Путіна після обміну з в’язниці США продає зброю хуситам – WSJ*»

Цей переклад належить Українській правді.

У всіх чотирьох перекладах є посилання на *The Wall Street Journal* у вигляді аббревіатури, як було досліджено у минулих прикладах це конструкція з квазіекспліцитним суб’єктом, яка застосована з тими ж самими цілями. Але є одна відмінність, у перекладі від Голосу Америки посилання стоїть на початку, а не в кінці речення, це може бути зроблено для акцентування на джерелі походження новини.

Далі в оригінальному заголовку йде “*Putin’s ‘Merchant of Death’*” (Путінський «Продавець смерті»), що є і метафорою, і дисфемізмом, якими емоційно підкреслюється діяльність Віктора Бута. У перекладі від Суспільного ми маємо просту заміну на «Віктор Бут», що прибирає емоційну складову у перекладі, натомість у трьох інших перекладах збережено цей засіб, а саме перекладено як: «*”Торговець смертю” Віктор Бут*» – УНІАН, де додали ім’я та прізвище, що є конкретизацією для україномовного читача; «*”Торговець смертю” росіянин Віктор Бут*» – Голос Америки, де як і в попередньому перекладі використали ще більшу конкретизацію, а саме згадавши про

національну причетність; «”Торговець смертю” Путіна» – Українська правда, де зберегли всі особливості оригіналу, не застосовуючи конкретизації.

Наступна частина заголовку “*Is Back in the Arms Business*” (Повернувся у збройовий бізнес), до цієї частини перекладачі видань підійшли по різному. В УНІАН зберегли структуру заголовку оригіналу й просто переклали його як «повернувся у збройовий бізнес», але при цьому вони застосували механізм опущення й не переклали другу частину заголовку, а саме: “*This Time Selling to the Houthis*” (Цього разу для продажу хуситам), ймовірно це було зроблено для того щоб не обтяжувати україномовного читача завими подробицями, які для нього не настільки важливі. У Суспільне новини це речення під час перекладу не збереглося, натомість ми маємо «залучений до продажу російської зброї хуситам», перекладачі об’єднали дві частини заголовку у один і скоротили його до одного речення, де в оригіналі “*Putin’s ‘Merchant of Death’ Is Back in the Arms Business. This Time Selling to the Houthis*” (Путінський «торговець смертю» повернувся в збройовий бізнес. Цього разу для продажу хуситам) у перекладі «Віктор Бут залучений до продажу російської зброї хуситам — WSJ», друга частина першого речення оригінального заголовку пояснює читачу важливу деталь, що Віктор Бут повернувся у збройовий бізнес, де далі у підзаголовку пояснюється після чого саме він повернувся до справ, а саме: “*Russian gunrunner Viktor Bout was traded in 2022 for U.S. basketball star Brittney Griner*” (Російського продавця зброї Віктора Бута у 2022 році обміняли на зірку американського баскетболу Брітні Грінер). Натомість у оригіналі це не згадується, можливо тому що для україномовного читача не настільки важливо знати подробиці обміну, як для англомовного, але сама суть новини полягає у тому що Бут був засуджений і перебував у американській в’язниці, у перекладі допущено неточність, яка дещо спотворює суть оригінального заголовку й потенційно може ввести в оману україномовного читача. Ще присутній механізм конкретизації: «російської зброї», натомість у оригіналі про це не згадується, чию саме зброю буде продавати Бут хуситам. Також у матеріалі від Голосу Америки у перекладі схожа ситуація: «*WSJ: “Торговець смертю” росіянин Віктор Бут залучений до продажу російської стрілецької зброї хуситам*», заголовки у перекладі мають однакову хибу у перекладі, але у даному випадку застосована ще й конкретизація якої у оригінальному заголовку немає «російської стрілецької зброї». Далі за текстом статті згадується тип зброї, напевно механізм замовчування у оригіналі був застосований для більшої привабливості заголовку, оскільки так він розмиває масштаб події, бо поняття “*Arms Business*”, яке згадане в оригіналі, має дуже широке значення, зокрема Cambridge Dictionary [59] надає таке визначення слову Arms – weapons and explosives used in fighting wars (зброя та вибухові речовини, що

використовуються під час ведення війни). У матеріалі Української правди теж об'єднали першу й другу частини заголовку оригіналу в перекладі але не втративши основної думки оригіналу, у результаті маємо: “Putin’s ‘Merchant of Death’ Is Back in the Arms Business. This Time Selling to the Houthis” – «”Торговець смертю” Путіна після обміну з в’язниці США продає зброю хуситам – WSJ», також у цьому перекладі заголовку доєднано частину з підзаголовку оригіналу. У підсумку, з усіх чотирьох наведених прикладів інтерпретації та перекладу оригінального заголовку з матеріалу сайту *The Wall Street Journal*, Українська правда переклала його адекватно зберігаючи основну думку оригіналу.

Також слід розглянути як перепубліковують цю новину інші ЗМІ, на основі матеріалу від *The Wall Street Journal*.

(87) “*Putin's 'Merchant of Death' Viktor Bout Returns to Arms Trading Business – WSJ*”

Так інтерпретує новину The Moscow Times.

Однією з відмінностей від оригіналу є те, що в цій інтерпретації опущено другу частину заголовку, а саме: “*This Time Selling to the Houthis*”. Це схоже на переклад від УНІАН, але тут даний механізм використаний не виправдано, оскільки він замовчує важливу частину заголовку для англomовної аудиторії. Також застосований механізм конкретизації, а саме додано “*Trading*” у словосполучення “*Arms Trading Business*”.

(83) “*Russia’s “Merchant of Death” Viktor Bout Is Back in the Arms Business*”

Натомість UNITED24 Media повністю зберігає першу частину заголовку, але опускає другу.

Таким чином, комплексний аналіз перекладу заголовку демонструє що різні зміни у перекладі дають різне сприйняття новини. Генералізація, конкретизація, опущення, зміна порядку слів, об’єднання речень в одне, евфемізми – це все має ключову роль у під час перекладу, оскільки від якості перекладу залежить сприйняття як самого перекладу, так і оригіналу.

Подібний комплексний аналіз може наочно продемонструвати основні прийоми інтерпретації фейкових новин у перекладі, які застосовуються як українськими, так і англomовними ЗМІ, їх основні методи, засоби та прийоми інтерпретації інформації.

Наступним методом викладання може бути аналіз заголовків фейкових новин, зокрема передперекладацький аналіз з метою ідентифікації засобів фейкових новин, які використовуються ЗМІ для привернення уваги читача.

(82) “*Jake Broe: Joining Russia’s Army is a Death Sentence*”

Наприклад заголовок даної новини від Kyiv Post. Проаналізувавши його можна помітити такі засоби:

“Jake Broe” – цей елемент виступає квазіекспліцитним суб’єктом, оскільки автори статті посилається на слова даного експерта, тим самим знімає з себе та сайту відповідальність за текст статті.

“Death Sentence” (Смертний вирок) – цей елемент є гіперболою, яка застосована для емоційного впливу на читача.

Загалом у заголовку використано досить поширений засіб, такий як хибний зв’язок, коли заголовок не відповідає змісту матеріалу. Тому що у матеріалі статті не пояснюється чому вступ до армії рф є смертним вирокком, як заявлено у заголовку.

(84) “*‘Who the f--k is this guy?’: Defense world reacts to Trump’s surprise Pentagon pick*”

Цей заголовок узято з сайту Politico.

У ньому ми маємо такі засоби:

“f--k” – хоча й слово замасковано, сенс його зрозумілий з контексту. Це дисфемізм, використаний для вираження обурення й негативних емоцій. Ще це слово є афективом оскільки викликає сильні емоції.

“Who the f--k is this guy?” (Хто такий цей хлопець?) – сама ж фраза оформлена як цитата, це зроблено для вираження аутентичної реакції знімає відповідальність з автора.

“Defense world” (Оборонний світ або спільнота) – конструкції з квазіекспліцитним суб’єктом, яка узагальнює загальну думку.

(79) “*‘Embarrassing’ to be able to make weapons but not have the funds, says Ukrainian minister*”

Даний заголовок з сайту CNN.

У ньому ми маємо такі засоби:

“Embarrassing” (Соромно) – це слово-афектив, його задача викликати почуття сорому, згідно з визначенням “making you feel embarrassed” [61].

“to be able to make weapons but not have the funds” (мати можливість виготовляти зброю, але не мати на неї коштів) - це антитеза, вона створює драматичний ефект і підкреслює парадоксальність ситуації.

“says Ukrainian minister” (говорить український міністр) – це квазіекспліцитним суб’єкт, тому що далі за текстом вказано з яким саме міністром велась розмова.

(80) “*Ukraine Is Scavenging for Power-Plant Parts as Mass Blackouts Loom*”

Даний заголовок новини з сайту *The Wall Street Journal* теж має теж має певні особливості, а саме:

“scavenging” (шукати у смітті) – з поданого у Cambridge Dictionary визначенні, *to look for or get food or other objects in other people's rubbish* [67] (шукати або діставати їжу чи інші предмети в чужому смітті), можна зробити

однозначний висновок що це слово виступає у ролі афектива, оскільки несе певну емоційну оцінку ситуації.

“mass blackouts” (масові відключення електроенергії) – це є гіперболою, оскільки за визначенням з онлайн словника Collins “*blackout*” має чітке визначення “*a temporary loss of electricity in an area because of a failure in its generation or transmission*” [60] (тимчасова втрата електроенергії в місцевості через збій у її виробництві або передачі), тобто певною мірою це плеоназм. Також на це вказує значення даного слов в українській мові – Масове припинення надходження електричної енергії до споживачів внаслідок аварії або воєнних дій [56].

“loom” – це слово-афектив, у Cambridge Dictionary воно має таке визначення: “*If an unwanted or unpleasant event looms, it seems likely to happen soon and causes worry*” [65] (Якщо назріває небажана або неприємна подія, це, швидше за все, станеться незабаром і викликає занепокоєння), тобто воно має явно виражену негативну конотацію.

4.2 Практичні рекомендації щодо навчання перекладу фейкових новин.

Студентам-перекладачам рекомендовано працювати з оригінальними новинними статтями англomовних видань для покращення навичок роботи з текстами медіа.

На основі аналізу заголовків з попереднього розділу можна запропонувати подібні вправи для покращення ідентифікації й навичок перекладу лінгвістичних засобів, які застосовуються у фейкових новинах.

Зразок вправи

Завдання: проаналізувати наведені заголовок й підзаголовок оригіналу та перекладу на наявність лексичних засобів, які використовуються при створенні фейкових новин.

Оригінал

Заголовок: (78) “*Trump talked to Putin, told Russian leader not to escalate in Ukraine*”

Підзаголовок: (78) “*President-elect Donald Trump spoke with Russian President Vladimir Putin on Thursday and discussed the war in Ukraine, according to people familiar with the call.*”

Переклад

Заголовок: (72) «Трамп розмовляв з Путіним і закликав його не загострювати ситуацію в Україні — WP»

Підзаголовок: (72) «Обраний президент США Дональд Трамп 7 листопада розмовляв із лідером Росії Володимиром Путіним та обговорив війну в Україні. Це стало першою телефонною розмовою між ними після перемоги Трампа на виборах»

Також можна аналізувати не тільки заголовок, а і його зв'язок з основним текстом. Наприклад:

Зразок вправи

Завдання: проаналізувати наведену статтю на наявність засобів, які використовуються при створенні фейкових новин. З'ясувати чи відповідає заголовок змісту статті.

(86) *Trump expected to 'soon' appoint a Ukrainian peace envoy after promises of negotiating end to war with Russia*

Trump has been rolling out appointee names at lightning pace

EXCLUSIVE: President-elect Donald Trump is expected to soon appoint a Ukrainian peace envoy to lead negotiations on ending the war with Russia, multiple sources told Fox News Digital.

"You're going to see a very senior special envoy, someone with a lot of credibility, who will be given a task to find a resolution, to get to a peace settlement," one of the sources said.

"You're going to see that in short order."

The job is not expected to be a salaried role - from 2017 to 2019, Kurt Volker had served as special representative to Ukrainian negotiations on a volunteer basis.

Trump has been rolling out appointee names at lightning pace of those he wants to fill his Cabinet and advise him on top issues.

He picked Rep. Michael Waltz, R-Fla., to serve as his national security advisor and sources have told Fox News he's settled on Sen. Marco Rubio, R-Fla., to lead the State Department.

Trump has designated Steven Witkoff to be his special envoy to the Middle East.

Trump has long insisted he could negotiate an end to the war with Ukrainian President Volodymyr Zelensky and Russian President Vladimir Putin. Few details have been given about how he would do this.

A report last week by the Wall Street Journal suggested Vice President-elect Vance's controversial suggestions from the campaign trail are now being pushed by multiple advisers close to the president-elect.

Some advisers are reportedly encouraging Trump to push Kyiv to agree to terms that would freeze the frontlines by creating an 800-mile-long demilitarized zone and allow Russia to keep the land it has illegally seized, which amounts to roughly 20% of Ukraine.

It has also been suggested that Kyiv should agree not to pursue NATO membership for 20 years, a stipulation that critics of this plan argue kowtows to Russian President Vladimir Putin.

A Washington Post report on Sunday also claimed Trump had spoken with Putin, where the president-elect told the Russian leader not to escalate the war. Trump's transition team would not confirm or deny the call.

Fox News' Caitlin McFall contributed to this report.

Зразок вправи

Завдання: проаналізувати заголовок і уривок зі статті на наявність засобів, які використовуються при створенні фейкових новин. З'ясувати чи відповідає заголовок змісту статті.

(92) *Ukraine faces toughest winter yet as energy shortages loom*

Kyiv faces daily blackouts of eight to 20 hours amid an onslaught of Russian attacks.

BRUSSELS — The power station in Central Ukraine was on fire, rubble strewn everywhere. A hall the size of two football fields, once home to a powerful steam turbine, lay in ruins.

That was the scene Dmytro, a 41-year-old power unit operator, saw when he entered the facility in May following a Russian missile attack. "There were tears in my eyes," said Dmytro, who for security reasons cannot be fully named. "It was difficult to see."

The most difficult part was yet to come. More than 700 workers soon fanned out across the broken complex to begin the meticulous repair work as fast as possible.

That scene is now playing out across the entire country as winter looms. Thousands of Ukrainians are racing against time to reconstruct, protect and evolve an energy system that has lost half its power generation capacity.

Compounding the challenge: Russia's pelting air attacks have left Ukraine mostly reliant on nuclear infrastructure that remains unprotected from missile strikes. And there's not enough time left to fix that.

Already, experts are predicting energy rationing that would leave people without electricity for much of the day. Add in a cold snap and damaging strikes on the nuclear power system, and Ukraine could be facing blackouts of up to 20 hours per day, said Oleksandr Kharchenko, managing director at the Energy Industry Research Center and an adviser to Ukraine's government on energy.

That means no heat for homes, no power for war-essential factories, and Ukrainians leaving the country in search of refuge.

"I'm very worried," said Viktoriya Gryb, an independent Ukrainian lawmaker who heads the parliament's energy security subcommittee. "The situation is really critical, and I hope that international partners ... will provide us with assistance as soon as possible."

It's an assessment Ukraine's allies share, as Kyiv appeals to them for rapid assistance.

Також рекомендується звернутися до моделі штучного інтелекту ChatGPT (OpenAI), або йому подібних, для створення й подальшого аналізу потенційних фейкових новин, які були створені за допомогою штучного інтелекту.

Дана рекомендація зумовлена тим, що зараз у створенні фейкових новини широко застосовуються нейромережі. На відміну від людей, штучний інтелект здатен утворювати й поширювати фейкові новини швидше, масовіше та ефективніше за людей [44, с. 1-2].

Висновки до розділу 4

У даному розділі було досліджено методи і техніки викладання, які в подальшому можна розвинути для впровадження у навчання студентів-перекладачів. Особлива увагу була приділена порівняльному аналізу оригіналу заголовків та підзаголовків англomовних ЗМІ та їх перекладу або інтерпретації в українomовних ЗМІ. На основі даного аналізу було сформовано практичні рекомендації щодо навчання перекладу медіатекстів. Оскільки медіаграмотність відіграє важливу роль при роботі з текстами медіа. Під час перекладу важливо вміти ідентифікувати маніпулятивні мовні засоби, на кшталт: гіпербол, метафор, евфемізмів, дисфемізмів тощо.

Рекомендується використовувати як реальні приклади потенційно маніпулятивних медіатекстів, так і згенеровані за допомогою різних нейромереж та мовних моделей.

Розвиток медіаграмотності серед перекладачів може сприяти зменшенню поширення фейкових новин та формуванню відповідальної медіакультури.

ВИСНОВКИ

У дослідженнях було встановлено, що фейкові новини у різних сферах людської діяльності (журналістика, філологія, військова справа, юриспруденція тощо) мають різне значення, у свою чергу це ускладнює розуміння чим саме є фейкові новини. Водночас неможливо не звертати увагу на ці визначення, оскільки вони властиві відповідній сфері застосування.

Фейкові новини мають розгалужену й складну класифікацію, яка також залежить від сфери застосування.

У перекладі фейкових новин треба особливу увагу приділяти їх прагмалінгвальним засобам та особливостям їх функціонування, оскільки саме в них криється увесь маніпулятивний потенціал. Неправильно застосовані механізми перекладу можуть посилити або зменшити закладений у оригіналі смисл. Зокрема, складність перекладу полягає у передачі культурно-специфічних особливостей і збереженні комунікативної інтенції тексту.

Отримані результати можна використати для подальшої розробки й удосконалення методів викладання перекладу медіатекстів під час навчання студентів-перекладачів. Це включає аналіз заголовків і текстів як потенційно можуть містити мовні засоби фейкових новин. Крім того, дослідження має важливе значення для медіаграмотності в цілому, оскільки воно може допомогти у ідентифікації фейкових новин, їх перекладу та інтерпретації.

У результаті роботи наголошується важливість критичного підходу до будь-якої інформації в умовах цифрової епохи. Це може сприяти розвитку відповідного підходу до споживання і поширення інформації, боротьби з фейковими новинами, що особливо актуально в умовах тотальної інформаційної війни.

У роботі закладені основи для подальших досліджень, вивчення фейкових новин, зокрема їх визначення й класифікації, розробки методів навчання роботи з текстами медіа. Подальше дослідження дозволить підвищити не тільки якість інтерпретації медіа текстів в перекладі, а й зменшити вплив і поширення дезінформації в українському інфопросторі, що буде сприяти підвищенню резиліентності суспільства в цілому

Я, Клочко Олександр Олександрович, своїм підписом засвідчую, що моя кваліфікаційна робота «Прагмалінгвальні засоби фейкових новин: аспект перекладу» виконана з дотриманням усіх вимог до наукової етики та поваги до інтелектуальних надбань, самостійно та індивідуально. Під час написання

роботи я дотримувався принципів академічної доброчесності та несу відповідальність за порушення загальноприйнятих правил цитування.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Беленчук, І. В. ФЕЙКИ ТА ЇХ ВИКОРИСТАННЯ РОСІЙСЬКИМИ МАСМЕДІА В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ / І. В. Беленчук // Магістерські студії : альманах. – Херсон : ХДУ, 2021. – Вип. 21. – С. 203-205. URL:<https://ekhsuir.kspu.edu/handle/123456789/15736;jsessionid=5F64F2452495802CE6EC2D6457CEAA97> (Дата звернення: 11.11.2024)
2. Вострецова, В. О., Решетарова, І. В. (2009) Дисфемізм: status quo ad praesens. ВІСНИК Житомирського державного університету імені Івана Франка (47). с. 184-187. URL:<http://eprints.zu.edu.ua/id/eprint/3487> (Дата звернення: 11.11.2024)
3. Гібридна війна і журналістика. Проблеми інформаційної безпеки : навчальний посібник / за заг. ред. В. О. Жадька ; ред.-упор.: О. І. Харитоненко, Ю. С. Полтавець. – Київ : Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2018. – 356 с. URL:<https://enpuir.npu.edu.ua/handle/123456789/22263> (Дата звернення: 11.11.2024)
4. Гороховський О. Фактчек як тренд розслідувань: можливості та перспективи: практичний посібник / О. Гороховський. Дніпро: ЛІРА, 2017. 133 с. URL:https://www.amo.cz/wp-content/uploads/2019/03/amocz_factcheck_ua_v2_2018.pdf (Дата звернення: 11.11.2024)
5. Довганюк, Є. А. Фейкові новини як засіб медіакомунікації: лінгвостилістичний аспект = Fake news as a means of media communication: linguostylistic aspect : кваліфікаційна робота на здобуття ступеня вищої освіти «магістр» / Є. А. Довганюк ; наук. керівник канд.філол.н., доц. Я. М. Просяннікова ; Міністерство освіти і науки України ; Херсонський держ. ун-т, Ф-т української й іноземної філології та журналістики, Кафедра англійської філології та прикладної лінгвістики. – Херсон : ХДУ, 2020. – 95 с. URL:<https://ekhsuir.kspu.edu/handle/123456789/12877> (Дата звернення: 13.10.2024)
6. Доскіч Л. С. Фейкові новини як новітній засіб маніпуляції та дезінформації. Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. 2022. № 4. С. 72–77. URL:<https://doi.org/10.32461/2409-9805.4.2022.269809> (Дата звернення: 06.10.2024)
7. Дяк, Т. П., Грицюк, Ю. І., & Горват, П. П. (2022). Проблема виявлення фейкових новин на веб-сайтах мережі Інтернет. Scientific Bulletin of UNFU, 32(6), 78-94. URL:<https://doi.org/10.36930/40320612> (Дата звернення: 11.11.2024)
9. Заява МЗС України щодо «інавгурації» Володимира Путіна. Опубліковано 06 травня 2024 року о 15:35.

URL:<https://mfa.gov.ua/news/zayava-mzs-ukrayini-shchodo-inavguraciyi-volodimira-putina> (Дата звернення: 11.11.2024)

10. Коваленко А. М., Марченко Т. С.. Мовні засоби реалізації маніпулятивного впливу в сучасних англomовних ЗМІ. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія. 2019 № 38 том 1 URL: http://www.vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v38/part_1/Filologi38_1.pdf (Дата звернення: 21.10.2024)

11. Корнелаєва Є. В. ЛІНГВІСТИЧНА ПРИРОДА ЕВФЕМІЗМІВ. Львівський філологічний часопис 2019, 70-75. URL:<https://doi.org/10.32447/2663-340X-2019-5-12> (Дата звернення: 11.11.2024)

12. Курбан О. В. Фейки у сучасних медіа: ідентифікація та нейтралізація. URL:<https://journals.uran.ua/bdi/article/view/150954> (Дата звернення: 07.09.2024)

13. Кучер А. Теоретичні засади дослідження лінгвопрагматики. URL:<https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/1248595.pdf> (Дата звернення: 07.09.2024)

14. Лебедєва Н., Тимакова В. Прагмалінгвістика: прагматична компетенція. URL:http://www.apfn-journal.in.ua/archive/61_2023/part_2/25.pdf (Дата звернення: 07.09.2024)

15. Лебедь І. Заголовки публікацій у ЗМІ на прикладі газети "День" і журналу "Країна" / І. Лебедь, Х. Білограць // Вісн. Нац. ун-ту "Львів. політехніка". - 2020. - Вип. 4. - С. 63-67. - Бібліогр.: 6 назв. - укр. URL:<https://science.lpnu.ua/uk/sjs/vsi-vypusky/vypusk-4-nomer-2020/zagolovky-publikaciy-u-zmi-na-prykladi-gazety-den-i-zhurnalu> (Дата звернення: 11.11.2024)

16. Літвінчук І. С. Вплив фейкових новин на громадську думку // Європейські орієнтири розвитку України в умовах війни та глобальних викликів XXI століття: синергія наукових, освітніх та технологічних рішень : у 2 т. : матеріали Міжнар. наук.- практ. конф. (м. Одеса, 19 трав. 2023 р.) / за заг. ред. С. В. Ківалова. Одеса, 2023. Т. 1. С. 716-718. URL:<https://hdl.handle.net/11300/27696> (Дата звернення: 11.11.2024)

17. Літвінчук І. С. Дезінформація в соціальних мережах: алгоритм протидії. URL:https://philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2023/1_2023/part_2/29.pdf (Дата звернення: 07.09.2024)

18. Мовне питання як об'єкт маніпулятивних стратегій у сучасному українському політичному дискурсі: монографія; НАН України, Ін-т укр. мови. К., 2012. URL:<https://iul-nasu.org.ua/wp-content/uploads/2021/04/ruda-o.pdf> (Дата звернення: 11.11.2024)

19. Мудра І. Поняття «фейк» та його види у ЗМІ. URL:<http://publications.lnu.edu.ua/collections/index.php/teleradio/article/viewFile/694/699> (Дата звернення: 07.09.2024)

20. Омельчук Ю. О. Псевдоновини як жанр сучасного англомовного медіадискурсу: лінгвокогнітивний, комунікативно-прагматичний параметри. - Рукопис. URL:http://phd.znu.edu.ua/page/dis/02_2018/Omelchuk_dis.pdf (Дата звернення: 11.11.2024)

21. Петрик В. Сутність інформаційної безпеки держави, суспільства та особи // Юридичний журнал. 2009. № 5. С. 122–134. URL:<http://www.justinian.com.ua/article.php> (Дата звернення: 11.11.2024)

22. Салата І. А. Особливості семантичного й прагматичного аспектів зооморфних фразеологізмів в англійській та українських мовах. URL:<https://elibrary.kdpu.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/10571/%d0%a1%d0%b0%d0%bb%d0%b0%d1%82%d0%b0%20%d1%81.57-64.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (Дата звернення: 07.09.2024)

23. Саприкін О.А. Фейк як інструмент інформаційної війни проти України. Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. 2016. № 1. С. 87–94. URL:http://nbuv.gov.ua/UJRN/bdi_2016_1_15 (Дата звернення: 06.10.2024)

24. Соколовська С. В. Лінгвістична прагматика в системі філологічної освіти. URL:<https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/776/1/sokolovska%20Pragm.pdf> (Дата звернення: 07.09.2024)

25. Сподобаєва А. Д. Функціонування евфемізмів у сучасному британському політичному дискурсі: прагмалінгвістичний аспект : кваліфікаційна робота / науковий керівник – канд. пед. наук, ст. викл. І. А. Дирда. Кривий Ріг, 2022. 78 с. URL:<https://elibrary.kdpu.edu.ua/handle/123456789/6725?mode=full> (Дата звернення: 11.11.2024)

26. Тищенко, В. «АНАЛІЗ МЕТОДІВ НАВЧАННЯ ТА ІНСТРУМЕНТІВ НЕЙРОМЕРЕЖ ДЛЯ ВИЯВЛЕННЯ ФЕЙКІВ». Електронне фахове наукове видання «Кібербезпека: освіта, наука, техніка», вип. 4, вип. 20, Червень 2023, с. 20-34, URL:<https://csecurity.kubg.edu.ua/index.php/journal/article/view/464> (Дата звернення: 11.11.2024)

27. Тікан, Я., & Потапенко, К. (2020). ПРАГМАЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ВІДТВОРЕННЯ МОВНИХ ЗАСОБІВ ЕКСПРЕСІЇ У СУЧАСНИХ АНГЛОМОВНИХ МЕДІАТЕКСТАХ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ. Молодий вчений, 11 (87), 491-494. URL:<https://doi.org/10.32839/2304-5809/2020-11-87-106> (Дата звернення: 11.11.2024)

28. Тринадцято Є. В. Евфемізми та дисфемізми у політичному дискурсі: лінгвоперекладацький аспект : дипломна робота магістра : 035.041 Філологія. Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська / Є. В. Тринадцято ; Хмельниц. нац. ун-т. – Хмельницький, 2022. – 90 с. URL:<https://elar.khmnu.edu.ua/handle/123456789/13221> (Дата звернення: 11.11.2024)

29. Ухаль П. О. Інформаційні війни: причини та технології ведення URL:<https://www.uzhnu.edu.ua/en/infocentre/get/70319> (Дата звернення: 11.11.2024)

30. Фейки як інструмент впливу на вибори : аналітична доповідь / Д. В. Дубов та ін. Київ : НІСД, 2020. 209 с. URL:<https://www.niss.gov.ua/publikacii/analitichni-dopovidi/feyki-yak-instrument-v-plivu-na-vibori> (Дата звернення: 13.10.2024)

31. Хабарова Н. А. Переклад та його прагмалінгвістичні особливості. URL:<https://doi.org/10.32841/2409-1154.2021.47-3.40> (Дата звернення: 07.09.2024)

32. Черниш, Р. (1). Фейк як один із інструментів негативного впливу на національну безпеку України в умовах ведення гібридної війни. Часопис Київського університету права, (2), 109-114. URL:<https://doi.org/10.36695/2219-5521.2.2019.19> (Дата звернення: 06.10.2024)

33. Шкіцька І. Ю. Маніпулятивні тактики позитиву: лінгвістичний аспект: монографія. – К.: Видавничий дім Дмитра Бураго, 2012. – 440 с. URL:https://www.researchgate.net/publication/317267080_Manipulativni_taktiki_po_zitivu_lingvisticnij_aspekt_monografia (Дата звернення: 11.11.2024)

34. Шульська Н. М., Зінчук Р. С. Комунікативно-функційний потенціал заголовків у мові сучасних медіа // Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія : Філологія. Журналістика. Київ, 2021, т. 32 (71), № 5, ч. 2, с. 218–223. URL:https://www.philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2021/5_2021/part_2/37.pdf (Дата звернення: 11.11.2024)

35. Яворська, Ю. (2022). ПРАГМАТИЧНІ АСПЕКТИ АНГЛІЙСЬКИХ ЕВФЕМІЗМІВ ТА ДИСФЕМІЗМІВ ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА. Молодий вчений, 4.1 (104.1), 76-79. URL:<https://doi.org/10.32839/2304-5809/2022-104.1-19> (Дата звернення: 11.11.2024)

36. Ялі О. І. Актуалізація та відтворення в англо-українському перекладі стратегії маніпулювання (на матеріалі політичного дискурсу) : кваліфікаційна робота магістра спеціальності 035 «Філологія» / наук. керівник А. Б. Юнацька. Запоріжжя : ЗНУ, 2022. 62 с.

URL:<https://dspace.znu.edu.ua/jspui/handle/12345/10115> (Дата звернення: 11.11.2024)

37. Aïmeur E, Amri S, Brassard G. Fake news, disinformation and misinformation in social media: a review. *Soc Netw Anal Min.* 2023;13(1):30. doi:10.1007/s13278-023-01028-5

URL:<https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC9910783/#Bib1> (Дата звернення: 21.10.2024)

38. David M. J. Lazer et al., The science of fake news. *Science* 359,1094-1096 (2018).

URL:https://www.researchgate.net/publication/372416634_The_science_of_fake_news (Дата звернення: 06.10.2024)

39. Fadi Safieddine, Chapter 1: History of Fake News. URL:https://www.researchgate.net/publication/339107429_Chapter_1_History_of_Fake_News (Дата звернення: 06.10.2024)

40. Hendricks, Vincent & Vestergaard, Mads. (2019). Reality Lost: Markets of Attention, Misinformation and Manipulation. 10.1007/978-3-030-00813-0. URL:<https://doi.org/10.1007/978-3-030-00813-0> (Дата звернення: 11.11.2024)

41. Guide to Fact-Checking and Information Verification. MISA Zimbabwe. URL:<https://data.misa.org/api/files/1714981306287158ejryzrcj.pdf> (Дата звернення: 11.11.2024)

42. Joanna M. Burkhardt. Combating Fake News in the Digital Age. URL:<https://doi.org/10.5860/ltr.53n8> (Дата звернення: 13.10.2024)

43. Kalsnes, Bente. “Fake News.” *Oxford Research Encyclopedia of Communication*, 2018. URL:https://www.academia.edu/37983073/Fake_News (Дата звернення: 11.11.2024)

44. Kimiz Dalkir (2021) Fake News and AI: Fighting Fire with Fire? URL:<https://ceur-ws.org/Vol-2942/invited3.pdf> (Дата звернення: 11.11.2024)

45. Mascelloni C. Fake News: Old as the Hills or the Plague of our Times? URL:https://www.academia.edu/43670222/Fake_News_Old_as_the_Hills_or_the_Plague_of_our_Times?auto=download (Дата звернення: 21.10.2024)

46. Mehedi, Tajrian & Rahman, Azizur & Kabir, Ashad & Islam, Md Rafiqul. (2023). A Review of Methodologies for Fake News Analysis. *IEEE Access*. PP. 1-1. 10.1109/ACCESS.2023.3294989.

URL:https://www.researchgate.net/publication/372363091_A_review_of_methodologies_for_fake_news_analysis (Дата звернення: 11.11.2024)

47. Mishchenko, L., Klymenko, I. (2023). Method for detecting fake news through writing style. *Technical sciences and technologies*, 4(34), 82-90. URL:<http://tst.stu.cn.ua/article/view/298161/290982> (Дата звернення: 11.11.2024)

48. No alternative facts. Fake news and disinformation in digital technology. 2018-1-UK01-KA204-047931

URL:https://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/project-result-content/d8e55367-c854-4fbf-98c1-5323760b2cc0/Module_1_-_Fake_News_and_Disinformation_Workbook.pdf (Дата звернення: 11.11.2024)

49. Nurdiana, Nurdiana. (2019). Understanding Pragmatics and Pragmatic Competence in ELT Materials. *Journal of English Language and Culture*. 10.10.30813/jelc.v10i1.1906.

URL:https://www.researchgate.net/publication/338281034_Understanding_Pragmatics_and_Pragmatic_Compentence_in_ELT_Materials (Дата звернення: 07.09.2024)

50. Philipps-Universität Marburg.

URL:https://www.uni-marburg.de/en/fb09/institutes/german-linguistics/copy_of_research-groups/pragmalinguistics (Дата звернення: 07.09.2024)

51. Posett J., Matthews A. A short guide to the history of 'fake news' and disinformation. A LEARNING MODULE FOR JOURNALISTS AND JOURNALISM EDUCATORS.

URL:https://www.icfj.org/sites/default/files/2018-07/A%20Short%20Guide%20to%20History%20of%20Fake%20News%20and%20Disinformation_ICFJ%20Final.pdf (Дата звернення: 13.10.2024)

52. Propaganda Techniques [Електронний ресурс]. – URL: <http://mason.gmu.edu/~amcdonal/Propaganda%20Techniques.html>. (Дата звернення: 11.11.2024)

53. The Digital, Culture, Media and Sport Committee published its Fifth Report of Session 2017–19, Disinformation and 'fake news': Interim Report (HC 363) on 29 July 2018. The Government's response was received on 9 October 2018 and is appended to this report. URL:https://publications.parliament.uk/pa/cm201719/cmselect/cmcmds/363/36304.htm#_idTextAnchor002 (Дата звернення: 13.10.2024)

54. TRANSLATION SPECIFICS OF MANIPULATIVE INFLUENCE IN GERMAN-LANGUAGE MEDIA DISCOURSE. *Germanic Philology. Journal of Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University*. 2024;(831-832):123-135. URL:<https://journals.chnu.edu.ua/gp/article/view/331/337> (Дата звернення: 11.11.2024)

55. Wardle, C. & Derakshan, H. (2017) Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making, Council of Europe. URL:<https://rm.coe.int/information-disorder-report-version-august-2018/16808c9c77> (Дата звернення: 06.10.2024)

СПИСОК ДОВІДКОВИХ ДЖЕРЕЛ

56. Блекаут. Горох. URL:
<https://goroh.pp.ua/%D0%A2%D0%BB%D1%83%D0%BC%D0%B0%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F/%D0%B1%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D0%B0%D1%83%D1%82> (Дата звернення: 11.11.2024)
57. Лінгвістична прагматика. Енциклопедія Сучасної України. URL:<https://esu.com.ua/article-55505> (Дата звернення: 09.11.2024)
58. Antagonist. Cambridge Dictionary. URL:<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/antagonist> (Дата звернення: 11.11.2024)
59. Arms. Cambridge Dictionary. URL:<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/arms> (Дата звернення: 11.11.2024)
60. Blackout. Collins' dictionary. URL:<https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/blackout> (Дата звернення: 11.11.2024)
61. Embarrassing. Cambridge Dictionary. URL:<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/embarrassing?q=Embarrassing> (Дата звернення: 11.11.2024)
62. Fake news. Cambridge Dictionary. URL:<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/fake-news> (Дата звернення: 11.11.2024)
63. Fake news. Collins' dictionary. URL:<https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/fake-news> (Дата звернення: 14.11.2024)
64. Fake news. Dictionary.com. URL:<https://www.dictionary.com/browse/fake-news> (Дата звернення: 14.11.2024)
65. Loom. Cambridge Dictionary. URL:<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/loom> (Дата звернення: 11.11.2024)
66. Manipulation. Cambridge Dictionary. URL:<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/manipulation> (Дата звернення: 11.11.2024)
67. Scavenging. Cambridge Dictionary. URL:<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/scavenging> (Дата звернення: 11.11.2024)

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

68. "Торговець смертю" Путіна після обміну з в'язниці США продає зброю хуситам – WSJ. Українська правда. URL: https://www.pravda.com.ua/news/2024/10/7/7478591/ (Дата звернення: 11.11.2024)

69. Богданьок. О. WSJ: Ілон Маск регулярно спілкується з Путіним із кінця 2022 року. Суспільне новини. URL: https://suspilne.media/865547-wsj-ilon-mask-regularno-spilkuetsa-z-putinim-iz-kinca-2022-roku/ (Дата звернення: 11.11.2024)

70. Гичко М. "Торговець смертю" Віктор Бут повернувся у збройовий бізнес, - WSJ. УНІАН. URL: https://www.unian.ua/world/torgovec-smertyu-viktor-but-povernuvsyu-u-zbroyoviy-biznes-wsj-12779862.html (Дата звернення: 11.11.2024)

71. Крижний А. Україна втратила 35 ГВт генерації електроенергії з початку великої війни — FT. Економічна правда. URL: https://www.epravda.com.ua/news/2024/06/5/714710/ (Дата звернення: 11.11.2024)

72. Собенко Н. Трамп розмовляв з Путіним і закликав його не загострювати ситуацію в Україні — WP. Суспільне новини. URL: https://suspilne.media/876951-tramp-rozmovlav-z-putinim-i-zaklikav-jogo-ne-zagostruvati-situaciju-v-ukraini-wp/ (Дата звернення: 11.11.2024)

73. Шилін М. Віктор Бут залучений до продажу російської зброї хуситам — WSJ. Суспільне новини. URL: https://suspilne.media/852709-viktor-but-zalucenij-do-prodazu-rosijskoi-zbroi-husitam-wsj/ (Дата звернення: 11.11.2024)

74. Benoit Faucon, Michael R. Gordon, Warren P. Strobel and Alan Cullison. Putin's 'Merchant of Death' Is Back in the Arms Business. This Time Selling to the Houthis. The Wall Street Journal. URL: [https://www.wsj.com/world/russia/putins-merchant-of-death-is-back-in-the-arms-business-this-time-selling-to-the-houthis-10b7f521](https://www.wsj.com/world/russia/p

utins-merchant-of-death-is-back-in-the-arms-business-this-time-selling-to-the-houthis-10b7f521) (Дата звернення: 11.11.2024)

75. Block by block, Kamala Harris storms Philadelphia in 11th-hour vote push. The Straits Times. URL: https://www.straitstimes.com/world/united-states/block-by-block-kamala-harris-storms-philadelphia-in-11th-hour-vote-push (Дата звернення: 11.11.2024)

76. Christian Dato, Anna Giaritelli. Trump and his supporters needle Harris over 'publicity stunt' border trip. Washington Examiner. URL: https://www.washingtonexaminer.com/about/ (Дата звернення: 11.11.2024)

77. David Axe. Ukraine Has Invented Its Own Precision Glide Bomb. It Could Become A Key Weapon For Strikes On Targets In Russia. Forbes. URL: https://www.forbes.com/sites/davidaxe/2024/09/07/ukraine-has-invented-its-own-precision-glide-bomb-it-could-become-a-key-weapon-for-strikes-on-targets-in-russia/ (Дата звернення: 11.11.2024)

78. Ellen Nakashima, John Hudson and Josh Dawsey. Trump talked to Putin, told Russian leader not to escalate in Ukraine. The Washington Post. URL: https://www.washingtonpost.com/national-security/2024/11/10/trump-putin-phone-call-ukraine/ (Дата звернення: 11.11.2024)

79. Embarrassing' to be able to make weapons but not have the funds, says Ukrainian minister. Amanpour. CNN. URL: https://edition.cnn.com/2024/09/02/world/video/ukraine-russia-war-defense-alexander-kamyshin-amanpour (Дата звернення: 11.11.2024)

80. Isabel Coles and Jenny Strasburg. Ukraine Is Scavenging for Power-Plant Parts as Mass Blackouts Loom. The Wall Street Journal. URL: https://www.wsj.com/world/inside-ukraines-quest-to-keep-the-lights-on-as-winter-descends-07ac2b6b?mod=europe_news_article_pos1 (Дата звернення: 11.11.2024)

81. Janet Daley. Trump is obnoxious – but his victory shows the American Dream is alive. The Telegraph. URL: [https://www.telegraph.co.uk/news/2024/11/09/trump-obnoxious-but-american-dream

-alive-us-election/](<https://www.telegraph.co.uk/news/2024/11/09/trump-obnoxious-but-american-dream-alive-us-election/>) (Дата звернення: 11.11.2024)

82. Jason Jay Smart. Jake Broe: Joining Russia's Army is a Death Sentence. Kyiv Post. URL: <https://www.kyivpost.com/videos/42303> (Дата звернення: 11.11.2024)

83. Jess Daly. Russia's "Merchant of Death" Viktor Bout Is Back in the Arms Business. URL: <https://united24media.com/world/russias-merchant-of-death-viktor-bout-is-back-in-the-arms-business-2919> (Дата звернення: 11.11.2024)

84. Joe Gould, Robbie Gramer, Paul McLeary, Connor O'Brien and Jack Detsch. 'Who the f--k is this guy?': Defense world reacts to Trump's surprise Pentagon pick. Politico. URL: <https://www.politico.com/news/2024/11/12/defense-world-reacts-to-trump-pick-pete-hegseth-00189221> (Дата звернення: 11.11.2024)

85. Mari Peegel, Michael Cole. EDF colonel: Russia's naval training exercise was smaller than announced. ERR.ee URL: [<https://news.err.ee/1609466482/edf-colonel-russia-s-naval>

-training-exercise-was-smaller-than-announced](<https://news.err.ee/1609466482/edf-colonel-russia-s-naval-training-exercise-was-smaller-than-announced>) (Дата звернення: 11.11.2024)

86. Morgan Phillips. Trump expected to 'soon' appoint a Ukrainian peace envoy after promises of negotiating end to war with Russia. Fox News. URL: <https://www.foxnews.com/politics/trump-appoint-ukrainian-peace-envoypromises-negotiating-end-war-russia> (Дата звернення: 11.11.2024)

87. Putin's 'Merchant of Death' Viktor Bout Returns to Arms Trading Business – WSJ. The Moscow Times. URL: <https://www.themoscowtimes.com/2024/10/07/putins-merchant-of-death-viktor-bout-returns-to-arms-trading-business-wsj-a86591> (Дата звернення: 11.11.2024)

88. Russia Destroys Over Half of Ukraine's Power Generation – FT Reports. Kyiv Post. URL: <https://www.kyivpost.com/post/33825> (Дата звернення: 11.11.2024)

89. Russia has taken out over half of Ukraine power generation. Financial Times. URL: https://www.ft.com/content/4d583259-7565-4cbc-972e-ea77f4a76175 (Дата звернення: 11.11.2024)

90. Stuart Lau. CRINK: It's the new 'Axis of Evil'. Politico. URL: https://www.politico.eu/article/crink-new-axis-of-evil-nato-china-russia-iran-north-korea/ (Дата звернення: 11.11.2024)

91. Thomas Grove, Warren P. Strobel, Aruna Viswanatha, Gordon Lubold, Sam Schechner. Elon Musk's Secret Conversations With Vladimir Putin. The Wall Street Journal. URL: https://www.wsj.com/world/russia/musk-putin-secret-conversations-37e1c187 (Дата звернення: 11.11.2024)

92. Victor Jack, Gabriel Gavin and Giovanna Coi. Ukraine faces toughest winter yet as energy shortages loom. Politico. URL: https://www.politico.eu/article/ukraine-shortage-energy-russia-missile-attack-nuclear-infrastructure-research/ (Дата звернення: 11.11.2024)

93. WSJ: "Торговець смертю" росіянин Віктор Бут залучений до продажу російської стрілецької зброї хуситам. Голос Америки. URL: https://www.holosameryky.com/a/viktor-bout-prodaye-zbroyu-husytam-wsj/7812963.html (Дата звернення: 11.11.2024)

SUMMARY

Data forms information, information forms knowledge, and knowledge forms wisdom. But on condition that this information is not distorted. Because it is impossible to obtain either knowledge or wisdom from distorted information.

Throughout our lives, we consume a gigantic array of information, this happens both consciously and unconsciously. We receive information from books, magazines, leaflets, the Internet, conversations, conferences, lectures, lessons, seminars, conversations in the kitchen... Our whole life is a process of collecting, processing, accumulating and producing information. However, not all the information that we collect is useful to us. There is irrelevant information for us, which is valuable, but not for us, but for someone else. And there is harmful information, such as lies, which can harm us.

In the modern world, where there is more information than we can process, we often encounter manifestations of truth and lies. Fake news, disinformation, social engineering, propaganda, manipulation... – all of this, unfortunately, is part of our existence. We live in an era when information is not only a resource, but also a weapon. A weapon that can cause no worse harm than real ones. Sometimes information weapons can defeat the enemy where conventional weapons cannot, and in some cases the destructive power of information weapons can be compared to weapons of mass destruction.

The object of the study is fake news as a text product of mass communication containing pragma lingual means.

The subject of the work is the features of pragma lingual means in fake news and their transmission through translation.

The purpose of the work is to identify and analyze pragmatic means in fake news that is distributed in the Ukrainian information space. Also, to study their transformation in the process of translation into both Ukrainian and English. The research focuses on identifying how fake news is modified during translation and what new semantic nuances are added or lost in this process.

The following research methods were used during the writing of the work: search, classification, comparison, analysis, induction, deduction, cognitive-discursive approach, complex analysis, contextual, semantic-syntactic, stylistic, descriptive research methods, typology and generalization methods.

The theoretical significance of the work lies in identifying the problem of classifying fake news, and their tactics and strategies. In the future, the work can be the basis for further research on this problem.

The practical significance of the results obtained can be used in further research on fake news and its pragmalingual features. Also, the results obtained in the

form of practical recommendations can be used in the educational process to teach how to work with media texts and improve the media literacy of translation students.

The scientific novelty of the study is that this work can be used as a basis for developing methods for teaching media literacy to translation students.

Fake news is a type of information weapon. It is quite widespread, many people read the news, and plans for the future are built based on news about the world around them. Therefore, if the news turns out to be fake, the plan will also become irrelevant, because it was created under the influence of lies.

Fake news is not something fundamentally new to humanity. People have been lying long before the advent of newspapers and YouTube, embellishing their achievements or belittling others with lies. The first mentions of the use of fake news date back to the times of the Roman Empire. At that time, they were used to the extent possible by the technologies of that time. With the advent of information technology, fake news began to gain momentum. The rapid development of neural networks, AI and various language models has added even more opportunities for the creation and distribution of fake news.

Pragmalinguistics is suitable for analyzing fake news. Pragmalinguistics is the science of using language to influence people during a communicative situation. This science studies words, phrases, language tactics and strategies that can shape thoughts, moods, emotions and behaviour, taking into account the specifics of the situation in which communication takes place. All this makes pragmalinguistics a key element in the study, analysis and understanding of the phenomenon of fake news.

Studying the phenomenon of fake news using pragmalinguistics allows us not only to identify fake news but also to understand how it works, what methods are used to influence the audience, how they influence the audience, and how this phenomenon can be counteracted. In a world where information warfare is becoming part of reality, pragmalinguistics is a powerful tool for combating manipulation and defending the truth.

Fake news has a lot of variations in definitions. This is because each industry in which fake news can be found has its own definition of this term, and based on the specifics of this industry, it will be the only correct one for it. Philology, sociology, psychology, PR, electioneering, marketing, military affairs, jurisprudence, etc., are all industries in which fake news can be found. Each of these areas views fake news differently. This makes it difficult to understand what fake news is. Also, one should not forget about the context and related terms. Fake news is sometimes identified with disinformation, sometimes they claim that fake news is a means of disinformation, and sometimes they claim that these are completely different concepts. In the English-speaking scientific community, the term “fake news” is gradually being abandoned, instead, three more specific terms are proposed:

“disinformation”, “misinformation” and “malinformation”. Such conclusions were obtained during the study. During the study, a new definition was created, based on all the reviewed ones: fake news is a speech material that is used to achieve influence on the audience, but in further research, it is considered necessary to abandon the term “fake news” and use “disinformation”, “misinformation” and “malinformation” as more specific terms.

The study also revealed that fake news has a complex and confusing classification. The classification is also influenced by the author's choice of definition of the term, the field of application of this classification, etc. In further research, an attempt will be made to create a more relevant and universal classification of fake news based on the reviewed classifications.

Fake news is a powerful tool for influencing public opinion. The study states that fake news can achieve the following goals: Discrediting the historical and national identity of the people, stimulating conflicts and the struggle for power, provoking social, political, ethnic and religious clashes, creating the prerequisites for economic, spiritual or military defeat, reducing the level of information support for the activities of government bodies and inspiring erroneous management decisions, causing damage to the information and technical infrastructure and protecting against other destructive influences, provoking repressive measures by the authorities against the opposition, shaping public opinion, presenting their way of life as the real future and the need for other peoples to imitate it, undermining the morale of the population and reducing defense capabilities, reducing defense capabilities, discrediting their authority, creating or strengthening opposition groups or movements, initiating strikes, mass riots and protests, influencing political decisions. Information warfare can direct political processes by influencing the decisions of government bodies and the formation of a political course, creating an atmosphere of spiritual apathy and the formation of a negative attitude towards culture and historical heritage in the enemy's society, causing damage to information and technical infrastructure, belittling world achievements in science, technology and other fields and exaggerating mistakes and shortcomings, undermining the international authority of the state and its cooperation with other countries, destabilizing political relations, manipulating public opinion and political orientation to create political tension and chaos, and exerting other destructive ideological influence. Therefore, the influence of fake news cannot be underestimated.

As noted in the study, the translation of fake news may not differ from the translation of ordinary media, with all their peculiarities, namely: saturation with the realities of socio-political and cultural life, allusions and quotes, a high percentage of stable and clichéd expressions, journalistic clichés, standard terms and names, the use of idiomatic vocabulary, wordplay, puns, proverbs and sayings, the presence of

evaluative epithets, direct appeals to the reader. A translator may encounter these and similar difficulties when translating media.

It is important to understand that media literacy is an important aspect of a translator's competence since the ability to work with texts of such specificity makes it possible not to spread disinformation but to detect and neutralize it in time. It should also be remembered that an error in translation can create misinformation, that is, accidentally misinform the reader.

One of the most important results of the analysis in the study is the teaching methods and practical recommendations for teaching translation with media texts. They can become the basis for further development and development of media literacy skills in the translation process.

Keywords: pragmalinguistics, disinformation, misinformation, fake news, translation, media literacy, identification.