

Кучерова О. О., канд. філол. наук
Національний університет
«Києво-Могилянська академія», м. Київ
ORSID ID: 0000-0003-2350-2399

МЕНТАЛЬНІ МОДЕЛІ АВТОРА В НОВИННОМУ ІНТЕРНЕТ-ДИСКУРСІ: ФЕЙКИ ПРО КОРОНАВІРУС

Досліджено ментальні моделі в новинному інтернет-дискурсі, які автор використовує для створення фейкових новин про коронавірус. Такі ментальні моделі є основою когнітивно-семантичного складника створення та розуміння дискурсу. Запропоновано типологію авторів такого дискурсу. Виокремлено головні інтенції автора та глобальні теми дискурсу фейкових новин про коронавірус. Виявлено типи семантичних міжпропозиційних відношень, які забезпечують локальну когеренцію дискурсу і на яких базуються ментальні схеми автора, а саме зіставлення (порівняння та протиставлення) і причинно-наслідкова суб'єктивна контекстуалізація.

Ключові слова: дискурс-аналіз, ментальні моделі, фейкові новини; дезінформація, медійний дискурс, коронавірус.

Постановка проблеми. Дезінформація стала частиною нашого життя. В епоху постправди не завжди легко відрізнити об'єктивну інформацію від фальшивої. Маніпуляції та розповсюдження фейків є реаліями сучасного життя. Активно поширюють неправдиву інформацію «жовті» ЗМІ та сайти-смітники. У людей часом не вистачає критичного мислення, щоб розібратися, де правда, а де ні. Серед причин поширення фейків та дезінформації можна назвати гонитву за ексклюзивністю, ненадійні джерела інформації, заангажованість експертів, матеріальний прибуток, тощо. Свобода слова й вільний інтернет, з одного боку, головні речі для демократії, з іншого боку, сприяють поширенню фейкових новин, дезінформації та

маніпуляцій. Вільне слово вимагає від людей вміння критично мислити і перевіряти інформацію.

Інтернет і нові медіа (соціальні мережі, YouTube та месенджери) стають основним джерелом для отримання новин, особливо серед молоді. Проте за час пандемії довіра до новин у соцмережах значно зменшилась, про що свідчить дослідження Reuters Institute [14]. Дезінформація та фейки стосовно коронавірусу набули планетарного масштабу. Наразі світова спільнота намагається побороти не тільки пандемію коронавірусу, але ще й явище, яке отримало назву «інфодермії». Ми спостерігаємо явище фейкової медіареальності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Хоча фейкові новини – це феномен геть не новий, інтерес до дослідження таких новин помітно виріс за останні роки внаслідок стрімкого поширення інтернет-новин та соціальних медіа. Завдяки новим медіа відбувається процес медіації суспільства [15, с. 1]. Дж. Гол влучно зауважує, що сьогодні Інтернет дає людям можливість вільно обговорювати всі події, самовиражатися й самовизначатися [1, с. 267]. Таким чином, Інтернет змінив структуру медійної комунікації і мовленнєво-мисленеву діяльність його учасників. Так, П. Зернецький називає таку, зовсім нову мовленнєво-мисленеву діяльність учасників Інтернет-дискурсу «глобальним пандискурсом» або «пандискурсом Інтернету» [17]. Особливістю такого дискурсу як відкритої системи є його постійний розвиток залежно від інтенцій його учасників, комунікантів.

Як слушно зауважив С. Квіт, коли згодом фейкова інформація спростовується різними фактчекінговими організаціями, така інформація продовжує впливати на суспільство, яке переважно «йде за емоціями, а не за логікою», і таким чином залишається визначальною [4, с. 262]. Отже, важливими є лінгвістичні дослідження фейкових новин. Фейкові новини, зокрема, досліджували як семіотичний феномен. Було запропоновано застосовувати семіотичні стратегії і тактики для того, щоб протидіяти, розпізнавати й протистояти фейковим новинам [11].

Дослідженням дискурсу з позицій когнітивно-комунікативної парадигми знання займалось багато сучасних українських та зарубіжних науковців, а саме: А. Белова, Ф. Бацевич, Р.-А. Богранд, Т. ван Дейк, В. Дресслер, П. Зернецький, В. Карасик, М. Коултхард, Г. Почепцов, О. Селіванова, М. А. К. Халлідей та ін. Структури репрезентацій знань як ієрархічна система містять інформацію соціального і культурного характеру. Такі репрезентації досвіду називають фреймами (М. Мінський, Т. ван Дейк, Ч. Кінч) або сценарії (Р. Шенк, Р. Абелсонж, А. Вежбицька).

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Цікавим видається дослідити феномен фейків про коронавірус, адже через пандемію ці новини є однаково актуальними у всьому світі. Крім того, недостатньо дослідженим залишається особа автора онлайн-новин, якому належить провідна роль в новинному дискурсному просторі.

Мета цієї роботи полягає у виявленні та описі (ментальних структурних характеристик) ментальних моделей в новинному інтернет-дискурсі, які автор використовує для створення фейкових новин про коронавірус. Поставлена мета передбачає вирішення таких **завдань**: описати ментальні моделі автора (адресанта або наратора) фейкових новин, які є основою для визначення локального та глобального смислу дискурсу й обумовлені цілями комунікації; окреслити можливі типи автора досліджуваного дискурсу; дослідити глобальні теми дискурсу фейкових новин про коронавірус; визначити типи семантичних міжпропозиційних відношень, які забезпечують локальну когеренцію дискурсу і на яких базуються ментальні схеми автора.

Матеріалом дослідження стали англomовні тексти новин за січень-липень 2021 р., дібрані з інформаційних сайтів та акаунтів на Facebook.com та Tweeter.com. До уваги взято тільки такі тексти, хибність яких була доведена організаціями з перевірки фактів, таких як Media Sapiens (ms.detector.media), VoxCheck, Full Fact, Health Feedback та FactCheck.org.

Виклад основного матеріалу дослідження. Мова є когнітивним механізмом, матеріальним носієм когнітивних процесів людини, а система знаків виконує важливу роль у репрезентації або кодуванні інформації як головний інструмент мови. Відтак важливим видається «дослідження структур репрезентації знань і способів концептуальної організації знань у процесах породження та сприйняття мовлення» [8, с. 390]. Споживачі онлайн-новин не обмежуються лише знанням мови для декодування тексту, але й використовують соціальний контекст або ментальні основи розуміння мови. Дискурс визначаємо як комунікативну ситуацію, складниками якої є свідомість комунікантів і текст як результат спілкування [3, с. 18]. Отже, дискурс-аналіз як міждисциплінарний підхід поєднує дослідження структур тексту з соціальним і когнітивним контекстом.

Дискурс онлайн-новин є динамічним і тривалим процесом, що складається з послідовності комунікативно-ментальних дій. Вони мають відповідну мету мовленнєвого впливу на адресата. На думку Т. ван Дейка, соціальна реальність – це продукт діяльності членів соціуму [10]. Новини не лише віддзеркалюють реальність, але створюють картину світу, яка дуже близька до того, що вже відомо членам суспільства [15, с. 15]. Іншими словами, відбувається процес когнітивного спотворення реальності. Неправда, представлена як об'єктивні знання у фейкових новинах, породжує «нові знання» аудиторії.

Досліджуючи когнітивний аспект онлайн-новин, ми маємо справу з ментальними репрезентаціями і процесами автора дискурсу і досліджуємо не лише структуру тексту, але й ментальну структуру. Локальний і глобальний смисл тексту базується на ментальних моделях, які лежать в його основі. Ментальні моделі репрезентують події та ситуації в епізодичній пам'яті, в якій зафіксовано наш особистий досвід, і становлять основу для продукування й розуміння дискурсу [12; 13]. Такі ментальні моделі репрезентують ситуації та події у

суб'єктивній формі та мають чітку схематичну структуру, що сприяє швидкому розумінню тексту.

Когнітивна структура репрезентації знань і досвіду зберігається в пам'яті та у разі потреби створюється автором для продукування тексту і забезпечення розуміння інформації. Ментальна модель є динамічним функціональним утворенням і складається з ієрархічно організованих блоків. Функцією ментальної моделі є конструювання смислу через інтеграцію змістового аспекту тексту і фонових знань адресата, які репрезентуються в ментальній моделі [6].

Ментальні моделі – це суб'єктивна репрезентація подій. Автор може бути учасником цих подій або може дізнатися про ці події від інших людей. Ментальні моделі мають схематичну структуру, яка сприяє швидкій обробці інформації та відповідному впливу на адресата. Т. ван Дейк відзначає, що весь наш досвід зберігається як суб'єктивні ментальні моделі, які контролюють тему дискурсу, локальну когеренцію, зміст історій та інші дискурсивні структури [10, с. 12]. Автор створює новинне повідомлення, спираючись на своє власне, суб'єктивне розуміння дискурсу, використовуючи свою ментальну модель.

Ментальні моделі, які містяться у свідомості комунікантів, залежать від цілей комунікації. У звіті Ради Європи щодо інформаційного безладдя виокремлюють три типи онлайн-дезінформації: 1) хибна інформація (англ. mis-information); 2) дезінформація (англ. dis-information); 3) шкідлива інформація (англ. mal-information) [16, с. 20–21]. Отже, використовуючи цю типологію онлайн-дезінформації, опишемо три типи ментальних моделей автора фейкових новин.

Перший тип – це хибна інформація (англ. mis-information) або неправдива інформація, але її не було створено з метою завдати шкоди. Прикладом таких фейків можуть бути ненавмисні помилки: такі, як неправильні підписи до фото, некоректні дати, статистика, переклади чи сатира, що сприймається серйозно.

Другий тип – це дезінформація (англ. dis-information), або неправдива інформація, яку створено цілеспрямовано з метою завдати шкоди особі, соціальній групі, організації чи країні. Прикладом таких фейків можуть бути сфабрикований чи навмисно змінений аудіо або візуальний контент, спеціально створені конспіраційні теорії чи чутки.

Третій тип – це шкідлива інформація (англ. mal-information), або інформація, яка базується на фактах, однак використовується з метою завдати шкоди особі, організації чи країні. Прикладом таких фейків може бути навмисне оприлюднення персональної інформації у особистих чи корпоративних інтересах, а не в суспільних інтересах, навмисна зміна контексту, дати та часу.

Серед головних функцій новин виділяємо інформативну, яка передбачає інформування про суспільно важливі події, і розважальну, яка полягає у створенні умов для відпочинку, зниження соціального напруження. Ці дві функції варіюють залежно від типу медіа. Якщо для якісних газет характерним є переважаюча інформативна функція, то для таблойдів – розважальна. Щодо онлайн-новин, можемо стверджувати, що основною функцією є інформативно-розважальна. Інформування тут є не обов'язково об'єктивним. Іншими словами, визначаємо функцію онлайн-новин як суб'єктивно інформативно-розважальна. Структура новин може бути визначена в термінах автентичного опису, що в розважальній формі висвітлює причини подій та описує обставини.

Новини – це нарративний або оповідний жанр, і тому дискурсивні знання автора цього жанру контролює оповідну структуру новин. Історія, яку репрезентує текст новин, складається з послідовності подій, у яких задіяні певні герої, або персонажі. Новинні історії створюють «нову реальність» в результаті процесів трансформації реальних подій у медійні тексти [5, с. 75]. Така «нова реальність» стає медійною реальністю, коли відбувається процес медіації.

Приналежність до оповідного жанру обумовлює такі функції новин, як фактичність та результативність [9, с. 15].

Фактичність означає, що новини повідомляють про певні зміни вихідної ситуації реального світу, тобто певну подію. Результативність передбачає, що такі зміни відбуваються до кінця викладу події.

Важливими для опису ментальних моделей автора є поняття наративної перспективи та наративного фокусу. Наративна перспектива – це засіб регулювання інформації автором, залежно від того, хто є автором і як цей автор бачить події. Основні події або погляди, які представлені в новинах, визначаємо як наративний фокус (англ. focus of narration) [2]. Залежно від наративного фокусу, виділяємо певні типи ментальних моделей автора фейкових новин. Для типології автора досліджуваного дискурсу було використано основні критерії і типи наратора, запропоновані В. Шмідом [9, с. 78], оскільки ця типологія узагальнює типи нараторів, які було виокремлено мовознавцями в різний час. У таблиці 1 наведено основні критерії та типи автора фейкових інтернет-новин.

Таблиця 1. Типи автора фейкових інтернет-новин

Критерії	Типи ментальних моделей автора	
	експліцитний	імпліцитний
спосіб зображення	експліцитний	імпліцитний
дієгетичність	дієгетичний (герой подій розповідає свою історію)	недієгетичний (свідок подій розповідає історію)
ступінь обрамлення	первинний	вторинний
ступінь впливу	сильно виявлений	слабко виявлений
особистісність	особовий	безособовий
антропоморфність	антропоморфний	
гомогенність	єдиний	розсіяний
висловлення оцінки		суб'єктивний
інформованість	всезнаючий	
простір	всюдисущий	
інтроспекція	той, якого можна знайти	той, якого не можна знайти
професійність	професійний	непрофесійний
надійність	ненадійний	

Наведемо приклади записів у соціальних мережах:

(1) Fauci's emails prove he knew that masks don't work against the spread of COVID-19, that hydroxychloroquine is effective against COVID-19, and that the virus is likely engineered, and he lied about these things to the public. Source: Social media users. Facebook. Twitter. Instagram. 10 Jun 2021.

(2) COVID-19 vaccines cause menstrual problems in women; vaccinated people are causing health problems in unvaccinated people around them Source: Social media users. Facebook. Twitter. Instagram. 30 Apr2021.

В обох прикладах актор є безособовий або анонімний, якого не можна знайти. Користувачі соціальних медіа публікували дописи, не зазначаючи справжнього автора. Приклад (1) демонструє неточну (англ. inaccurate) новину. Приклад (2) демонструє непідтверджену (англ. unsupported) новину. Приклад (3) демонструє неправдиву (англ. false) новину, коли автор є особовий і непрофесійний, тобто не є професійним журналістом.

(3) New England Journal of Medicine finds that women who got v4x3d – within 30 days of becoming pregnant and up to 20 weeks pregnant – had a miscarriage rate of 82 %. Ian Smith @iansmithfitness 10:03 AM July 5, 2021 Tweeter.

Цікавими видаються приклади (4), (5), (6), (7) і (8). Вони всі стосуються однієї історії, але кожний приклад має іншого автора. Приклад (4) демонструє новину, яка є наполовину правдою (англ. half true) і повідомленою поза контекстом. Автором новини є впливова організація – агенція новин «Рейтер». Пізніше повідомлення було відредаговане, що демонструє приклад (5).

(4) WHO warns against mixing and matching COVID vaccines Reuters July 14, 2021 4:28 AM EEST www.reuters.com, Reuters World @ReutersWorld 8:40 PM Jul 12, 2021 Tweeter.

(5) WHO warns individuals against mixing and matching COVID vaccines. July 14, 2021.

Приклад (6) демонструє новину, яку повідомляє у своєму твіттері провідна науковиця ВОЗ з доповненням до новин у прикладах (4) і (5).

(6) Individuals should not decide for themselves, public health agencies can, based on available data. Data from mix and match studies of different vaccines are awaited – immunogenicity and safety both need to be evaluated Soumya Swaminathan @doctorsoumya 9:44 PM Jul 12, 2021.

Новину підхопили інші онлайн-медіа і почали її переповідати, що означає, що автор є вторинний. Наведемо приклади:

(7) Dangerous trend: WHO warns against mixing and matching Covid vaccines At an online briefing of the WHO, its chief scientist Soumya Swaminathan warned against mixing of Covid-19 vaccines, saying there was very little information on the mix-and-match of vaccines. India Today 16 Jul 2021 16:24 www.indiatoday.in.

(8) Covid warning: Mixing of vaccines a dangerous trend, says WHO scientist The WHO chief scientist revealed that there is no sufficient data on the practice of mixing Covid vaccines from different manufacturers July 13, 2021 10:06 IST International Business Times www.ibtimes.co.in.

У кожному прикладі спостерігаємо відповідну ментальну модель, специфікацію ставлення автора до новини. Залежно від погляду автора одна подія може бути представлена в різних ментальних моделях. Це може бути, зокрема, позитивна або негативна ментальна модель.

Фейки спотворюють інформацію про справжні наукові досягнення і сприяють поширенню медичного шахрайства, впливають на поведінку людей: щодо вакцинації, носіння масок, тощо. Ментальні моделі складають семантичну макро-структуру глобальної теми дискурсу, яка в когнітивному плані базується на макропропозиції. Дослідження ментальних моделей передбачає застосування структурно-функціонального підходу для визначення характерних рис структури дискурсу. Отже, звернімося до такої категорії, як когерентність.

Когерентність реалізується на рівні цілого дискурсу і також на рівні його складників. Когерентність охоплює семантико-прагматичні аспекти смислової зв'язності дискурсу, яка може бути глобальною і локальною [7, с. 195]. Глобальна когеренція дискурсу пояснює відношення конкретного висловлювання до загальної мети комунікації.

Глобальні теми або фрейми є семантичними макроструктурами глибинних ментальних моделей. Вони становлять глобальний смисл дискурсу і у свою чергу контролюють послідовність локального смислу пропозицій дискурсу. Як зауважує М. Макаров, вона переважно виявляється в повторенні певних головних тем або фактів, що можуть бути виражені в дискурсі експліцитно чи імпліцитно [7, с. 196]. Глобальними темами досліджуваного дискурсу є зокрема теорія про штучне походження вірусу (англ. “lab leak theory”, походження вірусу (англ. the origin of the virus), природа вірусу (англ. nature of the virus) (чи може вірус залишатися на поверхнях), наміри урядовців (англ. whether people in power have good or ill intent) (намір закрити місто на карантин), вакцинація (англ. vaccination), носіння масок (англ. wearing masks), неправильне лікування (англ. false cures), реагування на надзвичайні ситуації (англ. emergency responses), ревакцинація (англ. reinfections). Навколо цієї глобальної теми формується тематична когеренція. Певні теми набувають більшої популярності в різний часовий проміжок. У досліджуваний нами період найбільш частотними були фейки на теми протидії вірусу та вакцинації.

Локальна когеренція дискурсу забезпечується на рівні відношень між пропозиціями (реченнями-висловлюваннями), які виникають у процесі розгортання дискурсу. Отже, для визначення локальної когеренції будемо досліджувати семантико-рольові відношення всередині пропозицій або послідовність таких семантико-рольових конфігурацій. Для цього скористаємось класифікацією міжпропозиційних семантичних відношень, які запропонував П. Зернецький [3, с. 67–88]. Було виділено вісім основних типів семантичних міжпропозиційних відно-

шень: тотожності, еквівалентності, порівняння, контрасту, «ціле-частина», просторові, часові або темпоральні, імплікації.

Ментальні моделі досліджуваного нами дискурсу переважно базуються на таких типах семантичних міжпропозиційних відношень: зіставлення (порівняння та протиставлення) і причинно-наслідкова суб'єктивна контекстуалізація, які можуть перехрещуватися. Такі відношення можуть бути виражені експліцитно (безпосередньо) або імпліцитно (опосередковано), залежно від прагматичної мети спілкування. Наприклад:

(9) Such ignorance amongst the media asking questions at Press briefing. Seven day daily average of COVID cases is 26,000. Seven-day average of patients admitted to hospital with COVID: 433 That's 0.5 % It's a tiny consideration now among vast problems facing NHS @AllisonPearson Jul 12, 2021 Tweeter.

Приклад (9) демонструє оманливу (англ. misleading) новину. Ми спостерігаємо використання міжпропозиційних відношень зіставлення, а саме протиставлення. У дописі автор зазначає кількість випадків захворювання на коронавірус і кількість госпіталізацій за останні сім днів. Імплікатурою і пресупозицією в цьому прикладі є кількість випадків за попередній період, яка відома читачам. І ця кількість є набагато більшою, про що зокрема свідчить прикметник *tiny*.

Спостерігається також використання міжпропозиційних відношень причинно-наслідкової контекстуалізації, що перехрещуються з відношеннями зіставлення. Наприклад:

(10) Following Macron's announcements last night, French citizens reacted strongly and the hashtag "Gilets Jaunes" (Yellow Vests) has been trending for several hours Many people all over France are already calling for anti-lockdown/ anti-government demonstrations on July 14 / Bastille Day, to oppose Macron. Note: Macron has announced that Paris will be cordoned off and under lockdown on July 14: it will not be possible to enter the heart of the city and the parade without the vaccination passport. If a large part of the French population has already submitted to vaccination, mainly out of fear or comfort, another large segment of the country remains

irreducibly opposed to the vaccine. Some political observers fear that this divide will degenerate and that the country will fracture along these lines of polarization, perhaps leading to the emergence of a populist movement similar to and equivalent to the yellow vests. RIC Referendum Initiated by the Citizen Roman Light 14 July 00:18 Facebook.

Приклад (10) демонструє новину, коли фотографія не відповідає допису. Автор використав фотографію 2018 року про протест жовтих жилетів (англ. yellow vest) проти підвищення цін на пальне. У цьому прикладі наявне перехрещення між-пропозитивних відношень зіставлення, а саме порівняння, та причинно-наслідкової суб'єктивної контекстуалізації.

Дослідження та опис ментальних моделей автора дає підстави для висновків про відповідний вплив на свідомість адресата, про спотворення інформації оповідачем. Такі ментальні моделі репрезентують ситуації та події у суб'єктивній формі та мають чітку схематичну структуру, що забезпечує розуміння інформації та відповідний вплив на адресата. Ці суб'єктивні ментальні моделі залежать від інтенції автора та контролюють тему дискурсу й локальну когеренцію. Наслідком дискурс-аналізу фейкових новин стало виокремлення головних інтенцій автора, які можуть бути експліцитні або імпліцитні, а також глобальних тем такого дискурсу, які є семантичними макроструктурами глибинних ментальних моделей. Запропоновано типологію автора фейкових інтернет-новин. У результаті дослідження виявлено типи семантичних міжпропозиційних відношень, які забезпечують локальну когеренцію дискурсу і на яких базуються ментальні схеми автора, а саме зіставлення (порівняння та протиставлення) і причинно-наслідкова суб'єктивна контекстуалізація.

Перспектива подальших досліджень може полягати у вивченні лінгвокогнітивних особливостей фейків та їх маніпулятивної природи, а також процесів, які відбуваються у свідомості читача або слухача цих новин. Вважаємо, що це допоможе поглибити розуміння механізмів функціонування подібних новин в медіа-дискурсі та усвідомлення того, як можна контролювати поширення фейкових новин.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Гол Дж.* Онлайнвова журналістика. Київ: Видавництво «К. І. С.», 2005. 344 с.
2. *Женетт Ж.* Повествовательный дискурс. *Фигуры*. В 2-х т. / Ж. Женетт. Москва: Изд-во им. Сабашниковых, 1998. Т. 2. С. 60–274.
3. *Зернецький П. В.* Речевое общение на английском языке (Коммуникативно-функциональный анализ дискурса). Київ: Лыбидь, 1992. 144 с.
4. *Квіт С.* Постправда і фактчекінг. *Масові комунікації*. Друге видання. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2018. С. 258–268.
5. *Кучерова О. О.* Оповідна структура новинного дискурсу: основні характеристики та принципи побудови (на матеріалі британських загальнонаціональних щоденних новин). *Наукові записки НаУКМА*. 2008. Т. 85: Філологічні науки. С. 75–77.
6. *Магас Н.* Ментальні моделі як конструкти реальності та ірреальності. *Studia methodologica* 2014. № 37. С. 179–183.
7. *Макаров М.* Основы теории дискурса. Москва: Гнозис, 2003. 280 с.
8. *Селіванова О. О.* Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми: монографія. Полтава: Довкілля-К., 2008. 712 с.
9. *Шмид В.* Нарратология. Москва: Языки славянской культуры, 2003. 312 с.
10. *Dijk T. A. van* Sociocognitive Discourse Studies / J. Richardson & J. Flowerdew (Eds.), Handbook of discourse analysis. London: Routledge, 2016. P. 26–43.
11. *Fărte G.-I., Obadă D.-R.* Reactive Public Relations Strategies for Managing Fake News in the Online Environment. *Postmodern Openings*. 2018. № 9(2). P. 26–44. URL: <https://doi.org/10.18662/po/16> (дата звернення: 12.07.2021).
12. *Johnson-Laird Ph. N.* Mental Models. *Foundations of Cognitive Science*. / Ph. N. Johnson-Laird. Cambridge (Mass.): London: MIT press, 1989. P. 469–499.
13. *Kintsch W., Dijk T. A. van* Toward a model of discourse comprehension and production. *Psychological review*. 1978. Vol. 85. P. 363–394. URL: <https://doi.org/10.1037/0033-295X.85.5.363> (дата звернення: 15.07.2021).
14. *Newman N.* Executive summary and key findings of the 2021 report. URL: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2021/dnr-executive-summary> (дата звернення: 02.07.2021).

15. *Matheson D.* Media Discourses. Analysing Media Texts. Open University Press, 2005. 206 p.

16. *Wardle C., Derakhshan H.* Information disorder: toward an interdisciplinary framework for research and policy making. Council of Europe report DGI (2017) 09. 108 p. URL: <https://rm.coe.int/information-disorder-report-version-august-2018> (дата звернення: 18.07.2021).

17. *Zernetsky P.* Pandiscourse of the Internet. *Магістеріум*. 2016. Вип. 62: Мовознавчі студії. С. 32–34. URL: <http://ekmair.ukma.edu.ua/handle/123456789/9319> (дата звернення: 21.06.2021).

Kucherova O. O., PhD,

National University of “Kyiv-Mohyla Academy”, Kyiv

ORSID ID: 0000-0003-2350-2399

MENTAL MODELS OF THE AUTHOR IN ONLINE NEWS DISCOURSE: COVID-19 FAKES

The article concerns mental models in Internet news discourse that are used by the author to produce fake news about COVID-19. Fake news is understood as an umbrella term, including misinformation, disinformation and malinformation. False news can be found as inaccurate, unsupported, half true, misleading or false. The problem of COVID-19 is global and the consequences of COVID-19-related infordemic may have consequences that go far beyond public health. Van Dijk’s Sociocognitive discourse analysis framework is used for the Internet news which were proven as fakes by factchecking sites, such as VoxCheck, Full Fact, Health Feedback and FactCheck.org. Discourse production is viewed as a complex cognitive process. The article aims to describe structures of discourse in terms of explicit psychological theories of mental representations, which are mental models. These mental models, which are subjective representation of events, control the main topics and local coherence of fake news discourse. The macrostructure or the main topics that are being discusses and on which the whole story is based are “lab leak theory”, the origin of the virus, nature of the virus, whether people in power have good or ill intent, vaccination, wearing masks, false cures, emergency responses, reinfections. Local coherence is analyzed in terms of meaning relations

between propositions. Fake news about COVID-19 are predominantly based on contrast/comparison and cause-and-effect relations.

The results show that mental models are based on the intention of the author, the type(s) of the author, the global topic and relations between propositions of the discourse. Knowledge of mental models can discourage the proliferation of fake news. This may as well help to slow the spread of the disease.

Keywords: discourse analysis, mental models, fake news; disinformation, media discourse, COVID-19.

REFERENCES

1. Hall, J. (2005). Onlainova zhurnalistyka. [Online journalism]. Kyiv : Vydavnytstvo «K. I. S.» [in Ukrainian].
2. Gerard, G. (1998). Povestvovatel'nyi diskurs [Narrative discourse]. *Fihury* (Vols. 2), (pp. 60–274). Moskva : Izd-vo im. Sabashnikovyh [in Russian].
3. Zernetskij, P. V. (1992). *Rechevoe obshchenie na anglijskom yazyke (Kommunikativno-funkcional'nyj analiz diskursa) [Speech communication in English (communicative-functional discourse analysis)]*. Kiev : Lybid [in Russian].
4. Kvit, S. (2018). Postpravda i faktchekinh [Posttruth and factchecking] *Masovi komunikacii*. Druhe vydannia, (pp. 258–268). Kyiv : Vydavnychiy dim «Kyievo-Mohylianska akademiia» [in Ukrainian].
5. Kucherova, O. O. (2008). Opovidna struktura novynnoho dyskursu: osnovni kharakterystyky ta pryntsyipy pobudovy (na materialy brytanskykh zahalnonatsionalnykh shchodennykh novyn) [Narrative structure of news discourse: the main features and production structures (based on British National Daily news)]. *Naukovi zapysky NaUKMA*. T. 85: Filolohichni nauky – Philological Studies, 75–77 [in Ukrainian].
6. Mahas, N. (2014). Mentalni modeli yak konstrukty realnosti ta irrealnosti [Mental models as constructs of reality and unreality]. *Studia methodologica*, 37, 179–183 [in Ukrainian].
7. Makarov, M. L. (2003). *Osnovy teorii diskursa [The basics of discourse theory]*. Moskva : ITDGGK “Gnozis” [in Russian].
8. Selivanova, O. O. (2008). Suchasna lnhvistyka: napriamy ta problemy [Modern linguistics: trends and problems]. Poltava : Dovkillja-Kyiv [in Ukrainian].

9. *Shmid, V.* (2003). Narratolohija [Narratology]. Moskva : yazyki slavianskoi kultury [in Russian].

10. *Dijk van, T. A.* (2016). Sociocognitive Discourse Studies. *Handbook of discourse analysis* J. Richardson & J. Flowerdew (Eds.), (pp. 26–43). London : Routledge.

11. *Fârte, G.-I., & Obadă, D.-R.* (2018). Reactive Public Relations Strategies for Managing Fake News in the Online Environment. *Postmodern Openings*, 9(2), 26-44. Retrieved from <https://doi.org/10.18662/po/16>.

12. *Johnson-Laird, Ph. N.* (1989). Mental Models. *Foundations of Cognitive Science*, (pp. 469-499). Cambridge (Mass.): London : MIT press.

13. *Kintsch, W., & van Dijk, T. A.* (1978). Toward a model of discourse comprehension and production. *Psychological review*, 85(5), 363–394. Retrieved from <https://doi.org/10.1037/0033-295X.85.5.363>.

14. *Newman, N.* (2021). Executive summary and key findings of the 2021 report. (n. d.). *reutersinstitute.politics.ox.ac.uk*. Retrieved from <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2021/dnr-executive-summary>.

15. *Matheson, D.* (2005). Media Discourses. Analysing Media Texts. Open University Press.

16. *Wardle, C., & Derakhshan, H.* (2017). Information disorder: toward an interdisciplinary framework for research and policy making. Council of Europe report DGI (2017) 09. Retrieved from <https://rm.coe.int/information-disorder-report-version-august-2018>

17. *Zernetsky, P.* (2016). Pandiscourse of the Internet. *Mahisterium*, 62: Movoznavchi studii, 32–34. Retrieved from <http://ekmair.ukma.edu.ua/handle/123456789/9319>.

Дата надходження до редакції – 31.07.2021

Дата затвердження редакцією – 11.08.2021