УДК 811.161.2'37
DOI 10.31652/2521-1307-2025-40-04

Асоціативне поле й асоціативно-семантичні зв'язки лексеми «фейк»: порівняльний аналіз

Ніна Кухар http://orcid.org/0000-0002-9293-6804

Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського, м. Вінниця, Україна

Надійшла до редакції: 17.03.2025 • Схвалено до друку: 07.04.2025

Анотація

У статті описано асоціативний образ й асоціативно-семантичні зв'язки лексеми «фейк» на матеріалах вільного асоціативного експерименту та Корпусу української мови. Актуальність дослідження спричинена тим, що слово «фейк» є рейтинговим з-поміж новітніх запозичень у сучасній українській літературній мові, воно активно функціонує в медіадискурсі та мережевому спілкуванні. Установлено, що ядро і приядерна зона асоціативного поля засвідчують чітке розуміння інформантами семантики слова-стимулу; кількість і склад периферійних реакцій вказують на перспективу розширення семантичного обсягу слова «фейк». Колокаційний аналіз та тематичне моделювання застосовано для характеристики асоціативно-семантичних зв'язків лексеми «фейк» на матеріалах Корпусу української мови: визначено групу слів, семантично пов'язаних із досліджуваним словом; з використанням бібліотеки LDA виокремлено п'ять тем, що узагальнюють зміст упорядкованого електронного масиву з лексемою «фейк», та топ-10 слів кожної теми. Простежено кореляції асоціативного поля й асоціативно-семантичних зв'язків цієї мовної одиниці, виявлено специфіку асоціативного образу лексеми «фейк» у мовній картині світу майбутніх журналістів, визначено типові контексти, у яких реалізуються асоціативно-семантичні зв'язки слова «фейк».

Ключові слова: медіалінгвістика, медіадискурс, фейк, семантичний обсяг слова, асоціативне поле, корпус української мови, асоціативно-семантичні зв'язки лексеми

© 2025 Автор(и). Ця робота публікується у відкритому доступі та розповсюджується на умовах Creative Commons Attribution 4.0 License

UDC 811.161.2'37
DOI 10.31652/2521-1307-2025-40-04

Associative field and associative-semantic connections of the lexeme «fake»: comparative analysis

Nina Kukhar http://orcid.org/0000-0002-9293-6804

Vinnytsia Mykhailo Kotsiubynskyi State Pedagogical University, Vinnytsia, Ukraine

Received: 17.03.2025 • Accepted: 07.04..2025

Abstract

Media linguistic research, as an innovative direction in modern linguistics, focuses on the study of the language of the media, its influence on mass linguistic consciousness, establishing the laws of media communication, and determining the dominant language strategies of media discourse. The full-scale invasion of an aggressor state and the prolonged hybrid war changed the information space of Ukraine, strengthened the importance of domestic media, and expanded their functions. There are significant transformations in the language culture of the global and domestic media environment, a significant growth in the media terminology system. The lexeme "fake", recognized as the word of the year 2017, topped the list of borrowings in the Ukrainian language, and is actively used in the media and other areas of public life. The **purpose** of the article is to compare the associative image of the stimulus word "fake" in the linguistic picture of the world of future media workers and the associative-semantic connections of the lexeme "fake" on the material of the Ukrainian Language Corpus. The main research **methods** chosen were: 1) a free associative experiment to determine the associative image of the lexeme “fake” in the linguistic picture of the world of future journalists; 2) collocational analysis to determine the frequency of use of the word "fake" with semantically related lexemes and identify contextual connotations; 3) thematic modeling of a random sample of 400 texts from the Ukrainian language corpus with the word “fake” to determine the associative and semantic connections of the studied word. **Results.** The core of the associative field of the word-stimulus is represented verbally by simple paradigmatic reactions: *lie, untruth, false information*; the perinuclear zone of the field is formed by eight associates: *slander, unreliability, disinformation, scammers, media, social networks, evil, deception*. The number of variable associates of the lexeme "fake" *(93 reactions, 43.9%)* is significant, which indicates the prospect of changes in the core and perinuclear zone of the associative field, hence, transformations and shifts in the semantic scope of the corresponding word. As a result of the search using the “collocation” option, a group of lexemes semantically related to the word “fake” was identified: *spread, Russian, news, name, propaganda, information, refute, next, Ukraine, Russia, media, elections*. The results of thematic modeling significantly complement the associative image of the lexeme "fake" and represent typical contexts for identifying associative-semantic connections of this word. The core and the right associative field clearly correlate with the four simulated themes. It has been established that in thematic modeling, fakes are mainly associated with the media, and in associative modeling, with social networks. Collocational analysis and thematic modeling of the lexeme "fake" demonstrate more frequent associative and semantic connections of this word with nomenclature denoting the realities of war. **Originality.** The article describes the semantic scope of the lexeme "fake" taking into account the system of associative connections of the word based on the materials of a free associative experiment, collocational analysis, and thematic modeling. **Conclusion.** To study the associative semantics of a word, it is necessary to expand the empirical base and supplement the methodological tools. Our research combines materials from a free associative experiment and the Ukrainian Language Corpus to identify associative-semantic connections of the lexeme "fake". We see the prospect of further research in continuing and deepening the analysis of the associative semantics of media discourse, as well as organizing associative experiments in the future to track the dynamics of associative images.

Keywords: linguistic discourse, speech aggression, conflict-generating language tactics, communicative linguistics, psycholinguistics, sociolinguistics, media texts, network discourse

© 2025 Автор(и). Ця робота публікується у відкритому доступі та розповсюджується на умовах Creative Commons Attribution 4.0 License

Постановка проблеми. Складні глобалізаційні процеси, повномасштабне вторгнення держави-агресора, тривала гібридна війна змінили інформаційний простір України, посилили значення вітчизняних медіа й розширили їхні функції. Спостерігаємо також суттєві трансформації в мовній культурі світового та вітчизняного медіасередовища, значне зростання медіатерміносистеми, зокрема за рахунок запозичень, зміни в семантичному обсязі основних понять медіа, зумовлені екстра- та інтралінгвальними чинниками.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Медіалінгвістичні дослідження як інноваційний напрям сучасного мовознавства зосереджені на вивченні мови ЗМІ, її впливу на масову мовну свідомість, установленні законів медіакомунікації, визначенні домінувальних мовних стратегій медійного дискурсу. У словнику медіалінгвістики Л. Шевченко, Д. Дергача, Д. Сизонова (Шевченко, Дергач, Сизонов, 2014) схарактеризовано основні проблеми цієї галузі та її методологію, типологію медіатекстів, термінологічний інструментарій (загальнонаукові, власне лінгвістичні та суміжні поняття) для аналізу журналістського мовлення. Вивченню метакатегорій інформаційного суспільства присвячено наукові розвідки Н. Голованової та О. Селезньової (Голованова, 2017; Селезньова, 2022).

Для виявлення і характеристики семантичних зрушень та конотаційного нашарування лексем у мовній картині світу інформантів дослідники використовують вільний асоціативний експеримент. Окремі з таких розвідок присвячено характеристиці асоціативних полів ключових медіапонять. О. Денисевич змоделювала асоціативний образ лексеми «газета», визначила динаміку змін у реакціях інформантів, зіставивши результати власного дослідження і матеріали «Словника асоціативних значень іменників в українській мові» Н. Бутенко (Денисевич, 2018). Н. Кухар, В. Гандзюк, аналізуючи асоціативні образи медіа і журналіста в мовній картині світу майбутніх педагогів, установили, що «… асоціації, зафіксовані в результаті експерименту, лише частково корелюють з лексикографічною характеристикою слів-стимулів» (Кухар, Гандзюк, 2024, с. 19). Г. Яроцька схарактеризувала лінгвоаксіологічні аспекти рейтингового списку слів 2018 року та виокремила лексему «фейк» як рейтингове слово з-поміж новітніх запозичень, які репрезентують значущі суспільні процеси. Крім того, проведене дослідницею опитування за критерієм привабливості на позиціях «модно» і «дуже модно» уможливило кваліфікацію цього запозичення разом із лексемами «хайп» та «тролінг» як освоєного й популярного (Яроцька, 2019, с. 122). Лексикографічний ресурс Collins English Thesaurus (CET) визначив «fake news» словом 2017 року. «Основною причиною ухвалення такого рішення визнано те, що кількість вживань цієї мовної одиниці порівняно з іншими роками зросла на 365% в медіаресурсах та Інтернеті, зокрема, де її вживають для впливу на свідомість користувачів, маніпулювання суспільною думкою громадян. Більше того, дана англомовна одиниця калькувалася і транслювалася у різні сфери вжитку, як побутові, так і професійні, а також різними мовами світу» (Рибачок, 2020, с. 122). Дослідниця проаналізувала особливості функціонування цієї мовної одиниці на матеріалі англомовних та вітчизняних медіа для визначення способів її впливу на масову свідомість мовців. Наголосивши, що «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», І. Мудра виокремила два різновиди фейків за методом поширення – масмедійні та мережеві чутки (Мудра, 2016, с. 185).

Мета статті – порівняти асоціативний образ слова-стимулу «фейк» у мовній картині світу майбутніх працівників медіа та асоціативно-семантичні зв’язки лексеми «фейк» на матеріалі Корпусу української мови.

Виклад основного матеріалу дослідження. Лексема «фейк» наразі відсутня в базі «Великого тлумачного словника української мови (ВТСУМ 2001)», не фіксує її також «Медіалінгвістика: словник термінів і понять» (Шевченко, Дергач, Сизонов, 2014). У «Великій українській енциклопедії» вміщено досить розгорнуту дефініцію цього поняття: **«**повністю або частково вигадана інформація про суспільні

© 2025 Автор(и). Ця робота публікується у відкритому доступі та розповсюджується на умовах Creative Commons Attribution 4.0 License

події та людей, яка містить усі ознаки правдивого повідомлення, але його фактаж умисно викривлений, поданий частково чи повністю зі спотвореним контекстом. Інструмент інформаційної війни, спосіб маніпуляції з метою створення підміненої реальності у свідомості аудиторії, що спонукатиме її до дій чи думок, які потрібні маніпулятору» (Панчук). Г. Рибачок описала лексичні засоби впливу мовної одиниці «фейк» в англомовному медіадискурсі та виокремила такі компоненти її семантики: «… а) «такий, що не відповідає дійсності, не достовірний, скопійований неприродній, штучний, синтетичний» – гносеологічна ознака, яка експлікується словами not genuine or real; an imitation that is passed off as genuine; artificial, seems unnatural; б) «з метою ввести в оману» – телеологічна ознака, на яку вказує словосполучення in order to deceive, for dishonest purposes; в) «кваліфікують дії, предмети, людські емоції, абстрактні сутності» – репрезентаційна ознака, що відбивається словами copy, imitate, make, perform, created by human beings; г) «негативна оцінність» – аксіологічна ознака, що передається словами dishonest, false, illegal (нечесний, фальшивий, незаконний) (Рибачок, 2020, с. 122).

На нашу думку, семантичний обсяг лексеми «фейк» доцільно моделювати з урахуванням системи асоціативних зв'язків слова, бо в асоціативних образах денотативний компонент значення максимально доповнений актуальними конотаційними нашаруваннями. Вербальні асоціації демонструють семантичні кореляції слів-стимулів та реакцій, оприявнюють складні механізми взаємодії концептуальної та мовної картин світу, характеризують мовну особистість загалом. Для конструювання асоціативного образу лексеми «фейк» у мовній картині світу майбутніх журналістів ми застосували метод вільного асоціативного експерименту, який уможливив виявлення найновіших уявлень студентів про слово-стимул і частково репрезентував лексикон сучасних здобувачів вищої освіти. Експеримент проводили 27 березня 2025 року офлайн із 70 респондентами – здобувачами ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Журналістика» Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського; їм запропонували відповісти п'ятьма першими довільними реакціями на слово-стимул «фейк». На основі анкет створено асоціативне поле лексеми «фейк» із 212 реакцій, інформанти записали в середньому по три асоціати.

Ядро асоціативного поля слова-стимулу представлено вербально простими парадигматичними реакціями: *брехня* (32), *неправда* (22), *неправдива інформація* (20). Зауважимо, що найчастотнішим асоціатом є стилістично маркована лексема «брехня», семантику якої в тлумачному словнику визначено як: 1. «Те, що не відповідає правді; неправда». 2. «*Мн*. Вигадки, плітки» (СУМ, 1970, с. 233). Приядерну зону поля утворюють вісім асоціатів: *наклеп* (8), *недостовірність* (8), *дезінформація* (7), *шахраї* (5), *ЗМІ* (5), *соцмережі* (4), *зло* (4), *обман* (4). З-поміж них виокремимо асоціат *«дезінформація»,* термінологічний словник медіалінгвістики вміщує таку дефініцію цього поняття: «… неправдива інформація, поширена свідомо в масмедіа. Часто застосовується як елемент PR-технологій для впливу на аудиторію, підвищення особистого рейтингу та ін., де широко використовується в політичних кампаніях та шоу-бізнесі, що призводить до маніпуляції суспільною думкою» (Шевченко, Дергач, Сизонов, 2014, с. 41).

Ядро асоціативного поля і приядерна зона *(119 асоціатів, 56,1%)* засвідчують чітке розуміння респондентами семантики слова-стимулу: більшість асоціатів належить до одного синонімічного ряду (порівняємо: «БРЕХНЯ, неправда, кривда, вигадка, наклеп, байка, ур. /о/лжа, кн. інсинуація, дезинформація…» (Караванський, 2000, с. 12)). Також зафіксовано периферійні реакції з подібним значенням: *хибність, омана, видумана новина, неправильність, неперевіреність, некомпетентність, неконтрольована пропаганда, інформаційні вкиди у суспільство.*

Кількість варіативних асоціатів лексеми «фейк» *(93 реакції, 43,9%)* є значною, що вказує на перспективу змін в ядрі та приядерній зоні асоціативного поля, отже, трансформацій та зміщень у семантичному обсязі відповідного слова. Периферійна частина асоціативного поля демонструє конкретизацію поняття «фейк»:

© 2025 Автор(и). Ця робота публікується у відкритому доступі та розповсюджується на умовах Creative Commons Attribution 4.0 License

провокація, бунт, проросійські ТРК, хакерські атаки, образа, хайп, аферисти, агресія, труха, шкода, акаунт, війна, ворожість, дизлайк. Зауважимо, що 30 одиничних реакцій *(14, 1%)* є структурно складними, це переважно словосполучення: *створюють для дезінформації, наживаються на людях, щось погане, видумана новина, хакерські атаки, злами акаунтів, неконтрольована пропаганда, неправдиве джерело інформації, інформаційні вкиди у суспільство.* Спорадично респонденти використали асоціати реченнєвого формату: *Неправдива інформація, яка швидко поширюється. Літні люди з України, які чекають «асвабадітєлєй». Неправдива інформація, від якої може постраждати людина.*

Відомо, що асоціативні експерименти увиразнюють когнітивні механізми формування мовної картини світу інформантів, виявляють лінгвокультурні, вікові, соціальні особливості мовців. Ядерно-периферійна організація асоціативного поля лексеми «фейк» демонструє зв'язок із медійною освітою та майбутньою професійною діяльністю учасників експерименту: *неправдива інформація, анонімність, хакерські атаки, злами акаунтів, дезінформація, неконтрольована пропаганда, неправдиве джерело інформації, інформаційні вкиди у суспільство.* Ставлення респондентів – майбутніх працівників медіа – до лексеми-стимулу виражається ядерними реакціями: *брехня*, *неправда*, *неправдива інформація*, одиничними асоціатами оцінної семантики: *щось погане, несправедливість, хибність, образа, некомпетентність, неперевіреність, хайп*; номінаціями відповідних емоцій: *агресія, жах, обурення, ворожість, осудження* та трьома реакціями-метафорами з колористичними компонентами: *червоний хрестик, чорний колір, червоний сигнал небезпеки.* Цей перелік асоціатів опосередковано виявляє рівень медіаосвіти респондентів, зокрема розуміння загрози фейків як інструментів інформаційної війни, засобів маніпулювання масовою свідомістю. Наше припущення підтверджують стилістично марковані реакції з виразно негативною конотацією: *брехня, наклеп, аферисти, шахраї, зло, обурення, провокація, бунт.* Проте лише 5 респондентів безпосередньо пов'язують фейки з медіа (ЗМІ), одиничними є реакції *проросійські ТРК, інформаційні вкиди у суспільство.* Асоціативне поле слова-стимулу демонструє зв'язок поняття «фейк» переважно із соціальними мережами: *комп'ютер, акаунт, соціальні мережі, хакерські атаки, злами акаунтів, труха, Facebook.*

У нашій попередній розвідці зауважено, що в асоціативних образах *медіа* та *журналіста* спорадичними є реакції, безпосередньо пов'язані з реаліями воєнного стану в Україні та вітчизняними медіаперсонами (Кухар, Гандзюк, 2024, с. 18–19). В асоціативному полі слова-стимулу «фейк» передбачувано розширилася група одиничних асоціатів на позначення суспільно-політичних процесів в Україні: *війна, проросійські ТРК, Літні люди з України, які чекають «асвабадітєлєй», хакерські атаки, інформаційні вкиди у суспільство, неконтрольована пропаганда.* Респонденти не асоціюють фейки з конкретними постатями, зокрема з медіасередовища, зафіксовано лише окремі реакції з виразно негативною конотацією: *аферисти, наживаються на людях, анонімність, шахраї.*

Дослідники асоціативної семантики як актуального напряму семасіології розширюють емпіричну базу та методичний інструментарій для моделювання асоціативного образу лексем. Так, на матеріалі Корпусу української мови М. Бабич, Т. Слива схарактеризували асоціативно-семантичні зв'язки лексеми «війна» (Бабич, Слива, 2024). Науковці резюмують: «…оскільки фундаментом асоціювання може бути можливість використання стимулу (кауземи) та асоціата (рефлексеми) в обмеженому контексті, а текст цілком можна вважати матеріалом для формування асоціативного значення слова, можна дійти висновку, що семантично пов'язані слова, які зустрічаються в одному контексті, так само можуть асоціюватись, як і слова, виявлені під час асоціативного експерименту» (Бабич, Слива, 2024, с. 11).

Для визначення асоціативно-семантичних зв'язків лексеми «фейк» ми використали Генеральний регіонально анотований корпус української мови (ГРАК). Розмір корпусу (на 25.05.2025) – 1819705639 токенів, кількість уживань лексеми «фейк» – 15019, з похідними словами – 19071. Для встановлення частоти

© 2025 Автор(и). Ця робота публікується у відкритому доступі та розповсюджується на умовах Creative Commons Attribution 4.0 License

вживання слова «фейк» із семантично пов'язаними лексемами та виявлення контекстуальних конотацій застосовано колокаційний аналіз. «Колокації можуть базуватися або лише на частотності, як у більшості випадків, або на статистичній мірі, яку називають асоціативною мірою. Асоціативні міри (або колокаційні міри) – це статистичні міри, які обчислюють силу асоціацій між словами за різними аспектами зв'язків під час спільної появи (co-occurrence relationship)» (Ділай, Ділай, 2022, с. 148). Унаслідок пошуку з використанням опції «колокація» визначено групу лексем, семантично пов'язаних із словом «фейк»: *поширювати – 1315 уживань, російський – 1285, новина – 1052, назвати – 649, пропаганда – 560, інформація – 506, спростувати – 452, черговий – 444, Україна – 438, Росія – 434, ЗМІ – 383, вибори – 357*.

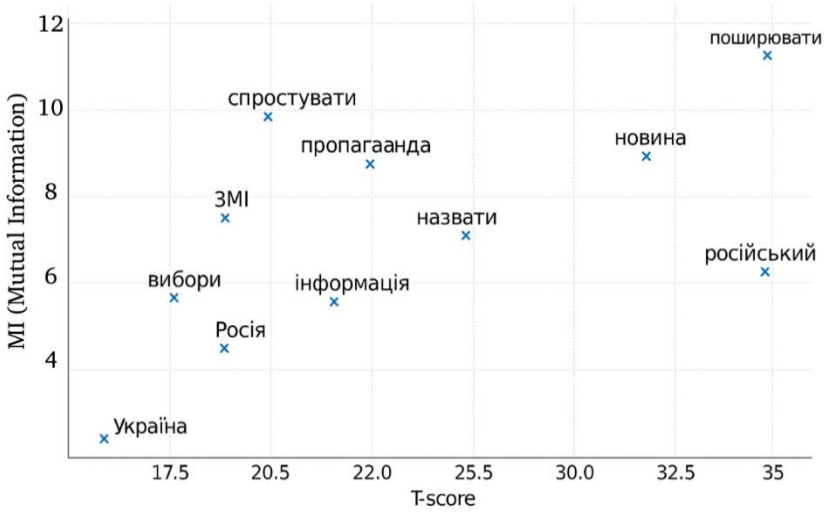
Для вимірювання колокаційних властивостей лексем у корпусній лінгвістиці використовують два основні статистичні показники. T-score (T-оцінка, «Тестова оцінка») визначає рівень постійності (обов'язковості) / випадковості вживання слів. Високий T-score (>2) характеризує активне використання лексем, семантично пов'язаних із досліджуваним словом. Показник Mutual Information («Взаємна інформація») вимірює силу таких семантичних зв'язків: високий MI (>3) – сильний, специфічний зв'язок, слова утворюють «тематичну пару»; низький MI (~1) – слабкий або випадковий зв'язок. Найчастотніші слова, семантично пов'язані з лексемою «фейк», мають високий T-score (>2) та MI (>3) (результати узагальнено в таблиці 1). Колокаційний аналіз лексеми «фейк» візуалізовано в графічному зображенні (діаграма 1).

Використання конфліктогенних комунікативних тактик у мережевому дискурсі набуло загрозливих форм: ми є свідками реалізації кількох сценаріїв «комп'ютерних революцій», у яких тролінг і кібербулінг використали з політичною метою журналісти, громадські діячі, представники партій, релігійних спільнот тощо. Засоби вербальної агресії, зокрема мову ворожнечі, ефективно використовують в інформаційних та гібридних війнах тоталітарні режими.

Таблиця 1. Статистичні показники колокаційних властивостей лексеми «фейк»

Семантично пов'язані лексеми	**T-score**	**MI**
поширювати	36,25	12,1
російський	35,43	6,44
новина	32,39	9,38
назвати	25,34	7,6
пропаганда	23,64	9,68
інформація	22,11	5,87
спростувати	21,24	10,38
черговий	21	8,27
Україна	17,33	2,54
росія	20,13	4,89
ЗМІ	19,44	7,27
вибори	18,55	5,8

Діаграма 1. Колокаційний аналіз лексеми «фейк» (T-score vs MI)



© 2025 Автор(и). Ця робота публікується у відкритому доступі та розповсюджується на умовах Creative Commons Attribution 4.0 License

Спостерігаємо часткову кореляцію асоціативного поля лексеми «фейк» та її асоціативно-семантичних зв'язків, установлених унаслідок колокаційного аналізу, – чотири спільних асоціати (*пропаганда, новина, ЗМІ, інформація*).

У матеріалах Корпусу української мови слово «фейк» вживається в контекстах, пов'язаних із медіа та соціальними мережами, спорадично – з маркетингом *(фейк товар, фейк бренд, фейк реклама)*. Для поглибленого аналізу асоціативно-семантичних зв'язків лексеми «фейк» ми використали тематичне моделювання LDA (Latent Dirichlet Allocation). Проаналізовано довільну вибірку – 400 текстів корпусу української мови зі словом «фейк». З використанням бібліотеки LDA визначено п'ять тем, що узагальнюють зміст упорядкованого електронного масиву, та топ-10 слів кожної теми.

Тема 1. «Мобілізація та боротьба з російськими фейками» [*'жінок', 'СБУ', 'Україні', 'України', 'мобілізацію', 'російських', 'окупанти', 'російські', 'поширюють', 'росії'*].

Тема 2. «Протидія дезінформації та інформаційним атакам» [*'російські', 'окупантів', 'центр', 'області', 'дезінформації', 'спростував', 'при', 'протидії', 'україні', 'російських'*].

Тема 3. «Соціальні мережі» [*'підписуйтесь', 'російські', 'соцмережах', 'телеграм', 'Зеленський', 'канал', 'він', 'щодо', 'Україні', 'України'*].

Тема 4. «Уплив фейкових новин на суспільну свідомість і моральний дух» [*'бомбу', 'новина', 'українців', 'війни', 'міноборони', 'розповсюджує', 'ані', 'вони', 'поширює', 'України'*].

Тема 5. «Воєнні дії та поширення неправдивих новин» [*'фейкам', 'російські', 'окупанти', 'українців', 'новини', 'поширює', 'ЗСУ', 'пропаганда', 'російська', 'України*'].

Результати тематичного моделювання суттєво доповнюють асоціативний образ лексеми «фейк» та репрезентують типові контексти для виокремлення асоціативно-семантичних зв'язків цього слова. Так, ядро асоціативного поля *(брехня, неправда, неправдива інформація)* та приядерна зона (*наклеп*, *недостовірність*, *дезінформація*, *шахраї*, *ЗМІ*, *соцмережі, зло*, *обман)* чітко корелюють із чотирма змодельованими темами: *«Мобілізація та боротьба з російськими фейками», «Протидія дезінформації та інформаційним атакам», «Уплив фейкових новин на суспільну свідомість і моральний дух», «Воєнні дії та поширення неправдивих новин».* Проте в тематичному моделюванні фейки переважно пов'язані з медіа *(російські фейки, дезінформація, інформаційні атаки, вплив фейкових новин, розповсюдження неправдивих новин)*, в асоціативному образі – із соціальними мережами: *комп'ютер, акаунт, соціальні мережі, хакерські атаки, злами акаунтів, труха, Facebook.*

Типові контексти вживання лексеми «фейк» також корелюють з її колокаційними ознаками, семантично пов'язані зі словом «фейк» лексеми належать до топ-10 слів окремих тем: *поширювати (теми 1, 4, 5), російський (теми 1, 2, 3, 5), новина (теми 4, 5)*. Колокаційний аналіз і тематичне моделювання лексеми «фейк» демонструють асоціативно-семантичні зв'язки цього слова з номенами на позначення реалій війни: *ЗСУ, СБУ, мобілізація, окупанти, дезінформація, бомба.* Фейки є специфічним інструментом інформаційної війни, силові структури України, вітчизняні медіа докладають значних зусиль для протидії російській пропаганді, зокрема маніпулюванню інформацією (*спростував, протидії, розповсюджує, поширює)*. У тематичному моделюванні також закцентовано на каналах комунікації *(соцмережі, телеграм)*. В асоціативному полі лексеми «фейк» переважають оцінні, стилістично марковані реакції, які конкретизують уявлення про це поняття в мовній свідомості майбутніх журналістів. В упорядкованому електронному масиві досліджуване слово реалізує ключові асоціативно-семантичні зв'язки з тематично пов'язаними нейтральними назвами: *пропаганда, новини, ЗМІ* та словами на позначення актуальних суспільно-політичних реалій.

Висновки дослідження та перспективи подальших наукових розвідок. За результатами вільного асоціативного експерименту, колокаційного аналізу та тематичного моделювання схарактеризовано асоціативне поле й асоціативно-семантичні зв'язки лексеми «фейк». Виокремлено ядерну й приядерну зону асоціативного поля, описано

© 2025 Автор(и). Ця робота публікується у відкритому доступі та розповсюджується на умовах Creative Commons Attribution 4.0 License

периферійні реакції інформантів, за колокаційними ознаками визначено найчастотніші слова, семантично пов'язані з лексемою «фейк», тематичне моделювання уможливило окреслення типових контекстів її уживання. Перспективу подальших досліджень убачаємо в продовженні і поглибленні аналізу асоціативної семантики медіадискурсу, а також організації асоціативних експериментів у майбутньому для відстеження динаміки асоціативних образів.

Вдячність

Автор висловлює подяку Ярославі Кухар за допомогу в розробці програмного забезпечення для тематичного моделювання LDA (Latent Dirichlet Allocation).

Література

Бабич, М. Є., Слива, Т. В. (2024) Асоціативно-семантичні зв'язки лексеми війна (на матеріалі корпусу української мови). *Закарпатські філологічні студії*, вип. 37, с. 9-13. https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/72351 (07.02.2025).

ВТСУМ (2001) – *Великий тлумачний словник сучасної української мови* / укл. та гол. ред. В'ячеслав Бусел. Київ ; Ірпінь : Перун. https://slovnyk.me/dict/vts/%D0%B0%D1%81%D0%BE%D1%86%D1%96%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F (07.02.2025).

Генеральний регіонально анотований корпус української мови (ГРАК) https: //uacorpus.org/ (09.02.2025).

Голованова, Н. В. (2017). Медіапростір як важливий чинник побудови інформаційного суспільства. *Актуальні проблеми державного управління*, № 1 (51), с. 27-34.

Денисевич, О. В. (2018). Асоціативне поле слова-стимулу «газета» в мовній картині світу українців. *Вісник Книжкової палати*, № 8, с. 29-31.

Ділай, І.П., Ділай, М. П. (2022). Роль частотності у лінгвістичних дослідженнях. *Закарпатські філологічні студії,* вип. 21, т. 1, с. 146-151.

Караванський, С. (2000). *Практичний словник синонімів української мови*. Київ : «Українська книга», 480 с.

Кухар, Н. І., Гандзюк, В. О. (2024) Асоціативні образи *медіа* і *журналіста* в мовній картині світу майбутніх педагогів. *Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. Серія: Філологія (мовознавство):* збірник наукових праць, вип. 38, с. 15-22. https://doi.org/10.31652/2521-1307-2024-38-02

Мудра, І. (2016). Поняття «фейк» та його види у ЗМІ. *Теле- та радіожурналістика,* вип. 15, с. 184-188.

Панчук, Д. М. Фейк. *Велика українська енциклопедія.* https://vue.gov.ua/Фейк (07.02.2025).

Рибачок, С. М. (2020). Лексичні засоби впливу мовної одиниці «фейк». *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: серія «Філологія»,* вип. 9(77), с. 121-124.

Селезньова, О. М. (2022). Термін «медіапростір»: теоретичний підхід. *Науковий вісник Ужгородського Національного Університету*. Серія ПРАВО, вип. 70, с. 359-363.

СУМ 1970 – Словник української мови: в 11 тт. / АН УРСР. Інститут мовознавства; за ред. І. К. Білодіда. Київ : Наукова думка, т. 1.

Шевченко, Л. І., Дергач, Д. В., Сизонов, Д. Ю. (2014). Медіалінгвістика : словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. Вид. 2-ге, випр. і доп. Київ, 380 с.

Яроцька, Г. (2019). Лінгвоаксіологічні аспекти рейтингового списку слів 2018 року. *Вісник Одеського національного університету. Філологія,* т. 24, вип. 1(19), с. 118-124. http://philolvisnyk.onu.edu.ua/article/view/235627 (06.02.2025).

CET – Collins English Thesaurus. https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/fake-news. (01.02.2025).

© 2025 Автор(и). Ця робота публікується у відкритому доступі та розповсюджується на умовах Creative Commons Attribution 4.0 License

References

Babych, M. Ye., Slyva, T. V. (2024) Asotsiatyvno-semantychni zviazky leksemy viina (na materiali korpusu ukrainskoi movy) [Associative-semantic relations of the lexeme війна (based on the Ukrainian language corpus)]. *Transcarpathian Philological Studies*, vyp. 37, pp. 9-13. https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/72351 (07.02.2025). (in Ukrainian).

CET – Collins English Thesaurus. https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/fake-news. (01.02.2025). (in English).

Denysevych, O. V. (2018). Asotsiatyvne pole slova-stymulu «hazeta» v movnii kartyni svitu ukraintsiv [The associative field of the stimulus word "newspaper" in the linguistic worldview of Ukrainian]. *Bulletin of the Book Chamber*, № 8, pp. 29-31. (in Ukrainian).

Dilai, I.P., Dilai, M. P. (2022). Rol chastotnosti u linhvistychnykh doslidzhenniakh [The role of frequency in linguistic research]. *Transcarpathian Philological Studies*, vyp. 21, t. 1, pp. 146-151. (in Ukrainian).

Heneralnyi rehionalno anotovanyi korpus ukrainskoi movy (HRAK) [*General Regionally Annotated Corpus of the Ukrainian Language*]. https: //uacorpus.org/ (09.02.2025). (in Ukrainian).

Holovanova, N. V. (2017). Mediaprostir yak vazhlyvyi chynnyk pobudovy informatsiinoho suspilstva [*Media space as an important factor in building an information society*]. *Current problems of public administration*, № 1 (51), pp. 27-34. (in Ukrainian).

Karavanskyi, S. (2000). *Praktychnyi slovnyk synonimiv ukrainskoi movy* [*Practical dictionary of synonyms of the Ukrainian language*]. Kyiv : «Ukrainska knyha», 480 p. (in Ukrainian).

Kukhar, N. I., Handziuk, V. O. (2024) Asotsiatyvni obrazy media i zhurnalista v movnii kartyni svitu maibutnikh pedahohiv [Associative images of the media and the journalist in the language picture of the world of future teachers]. *Scientific notes of Vinnytsia Mykhailo Kotsiubynskyi State Pedagogical University. Series: Philology (Linguistics),* vol. 38, pp. 15-22. https://doi.org/10.31652/2521-1307-2024-38-02 (in Ukrainian).

Mudra, I. (2016). Poniattia «feik» ta yoho vydy u ZMI [The concept of "fake" and its types in the media]. *TV and radio journalism*, vyp. 15, pp. 184-188. (in Ukrainian).

Panchuk, D. M. Feik. *Velyka ukrainska entsyklopediia* [*Great Ukrainian Encyclopedia*]. https://vue.gov.ua/Feik (07.02.2025). (in Ukrainian).

Rybachok, S. M. (2020). Leksychni zasoby vplyvu movnoi odynytsi «feik» [Lexical means of influence of the linguistic unit "fake"]. *Scientific Notes of the National University "Ostroh Academy": "Philology" Series*, vyp. 9(77), pp. 121-124. (in Ukrainian).

Seleznova, O. M. (2022). Termin «mediaprostir»: teoretychnyi pidkhid [The term "media space": a theoretical approach]. *Scientific Bulletin of Uzhhorod National University. LAW Series,* vyp. 70, pp. 359-363. (in Ukrainian).

Shevchenko, L. I., Derhach, D. V., Syzonov, D. Yu. (2014). *Medialinhvistyka : slovnyk terminiv i poniat* [*Medialinguistics: dictionary of terms and concepts*] / za red. L. I. Shevchenko. Vyd. 2-he, vypr. i dop. Kyiv, 380 p. (in Ukrainian).

SUM 1970 – *Slovnyk ukrainskoi movy: v 11 tt.* [*Dictionary of the Ukrainian language: in 11 volumes*] / AN URSR. Instytut movoznavstva; za red. I. K. Bilodida. Kyiv : Naukova dumka, t. 1. (in Ukrainian).

VTSUM (2001) – *Velykyi tlumachnyi slovnyk suchasnoi ukrainskoi movy* [*Large Explanatory Dictionary of the Modern Ukrainian Language*] / ukl. ta hol. red. Viacheslav Busel. Kyiv ; Irpin : Perun. https://slovnyk.me/dict/vts/%D0%B0%D1%81%D0%BE%D1%86%D1%96%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F (07.02.2025). (in Ukrainian).

Yarotska, H. (2019). Linhvoaksiolohichni aspekty reitynhovoho spysku sliv 2018 roku [Linguo-axiological aspects of the 2018 ranking list of words]. *Bulletin of Odessa National University. Philology*, t. 24, vyp. 1(19), pp. 118-124. http://philolvisnyk.onu.edu.ua/article/view/235627 (06.02.2025). (in Ukrainian).

Автор

Ніна Кухар, кандидат філологічних наук, доцент кафедри української мови
e-mail: gulevich.nina68@gmail.com
https://orcid.org/0000-0002-9293-6804

Author

Nina Kukhar, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor of the Department of the Ukrainian Language
e-mail: gulevich.nina68@gmail.com
https://orcid.org/0000-0002-9293-6804

Конфлікт інтересів

Автор засвідчує про відсутність конфлікту інтересів

Conflict of Interests

The author declares that she has no conflict of interest

© 2025 Автор(и) Ця робота публікується у відкритому доступі та розповсюджується на умовах Creative Commons Attribution 4.0 License